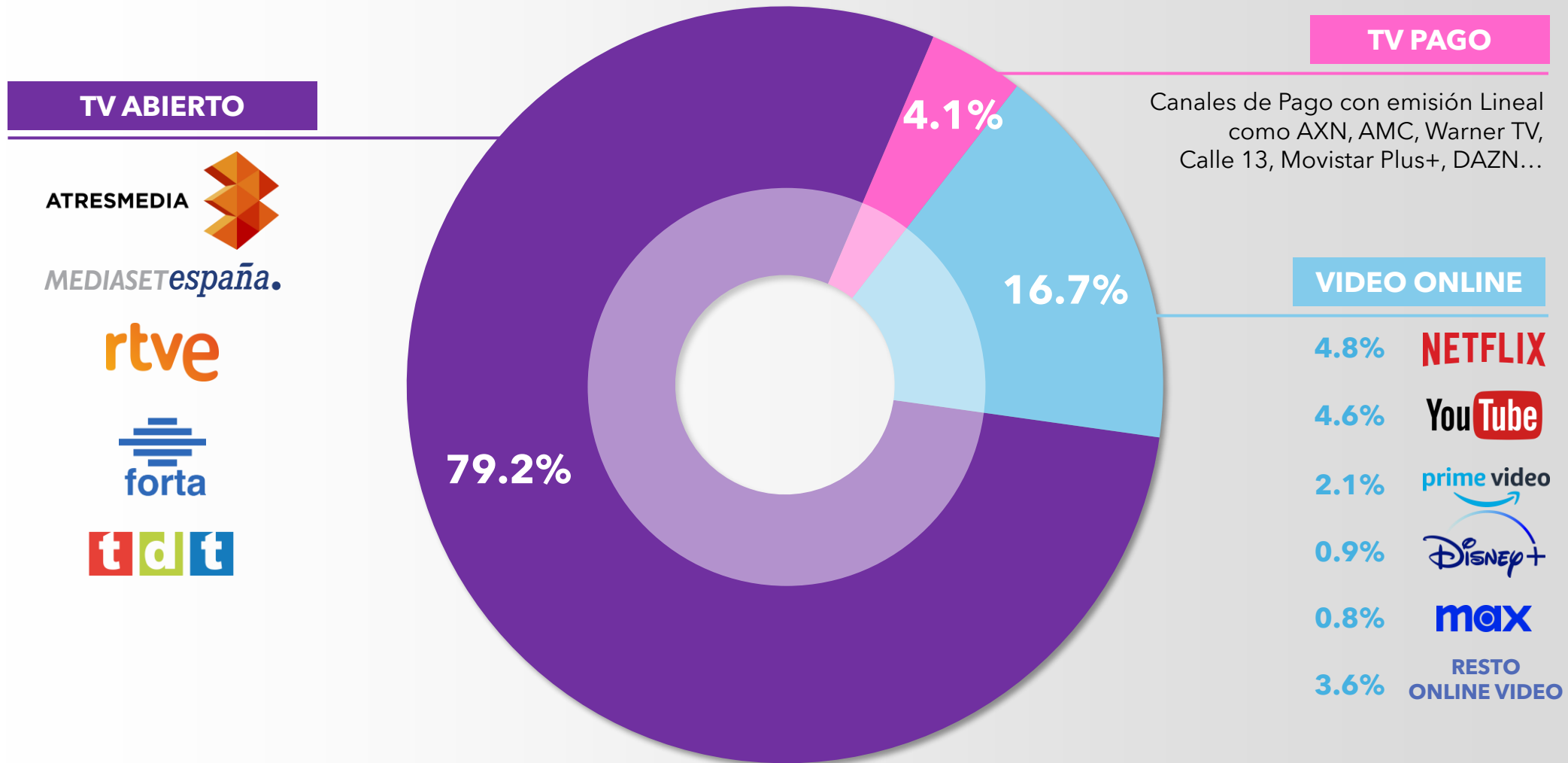


CONSUMO AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN

JULIO 2024

DISTRIBUCIÓN CONSUMO AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN

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



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN

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

Máximo histórico de consumo de la TV en Abierto en julio.

La Televisión gratuita en abierto está de enhorabuena. En julio logra máximo histórico con el 79.2% del total del consumo audiovisual en televisión. De este modo, crece un +0.3% respecto al pasado mes de junio, logrando máximo por segundo mes consecutivo. En el lado opuesto encontramos a Netflix, cuyo consumo decrece en junio un 5.9%. Las plataformas Disney+ y Max continúan por debajo del 1% del total del consumo audiovisual que hacemos a través del televisor.

		DIC 23	ENE 24	FEB 24	MAR 24	ABR 24	MAY 24	JUN 24	JUL 24	DIF.% ÚLTIMO MES
TV LINEAL	TV ABIERTO	77.8%	78.3%	78.4%	77.3%	78.1%	77.8%	79.0%	79.2%	0.3
	TV PAGO	6.0%	6.0%	5.8%	5.9%	5.6%	5.3%	4.2%	4.1%	-2.4
VIDEO ONLINE	NETFLIX	5.1%	5.1%	4.8%	5.3%	5.3%	5.4%	5.1%	4.8%	-5.9
	YOUTUBE	4.2%	3.8%	4.1%	4.2%	4.2%	4.4%	4.4%	4.6%	4.5
	PRIME VIDEO	2.5%	2.3%	2.3%	2.3%	2.0%	2.1%	2.0%	2.1%	5.0
	DISNEY+	1.3%	1.1%	1.0%	1.2%	1.1%	1.0%	0.9%	0.9%	0.0
	MAX	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.4%	0.4%	0.6%	0.8%	33.3
	RESTO VOD	2.6%	2.9%	3.1%	3.3%	3.4%	3.6%	3.7%	3.6%	-2.7

CONTENIDOS AUDIOVISUALES MÁS VISTOS

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

La Eurocopa en TV arrasa sobre la 'Velada del año' de Ibai Llanos en Twitch.

El contenido más importante del año en Twitch, la 'Velada del año IV' de Ibai Llanos, ha quedado totalmente empañada por el 2º evento futbolístico más importante del mundo tras el Mundial: La Eurocopa. En La1, España se proclamó campeona ante más de 13.5 millones de espectadores, dejando muy lejos a la 'Velada del año IV' con tan solo 3.2 millones de espectadores.



CADENA	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
LA1	POST FÚTBOL EUROCOPA. ESPAÑA-INGLATERRA FINAL	14 JUL	14.011.000
LA1	FÚTBOL EUROCOPA. ESPAÑA-INGLATERRA FINAL	14 JUL	13.587.000
LA1	TELEDIARIO FIN DE SEMANA 2	14 JUL	12.702.000
LA1	UEFA EURO 2024 GERMANY	14 JUL	12.301.000
LA1	FÚTBOL EUROCOPA. ESPAÑA-FRANCIA SEMIFINAL	9 JUL	11.568.000



STREAMER	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
EL PAIS	CORINA MACHADO DA MENSAJE TRAS ELECCIONES EN VENEZUELA	30 JUL	268.900
REAL MADRID C.F.	PRESENTACIÓN KYLIAN MBAPPÉ	16 JUL	108.400
DJ MARIIO	PRESENTACIÓN OFICIAL DE KYLIAN MBAPPÉ	16 JUL	84.600
REAL MADRID C.F.	PRESENTACIÓN DE ENDRICK - REAL MADRID	27 JUL	32.900
CHIRINGUITO INSIDE	ESPAÑA - INGLATERRA - FINAL EURO 2024	14 JUL	28.300



STREAMER	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
IBAI LLANOS	VELADA DEL AÑO IV	13 JUL	3.200.000
IBAI LLANOS	EL PESAJE DE LA VELADA DEL AÑO IV	12 JUL	446.300
IBAI LLANOS	CHARLANDO CON ANUEL SOBRE LA VELADA DEL AÑO IV	24 JUL	105.400
IBAI LLANOS	PRESENTACIÓN KYLIAN MBAPPÉ	16 JUL	98.100
IBAI LLANOS	MAD KOI VS KCORP - ESTAMOS EN BERLÍN	21 JUL	73.700

ROSTROS MÁS VISTOS EN EL MES

Fuentes Kantar Media, Streamscharts y TvTop | Total Individuos

Marcos López es el rostro más visto en el mes de julio en el total plataformas.

Finaliza el mes de julio y Marcos López, junto a su compañero Paco Caro, se convierten en los rostros más vistos e influyentes del panorama audiovisual español. Su programa 'Camino a Berlín' de La1, dedicado a la Eurocopa de Fútbol, llega a los 2.2 millones de espectadores de media en sus 9 emisiones. Muy lejos quedan los 355.600 espectadores de media de Ibai Llanos en julio en la plataforma Twitch, o los escasos 25.300 espectadores de media de DjMariio en YouTube.

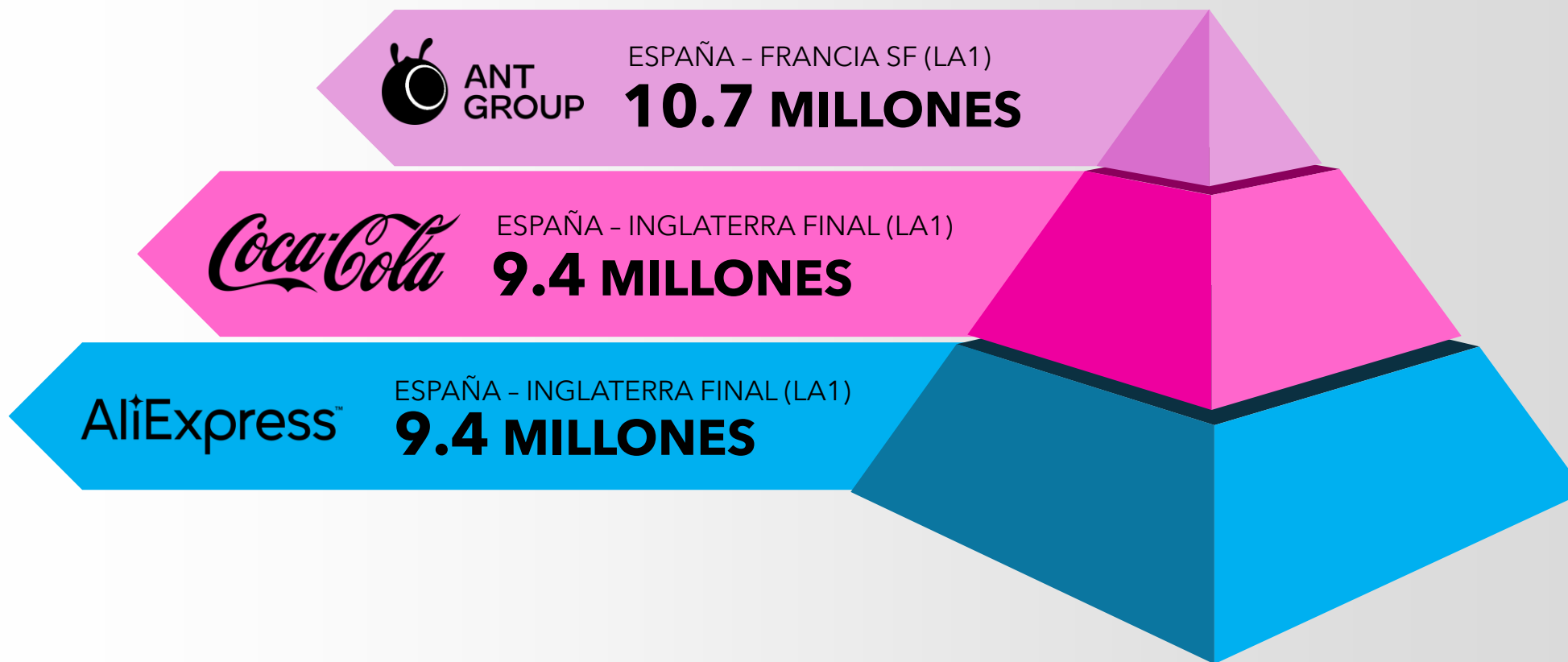


RANKING DE LOS SPOTS CON MAYOR IMPACTO

Fuente Kantar Media | Total España | Total Individuos

Las grandes marcas eligen la TV para anunciarse.

Como lleva pasando décadas, las grandes marcas eligen la Televisión frente a las plataformas emergentes como Twitch u otras como YouTube, para anunciarse. Y es que la publicidad en TV es la más efectiva por cobertura, impacto y fidelidad. La marca Ant International logró el spot de oro en julio durante el partido de semifinales de la Eurocopa con casi 11 millones de espectadores. Le siguen Coca-Cola o AliExpress con más de 9 millones de espectadores, cifras inigualables para el resto de plataformas.



DOS30'

