



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

3ª OLA 2021

BARÓMETRO TV-OTT

TV DE PAGO Y OTT'S

4 octubre 2021

BARÓMETRO TV-OTT

Un **estudio TRACKING permanente durante todo el año y de publicación trimestral** para profundizar en el conocimiento del mercado de la Televisión de Pago y de las OTT's en España, así como las tendencias actuales más destacadas de las plataformas VOD.

El estudio consta de **10.000 entrevistas (±1% de error)** distribuidas en cuatro olas a lo largo del año.



Metodología

Se utiliza la metodología de **CUESTIONARIO AD-HOC SOBRE PANEL ONLINE**, con una captación muestral de rigurosa representatividad estadística por variables de sexo, edad y zona geográfica.

La investigación por cuestionario actúa a modo **ÓMNIBUS**, cada suscriptor puede personalizar sus preguntas en base a sus objetivos.

Ficha técnica

TRABAJO DE CAMPO: 15 al 25 de sept 2021

MUESTRA: 2.311

CUOTAS: Sexo, Edad y CC.AA

ERROR: $\pm 2,1\%$. Nivel de confianza: 95%



DATOS GENERALES



El **83,1%** de los españoles tienen acceso a contenidos de Pago. **(32,4 millones)**



+ 2,2
vs ola anterior

Cada individuo tiene acceso de media a **2,6 plataformas** de Pago.



- 0,1
vs ola anterior



El **58,3%** de los españoles pueden ver **al menos dos plataformas.**

— DATOS GENERALES —















Cada español gasta de media **39 euros al mes** en OTT's. Solo el **8,6%** aseguran no gastar **nada** en este tipo de servicios.

Las **series documentales** son el género que más echan de menos los usuarios de OTT's, aunque la mitad asegura no echar nada en falta.



NETFLIX es la plataforma **mejor valorada (7,90) y más recomendada (7,95)** entre sus propios usuarios.

DATOS GENERALES

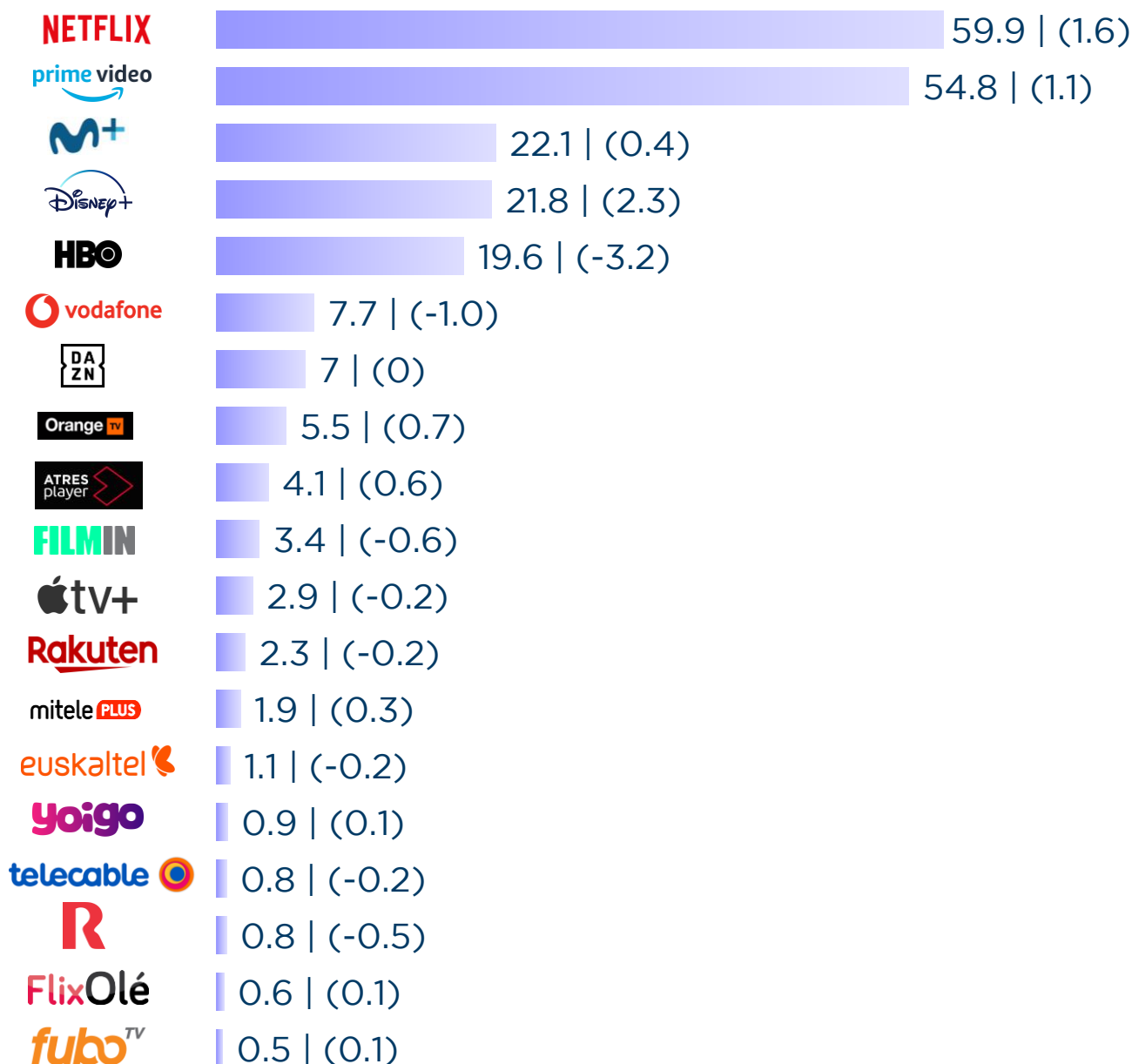
		VEN	Diferencia vs. ola anterior	NO VEN	MEDIA DISPOSITIVOS
					
TOTAL	→	83.1	↑ 2.2	16.9	2.6
HOMBRE	 →	83.2	↑ 2.1	16.8	2.7
MUJER	 →	83.0	↑ 2.1	17.0	2.6
18-24 AÑOS	 →	91.2	↑ 1.8	8.8	2.8
25-34 AÑOS	 →	92.0	↓ -1.4	8.0	2.9
35-44 AÑOS	 →	88.5	↑ 5.2	11.5	2.6
45-54 AÑOS	 →	83.2	↓ -0.6	16.8	2.7
55-64 AÑOS	 →	79.5	↑ 1.6	20.5	2.6
65-70 AÑOS	 →	73.2	↑ 0.4	26.8	2.4
>70 AÑOS	 →	74.0	↑ 8.1	26.0	2.4

RANKING DE OTT'S

% de la población con acceso a...

TOTAL INDIVIDUOS

Leyenda: "dato de 3ª ola 2021 | (dif vs ola anterior)" | incrementos sin signo +






















VALORACIÓN

TOTAL INDIVIDUOS

Puntuación del servicio global de las OTT's

Siendo 0 la puntuación más baja y 10 la más alta | Sólo entre usuarios de cada OTT

	☆☆☆☆☆☆	7.9
	☆☆☆☆☆☆	7.4
	☆☆☆☆☆☆	7.3
	☆☆☆☆☆☆	7.1
	☆☆☆☆☆☆	7.0
	☆☆☆☆☆☆	6.8
	☆☆☆☆☆☆	6.6
	☆☆☆☆☆☆	6.6
	☆☆☆☆☆☆	6.6
	☆☆☆☆☆☆	6.5
	☆☆☆☆☆☆	6.5
	☆☆☆☆☆☆	6.4
	☆☆☆☆☆☆	6.4
	☆☆☆☆☆☆	6.4
	☆☆☆☆☆☆	6.2
	☆☆☆☆☆	5.7
	☆☆☆☆☆	5.7
	☆☆☆☆☆	5.6
	☆☆☆☆☆	5.1

NETFLIX

3ª OLA 2021 BARÓMETRO TV-OTT - BARLOVENTO COMUNICACIÓN



El **59,9%** de los españoles tienen acceso a NETFLIX.

(23,3 millones)



LA CASA DE PAPEL

es la serie más vista en el periodo de análisis. El **39,6%** de los usuarios ha visto esta serie.



El **36,8%** de los usuarios de NETFLIX eligen esta plataforma porque **“en la tele hay poco que ver y busca mejores contenidos”**.

La serie que más suscriptores ha atraído a NETFLIX es **LA CASA DE PAPEL**.

Los usuarios de **NETFLIX** valoran la plataforma con una puntuación de **7,9**.



El **54,8%** de los españoles tienen acceso a PRIME VIDEO.

(21,3 millones)

EL CUENTO DE LA

CRIADA es lo más visto en el periodo de análisis. El **13,5%** de los usuarios ha visto la serie.



El **31,8%** de usuarios se decantan por la plataforma porque **“va incluida en el servicio de telefonía/internet”**.

Los contenidos que más suscriptores han atraído a PRIME VIDEO son **LA CENICIENTA Y EL INTERNADO**.

Los usuarios de **PRIME VIDEO** valoran la OTT con una puntuación de **7,3**.



3ª OLA 2021 BARÓMETRO TV-OTT - BARLOVENTO COMUNICACIÓN



El **21,8%** de los españoles tienen acceso a DISNEY+.

(8,5 millones)



CRUELLEA es lo más visto de DISNEY+ en el periodo de análisis. El **31,7%** de los usuarios ha visto la película.



El **21,1%** de usuarios se suscribe a DISNEY+ porque **“en la tele hay poco que ver y busca mejores contenidos”**.

El contenido que más suscriptores ha atraído a DISNEY+ es **UNIVERSO MARVEL.**

Los usuarios de **DISNEY+** valoran la plataforma con una puntuación de **7,4.**



El **19,6%** de los españoles tienen acceso a HBO.

(7,7 millones)



FRIENDS es la serie más vista en el periodo.

El **17,7%** de usuarios la ha visto en HBO.



El **32,2%** de los usuarios de HBO lo elige porque **“en la tele hay poco que ver y buscan mejores contenidos”**.

La serie que más suscriptores ha atraído a HBO es **JUEGO DE TRONOS**.

Los usuarios de **HBO** valoran la plataforma con una puntuación de **7,1**.

ÍNDICE DEL INFORME COMPLETO

1. Introducción y metodología
2. Abonados a OTT (fuente AIMC)

INVESTIGACIÓN BARÓMETRO TV-OTT

3. Base muestral del estudio
4. Datos generales de abonados
5. Promedio de gasto por targets
6. Ránking de OTT por targets
7. Perfil del usuario
8. Consumo de OTT
9. Motivaciones de suscripción
10. Funcionalidades más utilizadas
11. Dispositivo de visualización
12. Otros contenidos de preferencia
13. Valoración de cada OTT
14. Grado de recomendación
15. Series más vistas por plataforma

16. Lo más visto en TV por los usuarios de OTT (fuente Kantar)

¿Quiere más información?

Contacte con



 91 446 17 57

 blvcom@barloventocomunicación.es

 [@blvcom](https://twitter.com/blvcom)

 www.barloventocomunicacion.es

TODA LA INFORMACIÓN SEGMENTADA POR SEXO, GRUPOS DE EDAD Y COMUNIDADES AUTÓNOMAS.

- ▶ **MÁS DE 100 TÍTULOS** DE DIFERENTES PLATAFORMAS.
- ▶ **RÁNKING** DE OTT'S
- ▶ VISIONADO EN OTROS **DISPOSITIVOS**
- ▶ **FRANJAS** DE MAYOR CONSUMO
- ▶ **MOTIVACIONES** DE SUSCRIPCIÓN
- ▶ **FUNCIONALIDADES** MÁS UTILIZADAS
- ▶ **RECOMENDACIÓN Y VALORACIÓN** POR OTT'S
- ▶ PREFERENCIA DE **OTROS CONTENIDOS**
- ▶ **PROMEDIO DE GASTO** EN PLATAFORMAS

**¡SI DESEA EL INFORME COMPLETO
PULSE AQUÍ!**