

DOS30'

¿Y TÚ QUÉ VES?

**Informe sobre el consumo de TV Lineal y Plataformas en España
por abonados a OTTs**

Año 2024

INTRODUCCIÓN

Estudio de audiencias.

'¿Y tú qué ves?'

Consumo de TV Lineal vs Plataformas

Hoy en día se dice que las plataformas están ganando terreno frente al consumo de TV Lineal. Que los espectadores se decantan por las OTT (Netflix, Disney+, Max...) y que nadie se conecta ya a los canales de televisión tradicionales, como Telecinco, La1 o Antena 3 (entre otros).

Desde DOS30 hemos desmontado el mito de que las plataformas de streaming están desbancando a los canales de TV Lineal basándonos en datos de Kantar Media, empresa medidora oficial de audiencias en España.

Para ello, hemos analizado el consumo que los españoles hacemos de todos los canales de TV Lineal y plataformas tanto en Non Smart TV como en TV Conectada.

GRANDES TITULARES DEL ESTUDIO

DOS30'

La televisión lineal es la opción preferida entre los abonados a plataformas.

El consumo de televisión lineal supera en más de un 50% al consumo de plataformas entre los propios abonados a OTTs.

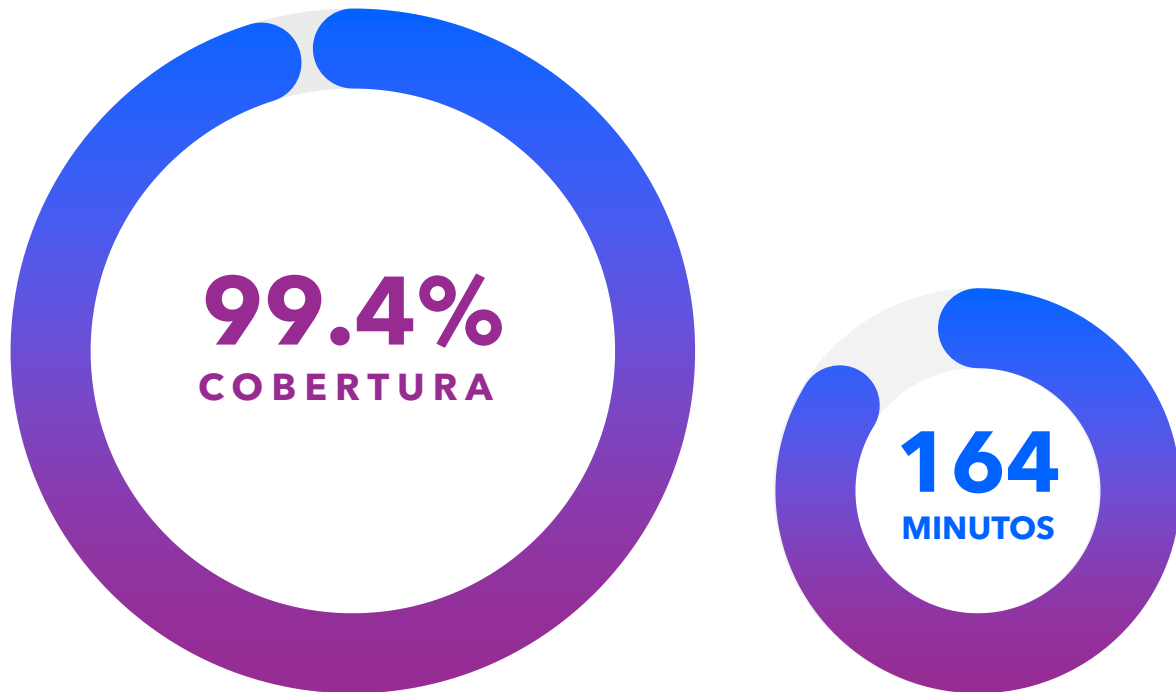
El consumo de televisión lineal es la tercera actividad a la que dedicamos más tiempo al día, solo por detrás de dormir o trabajar.

El consumo que se hace de OTT apenas supera los 60 minutos por espectador (1 hora al día).

CONSUMO TV LINEAL

AÑO 2024

Consumo de
TV LINEAL
en España



DOS30'

Si alguna conclusión hemos podido sacar del consumo de televisión en el año 2024, es que la TV Lineal sigue más en forma que nunca.

De promedio, en 2024 el consumo de canales lineales se situó en las 2.7 horas por persona al día. Es decir, cada persona dedica una media de 164 minutos al día a ver televisión.

De media, en 2024 hemos dedicado el 11.3% del total de cada día al consumo de televisión. De este modo, es la tercera actividad a la que dedicamos más tiempo al día, solo por detrás de dormir o trabajar.

Además, la TV Lineal sigue gozando de una excelente cobertura, alcanzando al 99.4% de la población española en 2024.

CONSUMO OTT

AÑO 2024

La cobertura de las plataformas en España es cada vez más elevada. En 2024, las OTT alcanzaron al 68.9% de los usuarios en nuestro país. A pesar de ello, se trata de una cobertura más de 30 puntos porcentuales por debajo de la TV Lineal.

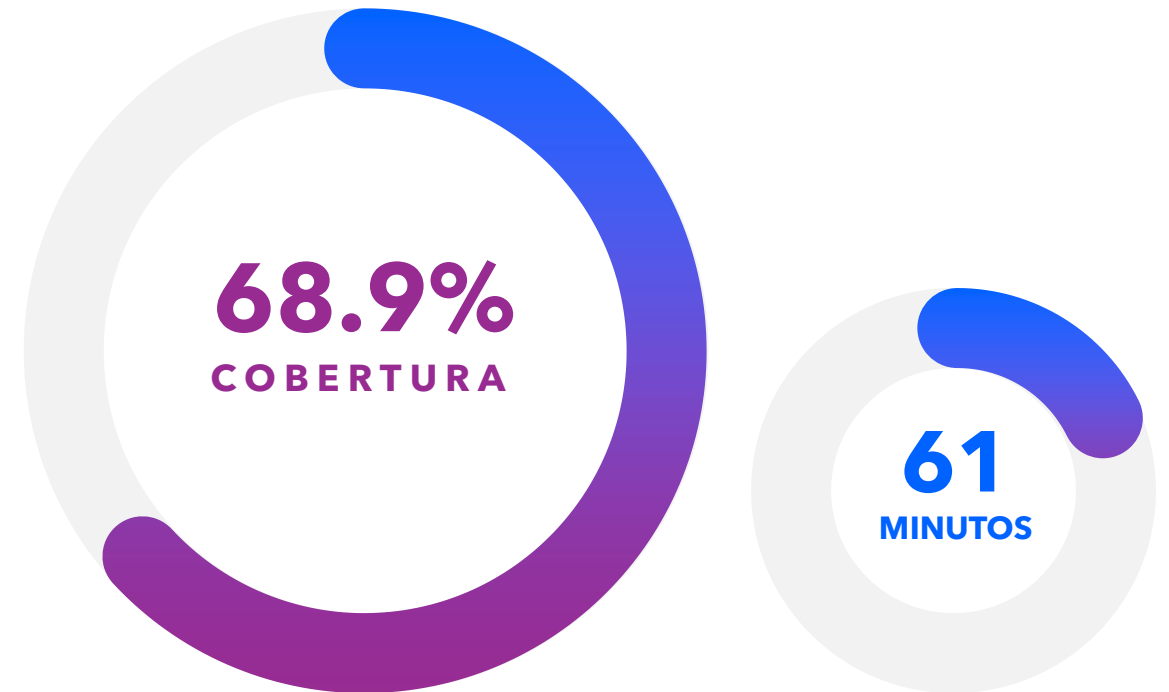
Sin embargo, la gran diferencia entre la TV Lineal y las plataformas de streaming la encontramos en el consumo que se hace de las mismas. Mientras que el consumo de TV Lineal asciende a los 164 minutos por persona (2.73 horas), el consumo que se hace de OTT apenas supera los 60 minutos por espectador (1 hora al día).

Es decir, el consumo de OTT es aún residual comparado con el que hacemos de TV Lineal, ya que este último multiplicó por 3 su consumo en 2024 frente al de las plataformas.

Consumo de

PLATAFORMAS

por los abonados a OTT en España



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO

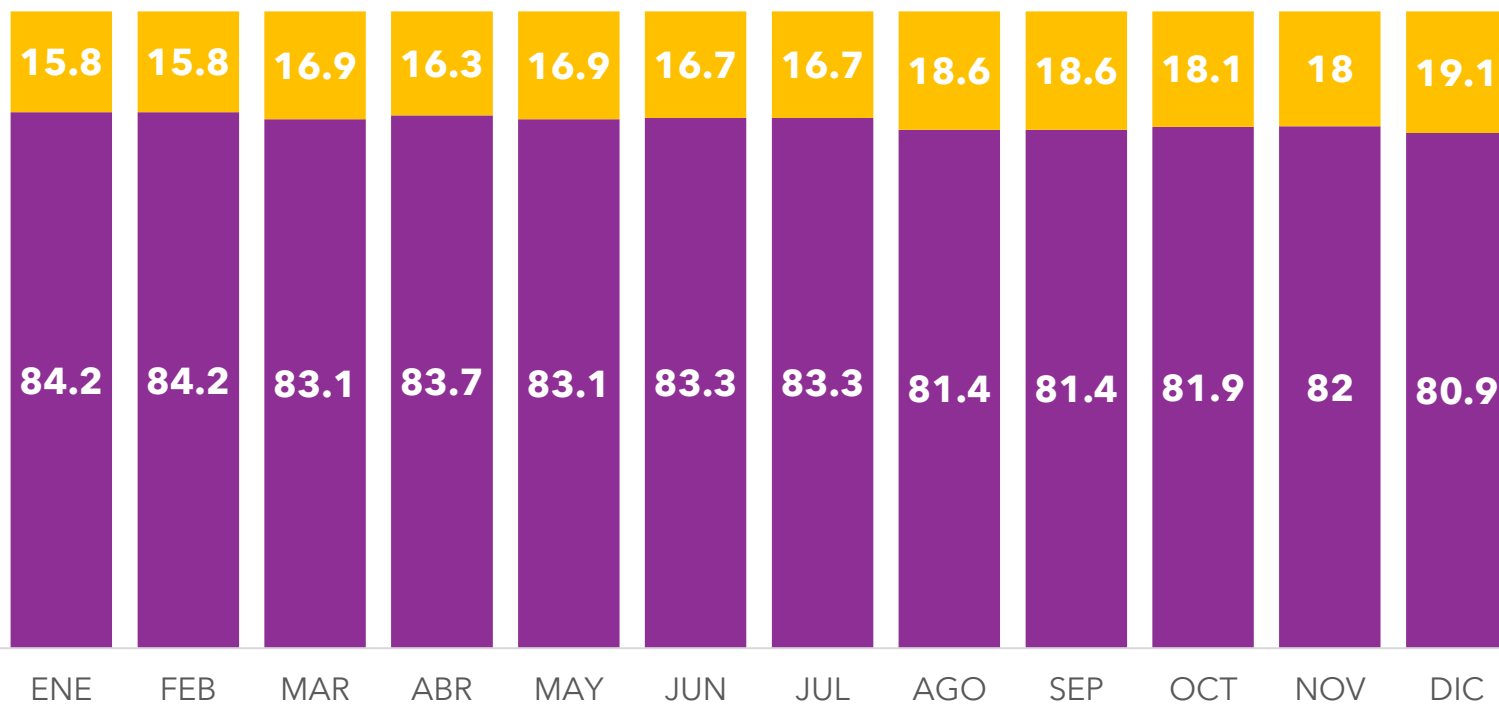
TV LINEAL VS PLATAFORMAS

DOS30'

REPARTO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL EN ESPAÑA

TV CONECTADA - AÑO 2024

■ TV LINEAL ■ PLATAFORMAS



Siguiendo con el reparto del consumo audiovisual, el gráfico de la izquierda nos muestra cómo han evolucionado a lo largo de 2024 el consumo que hacemos de TV Lineal frente al consumo de plataformas de streaming.

En el caso de la **TV Lineal**, su consumo es el mayoritario en España con más del 80% del total del consumo en Televisión durante todos los meses de 2024. Enero y Febrero fueron los meses de mayor consumo de TV Lineal con más del 84% del total.

En el lado opuesto nos encontramos con las **plataformas de streaming**, cuyo consumo se sitúa siempre por debajo del 20% sobre el total del consumo que hacemos en el televisor.

CONSUMO NETFLIX

TV LINEAL vs PLATAFORMA

DOS30'

El siguiente análisis nos muestra qué tipo de televisión consumen los abonados a la plataforma Netflix durante el año 2024. Los más de 23 millones de abonados a la plataforma consumen un total de 114 minutos al día de TV Lineal. Es decir, canales como Telecinco o Antena 3. Por el contrario, el consumo de la propia plataforma por parte de sus abonados se reduce a los 65 minutos por persona al día.

CONSUMO DE
TV LINEAL
ABONADOS A NETFLIX



CONSUMO DE
NETFLIX
ABONADOS A NETFLIX



CONSUMO PRIME VIDEO

TV LINEAL vs PLATAFORMA

DOS30'

En el caso de los abonados a la plataforma Prime Video, observamos un patrón de consumo similar al de Netflix. Los abonados a la OTT de Amazon consumieron una media de 112 minutos al día de TV Lineal (canales gratuitos en abierto y de pago de emisión lineal). Por el contrario, el consumo de su propia plataforma se reduce a los 65 minutos al día por usuario en el año 2024.

CONSUMO DE
TV LINEAL
ABONADOS A PRIME VIDEO



CONSUMO DE
PRIME VIDEO
ABONADOS A PRIME VIDEO



CONSUMO MAX

TV LINEAL vs PLATAFORMA

Max, la plataforma que integra contenidos de HBO (entre otros), logró en 2024 un consumo promedio de 70 minutos al día por parte de sus abonados. Estos mismos abonados a Max antepusieron los canales de TV Lineal frente a la propia plataforma, ya que el consumo de la TV Lineal asciende a los 104 minutos por espectador en el promedio del año 2024.

CONSUMO DE
TV LINEAL
ABONADOS A MAX



CONSUMO DE
MAX
ABONADOS A MAX



CONSUMO DISNEY+

TV LINEAL vs PLATAFORMA

DOS30'

Si nos centramos en el consumo que hacen los abonados a Disney+, observamos como los usuarios de la plataforma consumen más TV Lineal que la propia plataforma. De hecho, el consumo de canales lineales se eleva hasta los 100 minutos al día por persona de promedio en 2024, mientras que el consumo la OTT de Disney se queda en los 70 minutos al día por usuario.

CONSUMO DE
TV LINEAL
ABONADOS A DISNEY+



CONSUMO DE
DISNEY+
ABONADOS A DISNEY+



CONSUMO DAZN

TV LINEAL vs PLATAFORMA

Los usuarios abonados a DAZN consumen mayoritariamente canales de TV Lineal frente a la propia plataforma. En 2024, los usuarios de DAZN dedicaron al día una media de 144 minutos por persona (2.4 horas) a los distintos canales de TV Lineal. Sin embargo, el consumo que hacen de su propio plataforma se queda en los 61 minutos al día por usuario, menos de la mitad que el tiempo dedicado a la TV Lineal.

CONSUMO DE
TV LINEAL
ABONADOS A DAZN



CONSUMO DE
DAZN
ABONADOS A DAZN





Estudio

Estudio elaborado por la consultora audiovisual DOS30.



Fuentes

Informe basado en los datos de Kantar Media.



Público objetivo

Individuos mayores de 4 años.
Dispositivo: Televisor.



Período

Año 2024.



Ámbito

Población objeto de estudio: España.



¡GRACIAS!

Para más información contactar con
alex@dos30.com

DOS30'
www.dos30.com