

BARÓMETRO TV-OTT

de Barlovento Comunicación

3^a OLA 2022

Acceso a TV Pago



El **81,8%** de los españoles tienen acceso a contenidos de Pago. **(30,5 millones)**



Acceso a plataformas

Cada individuo tiene acceso de media a **2,8 plataformas** de pago.



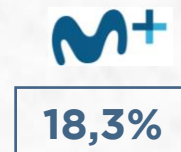
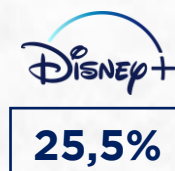
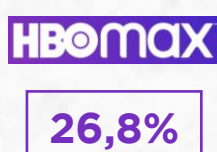
Promedio de gasto

Cada español gasta de media casi **39 euros al mes** en OTT's. Solo el **9,2%** aseguran no gastar **nada** en este tipo de servicios.



Ranking de OTT's

Netflix encabeza el ranking de OTT's con un **56,9% de alcance**.



BARÓMETRO TV-OTT

de Barlovento Comunicación

3^a OLA 2022



Covisionado

El **56,5%** de los españoles utiliza el **teléfono móvil** mientras ve la televisión.



Otros usos del TV

1 de cada 3 españoles utiliza el televisor para ver videos en **YouTube**.



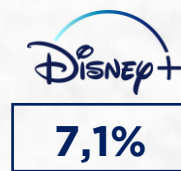
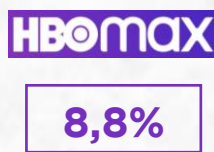
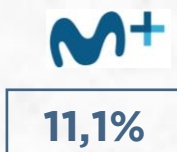
Lo más visto

Wednesday (Miércoles) es la serie más vista. **5,6 millones** de espectadores únicos han visto la serie en algún momento.



Share de OTT's

Netflix es la plataforma más vista con el **33,1% de share**.



¿Quieres el informe completo?

Contacte con



91 446 17 57



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



blvcom@barloventocomunicación.es



www.barloventocomunicacion.es

- **TODA LA INFORMACIÓN SEGMENTADA POR SEXOS Y GRUPOS DE EDAD**
- **POSIBILIDAD DE SUSCRIPCIÓN POR OLAS INDIVIDUALES Y DE FORMA ANUAL (3 OLAS)**

ÍNDICE DEL INFORME COMPLETO

1	Introducción. Metodología y ficha técnica
2	Datos generales de abonados y promedio de gasto por targets
3	Base muestral de cada plataforma por targets y absolutos
4	Ránking de OTT por sexos y grupos de edad
5	Cuota de pantalla de cada OTT por targets y ranking
6	Perfil de audiencia de cada OTT
7	Curvas de consumo (comparativa y por sexos y grupos de edad)
8	Ránking de motivaciones de suscripción de cada OTT
9	Funcionalidades más utilizadas por los usuarios de cada plataforma
10	Dispositivos preferidos para consumir contenidos en cada OTT
11	Oferta de otros contenidos que a los usuarios les gustaría ver
12	Valoración del servicio global de cada OTT por targets
13	Grado de recomendación de cada OTT
14	Top-10 series más vistas por plataforma
15	Covisionado: otros dispositivos utilizados mientras ven la televisión.
16	Otros usos del televisor: otras actividades a través del dispositivo.
17	Política de cuentas compartidas en las plataformas.
18	Lo más visto en TV por los usuarios de cada OTT (fuente Kantar)