



# II Estudio Anual IAB Spain **TV Conectada y Vídeo Online**

Noviembre 2014 #IABestudioTVC Versión Completa

Elaborado por



Patrocinado por



1. Descripción del estudio: Objetivos y Metodología.
2. Dimensionamiento y perfil usuario TVC.
3. SmartTV.
4. Convivencia TV tradicional vs. TV Conectada
5. No usuarios de TV Conectada.
6. Vídeo Online (V.O.).
7. Conclusiones.

# Descripción del estudio

### TV Conectada (TVC)

1. Dimensionar el mercado y ver evolución vs 2013.
2. Identificar cómo se conectan las TVs
3. Analizar diferencias de uso entre TV tradicional y TV conectada.
4. Perfil del usuario de TV conectada
5. Cuantificar cuántos hogares tiene Smart TV y la tienen conectada.

### Video Online

1. Identificar el contenido que se visualiza y el dispositivo asociado a cada contenido.
2. Entender cómo los contenidos de vídeo online están sustituyendo a la TV tradicional.
3. Medir la interactividad de usuarios con el video.
4. Rol de la publicidad en contenidos de VO.
5. Analizar la aceptación de diferentes modelos de negocio.



### Universo

- Individuos residentes en España, de 16 a 55 años de edad.



### Ámbito geográfico

- España.



### Trabajo de campo

- Del 26 al 31 de agosto de 2014.



### Error muestral

- El error muestral de los datos globales es de  $\pm 3,1\%$  con un nivel de confianza del 95,5% y  $p=q=0.5$ .



### Muestra obtenida

- Total = 1.007 casos.
- Muestreo: aleatorio, a partir de la distribución de la población española (según datos publicados), con cuotas de sexo y edad.



### Técnica

- **C.A.W.I.** (Entrevista auto administrada por ordenador online)
- Realizada sobre los miembros del Panel Online Consupermiso.com.

# Dimensionamiento y perfil usuario TVC



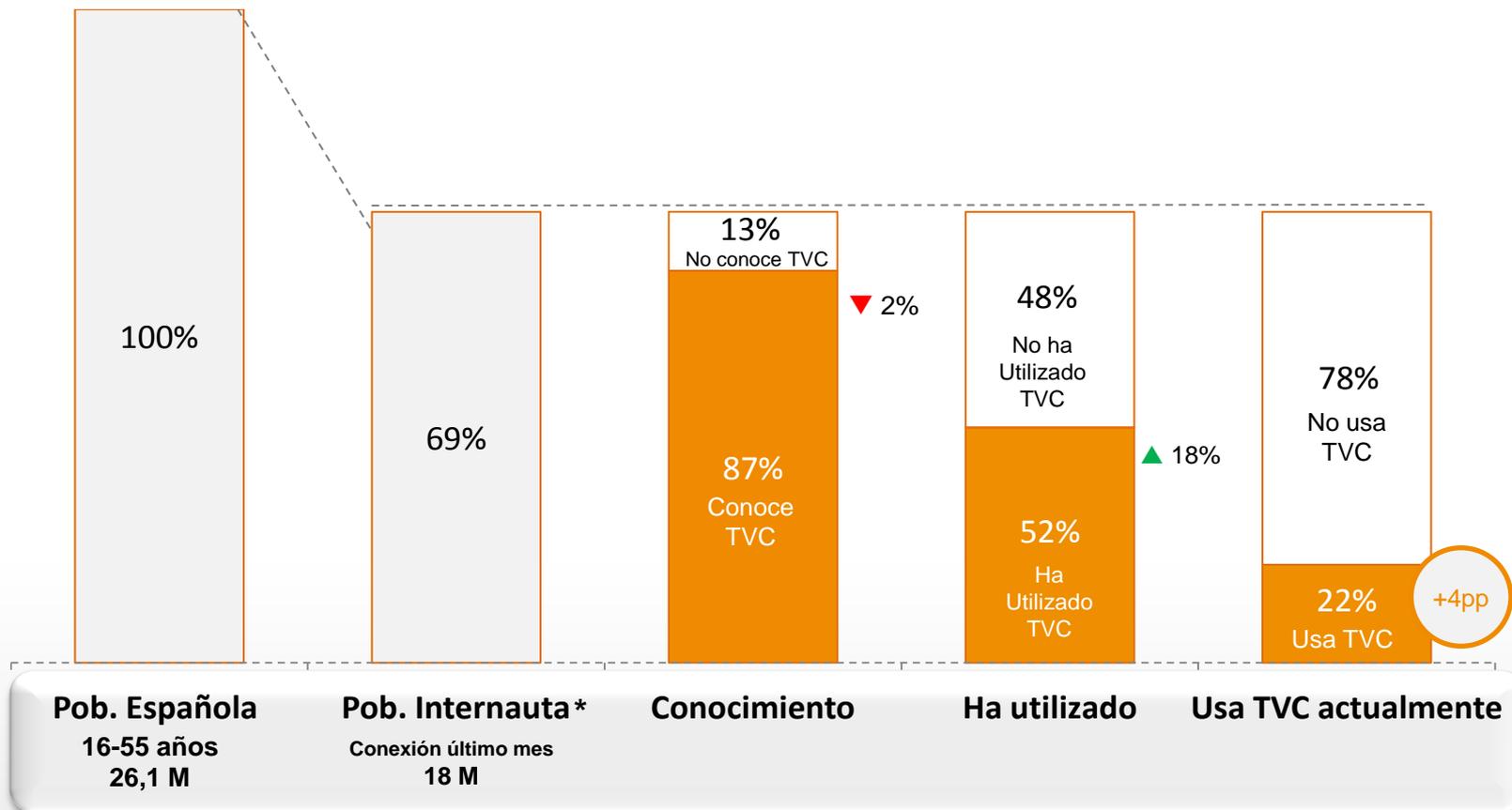


# Dimensionamiento y perfil usuario TVC

## ¿Cuántos conocen y/o utilizan TVC?



Sube ligeramente el uso habitual de TVC hasta el **22%** de internautas, aunque el **52%** la ha utilizado en alguna ocasión y el **87%** ya la conoce..



\*Fuente: AIMC (Audiencia de Internet en el EGM – Abril-Mayo 2014. Ha pasado del 64% al 69%.

Diferencia significativa respecto al 2013

Base: 1.007



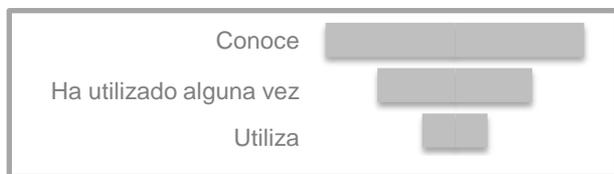
- ¿A través de qué dispositivos te conectas a Internet?
- Nos has dicho que nunca te conectas a Internet a través de la TV Conectada. Por favor indica tu nivel de conocimiento de las existencias /funcionamiento de esta posibilidad



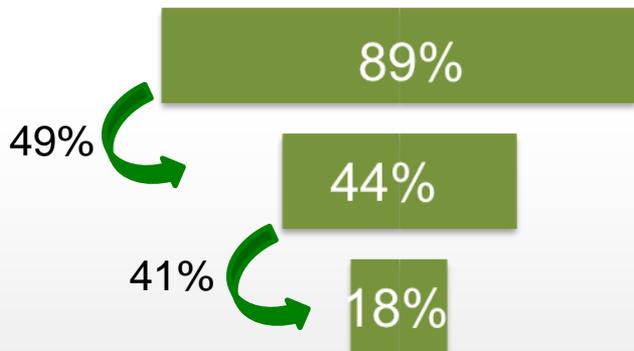
# Dimensionamiento y perfil usuario TVC

## ¿Cuántos conocen y/o utilizan TVC?

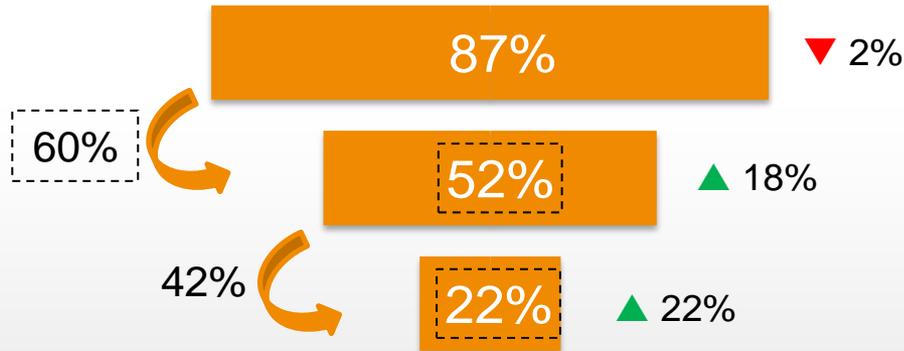
- El conocimiento de la TVC se mantiene pero aumenta el porcentaje de individuos que la han utilizado en algún momento, así como los que la continúan utilizando.
- Un 60% de los que la conocen la han utilizado alguna vez, dato significativamente superior a 2013.



**2013**  
Base: 1.147



**2014**  
Base: 1.007



□ Dif. significativas.  
Base: 1.007

• ¿A través de qué dispositivos te conectas a Internet?  
 • Nos has dicho que nunca te conectas a Internet a través de la TV Conectada. Por favor indica tu nivel de conocimiento de las existencias /funcionamiento de esta posibilidad

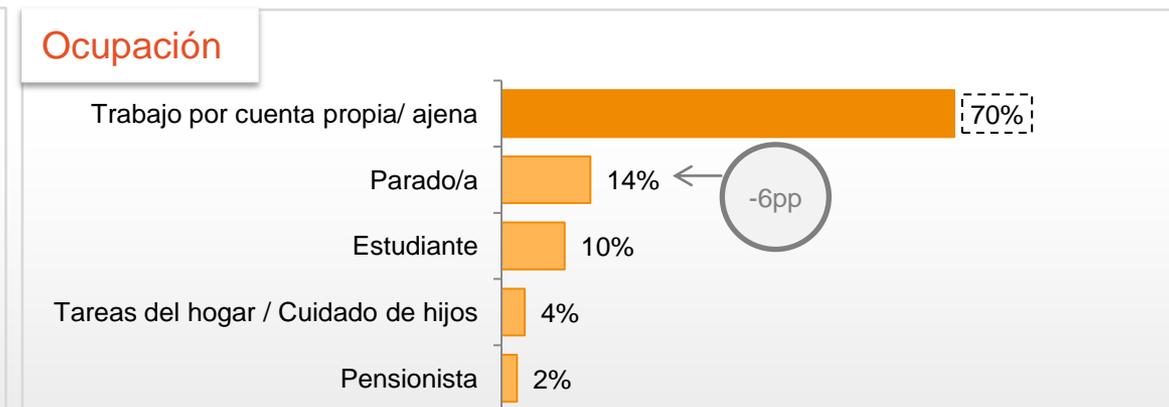
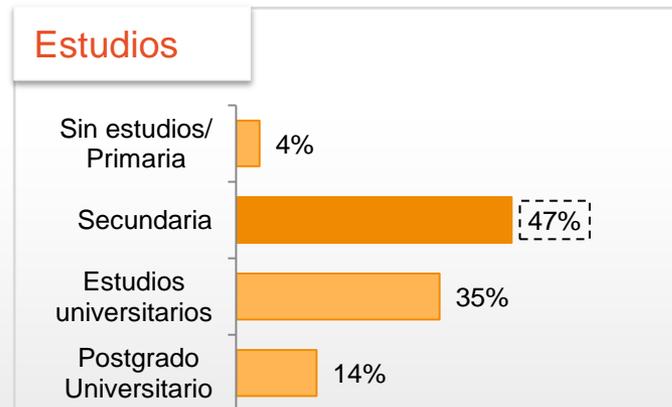
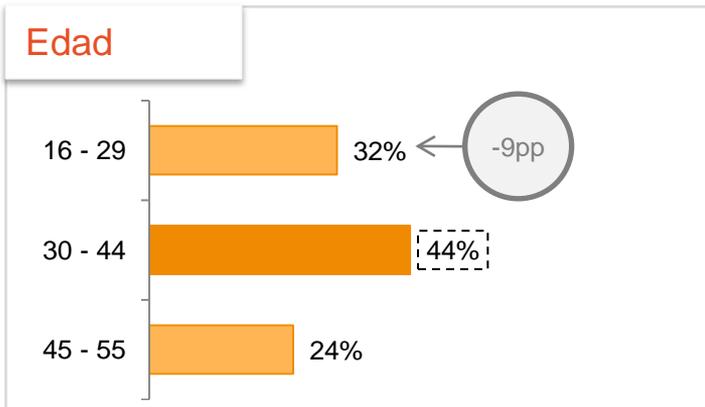
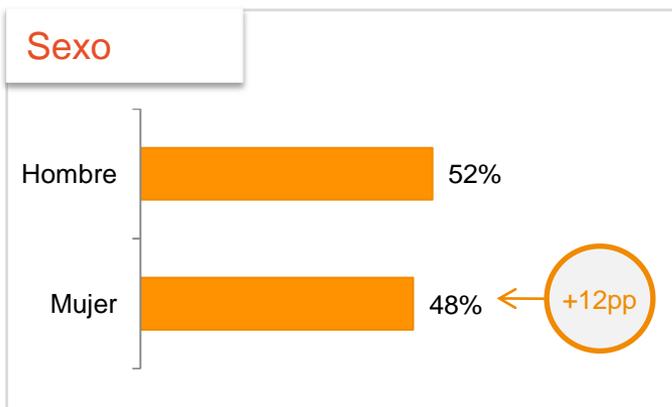


# Dimensionamiento y perfil usuario TVC

## ¿Quién utiliza TVC?



- El perfil del usuario de TVC se homogeneiza a nivel de género y composición del hogar.
- Se acentúa el perfil de mediana edad, con trabajo y estudios secundarios o superiores.



○ Diferencia significativa respecto al 2013

▭ Dif.significativas.

Base usuarios TVC: 222

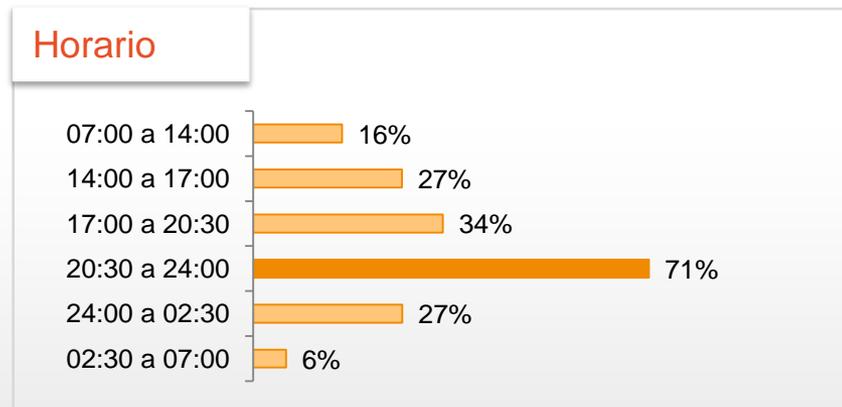
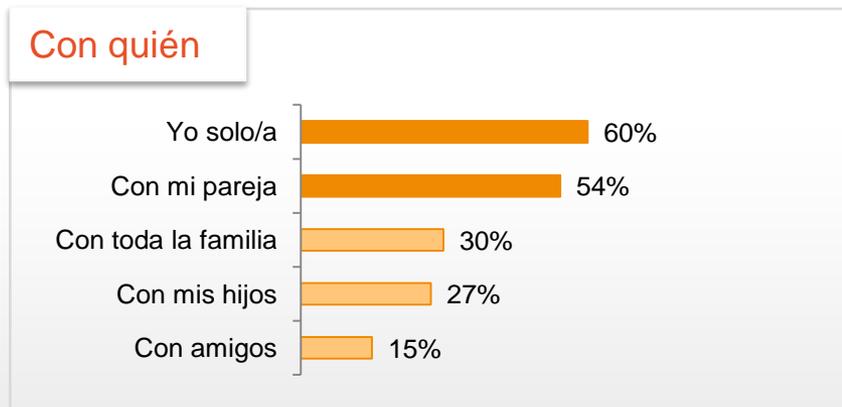
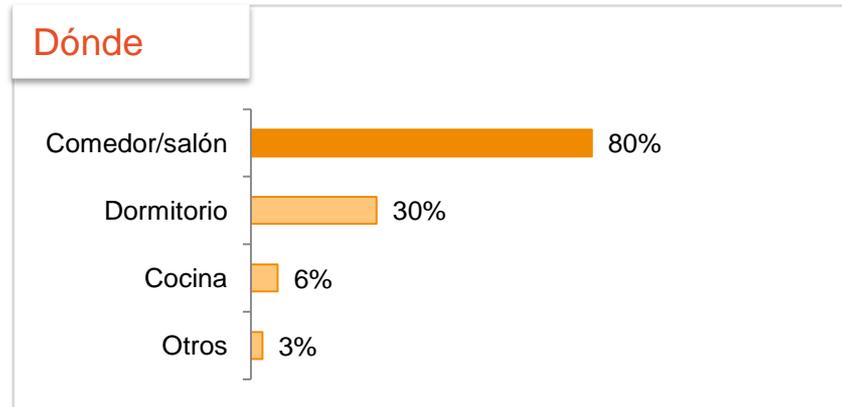
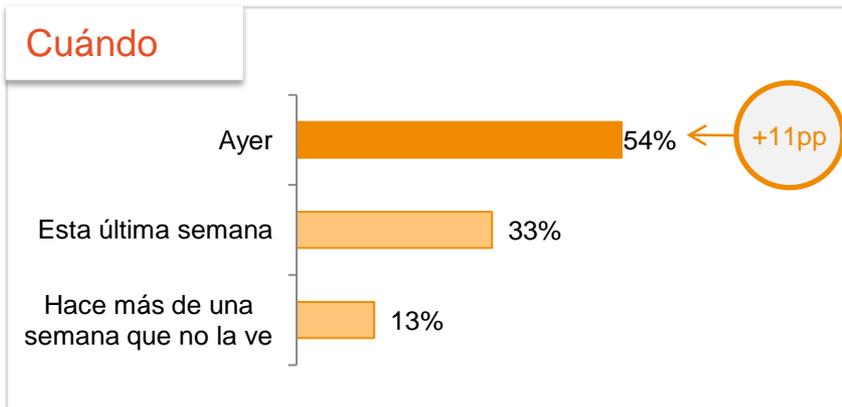




# Dimensionamiento y perfil usuario TVC

## ¿Cómo utiliza la TVC?

- La frecuencia de uso diaria de la TVC aumenta un 20% y llega al 53% de los usuarios.
- El lugar para utilizarla sigue siendo el comedor/salón.
- Se mantiene el uso sólo o acompañado de la pareja como el más habitual, así como el horario prime time



Diferencia significativa respecto al 2013

Dif.significativas.

Base usuarios TVC: 222

- ¿Cuándo fue la última vez que utilizaste TV Conectada?
- ¿En qué lugar sueles utilizar la TV Conectada?
- ¿con quién sueles utilizar la TV Conectada?
- ¿En qué momentos del día utilizas la TV Conectada?



# Dimensionamiento y perfil usuario TVC

## ¿Cuántos conocen y/o utilizan TVC?



Tabla de datos completa de slides anteriores:

2013 (Base: 1.147)	sexo Total	SEXO		EDAD		
		Mujer	Hombre	16-29	30-44	45-55
Conoce TVC	89%	85%	91%	90%	88%	87%
Ha utilizado alguna vez TVC	44%	37%	49%	48%	44%	34%
Utiliza TVC	18%	14%	22%	22%	17%	16%

2014 (Base: 1.007)	TOTAL	SEXO		EDAD		
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55
Conoce TVC	87%	84%	89%	85%	87%	88%
Ha usado alguna vez TVC	52%	48%	57%	61%	52%	44%
Usuarios TVC	22%	21%	24%	25%	23%	19%

■ Dif. significativas.



- ¿A través de qué dispositivos te conectas a Internet?
- Nos has dicho que nunca te conectas a Internet a través de la TV Conectada. Por favor indica tu nivel de conocimiento de las existencia /funcionamiento de esta posibilidad



# Dimensionamiento y perfil usuario TVC

## ¿Cómo utiliza la TVC?



### Tabla de datos completa de slides anteriores:

	TOTAL	SEXO		EDAD			
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	
<b>CUANDO</b>	Ayer	54%	52%	57%	53%	62%	43%
	Esta última semana	33%	32%	34%	36%	28%	36%
	Hace más de una semana que no la ve	13%	17%	10%	11%	10%	21%
<b>DÓNDE</b>	Comedor/salón	80%	86%	74%	75%	81%	85%
	Dormitorio	30%	28%	31%	30%	36%	17%
	Cocina	6%	8%	4%	7%	7%	4%
	Otros	3%	1%	4%	2%	3%	2%
<b>CON QUIÉN</b>	Yo solo/a	60%	57%	62%	76%	52%	52%
	Con mi pareja	54%	63%	45%	51%	53%	61%
	Con toda la familia	30%	29%	31%	27%	36%	21%
	Con mis hijos	27%	35%	19%	10%	33%	38%
	Con amigos	15%	13%	17%	14%	22%	4%
	Otros	0%	0%	1%	0%	1%	0%
<b>HORARIO</b>	07:00 a 14:00	16%	19%	13%	9%	23%	12%
	14:00 a 17:00	27%	24%	29%	25%	33%	17%
	17:00 a 20:30	34%	32%	37%	40%	32%	31%
	20:30 a 24:00	71%	74%	69%	71%	72%	71%
	24:00 a 02:30	27%	31%	23%	18%	32%	30%
	02:30 a 07:00	6%	6%	6%	2%	10%	4%

- ¿Cuándo fue la última vez que utilizaste TV Conectada?
- ¿En qué lugar sueles utilizar la TV Conectada?
- ¿con quién sueles utilizar la TV Conectada?
- ¿En qué momentos del día utilizas la TV Conectada?

 Dif.significativas.

Base usuarios TVC: 222



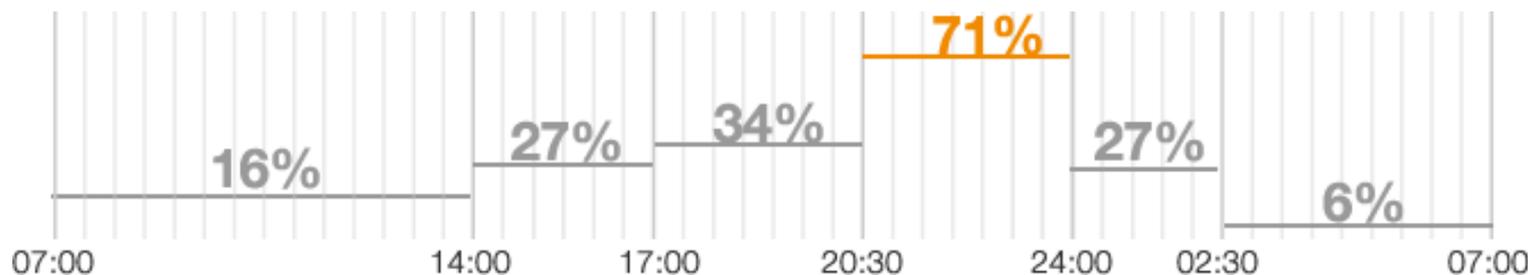


# Dimensionamiento y perfil usuario TVC

## ¿Cómo utiliza la TVC?

- El uso solo o acompañado de la pareja sigue siendo lo más habitual, así como el horario de 20:30 a 24:00, ya como en 2013.

### HORARIOS



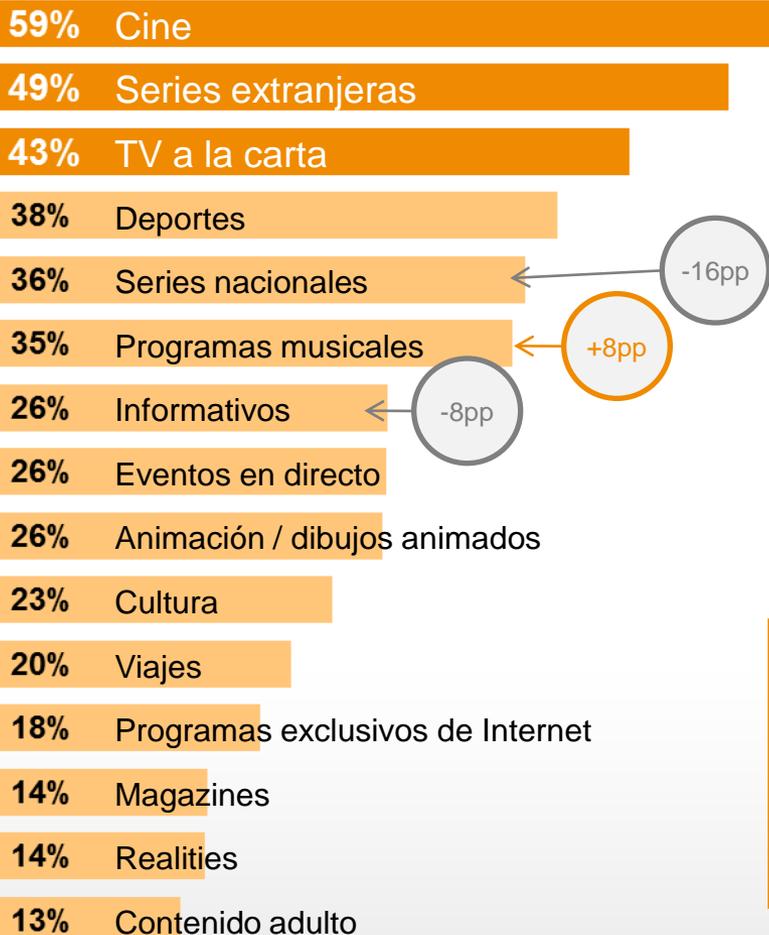
### CON QUIÉN





# Dimensionamiento y perfil usuario TVC ¿Qué consume a través de la TVC?

## Contenidos audiovisuales



## Actividades



- **Cine, series extranjeras y la TV a la carta** son los contenidos más consumidos a través de la TVC.
- **Series nacionales e Informativos** pierden presencia
- Escuchar **música o la radio** es la principal alternativa

○ Diferencia significativa respecto al 2013

Base usuarios TVC: 222



- Del siguiente listado, ¿qué contenidos ves a través de la TV Conectada?
- Del siguiente listado, ¿qué actividades realizas a través de la TV Conectada?



# Dimensionamiento y perfil usuario TVC

## ¿Qué consume a través de la TVC?



Tabla de datos completa de slides anteriores:

	TOTAL	SEXO		EDAD			
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	
CONTENIDOS AUDIOVISUALES	Cine	59%	52%	65%	56%	59%	62%
	Series extranjeras	49%	51%	47%	50%	53%	41%
	TV a la carta	43%	44%	41%	37%	48%	40%
	Deportes	38%	24%	51%	29%	43%	39%
	Series nacionales	36%	40%	32%	34%	38%	33%
	Programas musicales	35%	30%	39%	45%	36%	19%
	Informativos	26%	28%	25%	23%	28%	28%
	Eventos en directo	26%	22%	31%	27%	30%	19%
	Animación / dibujos animados	26%	27%	25%	23%	33%	17%
	Cultura	23%	20%	25%	17%	29%	19%
	Viajes	20%	20%	21%	17%	25%	16%
	Programas exclusivos de Internet	18%	14%	21%	17%	23%	10%
	Magazines	14%	13%	16%	8%	19%	14%
	Realities	14%	17%	12%	15%	16%	10%
	Contenido adulto	13%	8%	17%	10%	17%	7%
Otros	2%	1%	2%	0%	3%	2%	

	TOTAL	SEXO		EDAD			
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	
ACTIVIDADES	Escuchar música, radio	56%	55%	56%	64%	58%	42%
	Email	35%	36%	35%	29%	45%	26%
	Videojuegos	33%	24%	41%	31%	37%	27%
	Prensa, revista, blogs, foros	31%	23%	38%	29%	36%	25%
	Redes sociales	30%	30%	30%	32%	32%	26%
	Compras a través de Internet	24%	25%	24%	26%	30%	12%
	Videollamadas, comunicaciones	21%	21%	21%	19%	27%	12%
	Gestiones bancarias	19%	20%	17%	9%	31%	8%
	Otros	1%	2%	1%	0%	3%	0%
	No realizo ninguna actividad, sólo veo contenidos	21%	29%	13%	19%	16%	31%

Dif. significativas.

Base usuarios TVC: 222



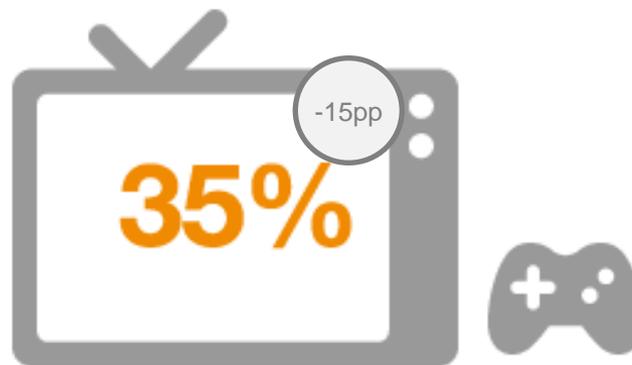
- Del siguiente listado, ¿qué contenidos ves a través de la TV Conectada?
- Del siguiente listado, ¿qué actividades realizas a través de la TV Conectada?



## ¿Desde que dispositivos accede a la TVC?

Las Smart TVs se convierten **por primera vez** en la principal forma de ver TV conectada (20% más que en 2013), en detrimento de la TV con consola

Se mantiene penetración de TV + PC así como de Blue Ray. Primera vez que preguntamos por **TDT Híbrida**



○ Diferencia significativa respecto al 2013

Base usuarios TVC: 222

• ¿A través de qué dispositivos te conectas a Internet?



# Dimensionamiento y perfil usuario TVC

## Likes y dislikes: TVC

### LIKES

29% Acceso a contenidos/ Internet cuando quieres

20% Comodidad/Rapidez/Facilidad

7% Tamaño de la pantalla

7% Más variedad/canales/opciones

4% Ver películas/series

4% Calidad de imagen y sonido

3% Todo me gusta

2% Práctico/ Entretenido

Han usado alguna vez TVC  
Usuarios actuales TVC

Han usado alguna vez TVC

Han usado alguna vez TVC

### DISLIKES

Valoración promedio 6,6

usuarios de TVC (7,6)

- **Aspectos positivos:** El poder acceder a Internet y a contenidos cuando se desea, así como la comodidad, facilidad y rapidez son los aspectos que más gustan.
- **Aspectos negativos:** Mientras que los negativos son la complejidad de conexión/ cableado y la baja velocidad. Aquellos que han utilizado la TVC y no continúan haciéndolo es debido a conexión/cableado y la dificultad de uso

Han usado alguna vez TVC  
Usuarios actuales TVC

Han usado alguna vez TVC

Han usado alguna vez TVC  
Usuarios actuales TVC

Tipos de conexión/ cableado 11%

Baja velocidad 6%

Coste (dispositivos, contenidos, luz, etc...) 3%

Difícil de utilizar 2%

Puede llegar a enganchar 2%

Poca variedad de contenidos 2%

Mala calidad 2%

Seguridad publicidad 2%

☐ Dif.significativas.

Conoce TVC: 871



# Dimensionamiento y perfil usuario TVC

## Resumen del perfil

**52%** (hombres) / **48%** (mujeres)

El espectador es de ambos sexos

**35%**

Tiene estudios universitarios

**43%**

Tienen entre 30– 44 años

**60%**

Usa la TVC sólo (o con pareja **54%**)

**80%**

Usa la TVC en el comedor/salón

**59%**

Ve cine  
(**35%** series extranjeras  
**43%** TV a la carta  
**56%** escuchan música/radio)

**54%**

Utiliza la SmartTV (TV+consola **35%**)

**71%**

Usa la TVC de 20:30 a 24:00

Base usuarios TVC: 222

# SmartTV





## USO DE LAS SMART TV

**4.500.000**

personas tienen SmartTV

**48%**

Lo usan para conectarse

**52%**

No lo usan para conectarse

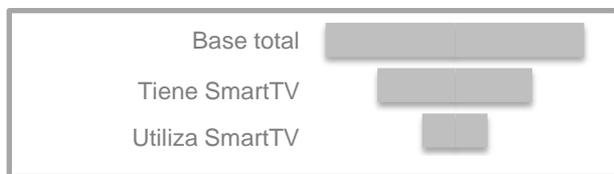
A los 18M de internatutas del inicio, le aplicamos el 25% de penetración de la SmartTV



# SmartTV

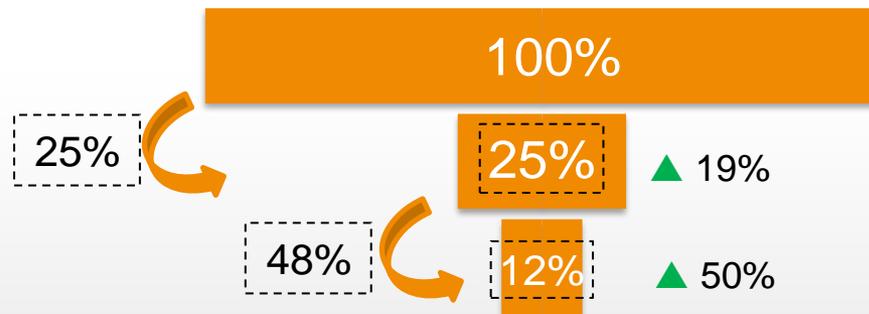
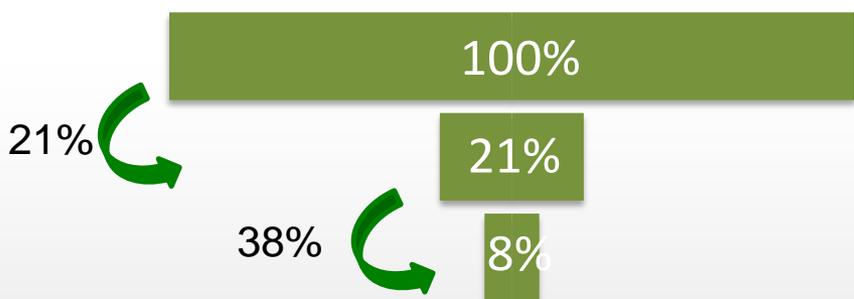
## Dimensionamiento y uso de la SmartTV

- **1 de cada 4 usuarios** declara tener una Smart TV, aunque sólo la mitad la utilizan.
- La penetración de la SmartTV ha aumentado ligeramente, aunque sube de manera significativa quienes la conectan y utilizan.



**2013**  
Base: 1.147

**2014**  
Base: 1.007



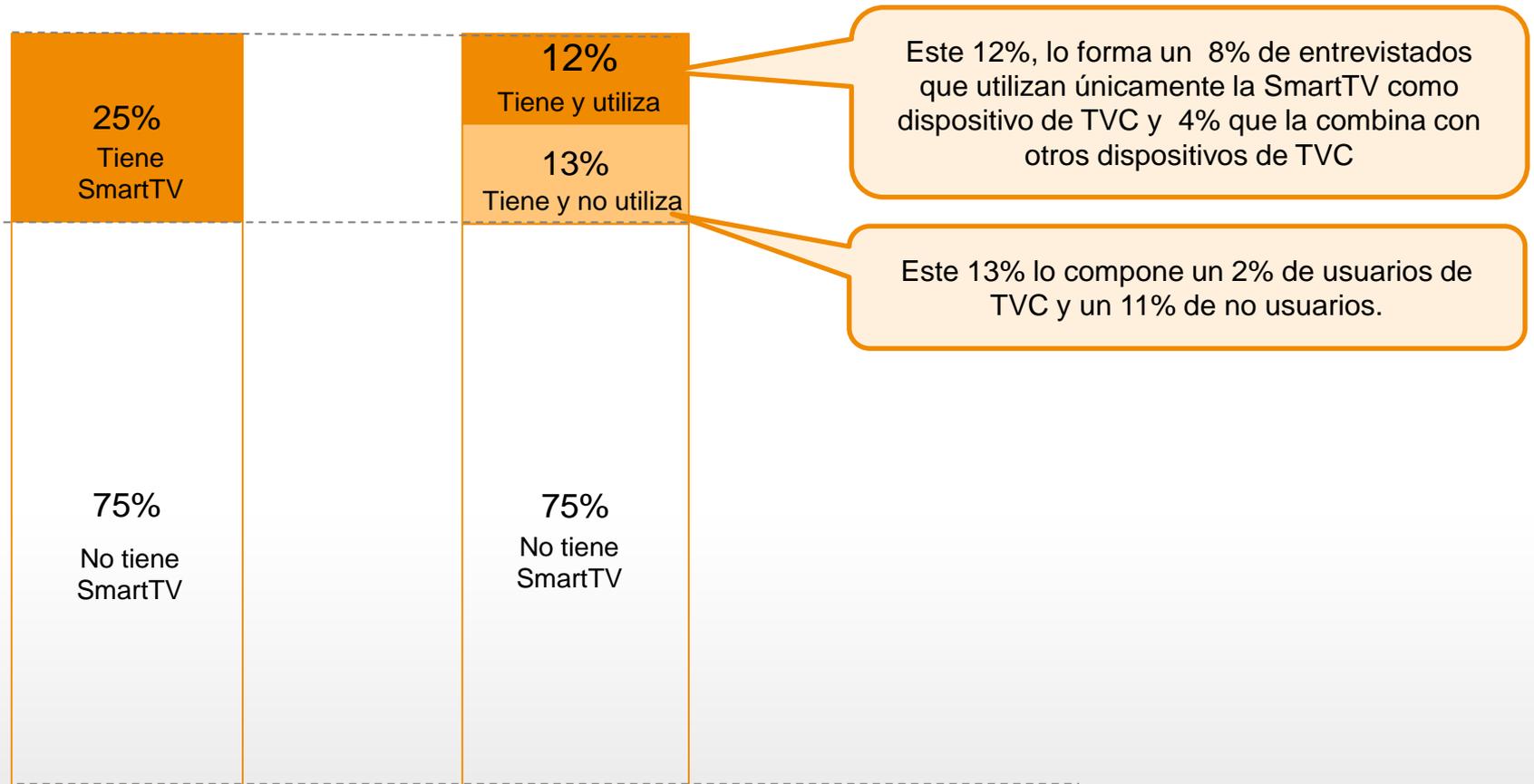
☐ Dif. significativas.

Base: 1.007

- ¿A través de qué dispositivos te conectas a Internet?
- Nos has dicho que no utilizas SmartTV para conectarte a Internet. Por favor, selecciona de la siguientes opciones la razón para ello. (No tengo Smart TV / Tengo SmartTV pero no la utilizo).



- Sólo **la mitad** de los que declaran tener una SmartTV la utilizan (12%), y para la mayoría de ellos es el único dispositivo que utilizan como TV Conectada.

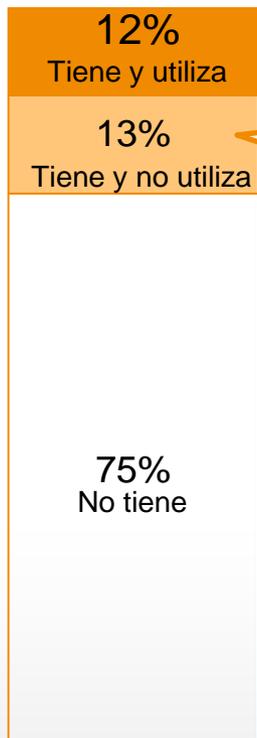


- ¿A través de qué dispositivos te conectas a Internet?
- Nos has dicho que no utilizas SmartTV para conectarte a Internet. Por favor, selecciona de la siguientes opciones la razón para ello. (No tengo Smart TV / Tengo SmartTV pero no la utilizo).

Base: 1.007



- Las principales barreras de uso son tener otros dispositivos de conexión, aunque sube significativamente (43%) por **problemas de conexión** (no tener o ser muy lenta).



○ Diferencia significativa respecto al 2013

□ Dif.significativas.

Base: 1.007



Nos has dicho que a pesar de tener una SmartTV no la utilizas para conectarte a Internet, ¿por qué motivo?



	TOTAL	SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
No tengo SmartTV	75%	78%	72%	70%	76%	77%	36%	86%
Tengo SmartTV pero no la utilizo	13%	12%	15%	15%	14%	11%	10%	14%
Tengo SmartTV y la utilizo	12%	11%	14%	14%	11%	11%	54%	0%

Tabla de datos completa de slides anteriores

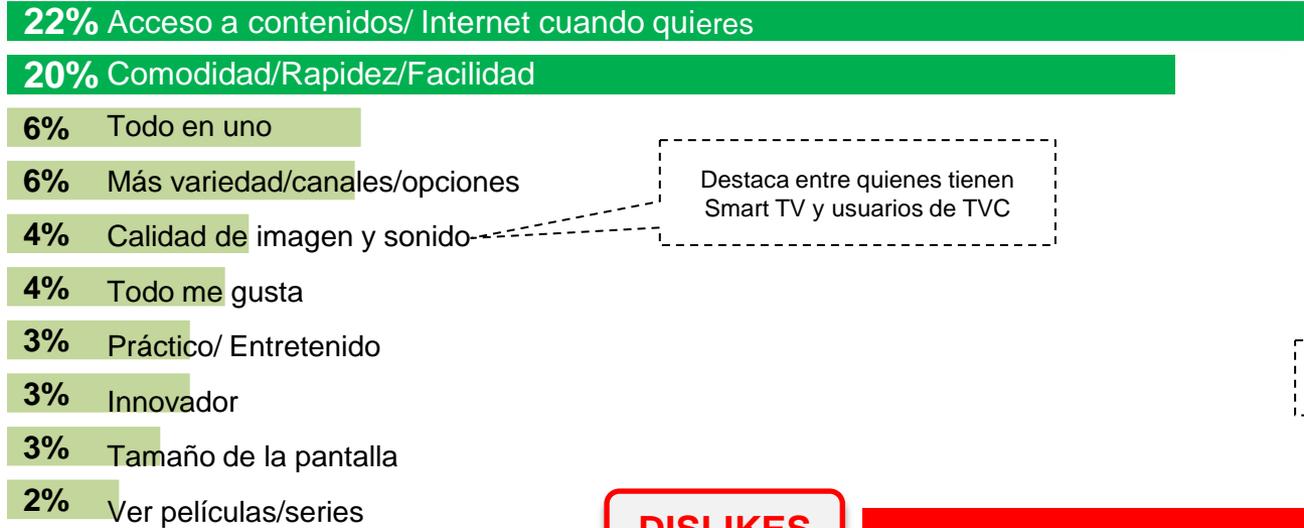
- ¿A través de qué dispositivos te conectas a Internet?
- Nos has dicho que no utilizas SmartTV para conectarte a Internet. Por favor, selecciona de la siguientes opciones la razón para ello. (No tengo Smart TV / Tengo SmartTV pero no la utilizo).

Base: 1.007



# SmartTV Likes y dislikes

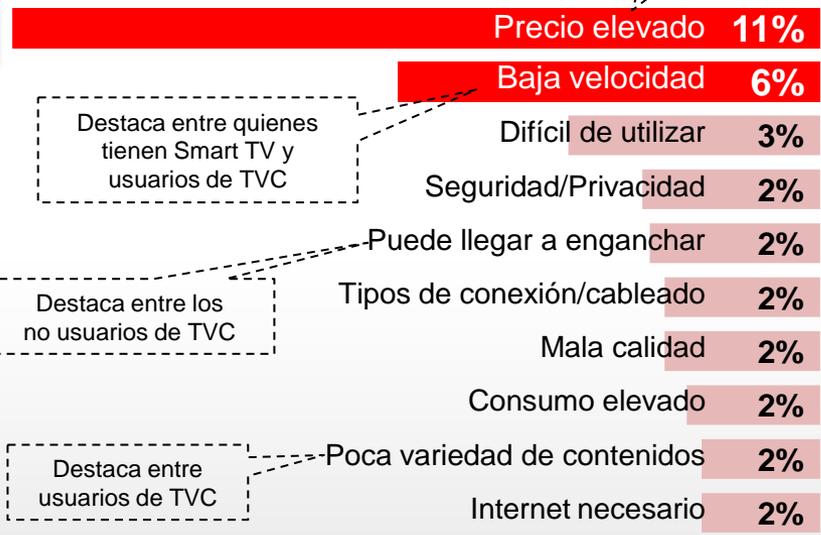
## LIKES



Destaca entre quienes tienen Smart TV y usuarios de TVC

Destaca entre quienes no tienen Smart TV

## DISLIKES



usuarios de TVC (7,6)

Destaca entre quienes tienen Smart TV y usuarios de TVC

Destaca entre los no usuarios de TVC

Destaca entre usuarios de TVC

### Valoración promedio 6,9

- **Aspectos positivos:** El poder acceder a Internet y a contenidos cuando se desea, así como la comodidad, facilidad y rapidez, los mismos aspectos positivos de la TVC
- **Aspectos negativos:** Su precio elevado y la baja velocidad son los aspectos que menos gustan de este dispositivo de TVC.

□ Dif. significativas.

Conoce TVC: 871

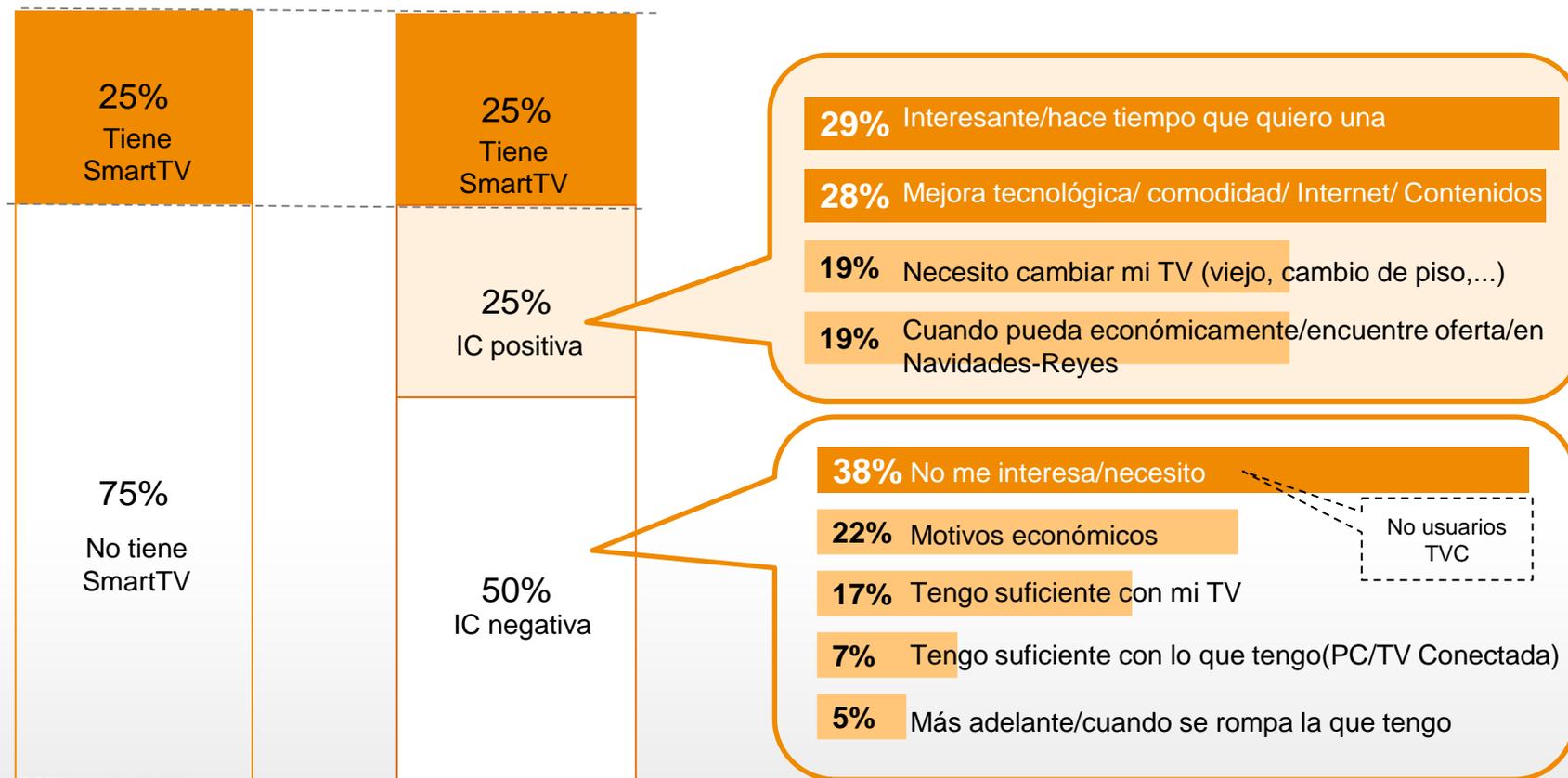


• ¿Cuál sería es aspecto más positivo que destacarías de la SmartTV? ¿Y el más negativo?



# SmartTV: Intención de compra

- Se observa una **importante intención de compra** para 2015
- **Impulsores:** el interés, el acceso a nuevas tecnologías y la renovación del dispositivo.
- **Barreras:** el desinterés, motivos económicos, falta de percepción de valor añadido.



- ¿A través de qué dispositivos te conectas a Internet? «SmartTV»
- Nos has dicho que no utilizas SmartTV para conectarte a Internet. Por favor, selecciona de la siguientes opciones la razón para ello. (No tengo Smart TV / Tengo SmartTV pero no la utilizo).
- Nos has dicho que no tienes SmartTV. ¿Estás considerando comprar una en los próximos 12 meses

Dif.significativas.

Base: 1.007

# Convivencia TV tradicional vs. TV Conectada

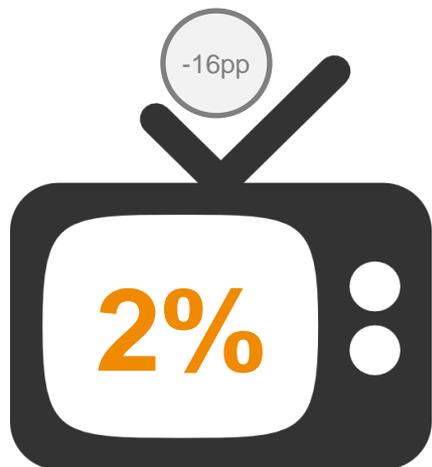




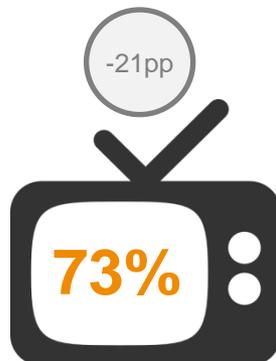
# Convivencia TVT vs. TVC

## Sustitución de la TV tradicional

Desde que utilizas la TV Conectada, dirías que ves TV Tradicional....



**más** que antes



el **mismo** tiempo que antes



**menos** que antes

La TVC hace que una cuarta parte de sus usuarios **reduzca** uso de TVT.

**29%**

He dejado de ver por completo en TV tradicional los programas que puedo ver en TV Conectada

Diferencia significativa respecto al 2013

- Desde que utilizas la TV Conectada, dirías que ves TV Tradicional....
- indícanos cómo se ajustan a la realidad estas afirmaciones que te mostramos. (Se ajusta mucho/ bastante/ poco,/no se ajusta nada)

Base usuarios TVC: 222

## Distribución contenidos visionados

- Aunque los contenidos vistos en TVC y TVT son parecidos, los **informativos** se incorporan a la TV tradicional, mientras que la TVC incorpora la **TV a la carta**.



### Distribución contenidos visionados en TV Tradicional



### Distribución contenidos visionados en TVC



- ¿Qué contenidos sueles ver en la TV tradicional?
- Del siguiente listado, ¿qué contenidos ves a través de la TV Conectada?

Base usuarios TVC: 222

Tabla de datos completa de slides anteriores

	TOTAL	SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
Informativos	74%	73%	75%	64%	77%	79%	77%	73%
Cine	76%	77%	75%	74%	74%	80%	76%	76%
Series extranjeras	67%	72%	63%	64%	71%	66%	73%	66%
Series nacionales	62%	66%	57%	61%	64%	59%	67%	60%
Deportes	54%	41%	67%	54%	56%	49%	63%	51%
Animación / dibujos animados	38%	39%	37%	38%	45%	26%	44%	36%
Cultura/enseñanza	44%	42%	46%	36%	46%	50%	44%	44%
Eventos en directo	28%	26%	31%	30%	27%	29%	38%	26%
Viajes	24%	26%	22%	19%	25%	27%	34%	21%
Programas/Vídeos musicales	22%	24%	21%	26%	24%	16%	32%	20%
Realities	23%	27%	18%	27%	25%	15%	26%	22%
Magazines	22%	28%	17%	15%	25%	26%	25%	22%
Contenido adulto	7%	5%	10%	7%	9%	6%	14%	6%
Otros	1%	2%	1%	0%	2%	2%	2%	1%

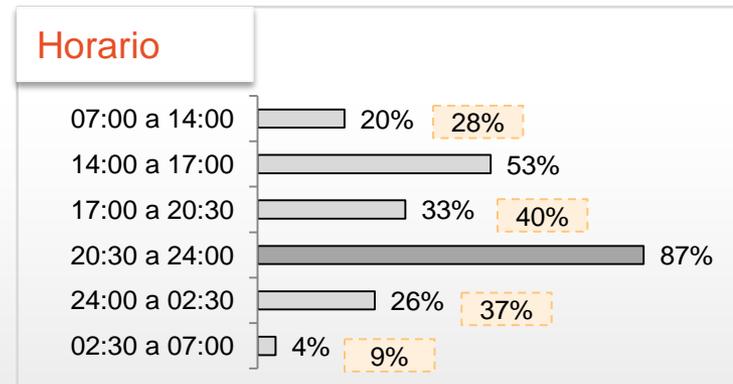
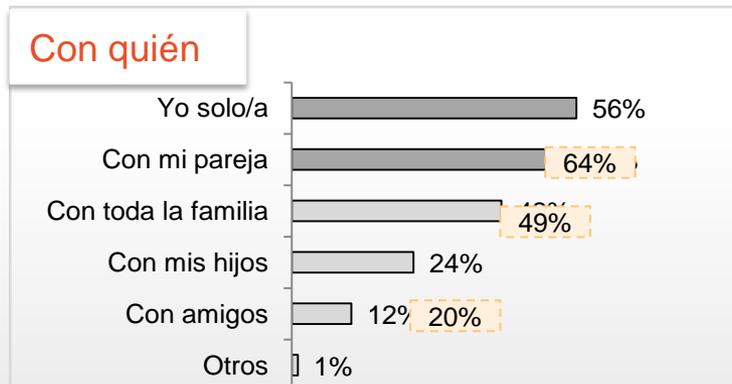
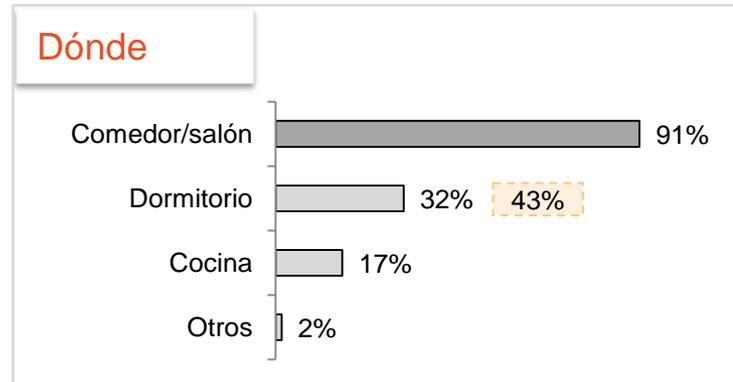
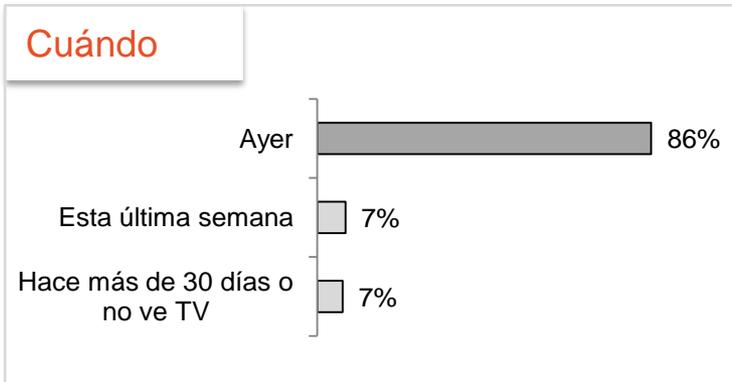
Dif. significativas.

Base usuarios TVC: 222

• ¿Qué contenidos sueles ver en la TV tradicional?

## ¿Cómo utiliza la TV tradicional?

- El consumo de **TV tradicional** entre los usuarios de TV Conectada es **más intenso**.
- El usuario de TV Conectada ve más la TV tradicional en el **dormitorio**, hace un uso más **social** (pareja, familia y amigos) y la ve más frecuentemente a lo **largo del día**.



Total  
 Base: 1.007  
 Usuarios TVC  
 (Dif Significativas)  
 Base: 222

- ¿Cuándo fue la última vez que utilizaste TV tradicional?
- ¿En qué lugar sueles utilizar la TV tradicional?
- ¿con quién sueles utilizar la TV tradicional?
- ¿En qué momentos del día utilizas la TV tradicional?

Base: 1.007



## Tabla de datos completa de slides anteriores

	TOTAL	SEXO		EDAD			USUARIOS TVC		
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO	
<b>CUANDO</b>	Ayer	86%	87%	86%	82%	87%	88%	86%	86%
	Esta última semana	7%	7%	8%	10%	7%	6%	7%	8%
	Hace más de 30 días o no ve TV	7%	6%	7%	8%	6%	6%	7%	6%
<b>DÓNDE</b>	Comedor/salón	91%	91%	90%	90%	89%	93%	92%	90%
	Dormitorio	32%	33%	31%	35%	36%	23%	43%	29%
	Cocina	17%	17%	16%	14%	17%	18%	20%	16%
	Otros	2%	1%	2%	1%	2%	1%	2%	1%
<b>CON QUIÉN</b>	Yo solo/a	56%	56%	57%	69%	53%	50%	61%	55%
	Con mi pareja	55%	55%	55%	51%	58%	55%	64%	52%
	Con toda la familia	42%	43%	40%	51%	41%	33%	49%	39%
	Con mis hijos	24%	27%	21%	6%	30%	33%	28%	23%
	Con amigos	12%	12%	12%	18%	12%	6%	20%	10%
	Otros	1%	2%	1%	1%	1%	2%	2%	1%
<b>HORARIO</b>	07:00 a 14:00	20%	21%	18%	24%	21%	14%	28%	17%
	14:00 a 17:00	53%	52%	53%	57%	51%	50%	56%	51%
	17:00 a 20:30	33%	40%	26%	28%	37%	33%	40%	32%
	20:30 a 24:00	87%	88%	86%	87%	85%	90%	88%	87%
	24:00 a 02:30	26%	24%	29%	26%	28%	25%	37%	24%
	02:30 a 07:00	4%	4%	4%	3%	5%	3%	9%	3%

Dif.significativas.

Base: 1.007

- ¿Cuándo fue la última vez que utilizaste TV tradicional?
- ¿En qué lugar sueles utilizar la TV tradicional?
- ¿con quién sueles utilizar la TV tradicional?
- ¿En qué momentos del día utilizas la TV tradicional?

# Convivencia TVT vs. TVC

## Uso TVC

- Alto porcentaje de gente que declara ver cada vez más TVC: indica una buena USX
- TVC: muy ligado a contenidos de **TV tradicional** a la **carta**.
- Un **45%** vincula la TV tradicional solamente a programas en **directo**.

**62%** declara que cada vez ve más TV Conectada.

Veo en TV Conectada...

**73%** Aquellos programas que no he podido ver en TV tradicional.

**56%** Contenidos adicionales a los emitidos en TV tradicional.

**47%** Vuelvo a ver mis programas favoritos aunque los haya visto en TV tradicional.

Veo en tradicional ...

**45%** Sólo veo en TV tradicional programas que se emiten en directo.

## Convivencia TVT vs. TVC

## Sustitución de la TV tradicional, DVD y Cine

- La TVC sigue **canibalizando** el consumo de salas de **cine** y de **DVDs**.
- Mismos niveles de sustitución respecto a 2013 .

## Ya que puedo ver las películas en TV Conectada...



**39%** He dejado de ir al cine por completo



**55%** He dejado de comprar DVDs por completo

**60%** He dejado de alquilar DVDs por completo



# Convivencia TVT vs. TVC

## Sustitución DVD y Cine (T2B)

### Tabla de datos completa de slides anteriores

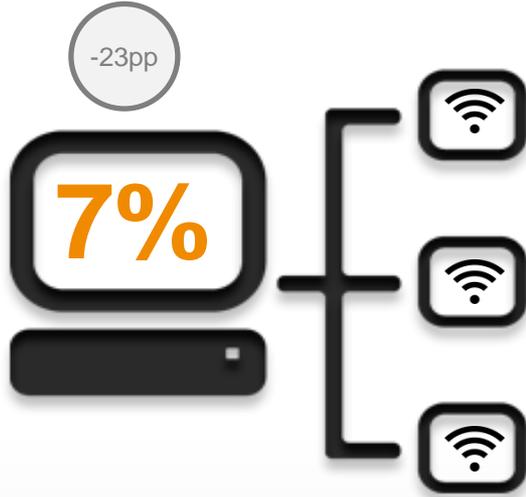
	TOTAL	SEXO		EDAD		
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55
Veo en TVC aquellos programas que no he podido ver en TV tradicional	73%	73%	73%	77%	73%	71%
En TVC veo contenidos adicionales a los emitidos en televisión	56%	50%	62%	52%	64%	48%
En TVC vuelvo a ver mis programas favoritos aunque los haya visto en TV tradicional	47%	44%	49%	49%	47%	45%
Sólo veo en TV tradicional programas que se emiten en directo	45%	38%	51%	41%	50%	40%
Cada vez veo más la TVC	62%	59%	65%	63%	68%	52%
He dejado de ver por completo en TV tradicional los programas que puedo ver en TVC	29%	30%	29%	32%	33%	19%
He dejado de ir al cine por completo ya que puedo ver las películas en TVC	39%	35%	43%	43%	40%	31%
He dejado de comprar DVDs por completo ya que puedo ver las películas en TVC	55%	55%	54%	57%	58%	47%
He dejado de alquilar DVDs por completo ya que puedo ver las películas en de TVC	60%	63%	56%	64%	58%	57%

• Indícanos cómo se ajustan a la realidad estas afirmaciones que te mostramos. (Se ajusta mucho/ bastante/ poco,/no se ajusta nada)

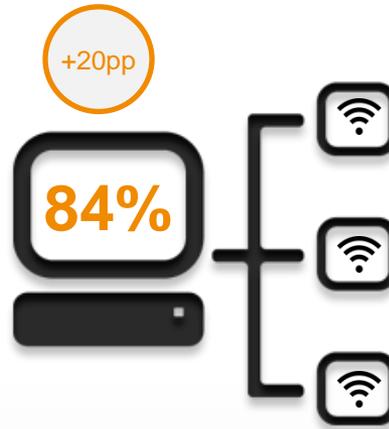
Base usuarios TVC: 222

Desde que utilizas la TV Conectada, dirías que para conectarte a Internet...

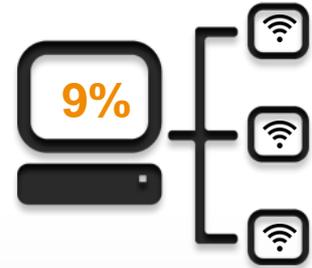
La TVC **no canibaliza** a otros **dispositivos** conectados: ni aumenta ni reduce su número



Utilizo más otros dispositivos



Utilizo los mismos dispositivos que antes



Utilizo menos otros dispositivos

○ Diferencia significativa respecto al 2013

# No usuarios de TV Conectada



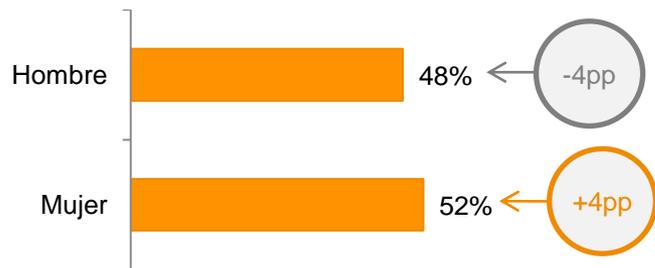


# No usuarios de TVC

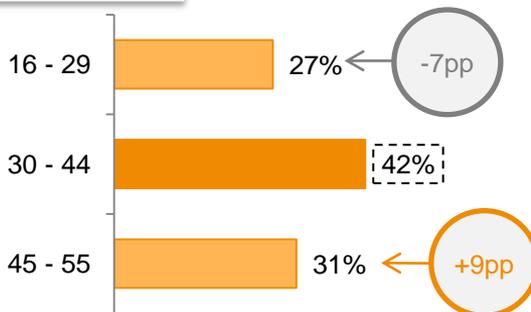
## ¿Quién no utiliza TVC?

- No existen diferencias sociodemográficas entre los usuarios de TVC y TVT.
- Sin diferencias por género, son personas entre 30- 55 años que cuentan con estudios secundarios o universitarios y más de la mitad trabajan por cuenta ajena.

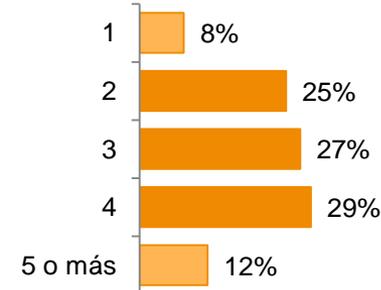
### Sexo



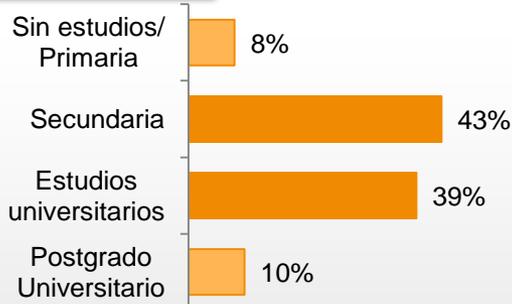
### Edad



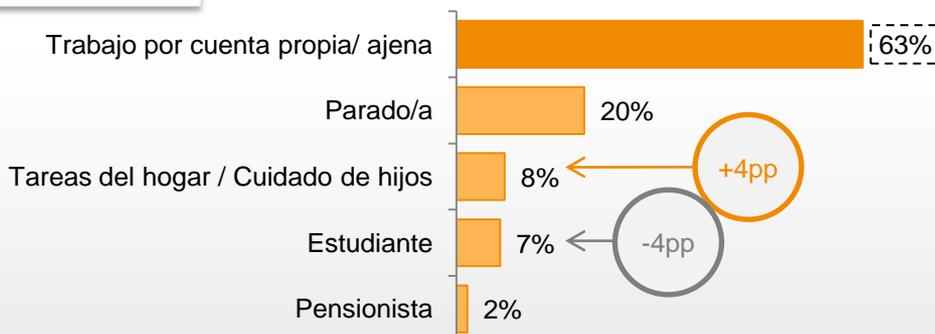
### Composición hogar



### Estudios



### Ocupación



○ Diferencia significativa respecto al 2013

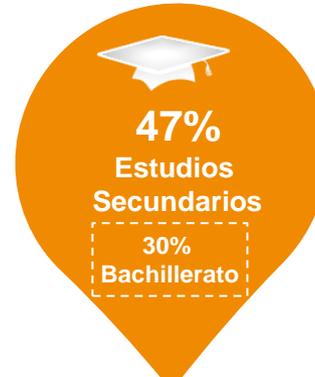
Base no usuarios TVC: 785



# No usuarios de TVC

## No usuarios vs. usuarios

### USUARIOS TVC



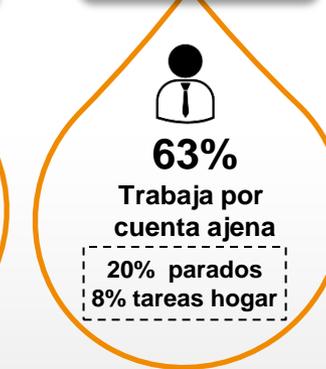
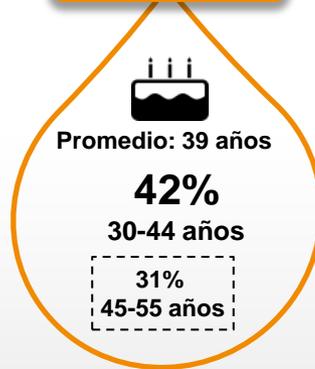
### SEXO

### EDAD

### HOGAR

### ESTUDIOS

### TRABAJO



### NO USUARIOS TVC

Diferencia significativa respecto al 2013

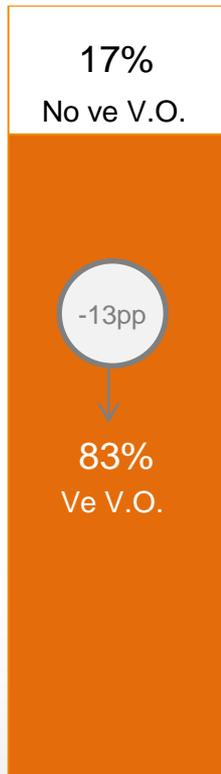
Dif. significativas.

Base usuarios TVC: 222

Base no usuarios TVC: 785

# Vídeo Online (V.O.)





Un **17%** de los entrevistados declaran no ver V.O., y tampoco son usuarios de TVC.

Un **83%** de los entrevistados declara ver V.O., formado por el 22% de usuarios de TVC más un 61% de no usuarios.

El visionado de V.O. **disminuye** respecto al 2013, pero todavía mantiene altos valores

Diferencia significativa respecto al 2013

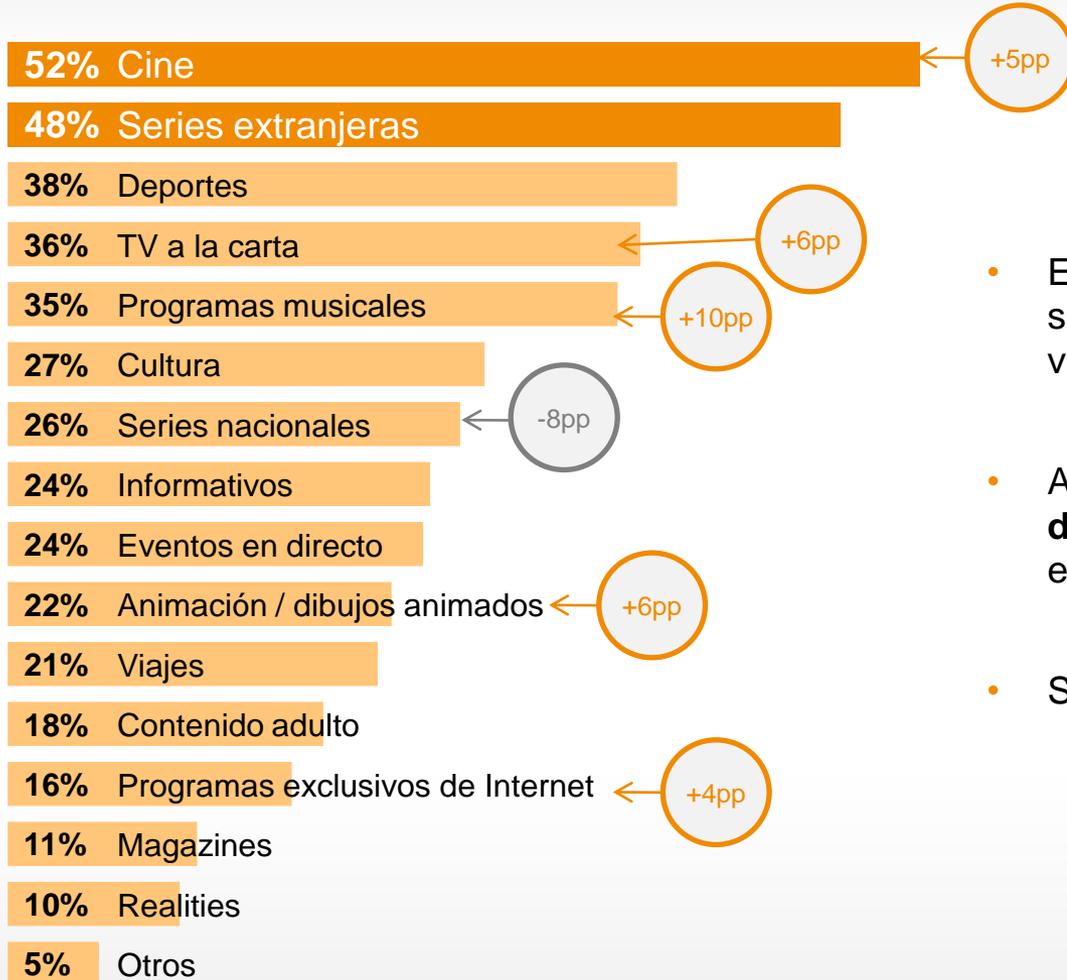
- ¿Qué contenidos sueles ver a través de Internet? (\*No veo contenidos a través de internet).
- ¿A través de qué dispositivos te conectas a Internet?

Base: 1.007



# Vídeo Online

## Contenido visualizado



- El **cine** y las **series extranjeras**, son los contenidos más visualizados, igual que en TVC.
- Aumenta **Música**, **TV a la carta**, **dibujos** y programas que se emiten sólo por **Internet**.
- Sólo caen las **series nacionales**.

○ Diferencia significativa respecto al 2013

¿Qué contenidos sueles ver a través de Internet?

Base ven V.O.: 832



Tabla de datos completa de slides anteriores

Ve VO.

TOTAL	SEXO		EDAD		
	Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55
83%	80%	86%	91%	85%	74%

	TOTAL	SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
Cine	52%	49%	54%	65%	48%	43%	62%	49%
Series extranjeras	48%	49%	46%	60%	47%	35%	61%	43%
Deportes	38%	22%	54%	36%	40%	38%	44%	36%
TV a la carta	36%	42%	31%	41%	34%	34%	45%	33%
Programas musicales	35%	36%	34%	38%	36%	29%	41%	33%
Cultura	27%	22%	33%	29%	24%	30%	28%	27%
Series nacionales	26%	29%	22%	25%	27%	25%	36%	22%
Informativos	24%	20%	28%	20%	26%	26%	30%	22%
Eventos en directo	24%	19%	28%	26%	24%	21%	39%	19%
Animación / dibujos animados	22%	20%	24%	26%	25%	11%	30%	19%
Viajes	21%	20%	22%	17%	26%	18%	24%	20%
Contenido adulto	18%	9%	27%	23%	19%	10%	24%	16%
Programas exclusivos de Internet	16%	14%	19%	15%	17%	17%	24%	13%
Magazines	11%	10%	12%	9%	14%	7%	17%	9%
Realities	10%	12%	8%	11%	12%	4%	12%	9%
Otros	5%	6%	4%	5%	5%	7%	1%	7%

Dif.significativas.

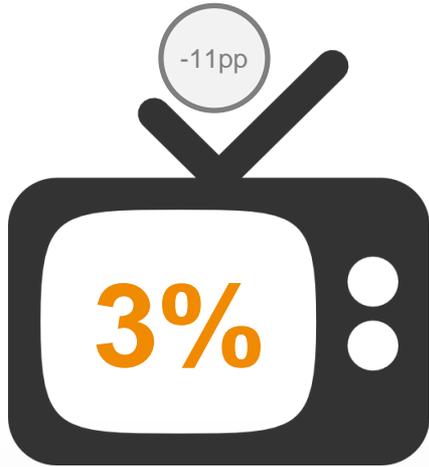
Base ven V.O.: 832

• ¿Qué contenidos sueles ver a través de Internet?



Desde que utilizas Internet para ver contenidos, dirías que ves TV Tradicional....

El video online **canibaliza** el uso de **TV tradicional** para casi la **mitad** de usuarios



más que antes



el mismo tiempo que antes



menos que antes

Diferencia significativa respecto al 2013

• Desde que utilizas Internet para ver contenidos, dirías que ves TV Tradicional....

Base usuarios TVC: 832



## Tabla de datos completa de slides anteriores

	TOTAL	SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
Veo más TV tradicional que antes	3%	2%	4%	3%	4%	1%	2%	3%
Veo el mismo tiempo la TV tradicional que antes	55%	59%	52%	45%	58%	62%	65%	52%
Veo menos TV tradicional que antes	42%	39%	45%	52%	38%	37%	33%	45%

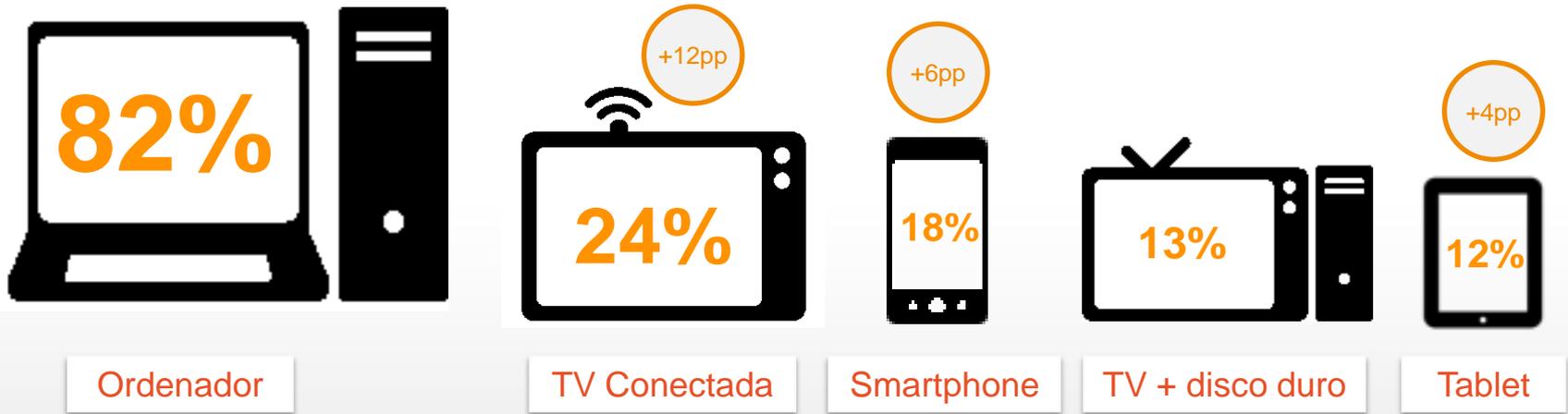
• Desde que utilizas Internet para ver contenidos, dirías que ves TV Tradicional....

 Dif.significativas.

Base usuarios TVC: 832



- El **PC** continúa siendo el dispositivo por excelencia par el consumo del vídeo online, independientemente del contenido visualizado.
- **1 de cada 4** usuarios ve video online en la **TV Conectada**, que aumenta significativamente y se distancia del Smartphone, con quien empataba en 2013
- Tendencia del Video online **multidispositivo**: La TV Conectada, el Smartphone y la Tablet aumentan



○ Diferencia significativa respecto al 2013

Base ven V.O.: 832

¿De los contenidos que nos has dicho que sueles ver a través de Internet, indícanos a través de que dispositivos los ves.



- En **PC** destaca todo, especialmente el contenido adulto
- **TVC**: realities, deportes y series nacionales
- **Smartphone**: música y magazines
- **TV+disco duro**: cine y series
- **Tablet**: dibujos animados.

Base	 Ordenador	 TVC	 Smartphone	 TV + disco duro	 Tablet
420 Cine	62%	18%	4%	<b>13%</b>	3%
384 Series extranjeras	63%	18%	3%	<b>12%</b>	4%
320 Deportes	60%	<b>23%</b>	8%	4%	4%
297 TV a la carta	64%	21%	5%	3%	7%
287 Programas musicales	61%	13%	<b>15%</b>	4%	6%
225 Cultura	69%	15%	4%	6%	5%
214 Series nacionales	57%	<b>23%</b>	6%	<b>10%</b>	5%
205 Informativos	58%	20%	10%	7%	3%
195 Eventos en directo	62%	20%	6%	4%	6%
177 Animación / dibujos animados	58%	18%	5%	8%	<b>10%</b>
180 Viajes	68%	15%	9%	2%	6%
143 Contenido adulto	<b>74%</b>	10%	9%	5%	2%
135 Programas exclusivos de Internet	69%	16%	4%	3%	7%
93 Magazines	58%	21%	<b>14%</b>	3%	3%
82 Realities	52%	<b>26%</b>	9%	5%	7%

¿De los contenidos que nos has dicho que sueles ver a través de Internet, indícanos a través de que dispositivos los ves.

Base ven V.O.: 832



- El uso de TVC se combina en mayor medida con TV+disco duro (descarga previa).
- Los usuarios de Tablet y Smartphone muestran una ligera mayor duplicidad entre ellos (al margen del ordenador)

### Los que utilizan...



Bases:

679

202

141

108

105

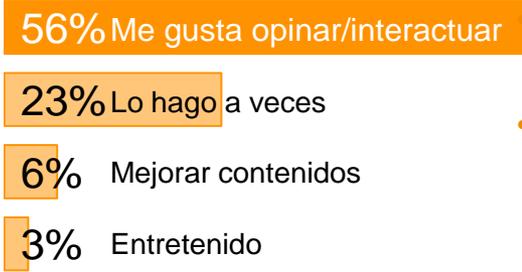
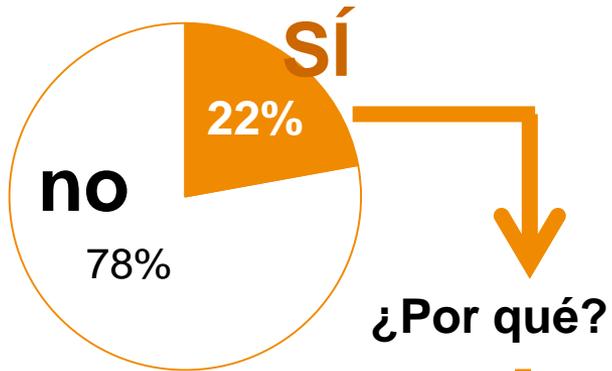
### También utilizan...



	Ordenador	TV Conectada	Smartphone	TV + disco duro	Tablet
Ordenador		58%	74%	60%	73%
TV Conectada	17%		23%	40%	34%
Smartphone	16%	17%		24%	37%
TV + disco duro	10%	22%	17%		30%
Tablet	11%	17%	25%	29%	

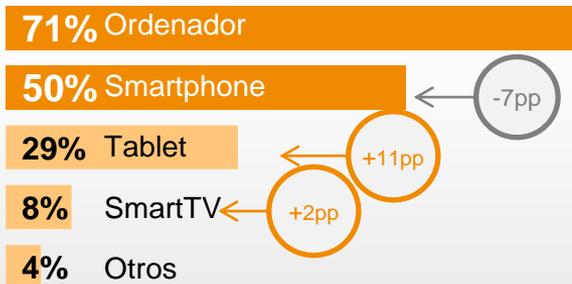


## Interactúa con V.O.



- Casi **1 de cada 5** espectadores de video online **interactúa** con los contenidos (similar 2013).
- **Opinar** es la principal motivación  
PCy Smartphone son los principales dispositivos
- Aumenta **+20%** la interactividad en las **webs** del contenido, bajando un **5%** en Redes Sociales

## ¿Qué dispositivos utilizas?



## ¿Qué medios utilizas?



○ Diferencia significativa respecto al 2013

Base ven V.O.: 832

• Mientras ves los contenidos a través de Internet, ¿participas haciendo comentarios sobre los mismos?  
 • Por favor indica razón (si respuesta es sí)  
 • ...especifica que dispositivos utilizas para hacerlo / ¿Qué medios utilizas para participar con tus comentarios?



## Tabla de datos completa de slides anteriores

		TOTAL	SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
			Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
Interactúa con V.O.	Sí	22%	22%	23%	28%	22%	15%	28%	20%
	No	78%	78%	77%	72%	78%	85%	73%	80%
Dispositivos de interacción	Ordenador	71%	71%	72%	82%	66%	61%	62%	76%
	Smartphone	50%	55%	45%	42%	59%	45%	60%	45%
	Tablet	29%	27%	31%	23%	30%	41%	51%	19%
	SmartTV	8%	7%	10%	4%	12%	8%	26%	0%
	Otros	4%	6%	3%	2%	7%	3%	3%	5%
Medios utilizados para interactuar	Redes Sociales	68%	68%	68%	62%	71%	75%	80%	63%
	La misma página dónde veo los contenidos	57%	58%	55%	73%	43%	56%	67%	52%
	Aplicaciones de las propias plataformas	38%	34%	41%	34%	49%	20%	44%	35%
	Aplicaciones de la SmartTV	8%	10%	5%	3%	12%	6%	20%	2%
	SMS	7%	5%	8%	2%	11%	6%	11%	5%
	Otros	5%	5%	5%	5%	6%	6%	3%	6%
Razones para interactuar	Me gusta opinar/interactuar con otros	56%	60%	52%	49%	57%	67%	63%	52%
	Lo hago a veces	23%	22%	24%	32%	17%	20%	14%	27%
	Mejorar contenidos	6%	4%	7%	7%	4%	5%	3%	7%
	Entretenido	3%	2%	3%	2%	4%	0%	5%	1%
	Otros	9%	6%	12%	7%	12%	8%	11%	9%

Dif.significativas.

Base ven V.O.: 832



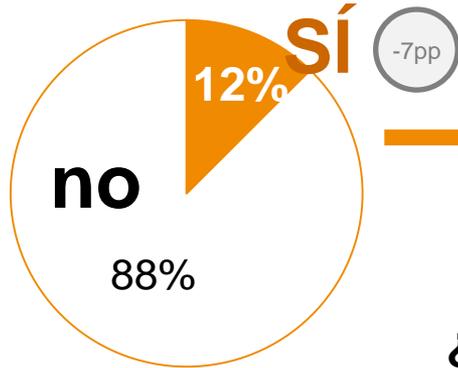
- Mientras ves los contenidos a través de Internet, ¿participas haciendo comentarios sobre los mismos?
- Por favor indica razón (si respuesta es sí)
- ...especifica que dispositivos utilizas para hacerlo / ¿Qué medios utilizas para participar con tus comentarios?



- Un **12%** de los espectadores de vídeo online han pagado alguna vez, **37% menos** que en 2013. Se mantienen los mismos motivos que en 2013 para no pagar.

### Ha pagado alguna vez por contenidos

- La oferta gratuita, la falta de interés o el rechazo al pago, principales barreras.



- El contenido, la falta de alternativa y la calidad, principales palancas.

#### ¿Por qué?

39% Utilizo medio gratuitos (streaming...)

24% No me interesa/No veo necesidad

14% No quiero pagar

9% Es muy caro/No tengo dinero

3% Porque ya pago suficiente por tener Internet

#### ¿Por qué?

34% Me interesaban esos contenidos

16% Porque no tenía otra opción

12% Por la calidad superior

7% Por comodidad

6% Me gusta

6% Porque podía pagarlo

5% Por ética/No piratería

Diferencia significativa respecto al 2013

Base ven V.O.: 832



- De los contenidos que nos has dicho que has visto a través de internet, ¿has pagado por ellos en algún momento?
- ¿...por qué razón...?



## Tabla de datos completa de slides anteriores

		TOTAL	SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
			Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
Ha pagado alguna vez por contenidos	Sí	12%	10%	15%	18%	11%	9%	26%	8%
	No	88%	90%	85%	82%	90%	91%	74%	92%
		TOTAL	SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
			Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
Razón de haber pagado alguna vez	Me interesaban esos contenidos	34%	38%	31%	18%	41%	57%	37%	30%
	Porque no tenía otra opción	16%	17%	15%	19%	12%	19%	16%	17%
	Por la calidad superior	12%	3%	19%	21%	7%	5%	3%	24%
	Por comodidad	7%	12%	4%	9%	7%	5%	14%	0%
	Me gusta	6%	10%	4%	6%	5%	10%	10%	3%
	Porque podía pagarlo	6%	5%	7%	6%	7%	5%	6%	6%
	Por ética/No piratería	5%	5%	5%	6%	7%	0%	4%	6%
Razón de no haber pagado nunca	Utilizo medio gratuitos (streaming...)	39%	37%	40%	49%	36%	33%	38%	39%
	No me interesa/No veo necesidad	24%	26%	22%	22%	23%	27%	25%	23%
	No quiero pagar	14%	16%	12%	11%	16%	15%	14%	14%
	Es muy caro/No tengo dinero	9%	7%	11%	6%	11%	11%	7%	10%
	Porque ya pago suficiente por el Internet	3%	4%	2%	2%	4%	2%	3%	3%

Dif.significativas.

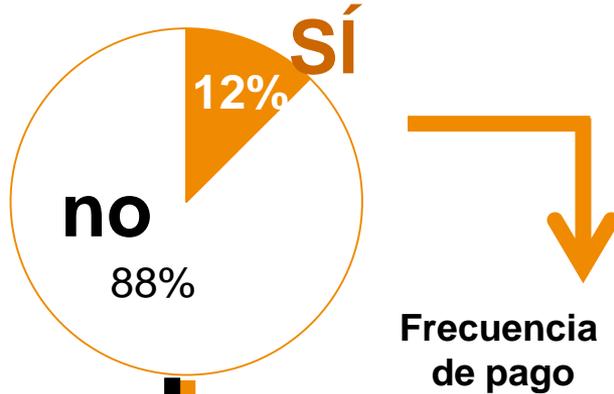
Base ven V.O.: 832



- De los contenidos que nos has dicho que has visto a través de internet, ¿has pagado por ellos en algún momento?
- ¿...por qué razón...?



### Ha pagado alguna vez por contenidos



Ha pagado al menos una vez

89%

70%

69%

37%

Estudio TV Conectada y Video Online 2014

#### Cine (Base: 68)



#### Series extranjeras (Base: 57)



#### Deportes (Base: 58)



#### Programas musicales (Base: 51)



■ Siempre ■ Bastantes veces ■ Alguna vez ■ Nunca

### ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar?

Un 44% estaría dispuesto a pagar.

92% entre los que pagaron alguna vez

	cuota mensual	1 programa
Deporte	7,0 €	2,0 €
Películas o series	6,6 €	1,8 €
Dibujos animados/programas infantiles	6,1 €	1,8 €
Programas culturales	5,9 €	1,6 €
Música (vídeos, conciertos, etc.)	5,9 €	1,8 €
Contenido adulto	5,8 €	1,8 €
<b>PROMEDIO</b>	<b>6,2 €</b>	<b>1,8 €</b>

- Contenidos de pago con más interés: **cine, series extranjeras y deportes**. El contenido musical es por el que menos se paga
- **44%** estaría dispuesto a pagar (92% entre los que pagaron alguna vez) .
- **1.8 € el programa o 6.2 € al mes** lo que pagaría el usuario por video online.

□ Dif.significativas.

Base ven V.O.: 832

- De los contenidos que nos has dicho que has visto a través de internet, ¿has pagado por ellos en algún momento?
- Por favor especifica cada cuánto pagas para ver estos contenidos que nos has dicho que has visto a través de Internet.
- ....¿cuánto estarías dispuesto a pagar para verlos?



## Tabla de datos completa de slides anteriores

		TOTAL	Ha pagado alguna vez		SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
			SI	NO	Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
Disponibilidad para pagar por contenidos	No pagaría por ningún contenido	56%	8%	63%	61%	52%	43%	61%	65%	41%	62%
	Pagaría al menos por un contenido	44%	92%	37%	39%	48%	57%	39%	35%	59%	38%

		TOTAL	Ha pagado alguna vez		SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
			SI	NO	Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
Por un programa	Películas o series	1,8 €	2,4 €	1,5 €	1,9 €	1,7 €	1,5 €	2,0 €	1,8 €	1,9 €	1,7 €
	Música (vídeos, conciertos, etc.)	1,8 €	2,0 €	1,7 €	1,7 €	1,8 €	1,4 €	1,9 €	2,0 €	1,7 €	1,8 €
	Deporte	2,0 €	2,5 €	1,8 €	2,0 €	2,0 €	2,0 €	2,1 €	1,8 €	2,2 €	1,9 €
	Dibujos animados/programas infantiles	1,8 €	2,2 €	1,5 €	1,8 €	1,8 €	1,7 €	1,8 €	1,7 €	1,9 €	1,6 €
	Contenido adulto	1,8 €	2,0 €	1,7 €	1,7 €	1,8 €	1,8 €	1,9 €	1,6 €	1,8 €	1,8 €
	Programas culturales	1,6 €	1,9 €	1,5 €	1,7 €	1,6 €	1,6 €	1,7 €	1,6 €	1,5 €	1,7 €
	<b>PROMEDIO</b>	<b>1,8 €</b>	<b>2,2 €</b>	<b>1,6 €</b>	<b>1,8 €</b>	<b>1,8 €</b>	<b>1,7 €</b>	<b>1,9 €</b>	<b>1,7 €</b>	<b>1,8 €</b>	<b>1,7 €</b>

Cuota mensual	Películas o series	6,6 €	7,7 €	6,3 €	6,7 €	6,6 €	6,3 €	6,6 €	7,5 €	7,0 €	6,5 €
	Música (vídeos, conciertos, etc.)	5,9 €	6,7 €	5,5 €	6,1 €	5,6 €	5,7 €	6,1 €	5,6 €	6,2 €	5,7 €
	Deporte	7,0 €	8,7 €	6,4 €	6,6 €	7,2 €	6,6 €	7,2 €	7,2 €	7,6 €	6,6 €
	Dibujos animados/programas infantiles	6,1 €	6,4 €	6,0 €	6,2 €	6,0 €	6,7 €	5,9 €	5,6 €	6,0 €	6,2 €
	Contenido adulto	5,8 €	7,0 €	5,3 €	6,7 €	5,4 €	5,2 €	6,4 €	5,9 €	6,1 €	5,7 €
	Programas culturales	5,9 €	6,4 €	5,7 €	5,8 €	6,0 €	6,2 €	5,4 €	6,3 €	6,2 €	5,7 €
	<b>PROMEDIO</b>	<b>6,2 €</b>	<b>7,1 €</b>	<b>5,9 €</b>	<b>6,4 €</b>	<b>6,1 €</b>	<b>6,1 €</b>	<b>6,3 €</b>	<b>6,3 €</b>	<b>6,5 €</b>	<b>6,0 €</b>

Dif.significativas.

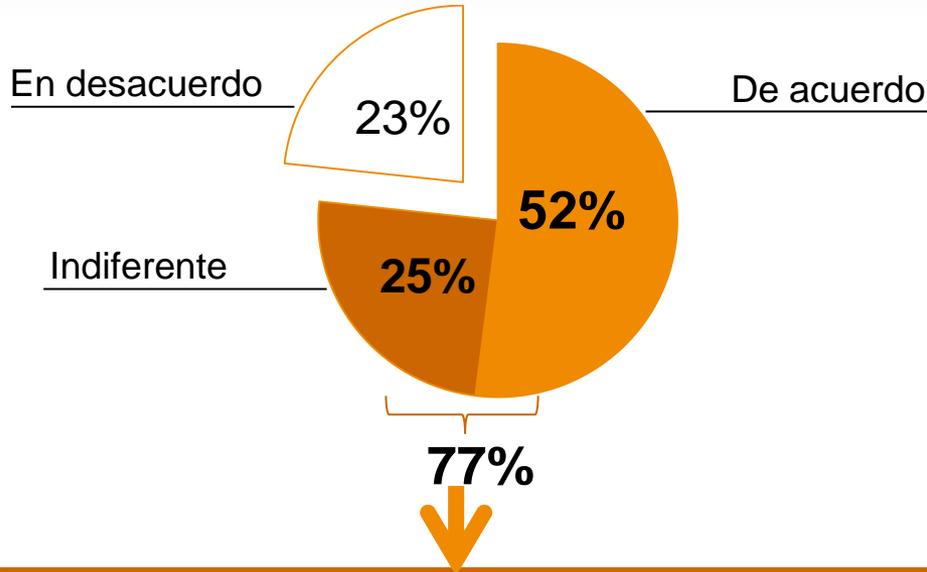
Base ven V.O.: 832



- De los contenidos que nos has dicho que has visto a través de internet, ¿has pagado por ellos en algún momento?
- ¿...por qué razón...?



## Publicidad para acceder a contenidos gratuitamente



**77%** acepta la **publicidad** si con ello acceden a contenidos gratis

**44%** no rechazan las cookies

(Sin cambios respecto al 2013)



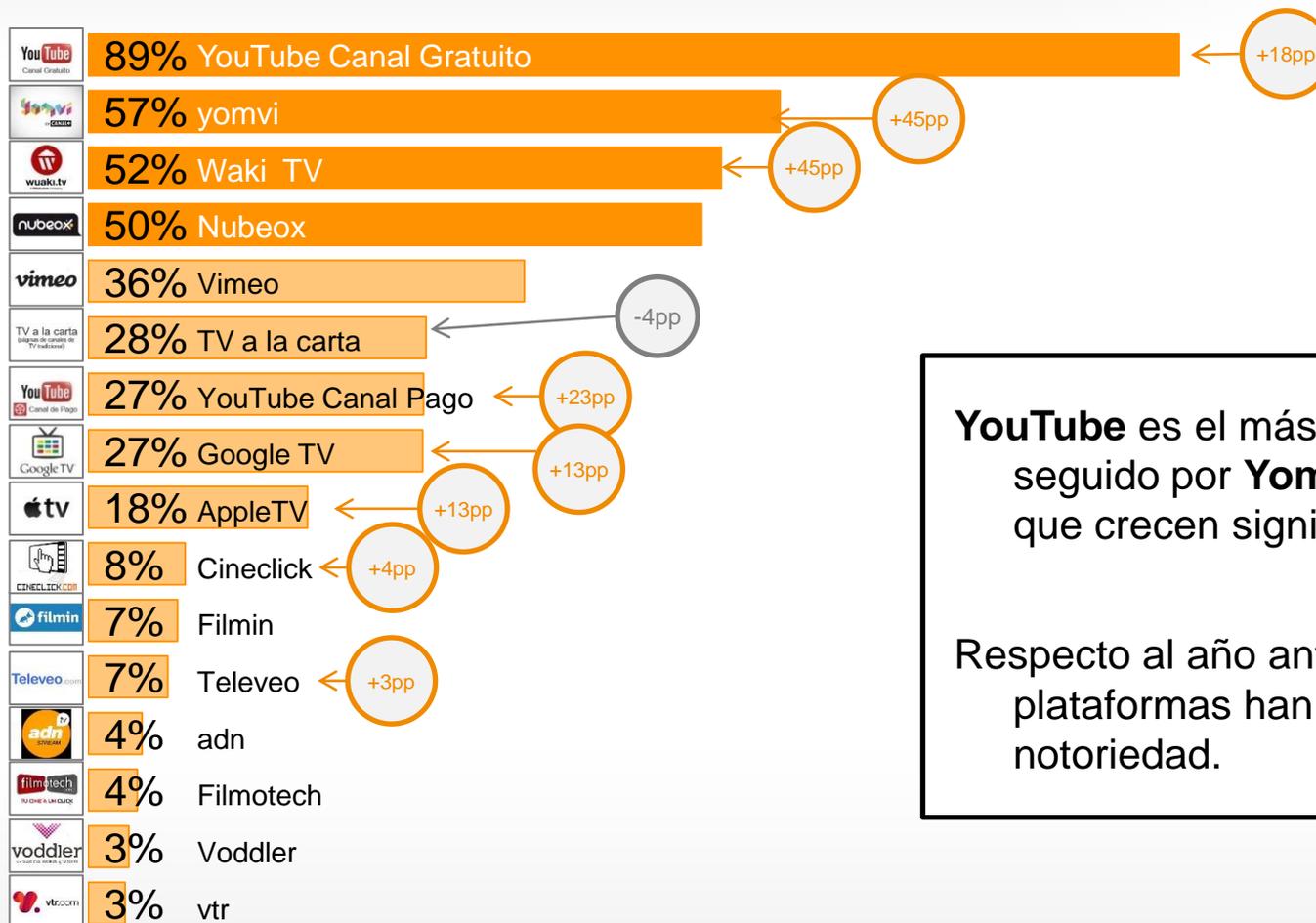
- ¿Cómo de acuerdo estarías con mostrar publicidad para que pudieras ver contenidos/programas de forma gratuita?
- ¿Qué manera te parecería la más adecuada de mostrar dichas publicidad?
- ¿Cómo de acuerdo estarías con que se almacenaran tus datos a través de cookies, para ofrecerte publicidad personalizada?

Base ven V.O.: 832



# Vídeo Online

## Notoriedad plataformas



**YouTube** es el más conocido, seguido por **Yomvi** y **WakiTV**, que crecen significativamente

Respecto al año anterior todas las plataformas han  **aumentado** su notoriedad.

○ Diferencia significativa respecto al 2013

• De las distintas plataformas de contenido online que te mostramos, ¿cuáles conoces?

Base ven V.O.: 832



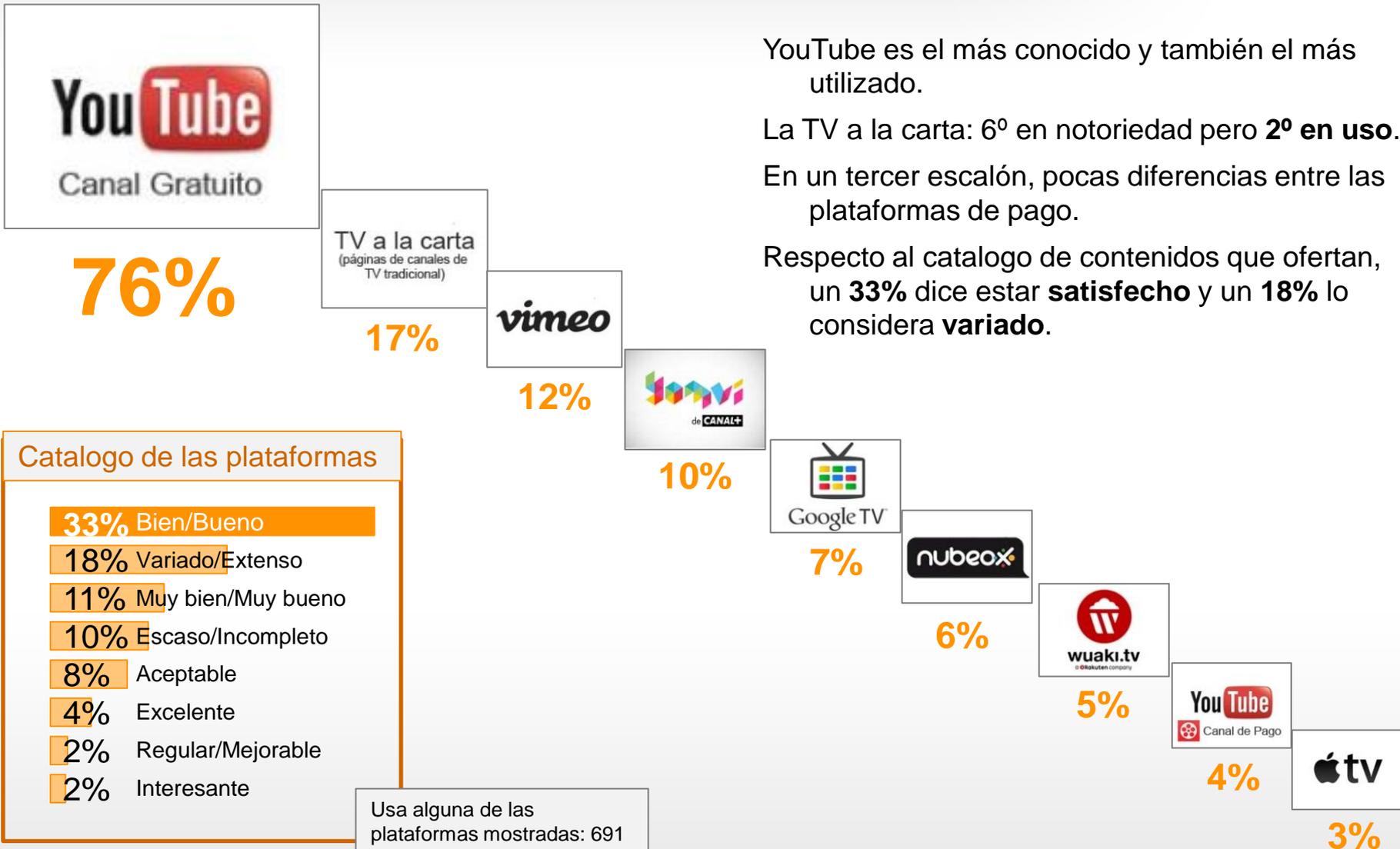
Tabla de datos completa de slides anteriores

	TOTAL	SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
YouTube Canal Gratuito	89%	91%	88%	88%	89%	91%	85%	90%
Yomvi	57%	52%	60%	59%	55%	56%	67%	53%
Waki TV	52%	47%	56%	52%	52%	52%	61%	49%
Nubeox	50%	47%	54%	53%	49%	48%	59%	47%
Vimeo	36%	30%	41%	48%	29%	31%	42%	33%
TV a la carta	28%	31%	25%	28%	23%	34%	38%	24%
YouTube Canal Pago	27%	24%	31%	26%	27%	30%	38%	24%
Google TV	27%	24%	30%	25%	27%	30%	33%	26%
AppleTV	18%	16%	20%	17%	19%	18%	25%	16%
Cineclick	8%	8%	8%	7%	8%	10%	14%	6%
Filmin	7%	7%	7%	9%	6%	7%	9%	7%
Televeo	7%	7%	6%	2%	9%	8%	10%	5%
Adn	4%	4%	5%	3%	4%	7%	8%	3%
Filmotech	4%	4%	4%	2%	5%	5%	9%	2%
Voddler	3%	2%	5%	4%	4%	2%	6%	2%
Vtr	3%	3%	3%	3%	4%	2%	6%	2%

Dif.significativas.

Base ven V.O.: 832

- De las distintas plataformas de contenido online que te mostramos, ¿cuáles conoces?



YouTube es el más conocido y también el más utilizado.

La TV a la carta: 6º en notoriedad pero **2º en uso**.

En un tercer escalón, pocas diferencias entre las plataformas de pago.

Respecto al catalogo de contenidos que ofertan, un **33%** dice estar **satisfecho** y un **18%** lo considera **variado**.

### Catalogo de las plataformas

- 33%** Bien/Bueno
- 18%** Variado/Extenso
- 11%** Muy bien/Muy bueno
- 10%** Escaso/Incompleto
- 8%** Aceptable
- 4%** Excelente
- 2%** Regular/Mejorable
- 2%** Interesante

Usa alguna de las plataformas mostradas: 691

Conocen alguna de las plataformas mostradas: 811

- ¿cuál o cuáles utilizas?
- De las plataformas que utilizas, ¿qué te parece el catálogo que tienen, tanto en la cantidad de contenido ofertado, como en la renovación del mismo?



Tabla de datos completa de slides anteriores

	TOTAL	SEXO		EDAD			USUARIOS TVC	
		Mujer	Hombre	16 - 29	30 - 44	45 - 55	SI	NO
YouTube Canal Gratuito	76%	78%	75%	81%	74%	76%	73%	77%
TV a la carta	17%	21%	14%	15%	15%	24%	25%	15%
Vimeo	12%	8%	16%	14%	12%	11%	17%	11%
Yomvi	10%	9%	12%	12%	11%	7%	19%	7%
Google TV	7%	6%	8%	5%	8%	9%	13%	6%
Nubeox	6%	5%	7%	7%	6%	5%	11%	4%
Waki TV	5%	4%	6%	5%	5%	5%	14%	2%
YouTube Canal Pago	4%	4%	5%	3%	5%	5%	12%	2%
AppleTV	3%	3%	2%	2%	5%	1%	7%	1%

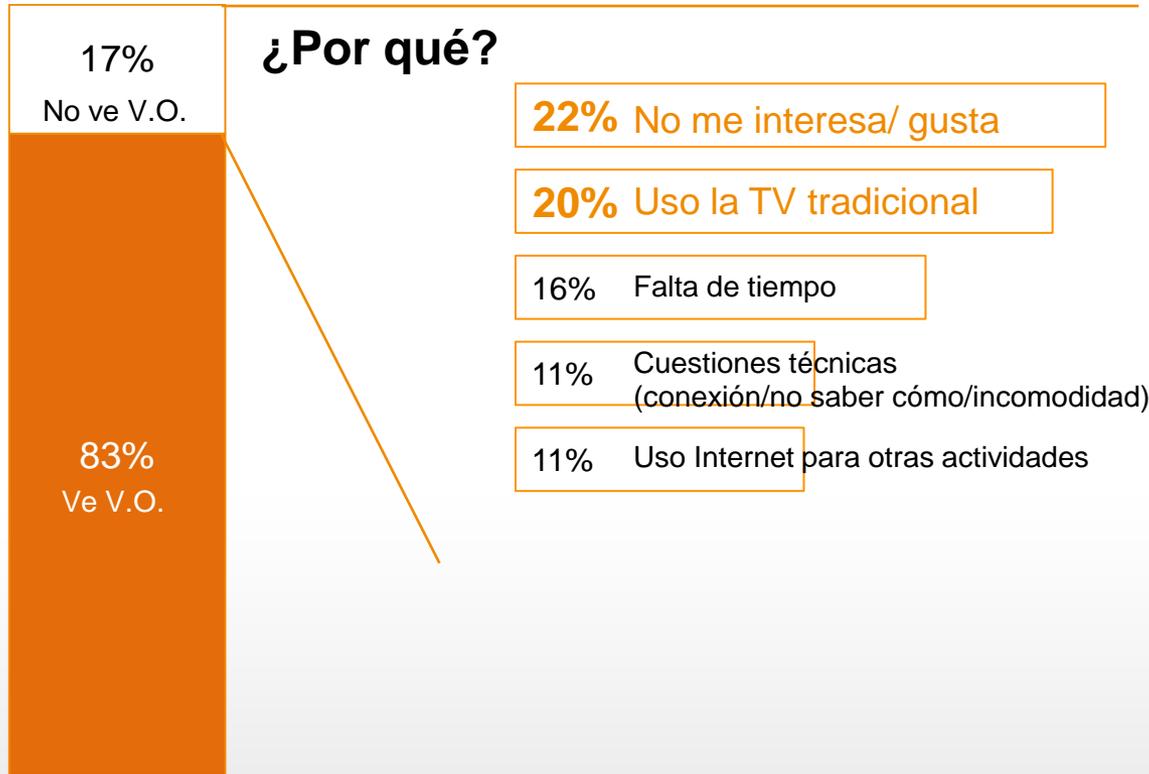
Dif. significativas.

Conocen alguna de las plataformas mostradas: 811

- ¿cuál o cuáles utilizas?
- De las plataformas que utilizas, ¿qué te parece el catálogo que tienen, tanto en la cantidad de contenido ofertado, como en la renovación del mismo?



- Las individuos que declaran no consumir vídeo online es debido principalmente a una falta de interés al ver cubiertas sus necesidades a través de la TV tradicional. En un segundo nivel se encontrarían falta de tiempo, cuestiones técnicas y usar Internet para otro tipo de actividades.



- ¿Qué contenidos sueles ver a través de Internet? (\*No veo contenidos a través de internet).
- ¿A través de qué dispositivos te conectas a Internet?

Base: 1.007

# Conclusiones





## Dimensionamiento y perfil usuario TVC

- **Sube la penetración de TVC** respecto al año pasado (de 18% a 22%).
- **Ha aumentado la frecuencia de uso** un 20% vs 2013: a diario la ve un 54%
- **Las Smart TVs son por primera vez la principal forma de ver TV conectada** (+20% vs 2013), en detrimento de la TV con consola (-30% vs 2013)
- **El perfil se homogeiniza**, y aunque pierden peso los más jóvenes (16-29 años) estos aún son un tercio de los usuarios de TVC.
- **El usuario de TV Conectada** es el que consume más TV tradicional, hace un uso más social (pareja, familia y amigos) y la ve más frecuentemente a lo largo del día
- **Los contenidos más vistos:** cine, series extranjeras y TV a la carta
- **Actividades alternativas:** sube significativamente escuchar música y radio en la TVC.
- **Drivers:** accesibilidad a contenidos, comodidad y rapidez. **Barreras:** conexiones y cableados y la baja velocidad de conexión.



## SmartTV

- Aumenta la penetración un 25% (+4pp), lo que representa 4.5M de internautas.

Casi la mitad no la conecta.

- Drivers similares a TVC: contenidos en sus propios horarios de forma rápida y fácil.
- Barreras: precio y baja conexión.
- Los usuarios que tienen SmartTV pero no la usan como TVC no acceden a TVC con ningún otro dispositivo. Los motivos: lenta conexión o por preferir otro dispositivo.
- Una tercera parte los que no tienen una SmartTV declara una intención de compra positiva (por mejora tecnológica o por acceder a sus contenidos), mientras el resto todavía no ven el valor añadido o por temas económicos.



## Convivencia TVT vs. TVC

- El 29% de usuarios ha dejado de ver por completo en TV tradicional los programas que puede ver en TVC
- El usuario de TVC es el que consume más TV tradicional, hace un uso más social (pareja, familia y amigos) y la ve más frecuentemente a lo largo del día
- La TVC se usa para ver programas que no se han podido ver en TV tradicional (73%), mientras que ésta se asocia cada vez más al directo (45%).
- Aunque los contenidos son parecidos (cine, series extranjeras/nacionales y deportes), en la TVC destaca la TV a la carta y en la Tradicional los informativos.
- La TVC sigue canibalizando el consumo de salas de cine y de DVDs.
- La TVC no canibaliza a otros dispositivos conectados



## Vídeo Online

- Un 83% ve vídeo online, cae respecto a 2013 pero todavía mantiene altos valores.
- **Contenidos:** sube el consumo de cine, TV a la carta, música y programas exclusivos de internet en Video Online, mientras que desciende el de series nacionales
- El video online es **multidispositivo:** sube el consumo en TV conectada (24%), Smartphones (18%) y Tablets (12%), aunque sigue dominando el PC (82%)

## Interactividad Vídeo Online

- **Domina el PC** 71%, aunque el 50% usuarios lo hace vía **Smartphones,**
- Sube la interactividad con video online vía **Tablets y Smarts TV,** que canibalizan al PC y el smartphone
- Sube un 20% la interactividad con video online en las **webs que alojan el contenido** (57%), mientras baja un 5% las Redes Sociales (68%)



## Pago en Vídeo Online

- 2 € un programa o 6 € al mes: lo que los españoles pagarían por ver video online
- Contenidos por los que se paga: Cine (89%), series (70%) y deportes (69%). La música es por el que menos se paga.

## Publicidad en Vídeo Online

- El 77% de usuarios acepta la publicidad en Video online si con ello accede a contenidos gratis
- 44% no rechaza las cookies

# Contacto



Interactive Advertising Bureau  
[www.iabspain.net](http://www.iabspain.net)

Javier Clarke / Director Mobile & New Media / IAB Spain - [javier@iabspain.net](mailto:javier@iabspain.net)

María Montesinos / Ejecutiva Mobile & New Media / IAB Spain – [montesinos@iabspain.net](mailto:montesinos@iabspain.net)



VIKO  
[www.viko.net/es/](http://www.viko.net/es/)  
[marketintelligence@elogia.net](mailto:marketintelligence@elogia.net)

Ramon Montanera / Market Intelligence Director / VIKO

Adaya Bermúdez / Project leader / VIKO



Ángel Nebot / Managing Director / Smartclip