



ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Televisión y Contenidos Digitales

Fernando Santiago



Workshop ICEDM (ESIC) – AMC Networks International Iberia,
5/02/2016



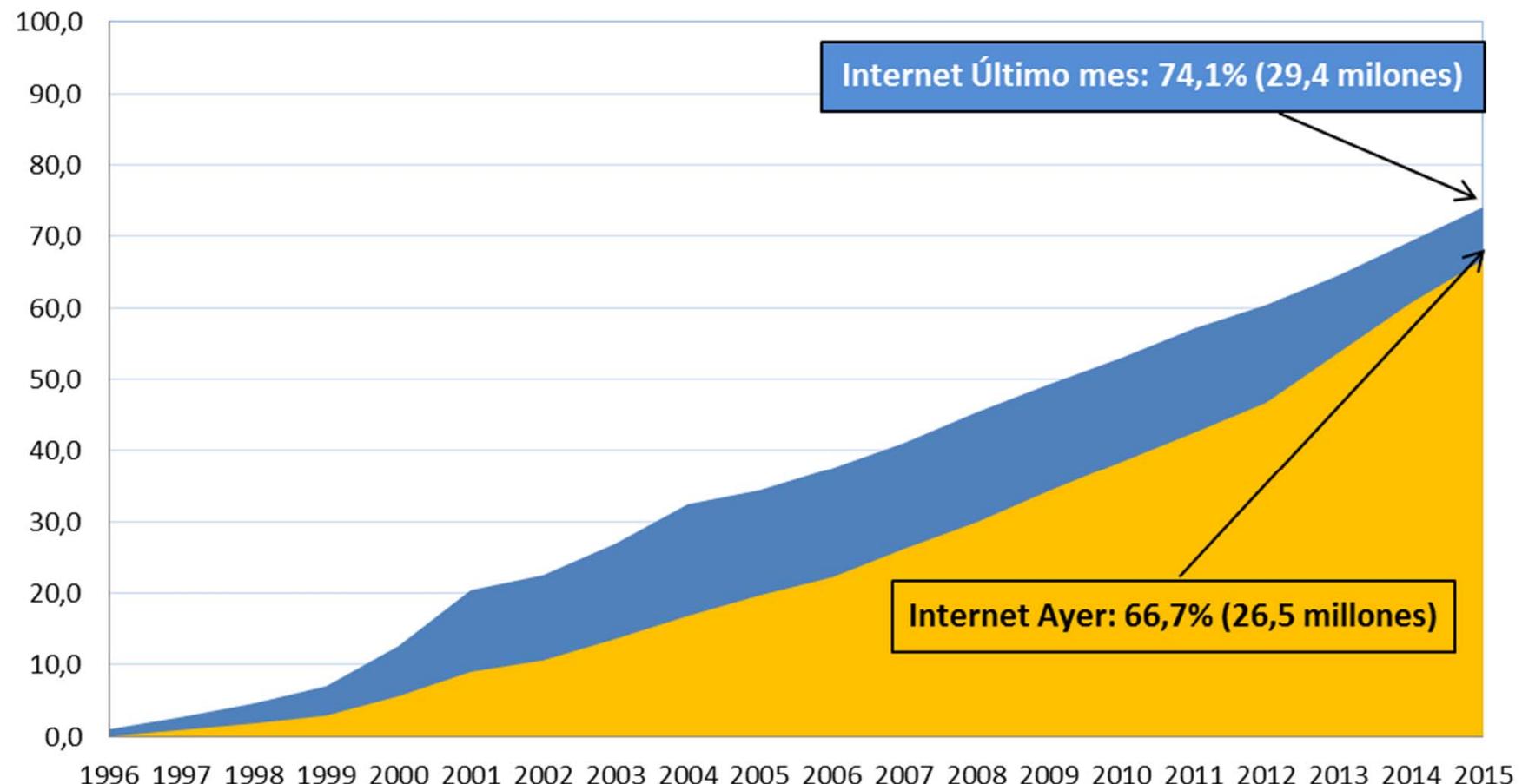
ESCENARIO ACTUAL DEL CONSUMO AUDIOVISUAL

- **INTERNET: CADA VEZ MÁS GENTE CONECTADA, MÁS TIEMPO Y DESDE CUALQUIER LUGAR**
- **TECNOLOGÍA: CADA VEZ MÁS DISPOSITIVOS, Y CON MÁS MOVILIDAD**
- **LOS MEDIOS: MÁS MEDIOS Y CONSUMO MÁS FRAGMENTADO**
- **EL CONSUMO AUDIOVISUAL: HAY OTROS CONSUMOS TELEVISIVOS MÁS ALLÁ DEL TELEVISOR TRADICIONAL**
- **LAS MÉTRICAS: A REMOLQUE DE LOS CAMBIOS, BIG DATA, INTEGRACIÓN Y FUSIÓN**



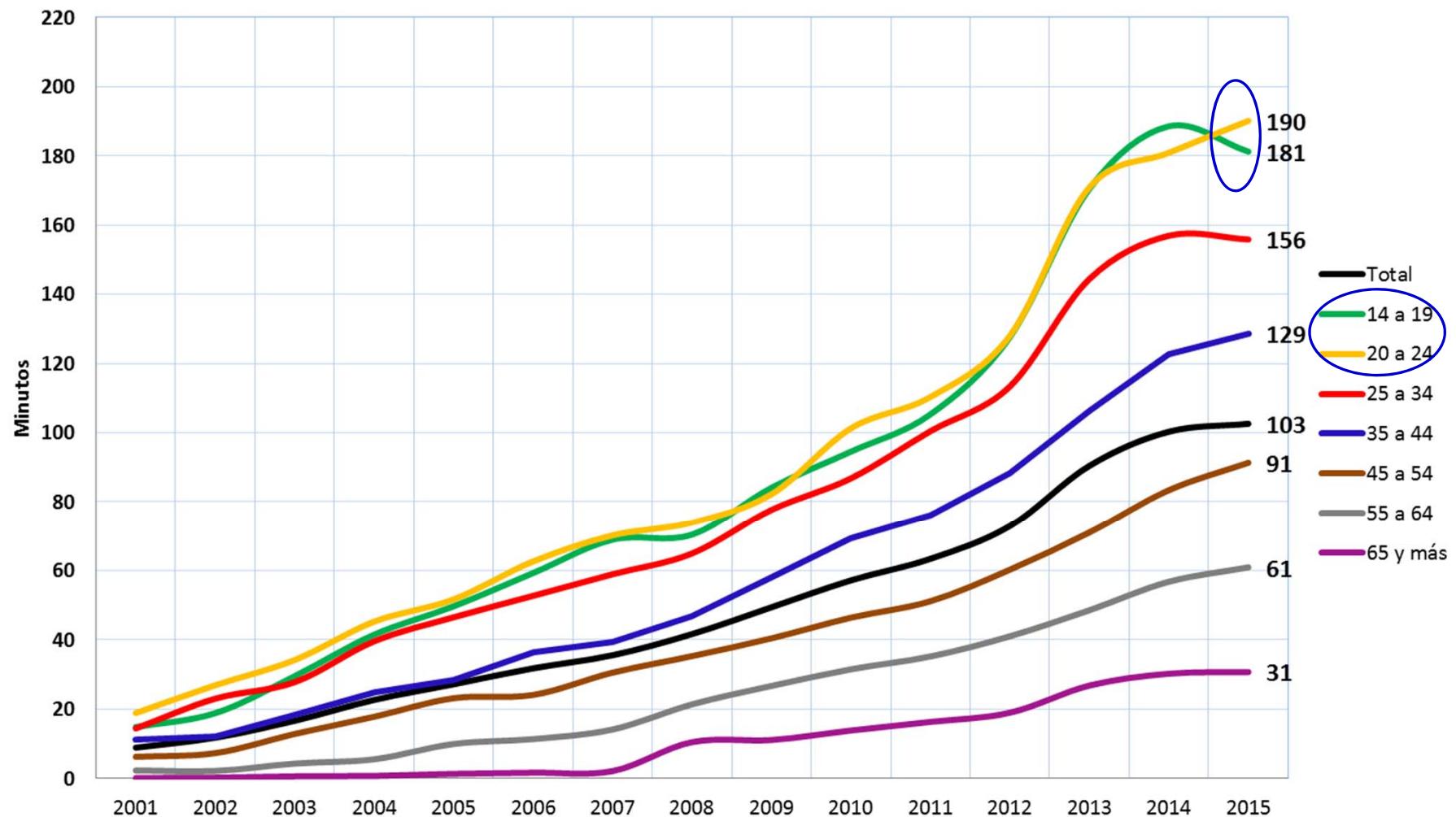
Uso de Internet Total, 14+ (AIMC - EGM)

■ Usan Internet último mes ■ Usan Internet ayer





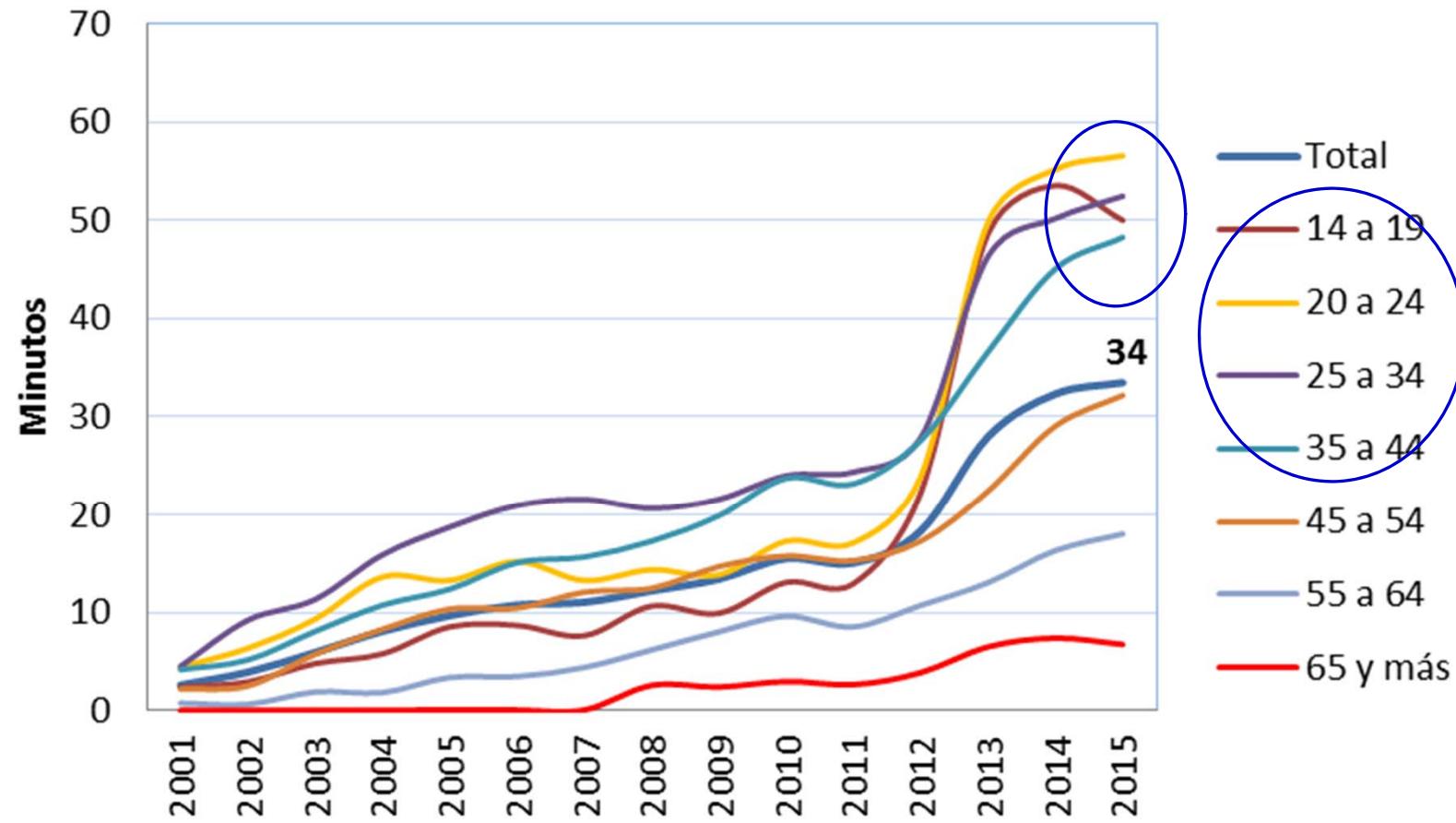
Tiempo de conexión diario a Internet Total 14+ (AIMC - EGM)

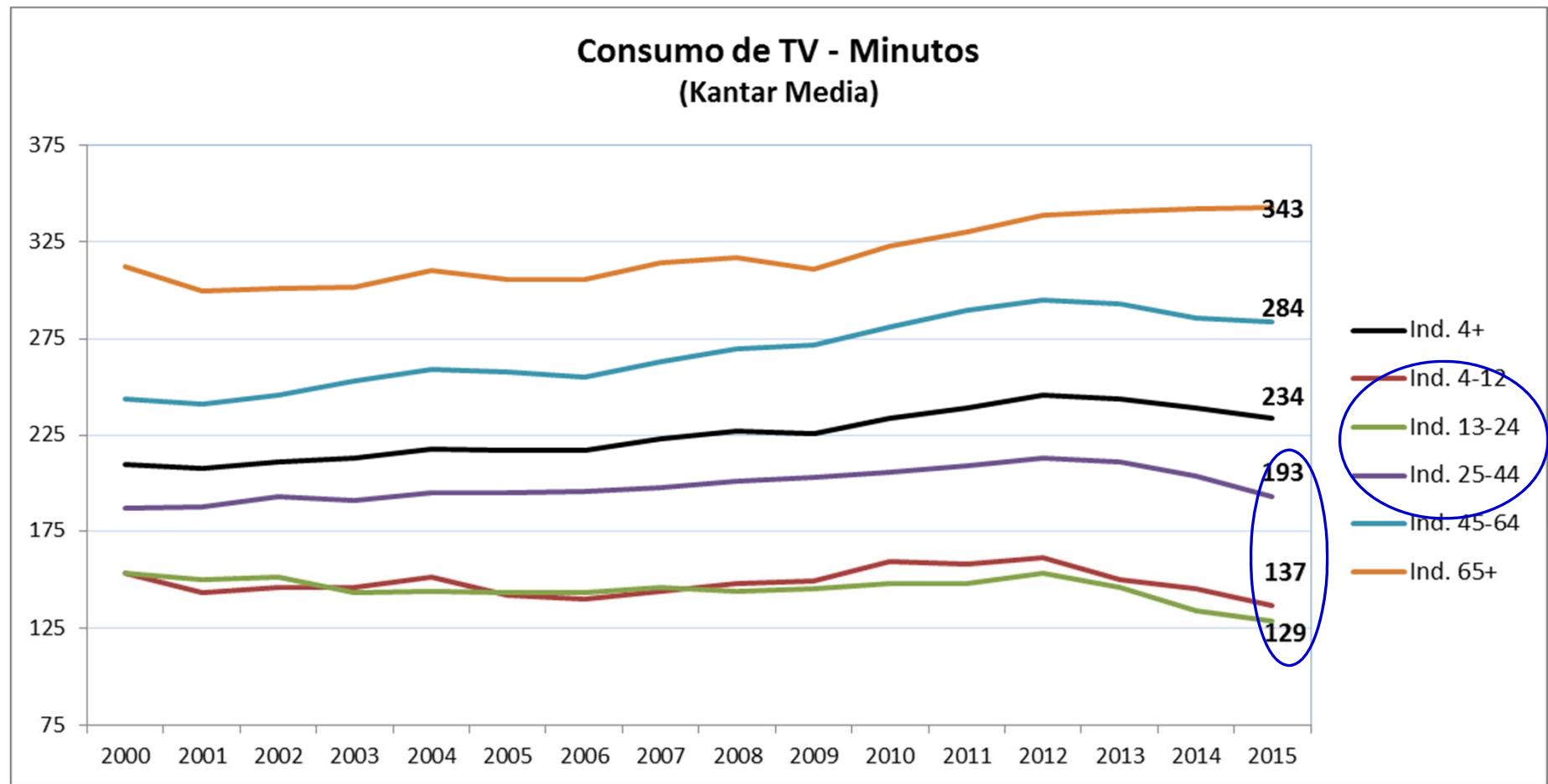




Tiempo de conexión diario a I. desde OTRO SITIO

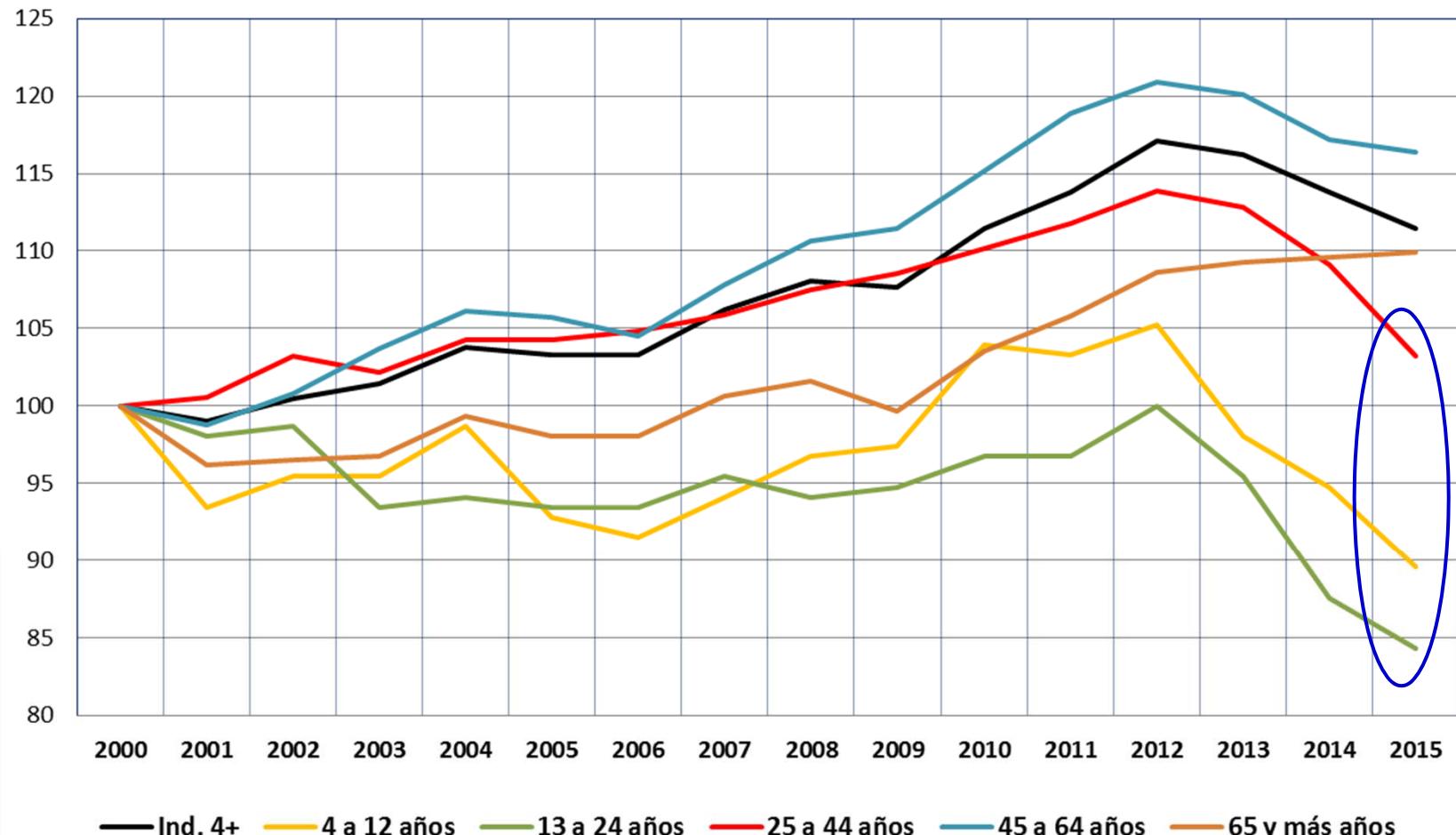
Total 14+ (AIMC - EGM)





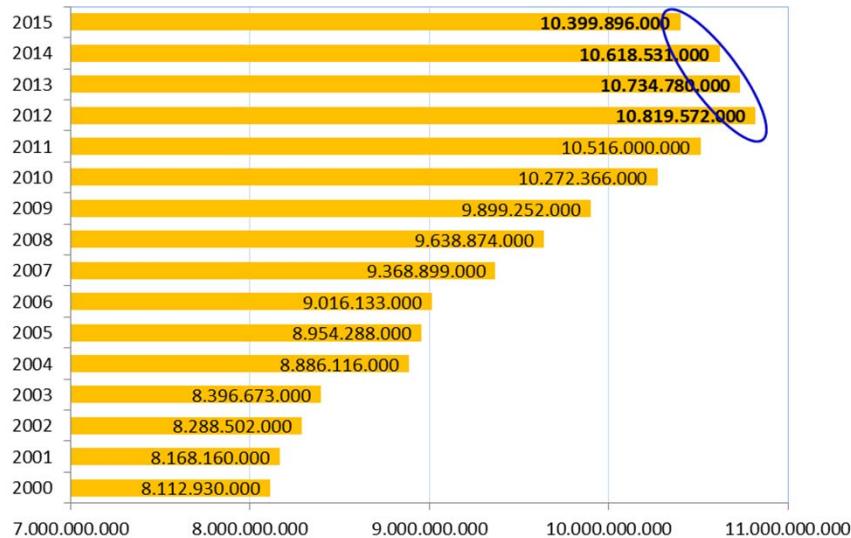


Evolución de los índices de consumo de TV con respecto al año 2000
(Base año 2000 =100)



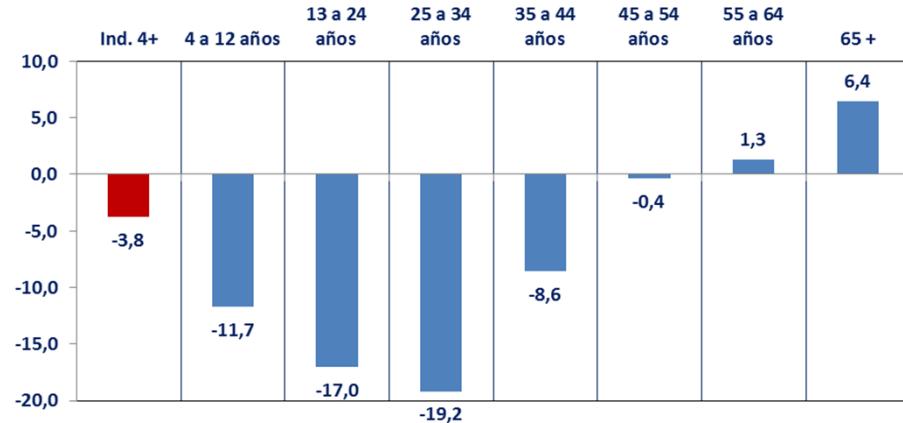


Minutos consumidos de TV al día - Total Individuos
(Kantar Media)



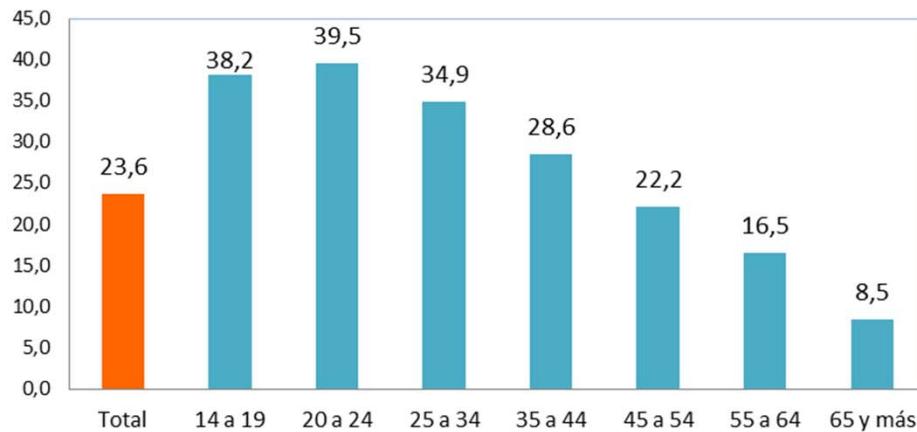
ENTRE 2012 Y 2015 SE PIERDEN CASI
420 MILLONES DE MINUTOS DE
CONSUMO DIARIO DE TV

Variaciones relativas en el consumo por edades entre 2015 y 2012
(Kantar Media)

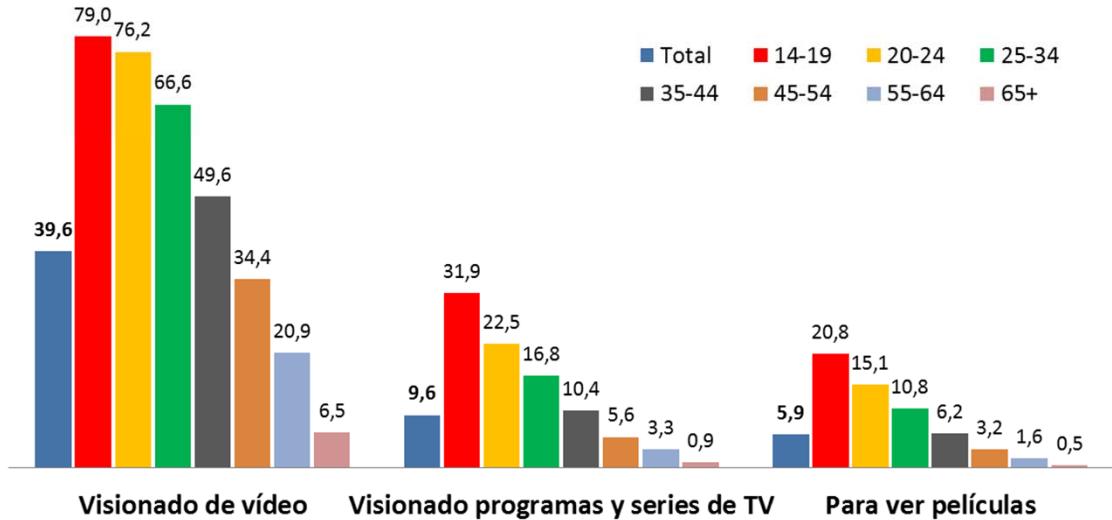




Visionado de TV por Internet en el último mes
(2015, AIMC - EGM)



Usos del móvil en el último mes
Total 2015, 14+ (AIMC - EGM)





LA INFORMACIÓN QUE NOS GUSTARÍA TENER



(De Kristian Tolonen)



Y LA INFORMACIÓN QUE TENEMOS...



(De Kristian Tolonen)