

DOS30'

AUDIENCIA MÁS ALLÁ DE NETFLIX

Informe sobre el consumo de TV en España

Período Enero-Marzo 2024

INTRODUCCIÓN

Estudio de audiencias.

'Audiencia más allá de Netflix'. Netflix vs TV Lineal

El panorama audiovisual en España está cada vez más fragmentado. Los canales de Televisión Lineal se han visto acompañados por nuevos actores, entre los que se encuentran las plataformas de Vídeo Bajo Demanda (OTT).

En este estudio, titulado 'Audiencia más allá de Netflix', hemos hecho foco en dicha plataforma. Y hemos comparado cómo consumen los españoles esta OTT frente al consumo de Televisión Lineal en nuestro país.

Para ello, en DOS30' hemos contado con datos de Kantar Media, medidor oficial de audiencias de España. Además, nos hemos apoyado en datos propios de Netflix y en datos de SigmaDos30, empresa dedicada al estudio de audiencias de VOD.

La conclusión del estudio es sencilla: la audiencia de Netflix no es tan elevada como se piensa y la Televisión Lineal está más viva que nunca. Pero mejor, que hablen los números.

CONTENIDOS DEL ESTUDIO

DOS30'



Cobertura Total

Penetración de la Televisión Lineal frente a la de las plataformas VOD.



Cobertura Netflix

Comparativa de la cobertura de la TV Lineal frente a Netflix en España.



Consumo Total

Reparto del consumo audiovisual en Televisión: TV Lineal vs Netflix.



Consumo por meses

Evolución del consumo audiovisual en Televisión mes a mes.



Targets

Análisis y diferencias de públicos entre Netflix y la TV Lineal.



Lo + consumido

Ranking de contenidos por horas de visualización.



Lo + visto

Ranking por volumen de espectadores únicos.



Netflix en TV Lineal

¿Qué consume el espectador de Netflix en la Televisión Lineal?

COBERTURA

OTT vs TV LINEAL

DOS30'

En el primer trimestre de 2024 (enero-marzo) la **TV Lineal** llega a una cobertura del 97.4% de la población española (45.5 millones de espectadores). Por su parte, las plataformas de **VOD/OTT** alcanzan en ese mismo periodo una penetración del 70.2% entre los abonados a alguna OTT. Este dato se eleva al 78.8% si sumamos aquellos usuarios que no están abonados pero que sí disfrutan de alguna OTT (36.7 millones).

OTT



TV LINEAL



COBERTURA

NETFLIX vs TV LINEAL

DOS30'

En el caso concreto de **Netflix**, la plataforma alcanza en el primer trimestre del 2024 un 55.2% de penetración en España (25.7 millones de usuarios). A pesar de este dato, Netflix aún está muy lejos de alcanzar al conjunto de la **TV Lineal**, ya que ésta última supera a la plataforma en cerca de 20 millones de espectadores en términos de cobertura.

NETFLIX



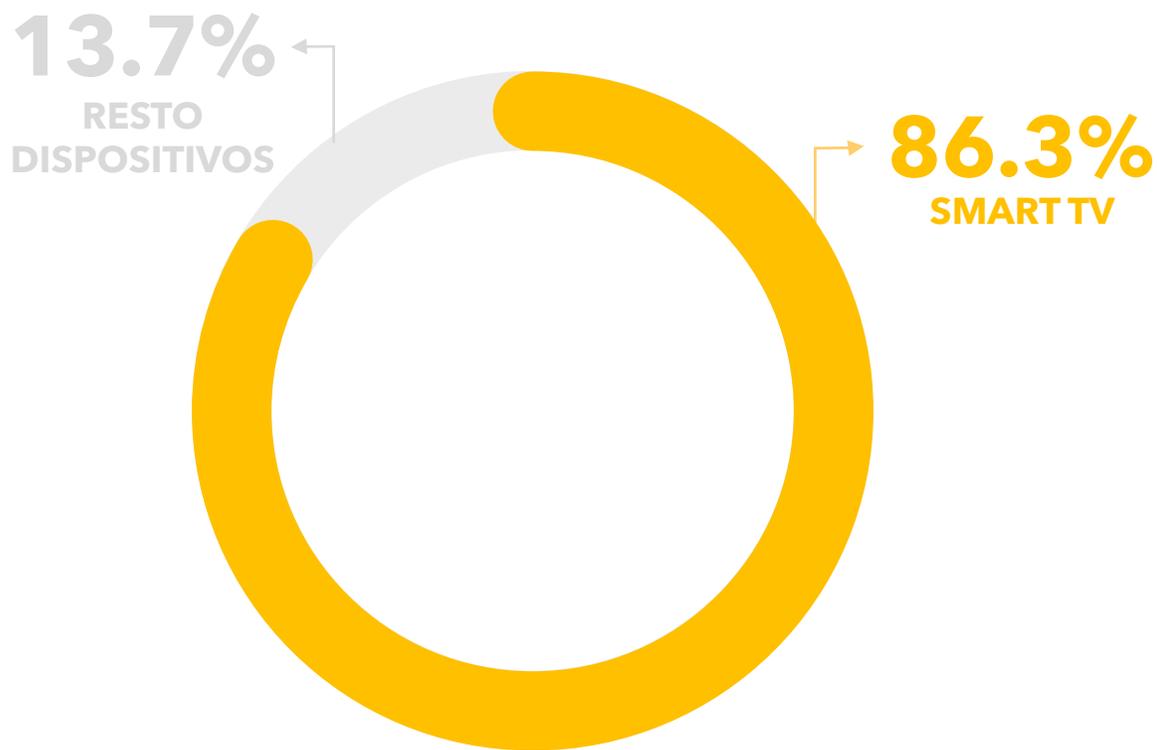
TV LINEAL



CONSUMO NETFLIX POR DISPOSITIVOS

NETFLIX

Ámbito: España



Audiencia más allá de Netflix

DOS30'

El tamaño de la pantalla desde donde se ven los contenidos es muy importante a la hora de disfrutar de los mismos. Y es ahí donde la Televisión continúa reinando por encima del resto de pantallas, también en el consumo que se hace de Netflix.

En este último mes de marzo de 2024, el consumo de contenidos de Netflix se hizo mayoritariamente a través del televisor. El 86.3% de los usuarios de Netflix se conectaron a la plataforma a través de su Smart TV, ya sea directamente en la app de Netflix, a través de algún operador como Movistar+ o bien mediante Fire Stick, Google Chrome, etc.

Por el contrario, únicamente el 13.7% del consumo que se hizo de Netflix fue a través de otros dispositivos como tablets, smartphones, ordenadores portátiles o de sobremesa.

CONSUMO NETFLIX VS TV LINEAL

Hasta ahora hemos hablado de coberturas y penetración de la TV Lineal frente al VOD y frente al caso de Netflix en concreto. Pero nada tiene que ver la cobertura de un medio con el consumo que se hace de él.

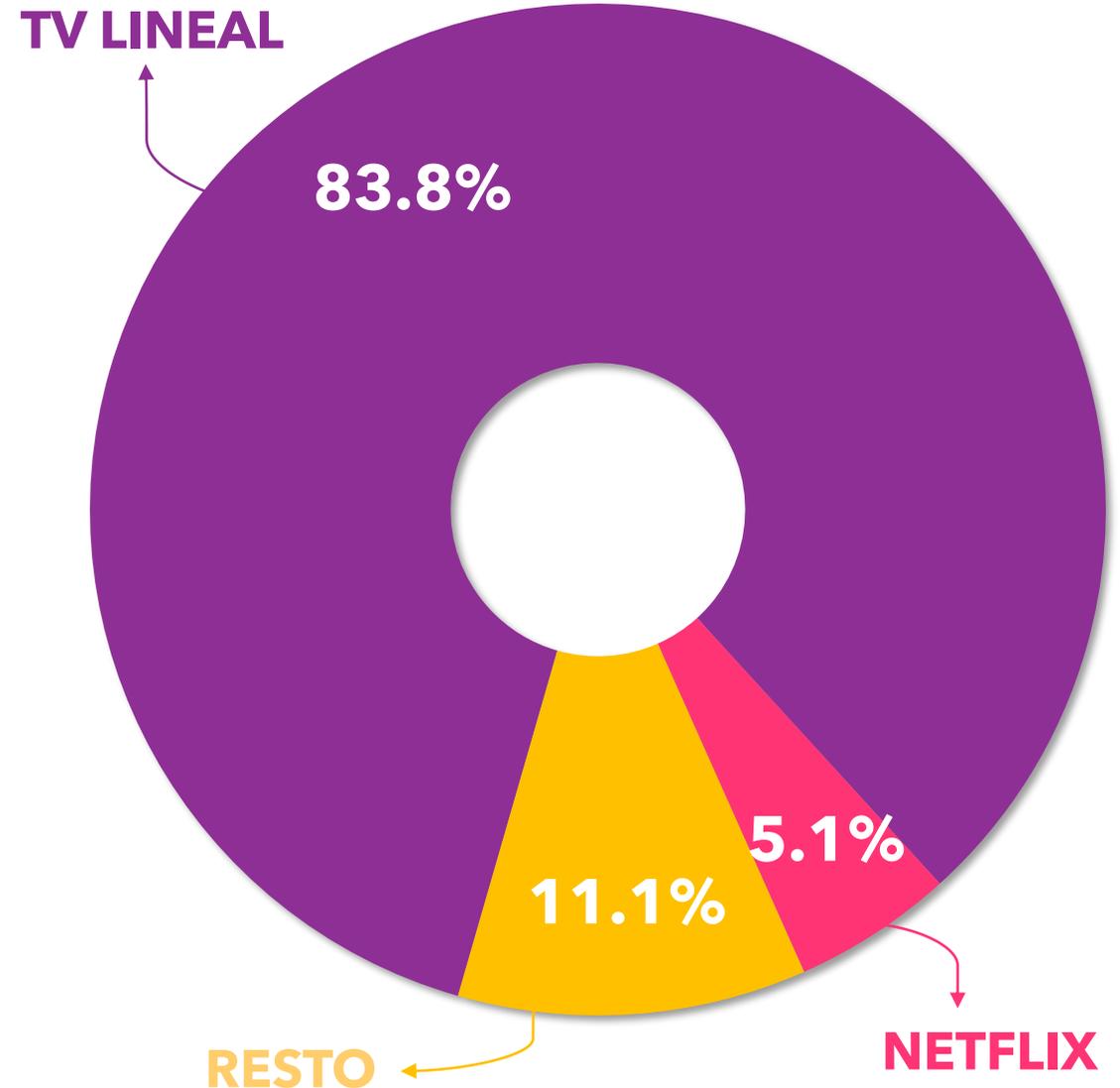
En el caso de la **TV Lineal**, existe una correlación entre su gran cobertura en España (97.4%) y el consumo que los espectadores hacen de ella (más del 83% del consumo audiovisual en España corresponde a la TV Lineal).

Por el contrario, los números de **Netflix** nos indican que nada tiene que ver la penetración de la plataforma en España con el consumo que se hace de ella. Aunque alcanza al 55.2% de la población, su consumo apenas supone el 5% del total del contenido audiovisual en España.

Audiencia más allá de Netflix

REPARTO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL EN TV EN ESPAÑA

*Población individuos 4+ años
Enero-Marzo 2024*



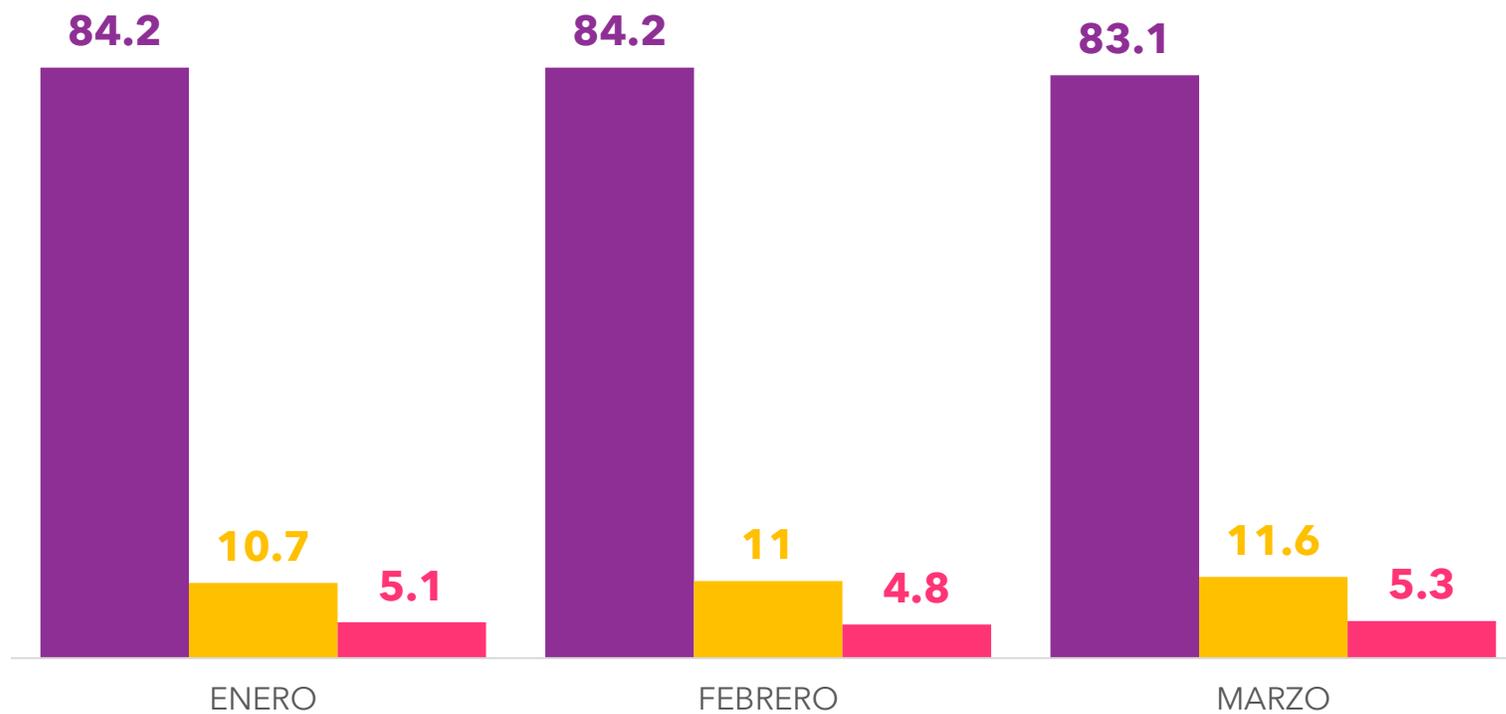
EVOLUCIÓN MENSUAL

NETFLIX vs TV LINEAL

DOS30'

REPARTO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL EN ESPAÑA MES A MES

■ TV LINEAL ■ RESTO ■ NETFLIX



Siguiendo con el reparto del consumo audiovisual en Televisión, el gráfico de la izquierda nos muestra cómo han evolucionado a lo largo de este primer trimestre la TV Lineal frente a Netflix.

En el caso de la **TV Lineal**, su consumo es el mayoritario en España con un destacado 84.2% del total del consumo en Televisión en los meses de enero y febrero de 2024. En marzo se observa una leve caída de 1.1 puntos respecto a los meses anteriores.

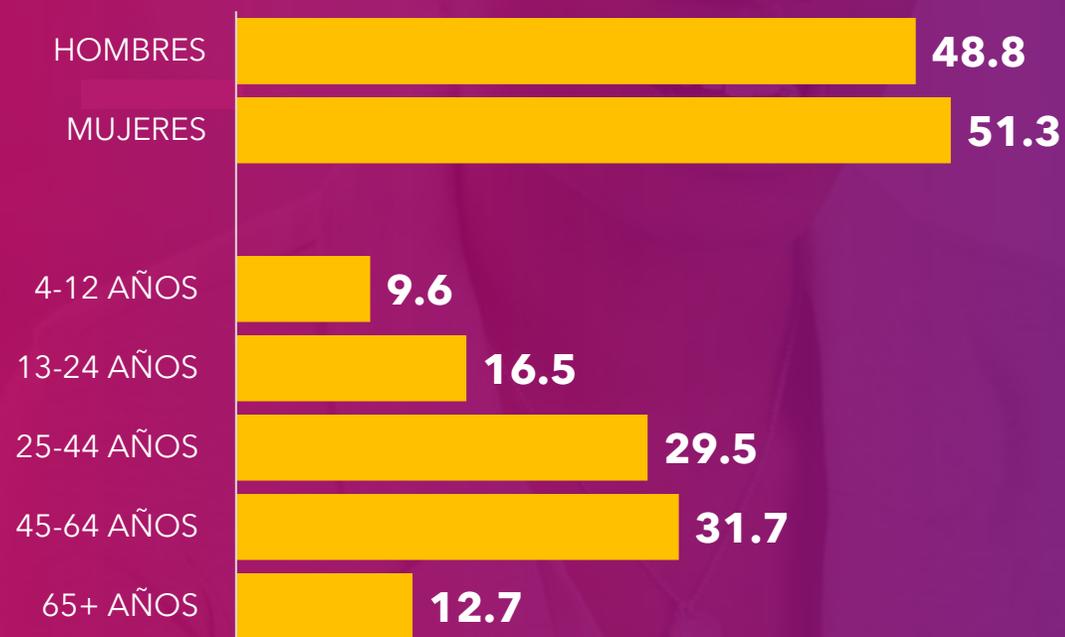
Por otro lado, el análisis de **Netflix** nos lleva a la conclusión de que la plataforma aún cuenta con un consumo incipiente entre la población española, ya que se sitúa alrededor del 5% del total del consumo audiovisual que se hace en el televisor todos los meses.

TARGETS

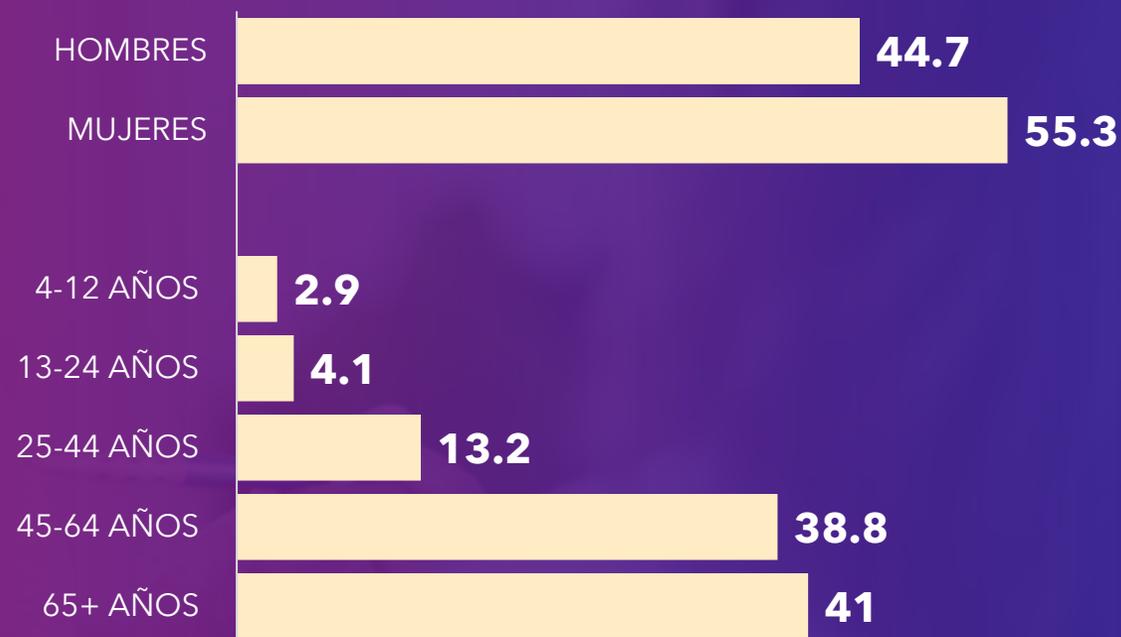
NETFLIX vs TV LINEAL

Al contrario de la creencia popular de que **Netflix** únicamente lo ven jóvenes, los datos nos muestran que solo el 26.1% de su público es menor de 25 años. Si bien el grueso de sus espectadores se concentra en el target de 25 a 64 años con más del 61% de sus espectadores. Por sexos, Netflix presenta un perfil muy similar al que experimenta la TV Lineal: más mujeres y menos hombres.

NETFLIX



TV LINEAL



RANKING POR VOLUMEN DE ESPECTADORES ÚNICOS

Es importante poner en perspectiva el alcance de un contenido alojado en una plataforma de VOD como Netflix frente a un contenido que se emite en la TV Lineal. El contenido más visto de **Netflix** en febrero fue la película 'La sociedad de la nieve' con 4.7 millones de espectadores únicos en el mes completo, lo que supone una cobertura del 11.6% de la población mayor de 16 años. El quinto contenido más visto de la plataforma en el mes, 'Griselda', solo llegó al 5.7% de la población de más de 16 años. Por el contrario, 'First dates' fue el contenido con mayor cobertura de la **TV Lineal** con más de 18.2 millones de espectadores únicos (44.5% de la población mayor de 16 años). El quinto contenido más visto de la TV Lineal roza el 37% del público de 16 años y más.

NETFLIX

TÍTULO	GÉNERO	ESPECTADORES ÚNICOS	ALCANCE
La sociedad de la nieve	Cine	4.757.000	11.6%
Machos Alfa	Serie	4.533.000	11.0%
Berlín	Serie	3.467.000	8.4%
Entrevías	Serie	2.744.000	6.7%
Griselda	Serie	2.355.000	5.7%

TV LINEAL

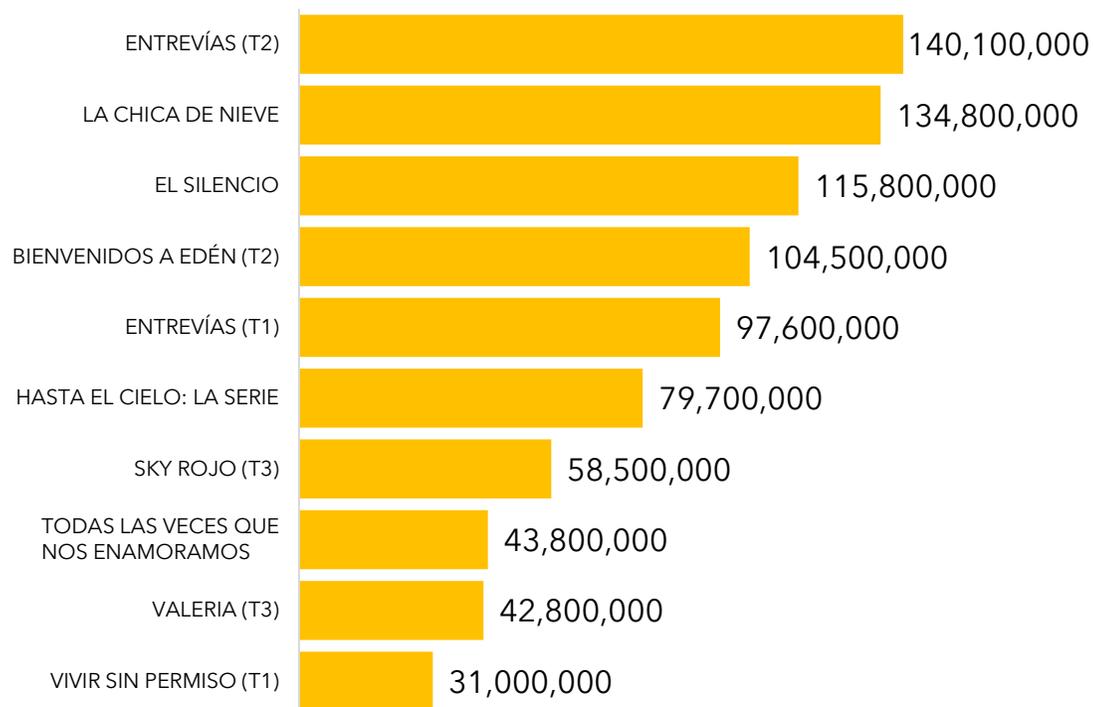
TÍTULO	GÉNERO	ESPECTADORES ÚNICOS	ALCANCE
First Dates (Cuatro)	Dating show	18.266.000	44.5%
El hormiguero (A3)	Talk show	16.706.000	40.7%
Telediario 2 (La1)	Informativo	16.331.000	39.8%
A3 Noticias 2 (A3)	Informativo	16.322.000	39.7%
La ruleta de la suerte (A3)	Concurso	15.161.000	36.9%

LO + CONSUMIDO

RANKING POR VOLUMEN DE HORAS VISUALIZADAS

NETFLIX

Ámbito: Mundo



TV LINEAL

Ámbito: España

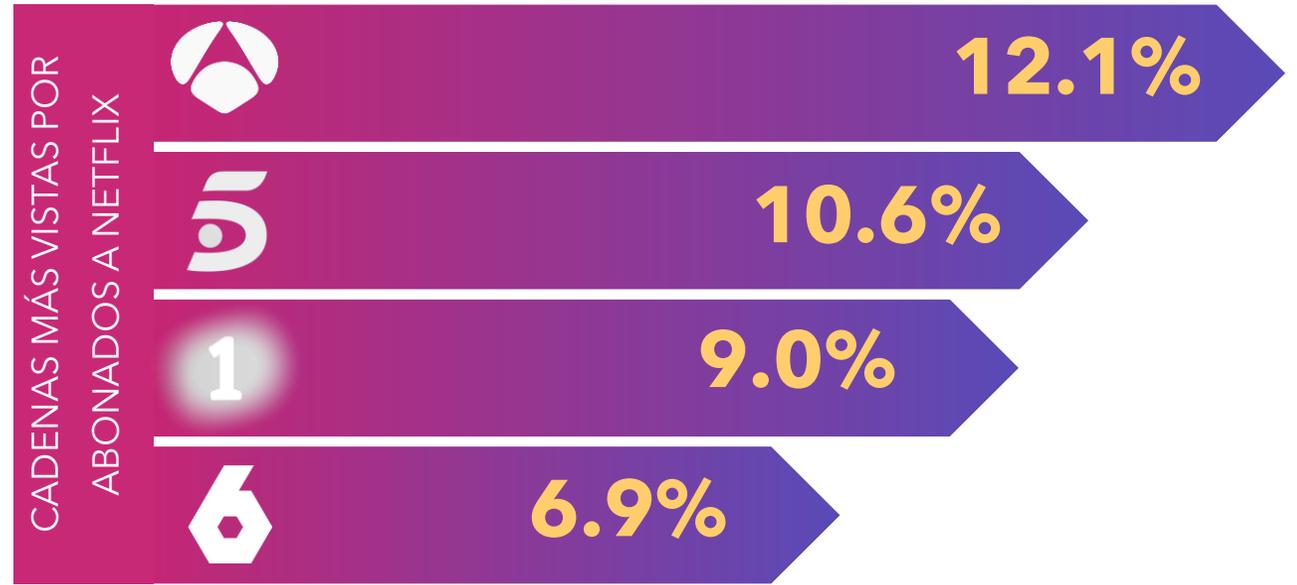


NETFLIX EN TV LINEAL

Suele coincidir que lo más visto en la plataforma Netflix es contenido que ya ha pasado por la TV Lineal. Es el caso de series como 'Entrevías' o 'La casa de papel', que primero triunfaron en abierto para luego situarse entre lo más visto en Netflix.

Pero ¿qué consumen los abonados de Netflix en la TV Lineal actual? En este primer trimestre del año, Antena 3 es la cadena preferida por este público con el 12.1% de share, seguida de Telecinco con el 10.6% de cuota

En cuanto a los contenidos más vistos por los abonados a Netflix y dejando a un lado los eventos deportivos, la gala de 'Los Goya' ha sido lo más consumido superando los 1.1 millones de espectadores. Buenos resultados también entre los abonados a Netflix para la final del 'Benidorm Fest' en La1 que supera los 900K espectadores.



CONTENIDOS MÁS VISTOS EN TELEVISIÓN LINEAL POR ABONADOS A NETFLIX	CONTENIDO	CADENA	AM(000)	SHARE%
	Los Goya	La1	1.118.000	29%
	Benidorm Fest: Final	La1	909.000	20.8%
	El hormiguero	A3	816.000	15.5%
	A3 Noticias 2	A3	814.000	17%
	Sueños de libertad	A3	769.000	13.3



Estudio

Estudio elaborado por la consultora audiovisual DOS30.



Fuentes

Informe basado en los datos de Kantar Media, Netflix y SigmaDos30.



Público objetivo

Individuos mayores de 4 años.
Ranking por espectadores únicos: +16años.



Período

Enero a Marzo de 2024.
Ranking por horas visualizadas: primer semestre 2023.



Ámbito

La población objeto de estudio: España.
Ranking por horas visualizadas: Mundo.



¡GRACIAS!

Para más información contactar con
alex@dos30.com

DOS30'
www.dos30.com