

LAS AUDIENCIAS DEL MES

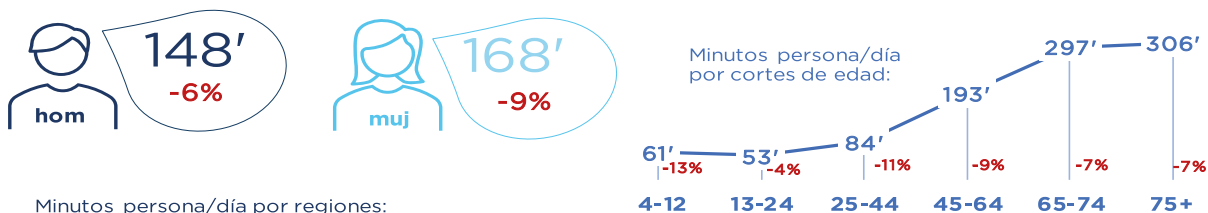
RÁNKING CADENAS ABIERTO - 01/09/2024 – 30/09/2024

ANTENA3, 12,8%, CADENA LÍDER EN EL MES. LOS ESPECTADORES ÚNICOS DEL TOTAL DE LAS CADENAS EN ABIERTO SON 42,3 MILLONES, EL 91% DE COBERTURA. EN SEGUNDA POSICIÓN SE COLOCA LA1 (9,7%). EN TERCERA POSICIÓN SE SITÚA T5 (9,5%). EN CUARTO LUGAR, AUTONÓMICAS (8,2%). EN QUINTA POSICIÓN, LA SEXTA (6,2%). LES SIGUEN CUATRO (5,4%), LA2 (2,9%), FDF (2,6%), ENERGY (2,3%) Y DIVINITY (2,1%), PARA COMPLETAR LA TABLA DE LAS DIEZ PRIMERAS. EL CONJUNTO DE LAS MÁS DE 80 CADENAS QUE CONFORMAN LAS TEMÁTICAS DE PAGO (11,4%), SE ANALIZAN EN UN EPÍGRAFE INDEPENDIENTE.

RNK		Cuota	*Dif. sep-24 vs. sep-23	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	12,8%	-0,2	32,2 mill.	69,1%
2	La1	9,7%	-0,8	★ 33,4 mill.	71,6%
3	T5	9,5%	-0,1	28,9 mill.	61,9%
4	AUT	8,2%	-0,3	26,3 mill.	56,3%
5	LA SEXTA	6,2%	-0,2	28,7 mill.	61,6%
6	CUATRO	5,4%	+0,1	29,6 mill.	63,5%
7	La2	2,9%	0,0	25,6 mill.	55,0%
8	FDF	2,6%	+0,1	17,6 mill.	37,8%
9	ENERGY	2,3%	-0,4	13,0 mill.	27,8%
10	DIVINITY	2,1%	0,0	12,9 mill.	27,6%
11	NOVA	2,1%	+0,2	12,0 mill.	25,7%
12	ATRESERIES	2,0%	+0,2	12,6 mill.	27,1%
13	BEMADtv	2,0%	+0,6	15,9 mill.	34,1%
14	TRECE	1,9%	0,0	13,4 mill.	28,7%
15	NEOX	1,7%	-0,4	17,8 mill.	38,2%
16	DMAX	1,7%	+0,1	16,8 mill.	36,0%
17	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	15,8 mill.	33,8%
18	MEGA	1,4%	-0,1	15,3 mill.	32,9%
19	TEN	1,4%	+0,4	10,8 mill.	23,2%
20	DKISS	1,4%	+0,2	12,0 mill.	25,8%
21	24H	1,0%	-0,3	13,6 mill.	29,2%
22	GOL PLAY	0,9%	-0,2	12,9 mill.	27,8%
23	BOING	0,9%	0,0	11,5 mill.	24,7%
24	CLAN	0,8%	-0,2	11,3 mill.	24,2%
25	DISNEY CHANNEL	0,8%	+0,1	9,9 mill.	21,1%
26	REAL MADRID HD	0,7%	+0,2	10,4 mill.	22,2%
27	TELEDEPORTE	0,6%	-0,2	12,5 mill.	26,8%
28	BOM Cine	0,4%	+0,1	5,3 mill.	11,4%
29	AUT PRIV	0,2%	-0,2	4,7 mill.	10,1%

CONSUMO TELEVISIÓN

EL TIEMPO DE CONSUMO DIARIO POR ESPECTADOR ES DE 277 MINUTOS (-14' QUE EL MISMO MES DEL AÑO PASADO).



Minutos persona/día por regiones:



*Diferencias sep-24 vs. sep-23

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

EL PROMEDIO DE LOS "OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES" ES DE 49 MINUTOS POR PERSONA AL DÍA, +4' (9%) QUE EN SEPTIEMBRE 2023.



*Diferencias sep-24 vs. sep-23



Streaming y consumo de video cuyo origen es Internet, ejemplo YouTube.

Reproducción de contenidos grabados (y no emitidos los 7 días previos).

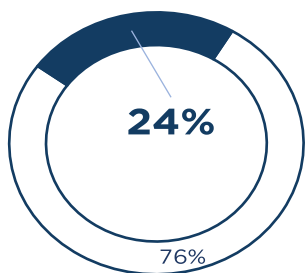
Videjuego y Radio TDT.



Fuente: Barlovento Comunicación según datos de Kantar

Tiempo total uso televisor

- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales

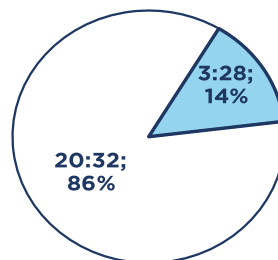


El tiempo total de uso del televisor ((tradicional + otros usos) es de 208' por persona al día y de 326' por espectador al día.

En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de 3:28, que sobre las 24 horas del día, supone el 14% del total

Tiempo total uso televisor sobre el total del día

- Usando el televisor
- Resto del día

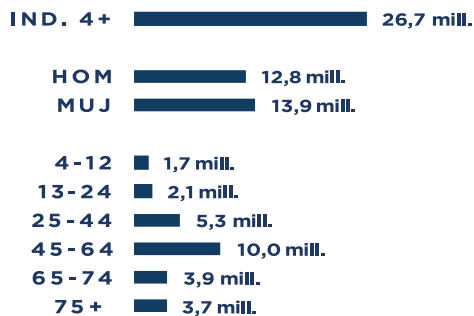


ESPECTADORES ÚNICOS

26,7 MILLONES DE ESPAÑOLES VEN CADA DÍA LA TELEVISIÓN AL MENOS UN MINUTO, ES DECIR, EL 57,2% DE LA POBLACIÓN

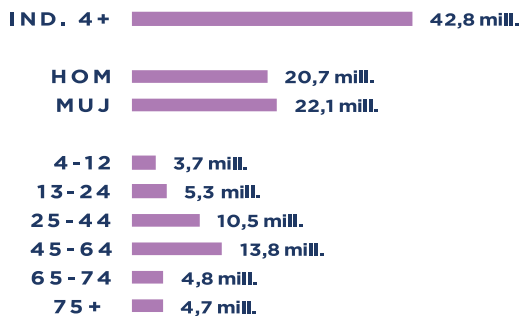
ESPECTADORES ÚNICOS (millones)

DIARIOS



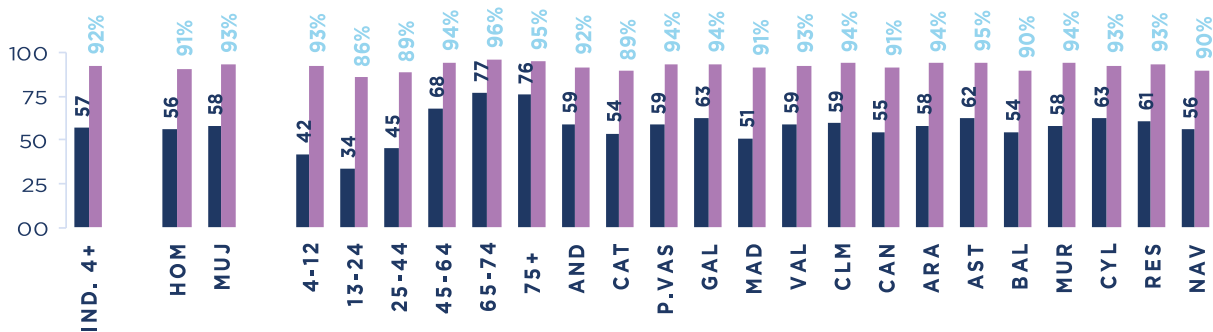
ESPECTADORES ÚNICOS (millones)

EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN

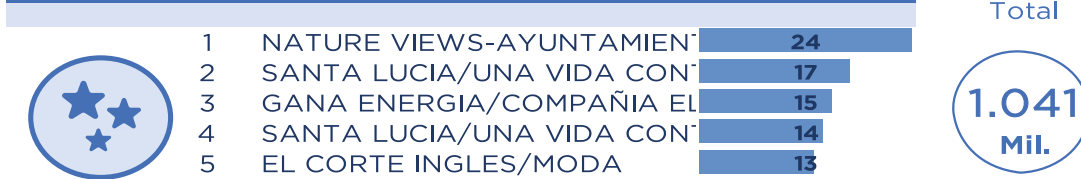
DIARIOS / EN EL MES



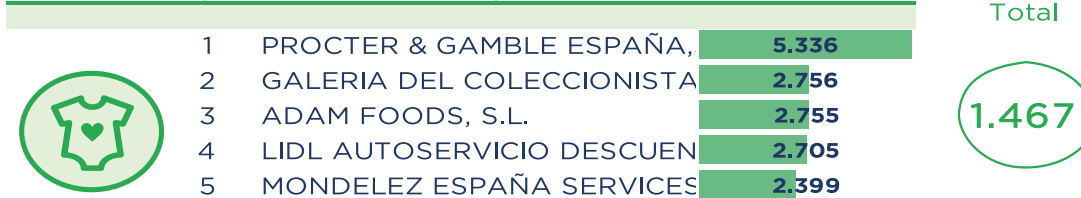
ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

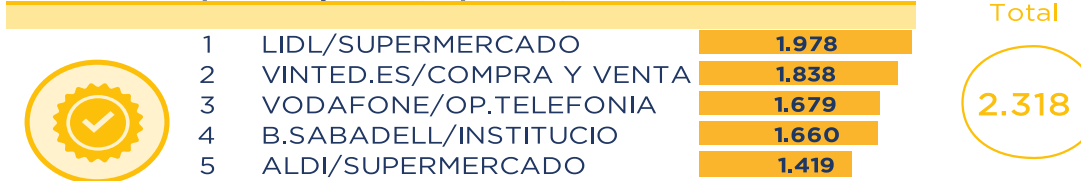
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



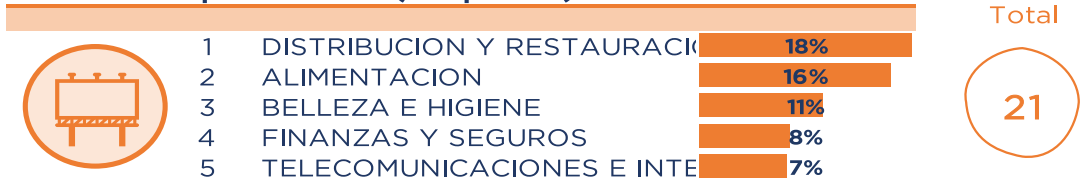
Top 5 Campañas (Grp's 20'')



Top 5 Marcas (Grp's 20'')



Top 5 Sectores (%Grp's 20'')



FICHA TÉCNICA

- Fuente de los datos: Kantar.
- El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable "invitados" que comenzó a medir Kantar en marzo de 2017.
- En los resultados de consumo televisivo se tiene en cuenta tanto el visionado en lineal como el diferido (audiencia durante los siete días siguientes a la emisión en lineal, que comenzó a medirse en 2015).
- Se incluye la audiencia de las 2ª residencias desde enero 2020. Desde el informe de enero 2023 también se incluyen las segundas residencias totales para el dato de cadenas Autonómicas, que hasta entonces era en ámbito propio.
- Parámetros extracción de datos: Ind.4+ (inv) | Lineal | TSD | España (+2r Total).
- Fecha: septiembre 2024

ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL DE LAS FICCIONES MÁS IMPORTANTES

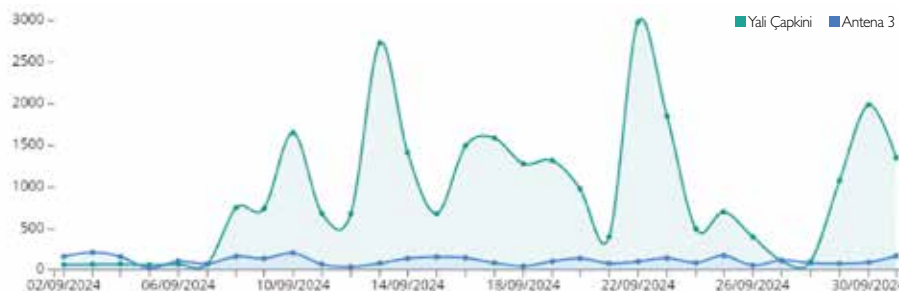
LA SERIE TURCA 'UNA NUEVA VIDA' SE POSICIONA COMO EL CONTENIDO CON MAYOR IMPACTO SOCIAL EN SEPTIEMBRE



ANÁLISIS DE 'UNA NUEVA VIDA' EN ANTENA 3

Evolución del programa

EVOLUCIÓN DIARIA COMPARADA CON LA MEDIA DE LAS CADENAS EMISORAS



22,8

ACEPTACIÓN

20,8

LONGEVIDAD

57,0

PROSPERIDAD



La temporada 3 de la docuserie 'Soy Georgina' llegó a Netflix el 18 de septiembre obteniendo buenos resultados con sus 6 nuevas entregas

TOP 5 REALITY EN '+5' POPULARES EN ESPAÑA

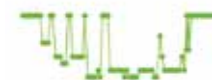
#	Título	Días
1	Soy Georgina	41
2	Jugando con fuego (Reality)	41
3	Habilidad física: 100	29
4	Love is Blind: Reino Unido	21
5	Perfect Match	20

EN OTROS CARRILES

64 día(s) en **Sólo en Netflix**
13 día(s) de media de un título en el carril/plataforma



71 día(s) en **Tendencias ahora**
12 día(s) de media de un título en el carril/plataforma



41 día(s) en **10+ populares en España**
19 día(s) de media de un título en el carril/plataforma



Más información en si@geca.es y en www.geca.es

