

CONSUMO AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN

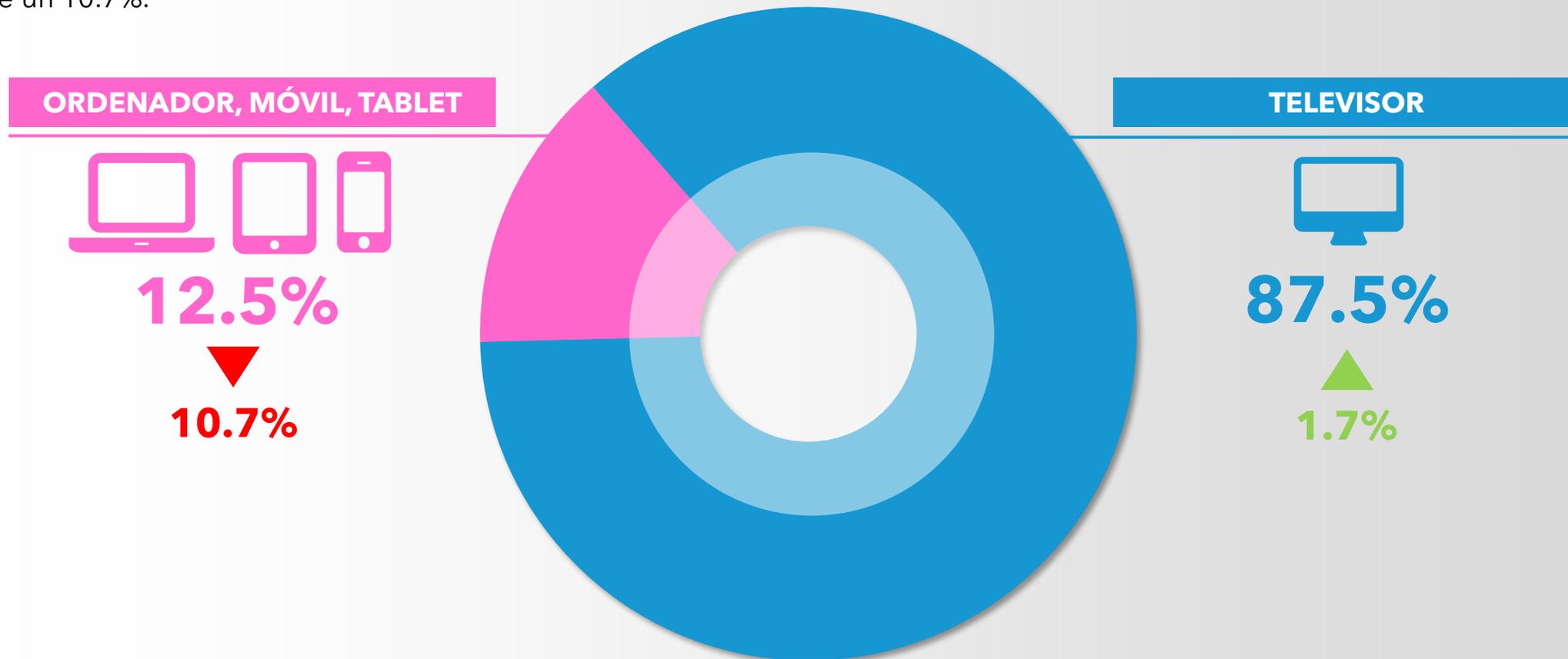
MARZO 2024

DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO POR PANTALLAS

Individuos 18+ años | España | Distribución del consumo por dispositivos | Cálculo de variación DOS30 | Fuentes: Kantar Media y Comscore

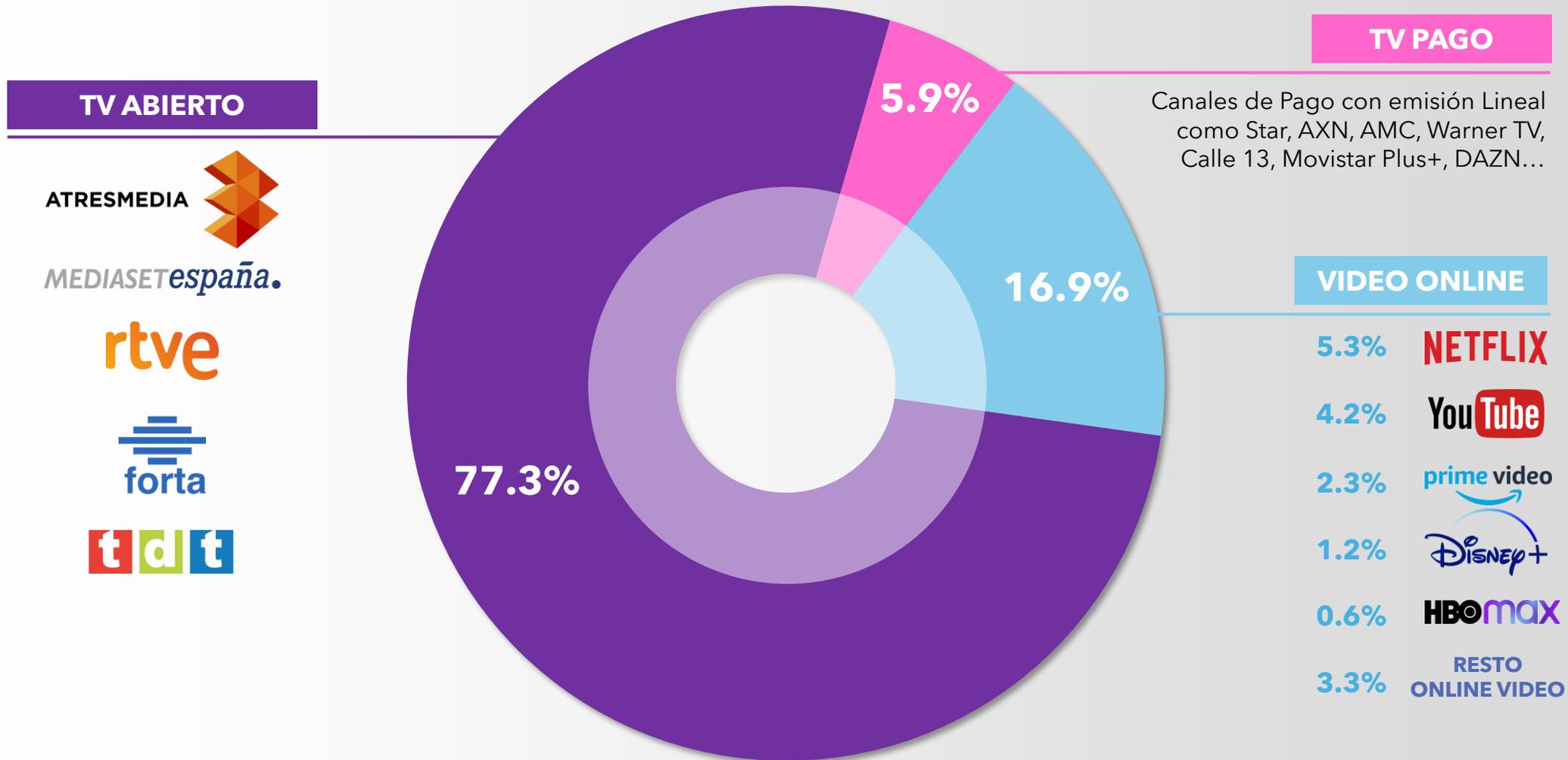
Los espectadores eligen el televisor frente a los pequeños dispositivos.

Los españoles siguen prefiriendo consumir contenidos audiovisuales en pantallas grandes. De hecho, el televisor incrementa su ventaja en marzo con respecto al consumo que hacemos a través de pequeños dispositivos (móviles, tablets y ordenadores). El consumo a través del televisor crece un +1.7% respecto a febrero, mientras que el consumo a través de pequeños dispositivos cae un 10.7%.



DISTRIBUCIÓN CONSUMO AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN

TV/TV Conectada | Total individuos (4+) | Total España | Distribución del consumo audiovisual en la Televisión | Fuente: Kantar Media



CONTENIDOS MÁS VISTOS

Fuentes Kantar Media y TvTop | Total Individuos | Total España | Audiencia Media (en miles de espectadores)

La Televisión roza los 4 millones de espectadores en marzo.

No hay comparación en términos de audiencia entre Televisión y plataformas de streaming. Mientras que emisiones deportivas como el España - Brasil rozaron los 4 millones de espectadores en La1, el Barça - Nápoles en Youtube se queda con algo más de 41.000 espectadores en el canal de Chiringuito Inside. Solo Ibai Llanos supera el medio millón de espectadores con la Presentación de la Velada del Año IV en Twitch.



CADENA	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
LA1	FÚTBOL AMISTOSO: ESPAÑA - BRASIL	26 MAR	3.822.000
ANTENA 3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	4 MAR	2.475.000
LA1	PREVIO FÚTBOL AMISTOSO: ESPAÑA - BRASIL	26 MAR	2.467.000
ANTENA 3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	11 MAR	2.464.000
ANTENA 3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	20 MAR	2.450.000



STREAMER	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
DJMARIIO	SORTEO CHAMPIONS 2024 CUARTOS DE FINAL EN DIRECTO	15 MAR	46.300
CHIRINGUITO INSIDE	BARÇA - NAPOLES - CHIRINGUITO INSIDE UCL	12 MAR	41.400
CHIRINGUITO INSIDE	REAL MADRID - RB LEIPZIG - CHIRINGUITO INSIDE UCL	6 MAR	39.200
CHIRINGUITO INSIDE	VALENCIA - REAL MADRID - CHIRINGUITO INSIDE	2 MAR	39.100
CHIRINGUITO INSIDE	ATLETI - BARÇA - CHIRINGUITO INSIDE	17 MAR	32.900



STREAMER	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
IBAI LLANOS	PRESENTACIÓN VELADA DEL AÑO IV	4 MAR	571.100
IBAI LLANOS	ÚLTIMA JORNADA LEC MDK VS FNATIC	25 MAR	75.300
IBAI LLANOS	PLAYOFFS DE LA LEC TH VS BDS - MDK VS G2	31 MAR	72.100
IBAI LLANOS	HA VUELTO LA LEC MAD LIONS KOI VS SK	9 MAR	70.300
IBAI LLANOS	LEC CO-STREAM - MDK VS G2 - SPRING W1 D2	10 MAR	68.700

ROSTROS MÁS VISTOS EN EL MES

Fuentes Kantar Media, Streamscharts y TvTop | Total Individuos

Vicente Vallés tiene 36 veces más audiencia que Ibai Llanos.

Las audiencias de Televisión se cuentan por millones de espectadores. Vicente Vallés es el rostro más seguido en el mes de marzo entre todas las ofertas audiovisuales en España con más de 2.2 millones de espectadores en Antena 3. Lejos quedan streamers tan conocidos como Ibai Llanos, que se queda tan solo con 60.600 espectadores en Twitch. La competición Kings League acapara en marzo a 20.500 espectadores en su canal de Youtube, lo más visto de la plataforma de Google en España.

Televisión

VICENTE VALLÉS
2.2M



Twitch

IBAI LLANOS
60.6K



Youtube

KINGS LEAGUE
20.5K



Kick

ZELIKA
11K



RANKING DE LOS SPOTS CON MAYOR IMPACTO

Fuente Kantar Media | Total España | Total Individuos

Adidas, marca con mayor impacto publicitario en Televisión en marzo.

La Televisión, como medio de masas, es un gran escaparate para los anunciantes. Por eso, cada mes las marcas acaparan miles de impactos publicitarios en la Televisión. En marzo, Adidas fue el anunciante más visto con 4.3 millones de espectadores durante el partido España-Brasil en La1. Le siguen las marcas Eneryeti e Iberia, ambos también durante el encuentro de fútbol. Destacan otras marcas como Garnier o Hyundai con 3.2 y 3.1 millones de espectadores respectivamente en 'Pasapalabra'.



DOS30'

