



AEDEMO 2025, 26-28 de marzo (A Coruña)

¿Alguien sabe CÓMO, DÓNDE y CUÁNDO vemos televisión?

Susana Ortega Angulo

Directora de Antena de DKISS y del Área de Investigación Grupo KISS Media

José Andrés Gabardo

Director Técnico del EGM





¿Hay alguna duda de que
VER TELEVISIÓN
es la **actividad de ocio** a la que
dedicamos **más tiempo**?

2012,
Récord histórico de consumo anual

246'





Noviembre 2012

269'

4 horas y 29'

El 2º mes de más consumo televisivo.

Cadena	Fecha	Emisión	Hora inicio	Día	Dur. (min)	Miles (000)	Share (%)
Antena 3	18-nov	Fórmula 1: G. P. Estados Unidos*	20:03	Do	95	7.166	35,8
	25-nov	Fórmula 1: G. P. Brasil*	17:03	Do	105	7.149	41,7
	4-nov	Fórmula 1: G. P. Abu Dabi*	14:03	Do	105	6.647	44,3
La 1	6-nov	Fútbol. Liga de Campeones: R. Madrid - Borussia Dortmund*	20:45	Ma	109	7.203	35,5
	20-nov	Fútbol. Liga de Campeones: Valencia - Bayern Munich*	20:45	Ma	111	3.960	20,6
	14-nov	Fútbol. Amistoso Selección: Panamá - España	22:33	Mi	107	3.324	17,9
Telecinco	11-nov	Motociclismo. Mundial MotoGP: G. P. Comunidad Valenciana	14:01	Do	48	2.867	25,0
	11-nov	Motociclismo. Mundial MotoGP (post): G. P. Comunidad Valenciana	14:49	Do	22	2.459	17,7
	11-nov	Motociclismo. Mundial Moto2 (post): G. P. Comunidad Valenciana	13:10	Do	17	1.643	20,8
Cuatro	8-nov	Fútbol. Europa League: Ath. Bilbao - Lyon	21:05	Ju	111	2.023	10,3
	22-nov	Fútbol. Europa League: At. Madrid - Hapoel Tel Aviv	21:05	Ju	108	1.574	8,1
	22-nov	Fútbol. Europa League (previo): At. Madrid - Hapoel Tel Aviv	20:54	Ju	10	798	4,9
Marca TV	28-nov	Fútbol. Copa del Rey: Barcelona - Alavés*	21:31	Mi	107	1.478	7,1
	9-nov	Fútbol. Liga española: R. Betis - Granada	21:31	Ví	108	1.079	5,8
	18-nov	Fútbol sala. Copa del mundo: España - Brasil	13:09	Do	177	991	8,2
Teledeporte	17-nov	Tenis. Copa Davis: República Checa - España	14:15	Sá	195	913	6,3
	16-nov	Tenis. Copa Davis: República Checa - España	21:00	Ví	161	841	4,7
	4-nov	Tenis. Masters 1000 (post): J. Janowicz - D. Ferrer: París	16:41	Do	20	603	3,8
Nitro	3-nov	Fórmula 1: Sesión Clasificatoria (post): G. P. Abu Dabi	15:04	Sá	14	812	5,8
	16-nov	Fórmula 1: Entrenamientos libres: G. P. Estados Unidos	19:55	Ví	99	452	3,2
	17-nov	Fórmula 1: Entrenamientos libres: G. P. Estados Unidos	15:55	Sá	71	423	2,8
Energy	10-nov	Motociclismo. Mundial Moto2. Sesión Clasificatoria: G. P. Comunidad Valenciana	15:13	Sá	48	210	1,5
	10-nov	Motociclismo. Mundial MotoGP. Sesión Clasificatoria: G. P. Comunidad Valenciana	14:58	Sá	14	156	1,2
	18-nov	Motociclismo. Campeonato de España de Velocidad Moto2: G. P. Comunidad Valenciana	11:58	Do	34	114	1,8

¿Hay alguna duda de que
VER TELEVISIÓN
es la **actividad de ocio** a la que
dedicamos **más tiempo**?

2012,

Récord histórico de consumo anual

246'

¿Qué está pasando para que
doce años más tarde
dediquemos **menos tiempo**
a ver televisión?

2024,

Mínimo histórico de consumo anual

163' (-83')



Climatología, entretenimiento, deporte, series, películas, actualidad informativa....
Si los contenidos siguen siendo los mismos ¿qué se nos está escapando?

¿Hay alguna duda de que
VER TELEVISIÓN
es la **actividad de ocio** a la que
dedicamos **más tiempo**?

2012,

Récord histórico de consumo anual

246'

¿Qué está pasando para que
doce años más tarde
dediquemos **menos tiempo**
a **ver televisión**?

2024,

Mínimo histórico de consumo anual

TV No TV
163' + 50' = 213'



Climatología, entretenimiento, deporte, series, películas, actualidad informativa.....
Si los contenidos siguen siendo los mismos ... ¿cambia 'CÓMO, DÓNDE Y CUÁNDO verlos?

En **2024**, televisores más grandes



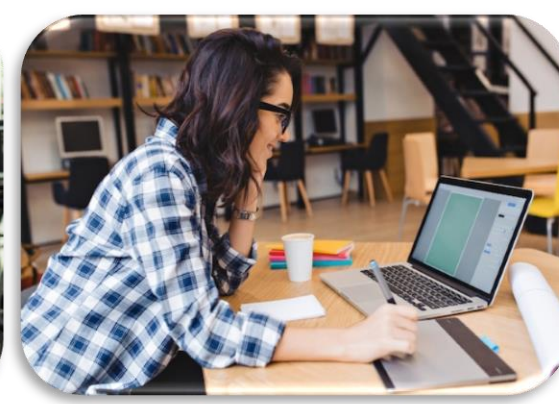
En **2024**, televisores más grandes



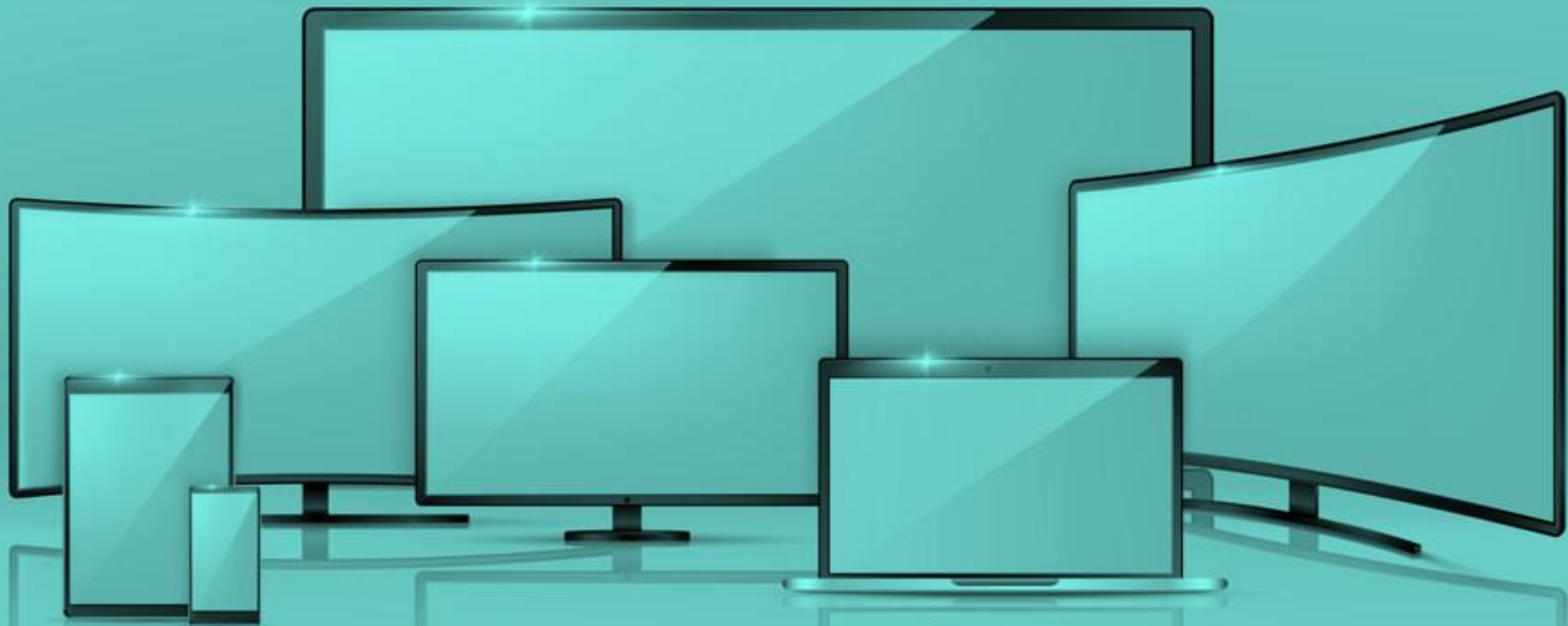
Más dispositivos para ver contenidos



Más lugares para verlos



Evolución del equipamiento audiovisual



¿Qué entiende por **CONTENIDOS TELEVISIVOS?**

TV lineal solo en el **televisor**
24,1%

TV lineal y **TV a la carta** solo en el **televisor**

10%

Cualquier contenido en cualquier dispositivo

21%

TV lineal en **todos los dispositivos**

22%

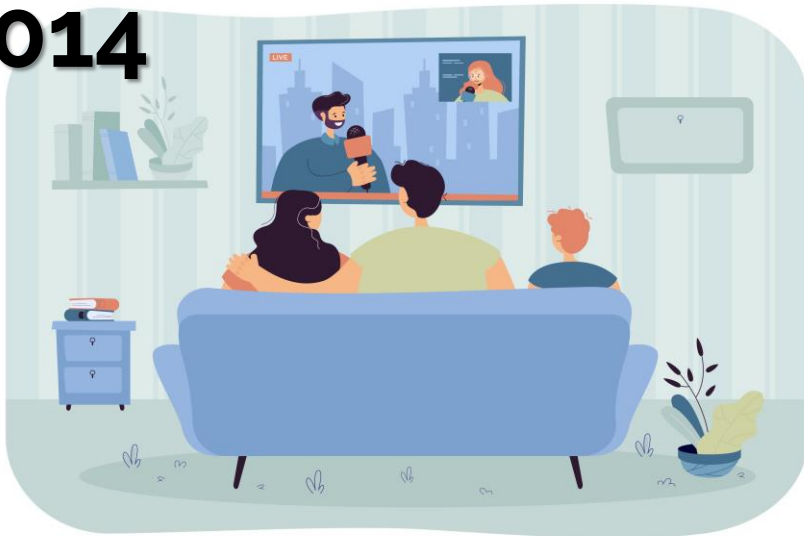
23%

TV lineal y TV a la carta en **todos los dispositivos**

Todos dispositivos

66%

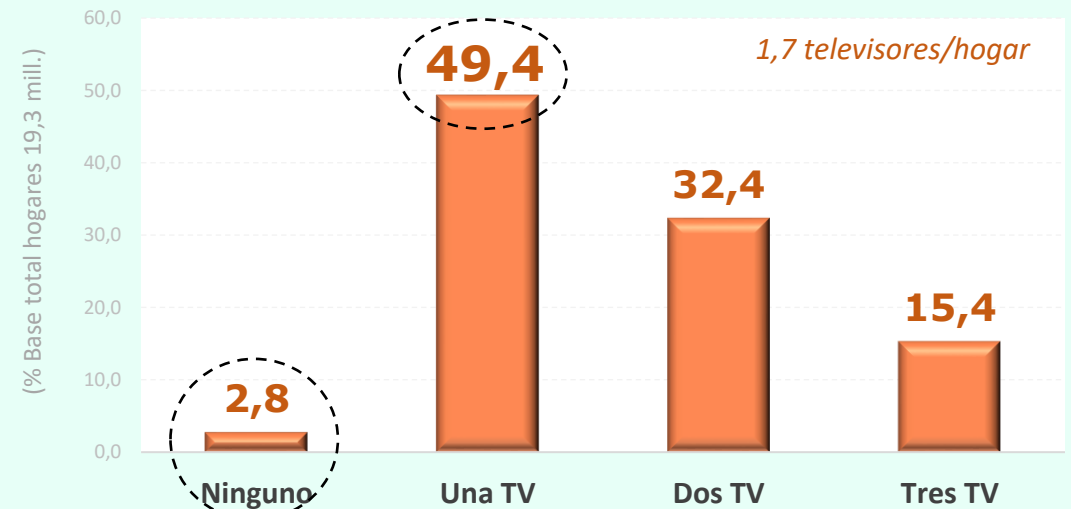
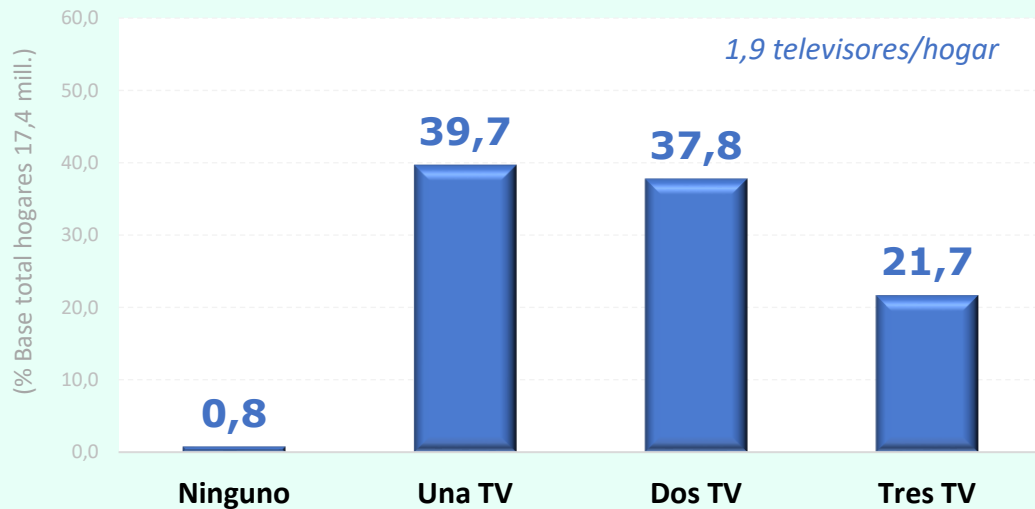
2014



2024



En los **últimos 10 años** ha disminuido el número de **televisores** en el hogar...



Evolución del equipamiento audiovisual en España

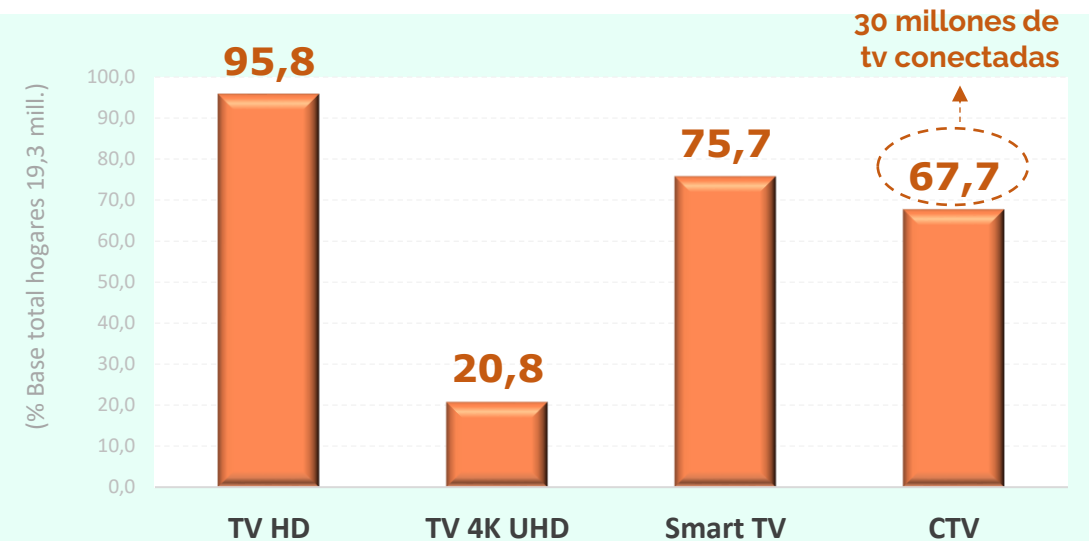
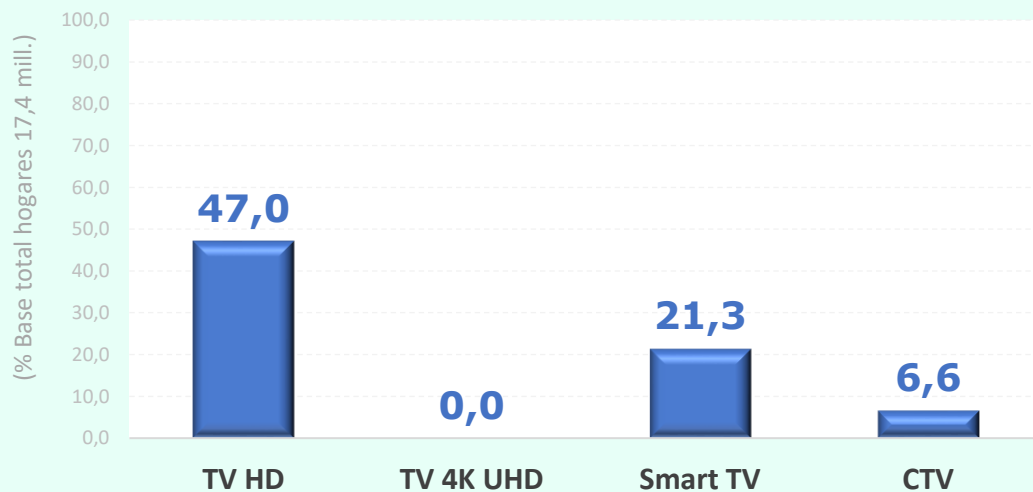
2014



2024



... pero están más **preparados** y **“conectados”** a Internet.



Evolución del equipamiento audiovisual en España

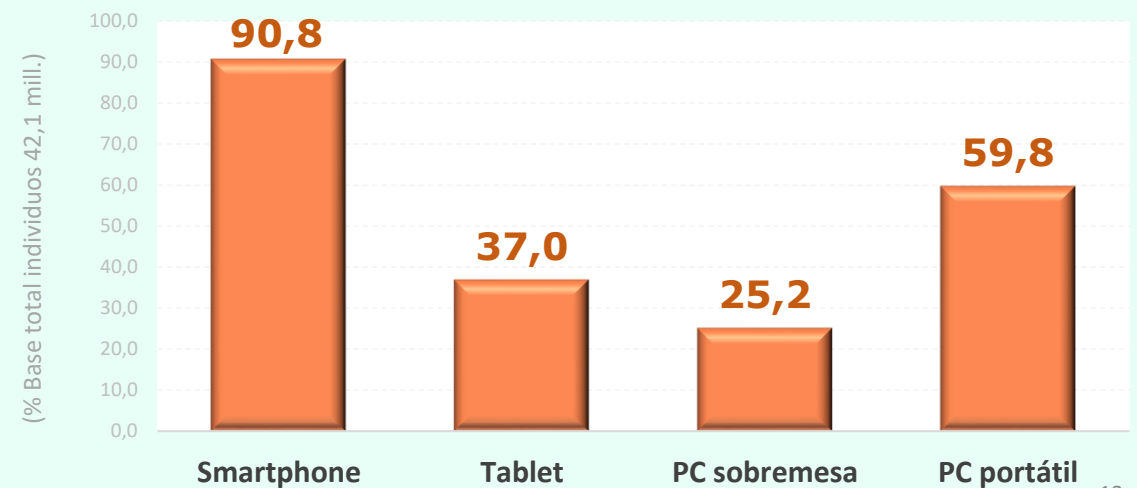
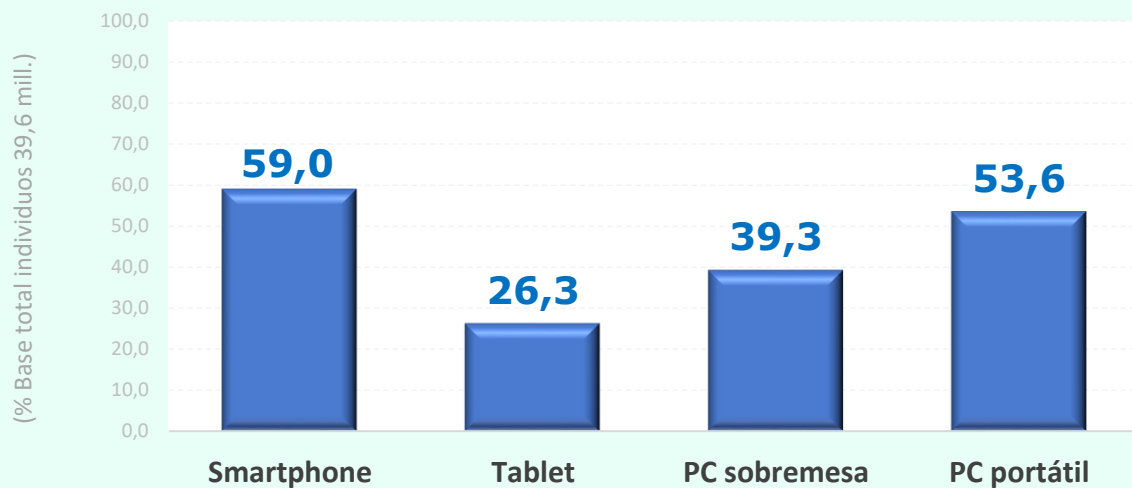
2014



2024

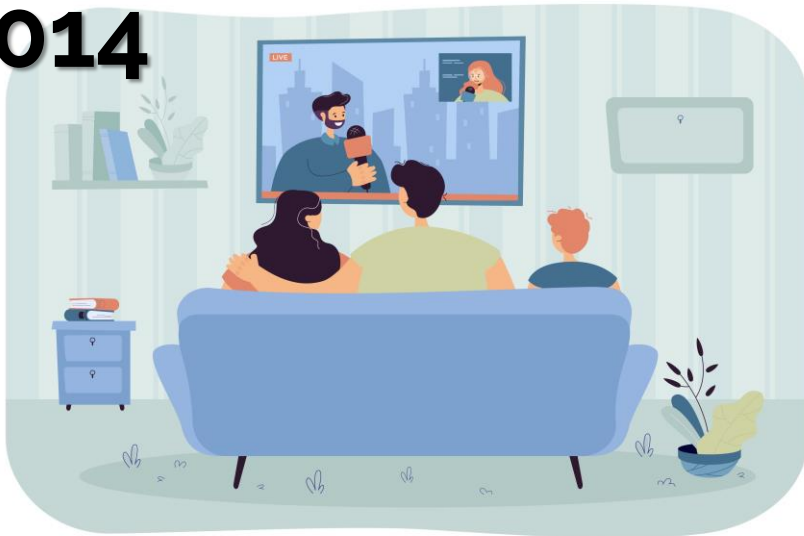


Más dispositivos para ver contenidos televisivos y de uso personal...

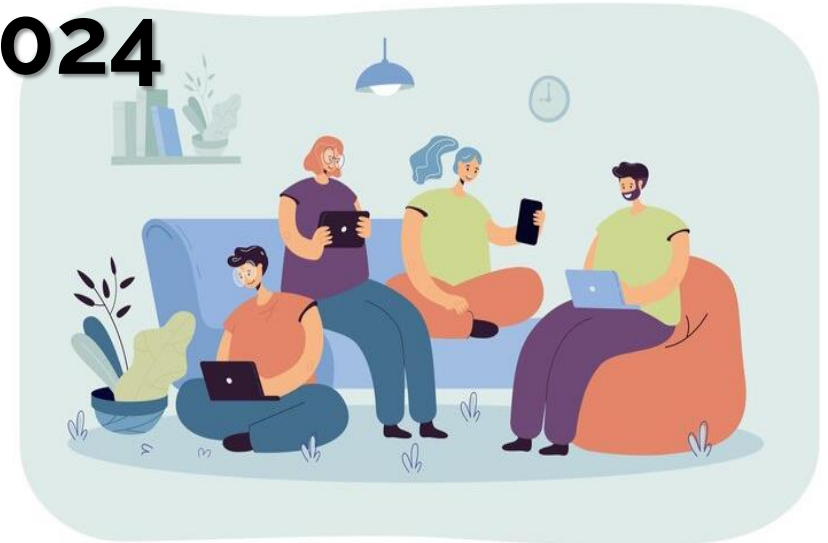


Evolución del equipamiento audiovisual en España

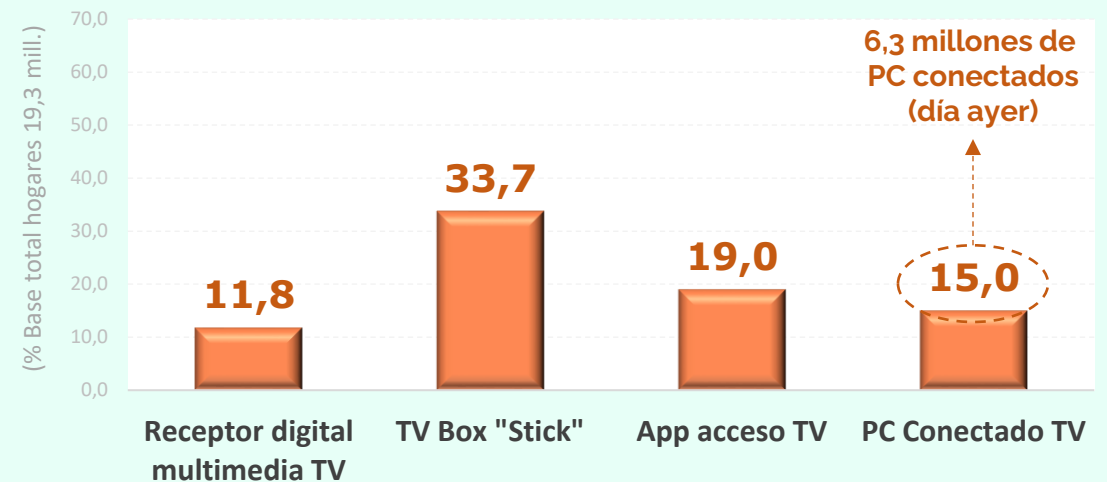
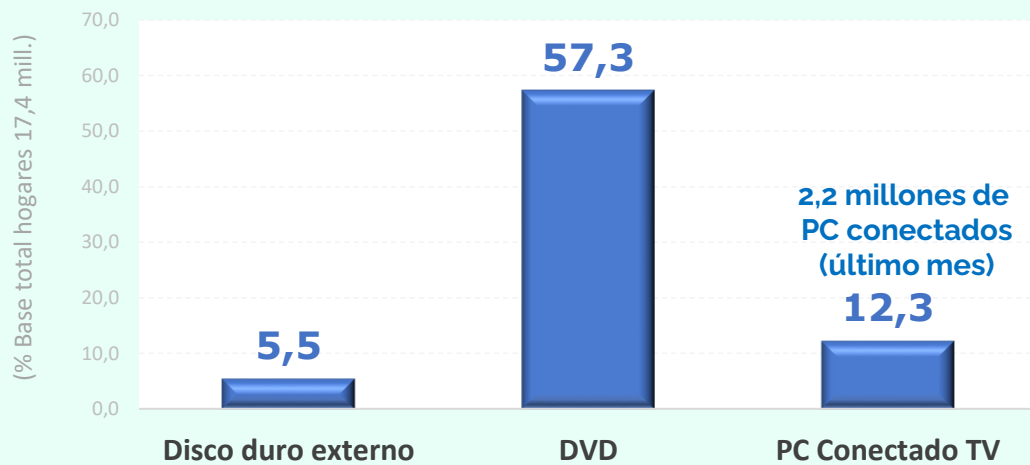
2014



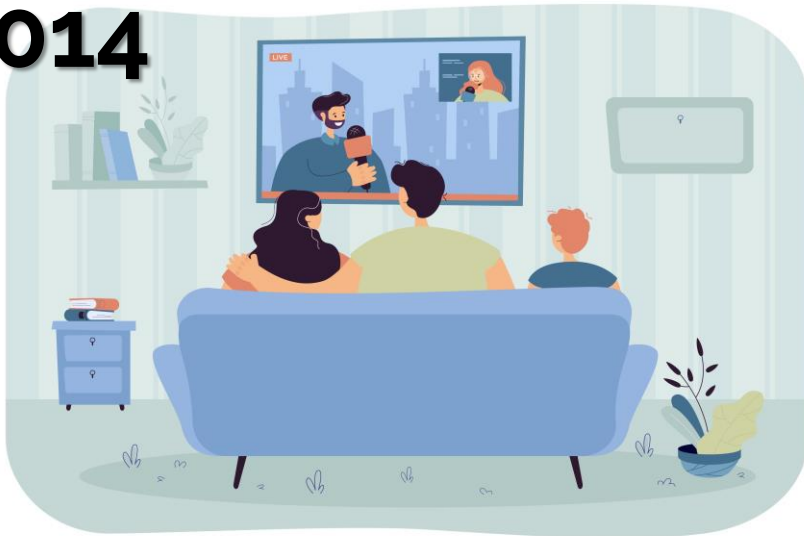
2024



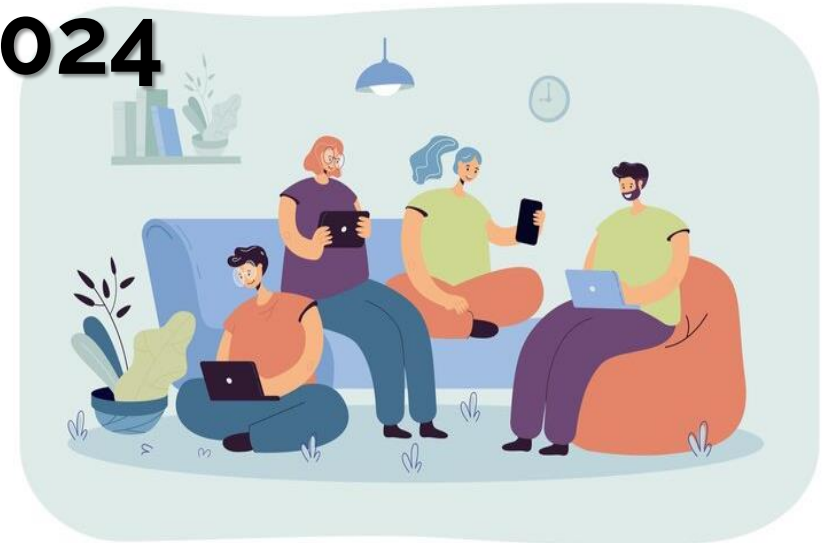
... con posibilidad de **conectarlos al televisor**...



2014



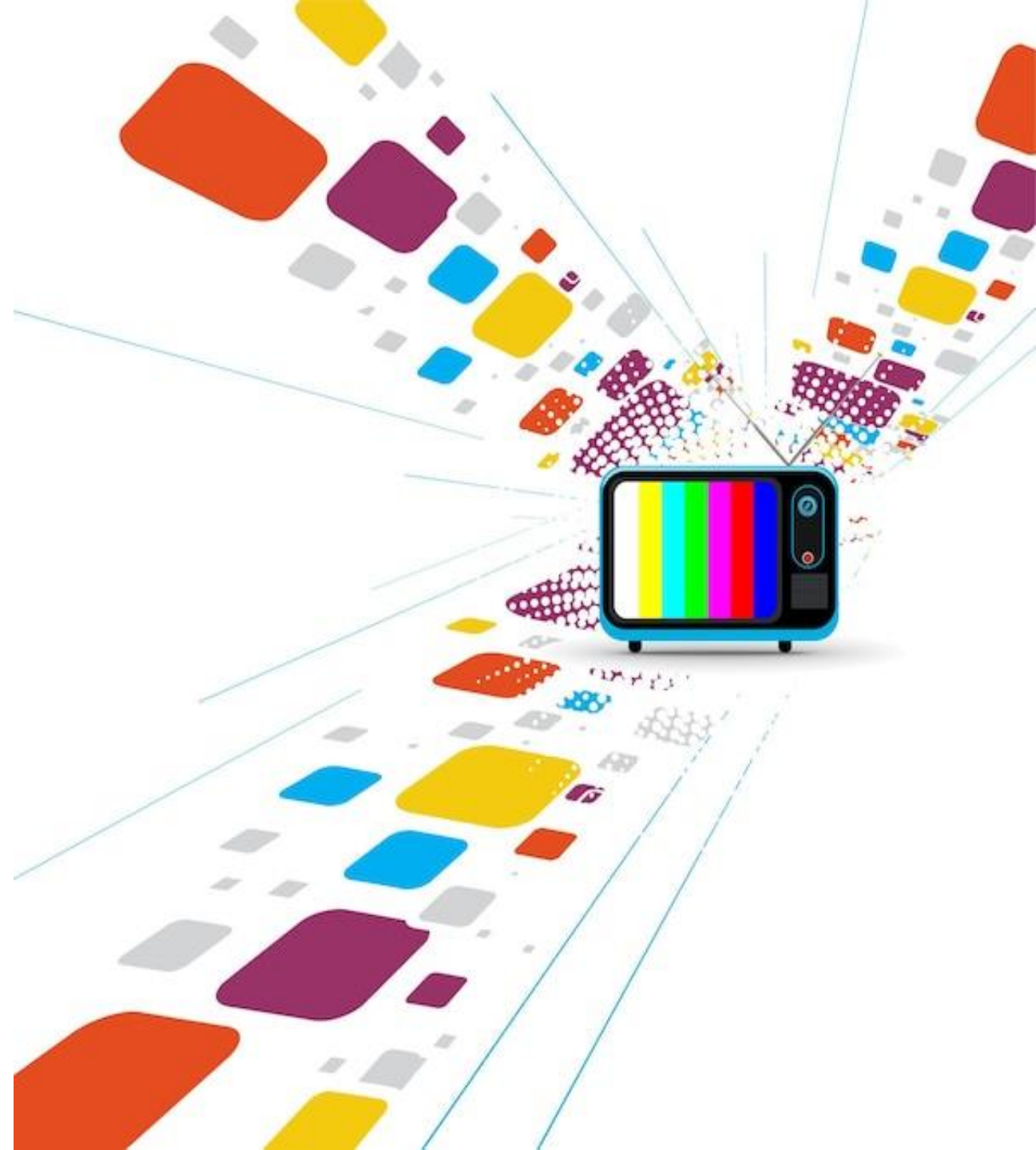
2024



... y con **más contenidos** disponibles que nunca.



*Preguntemos a los
individuos por sus
rutinas televisivas.*



Metodología

CAWI

Nº Entrevistas

2.062

(750 Panel IMOP + 1.312 AIMC Q Panel AIMC)

Trabajo de campo

20 de enero al domingo 16 de febrero de 2025

Universo de Referencia

Internautas de 14 años o más

Acceso a Internet en los últimos 30 días

Universo internauta **38.466.000**

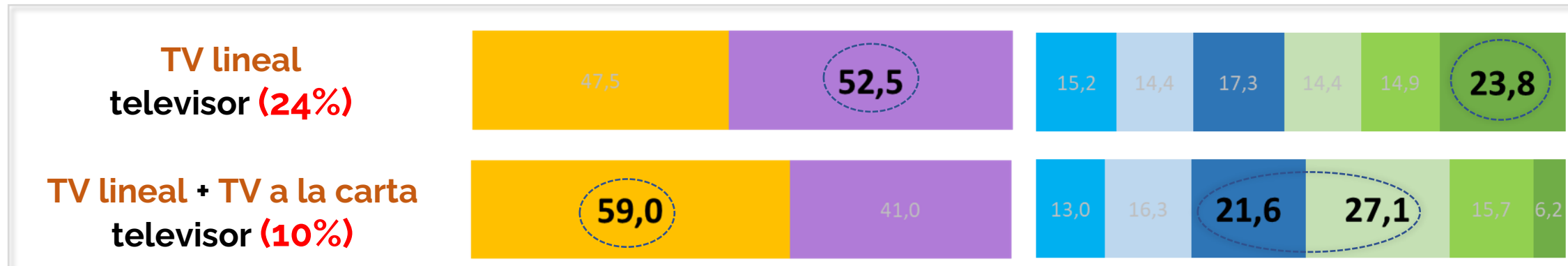
Según EGM **91,5% individuos han accedido a Internet** en el último mes. Del resto no sabemos nada en este estudio.

¿Qué entiende por **CONTENIDOS TELEVISIVOS**?

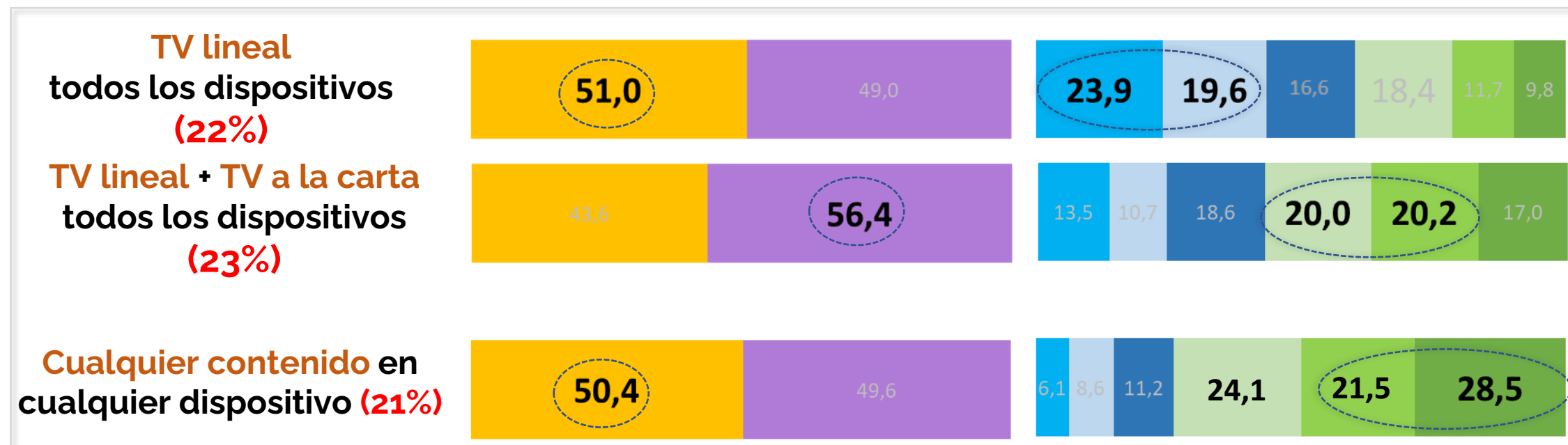
(Datos en %)

■ Hombre ■ Mujer

■ 14-24 ■ 25 a 34 ■ 35 a 44 ■ 45 a 54 ■ 55 a 64 ■ 65+



(Datos en %)



(Datos en %)

('000)

¿Qué entiende por **CONTENIDOS TELEVISIVOS**?

Televisor
34%

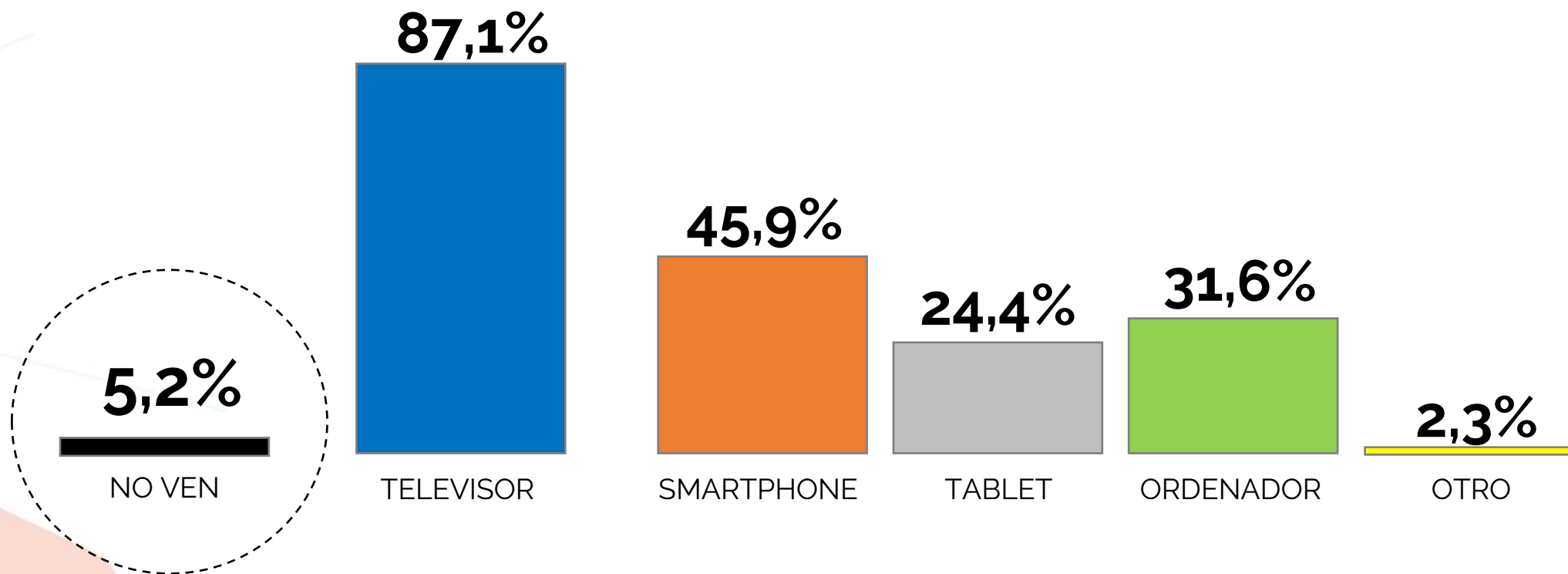
Cualquier
dispositivo
66%

*El **televisor** deja de ser el **único dispositivo** en el consumo de contenidos audiovisuales.
La **TV se independiza** del televisor.*

¿Qué **CONTENIDOS TELEVISIVOS** (programas de entretenimiento, series, cine, informativos, deporte...) han visto en el **último mes** en cualquier **lugar del consumo o dispositivo**

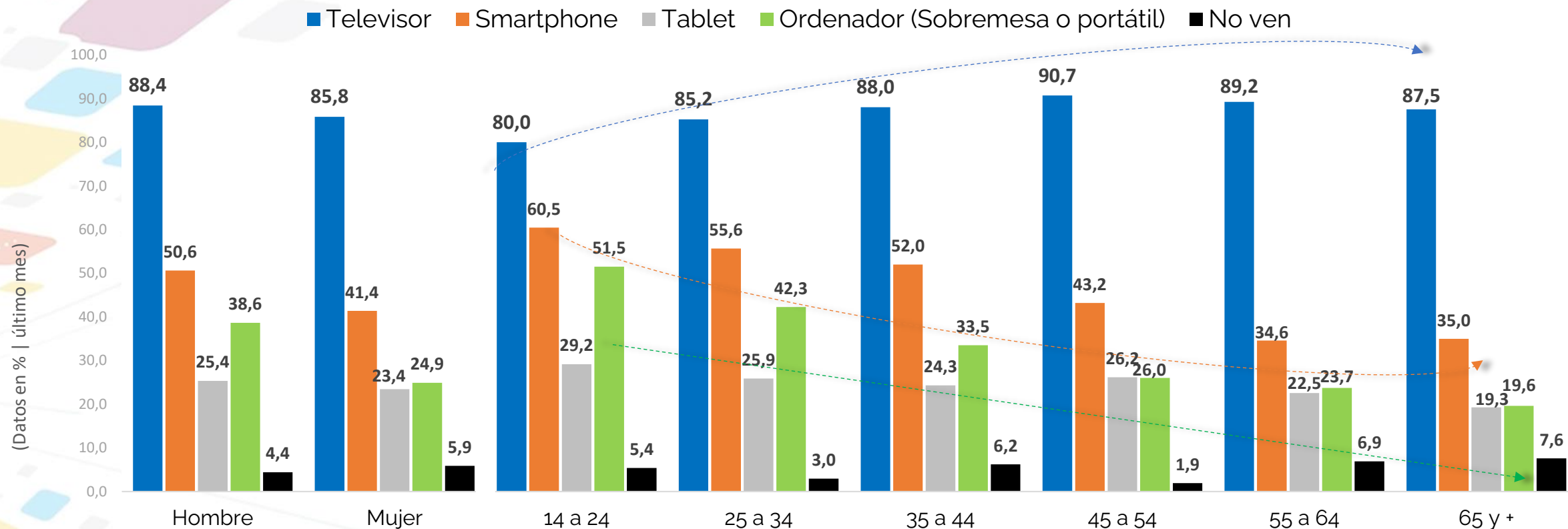
Base: total internautas

(Datos en % último mes)



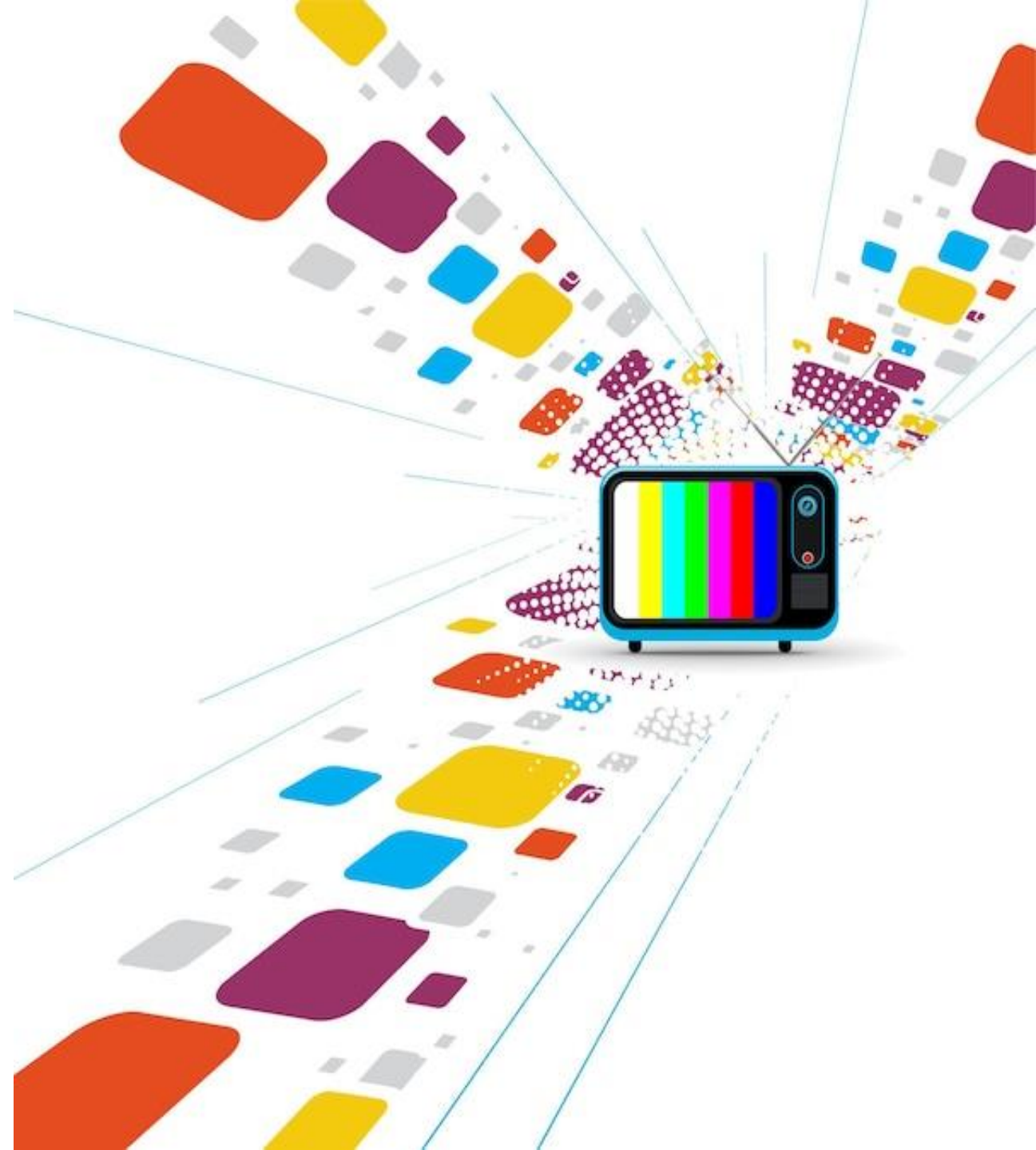
¿Cómo es el **consumidor medio** de contenidos televisivos?

Base Total internautas



El **televisor** es el dispositivo **principal** en todas las edades, sobre todo entre los **mayores de 45 años**, mientras que los **más jóvenes** usan **más dispositivos**.

En el día ayer,
¿cómo, cuándo y
dónde ven
contenidos *televisivos*?



Consumo medio diario

2022,

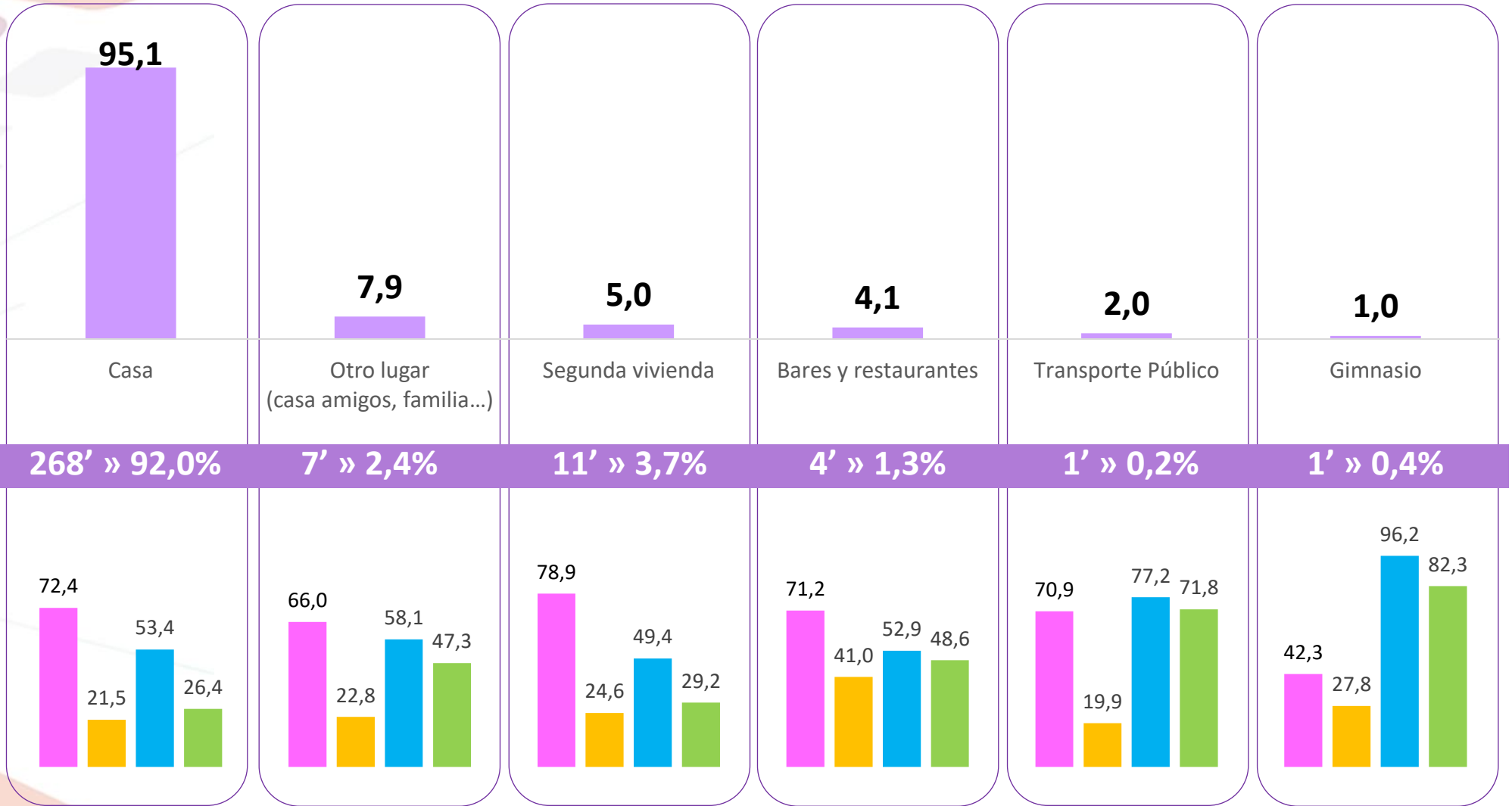
Lugar de consumo para ver contenidos televisivos

(%) Base Total Consumo 35,4 millones en el día de ayer

(% Individuos 14 y +)

292'

Minutos de consumo de contenido televisivo



■ TV gratuita (lineal) ■ TV Pago (lineal) ■ TV a la carta ■ Vídeos on line

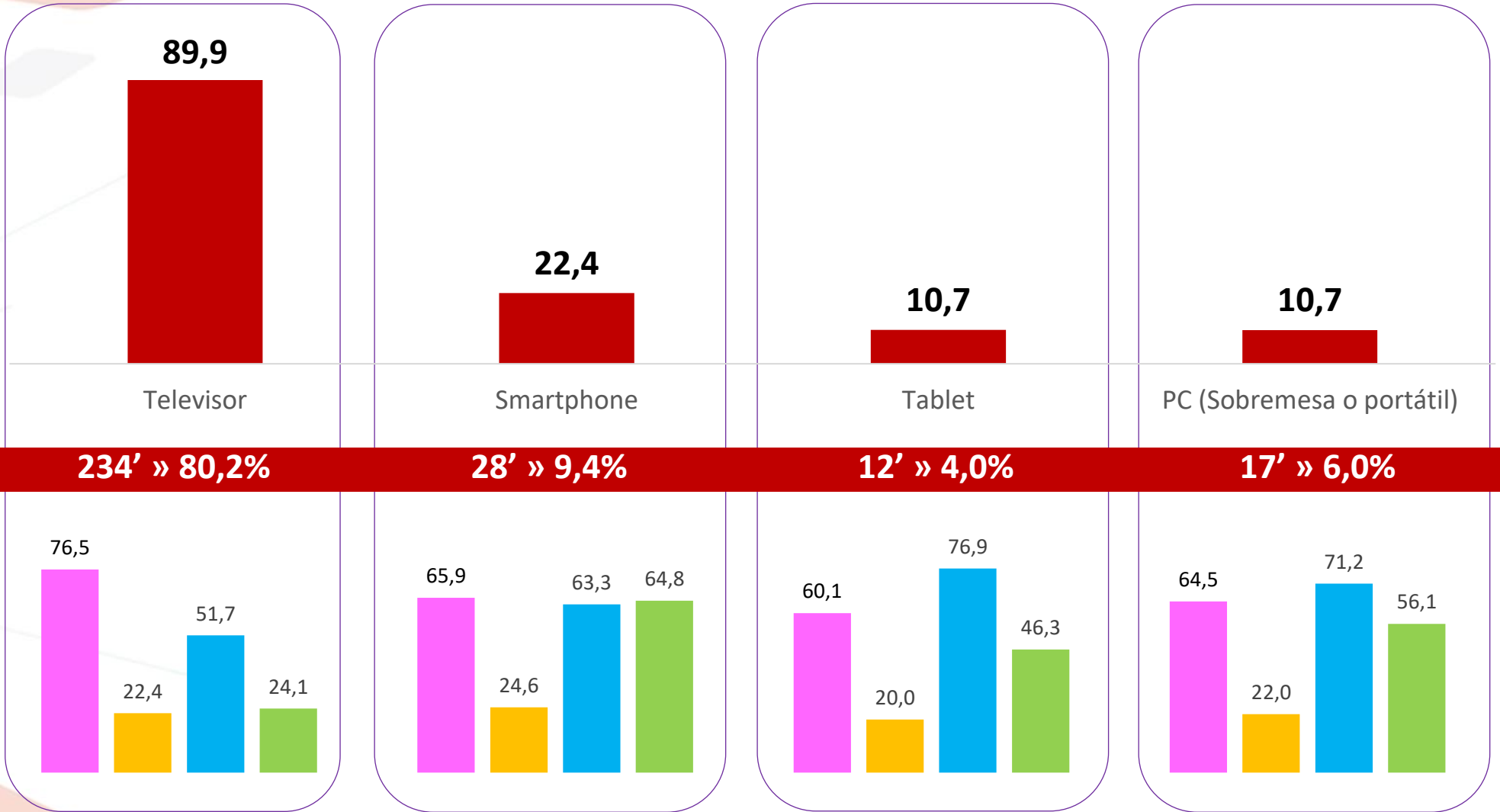
Dispositivos utilizados para ver contenidos televisivos

(%) Base Total Consumo 35,4 millones en el día de ayer

(% Individuos 14 y +)

292'

Minutos de consumo de contenido televisivo



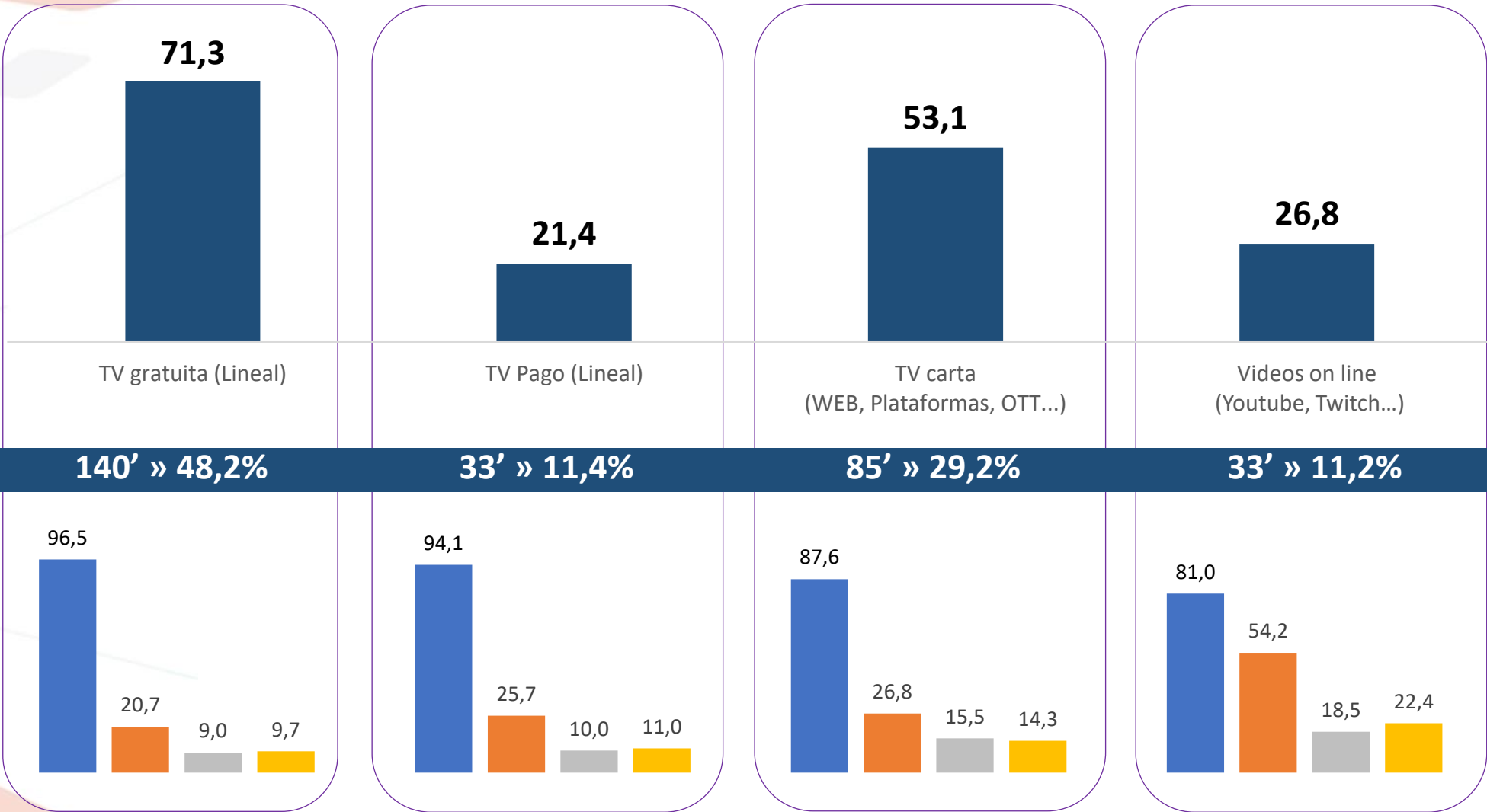
■ TV gratuita (lineal)
 ■ TV Pago (lineal)
 ■ TV a la carta
 ■ Vídeos on line

(%) Base Total Consumo 35,4 millones en el día de ayer

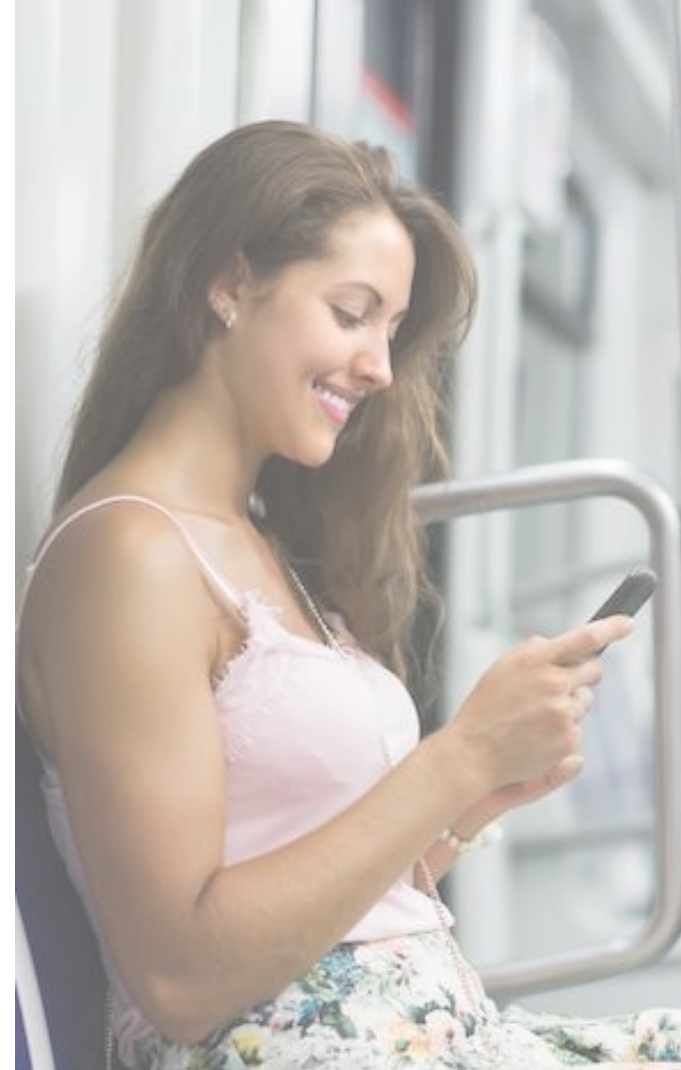
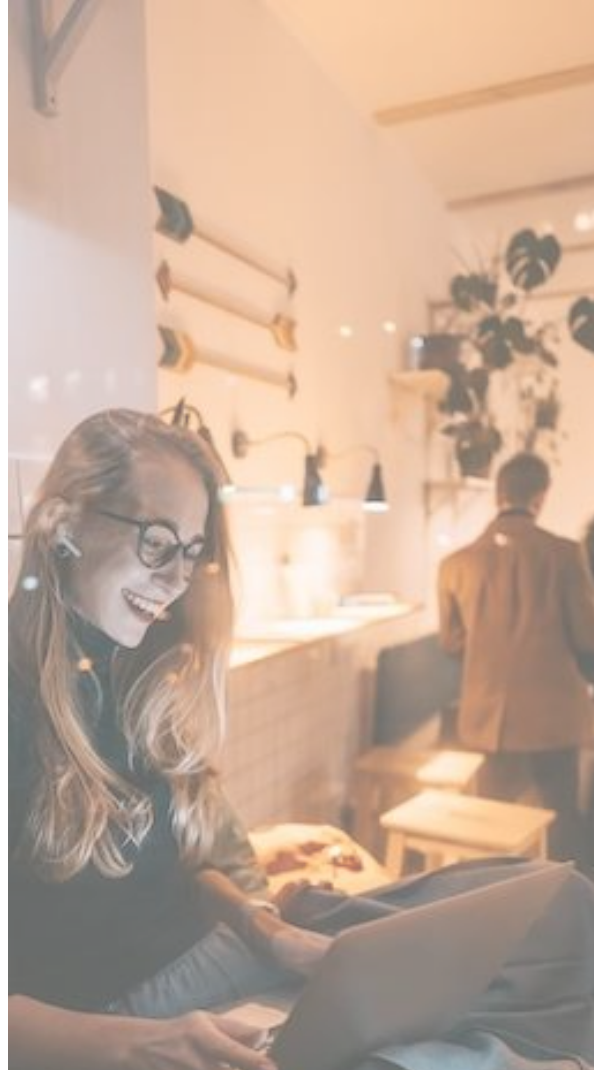
(% Individuos 14 y +)

292'

Minutos de consumo de contenido televisivo

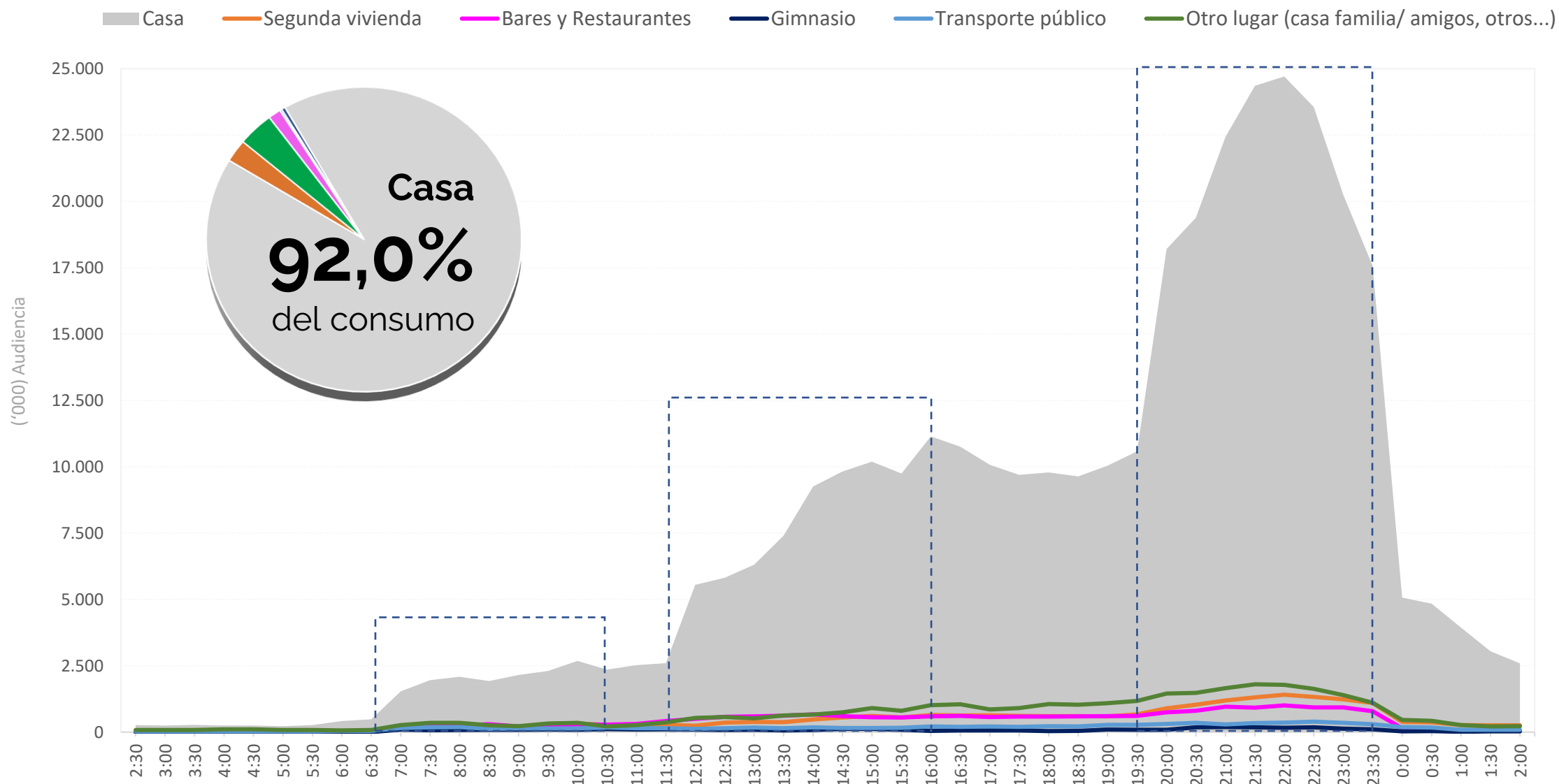


■ Televisor ■ Smartphone ■ Tablet ■ PC (Sobremesa o portátil)



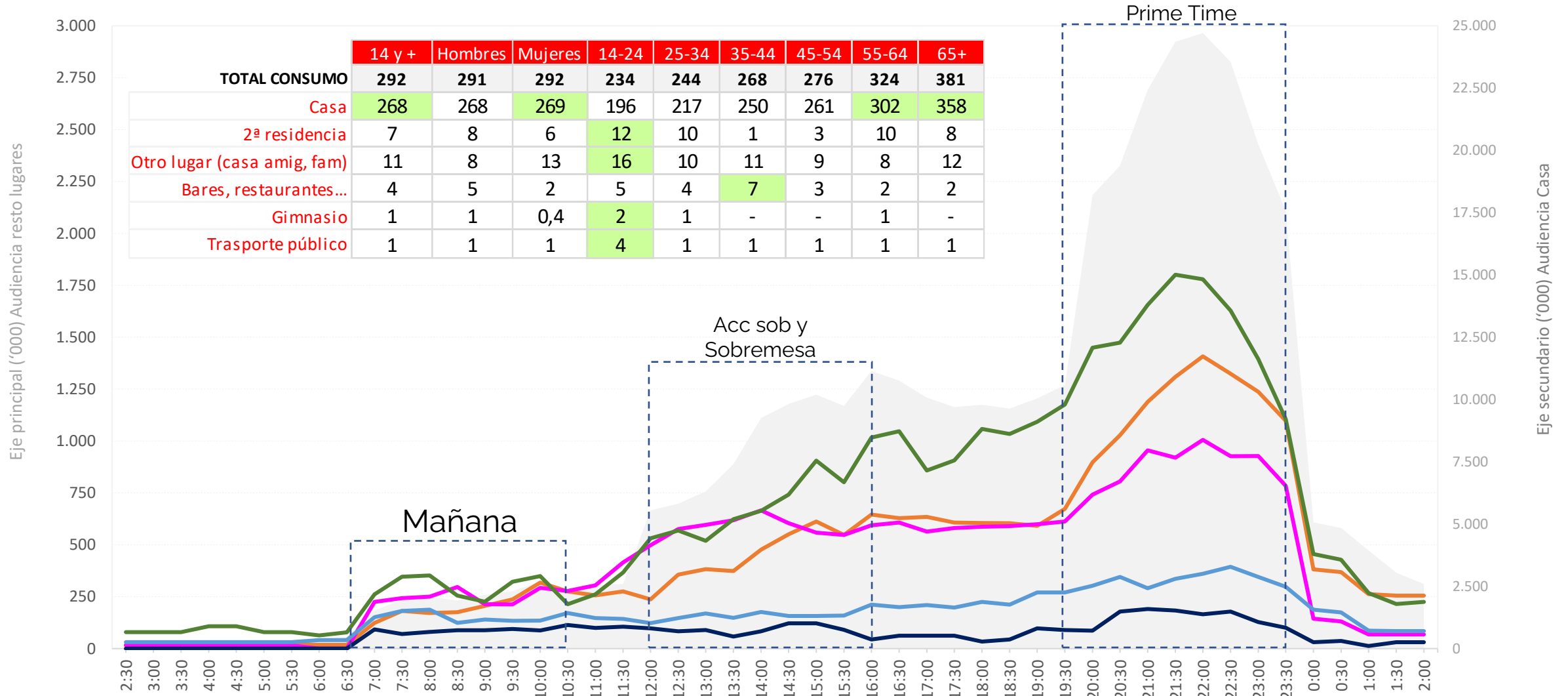
¿Dónde, en qué dispositivo y a qué hora se ven contenidos televisivos?

Lugar de consumo



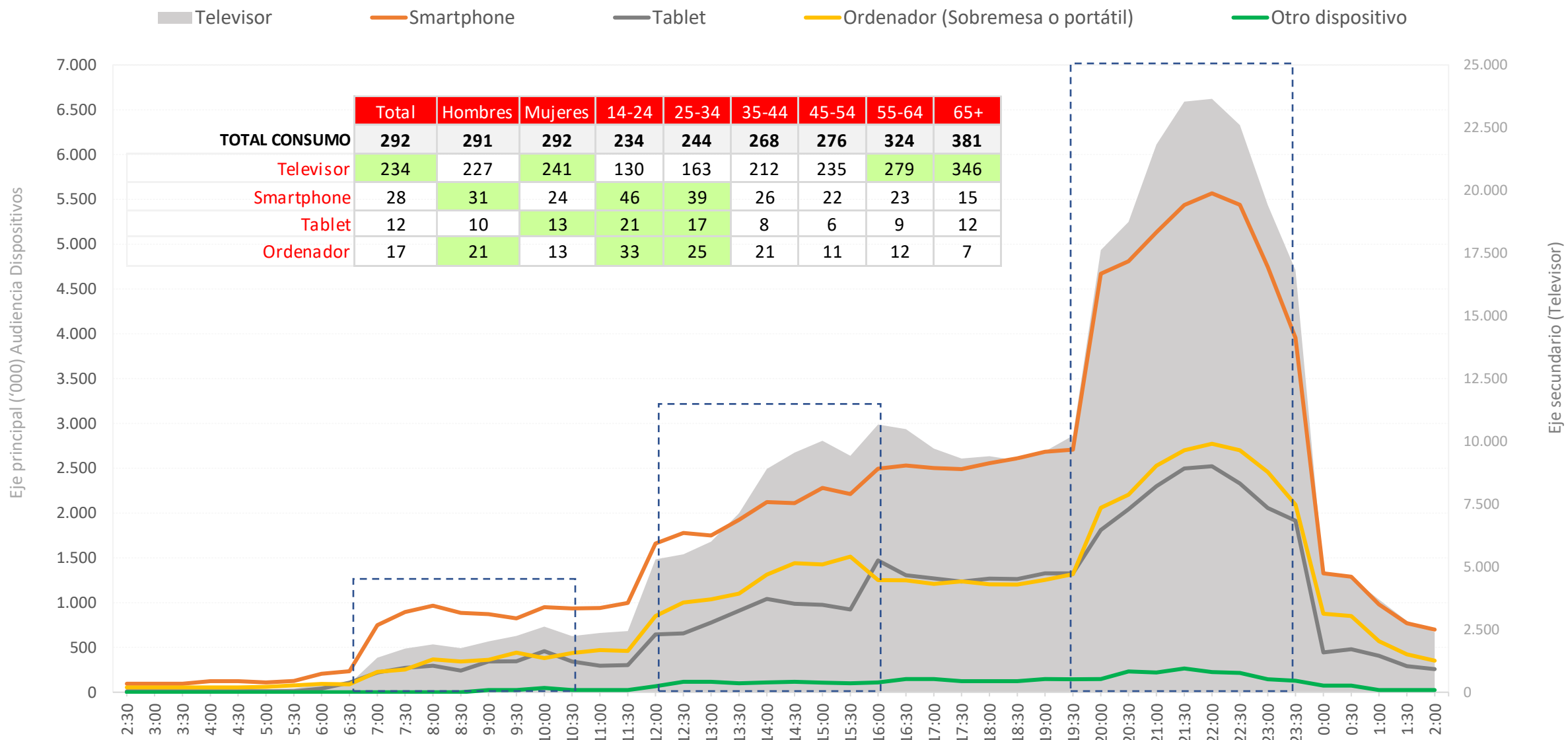
Lugar de consumo

■ Casa
 ■ Segunda vivienda
 ■ Bares y Restaurantes
 ■ Gimnasio
 ■ Transporte público
 ■ Otro lugar (casa familia/ amigos, otros...)



Dispositivo

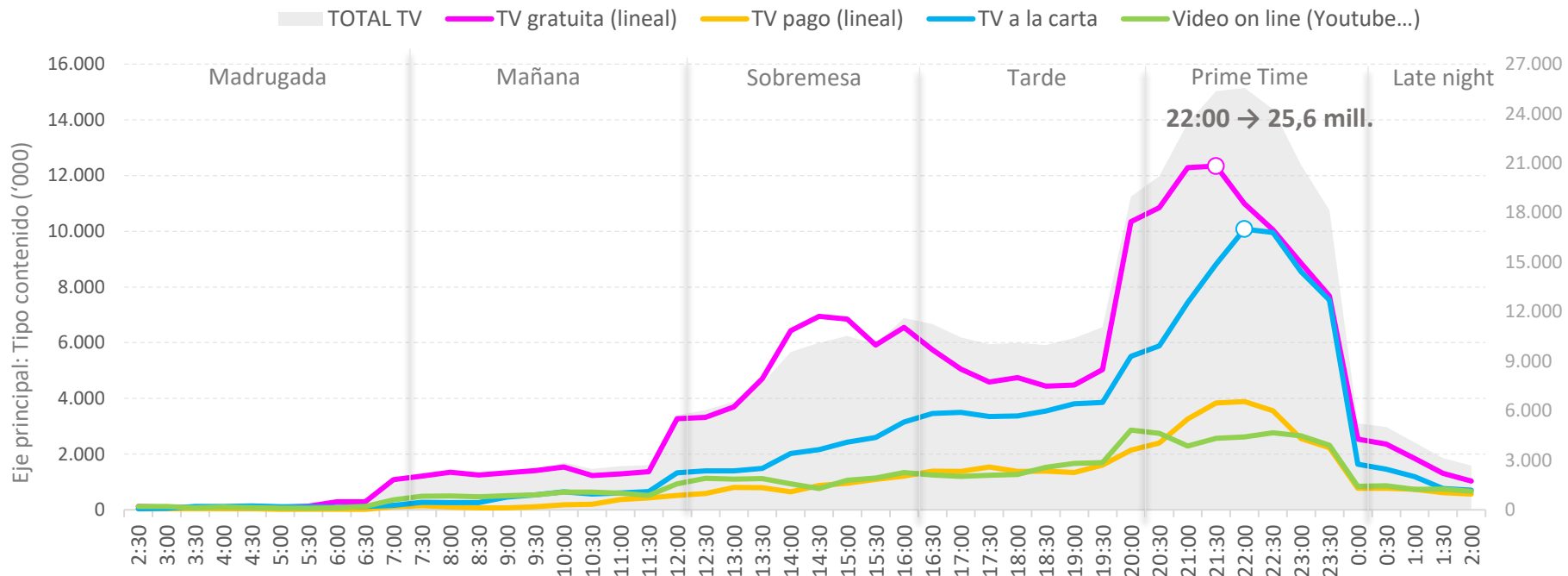
Audiencia de contenidos televisivos por medias horas



Contenido

¿Qué contenidos televisivos nos gustan según el momento del día?

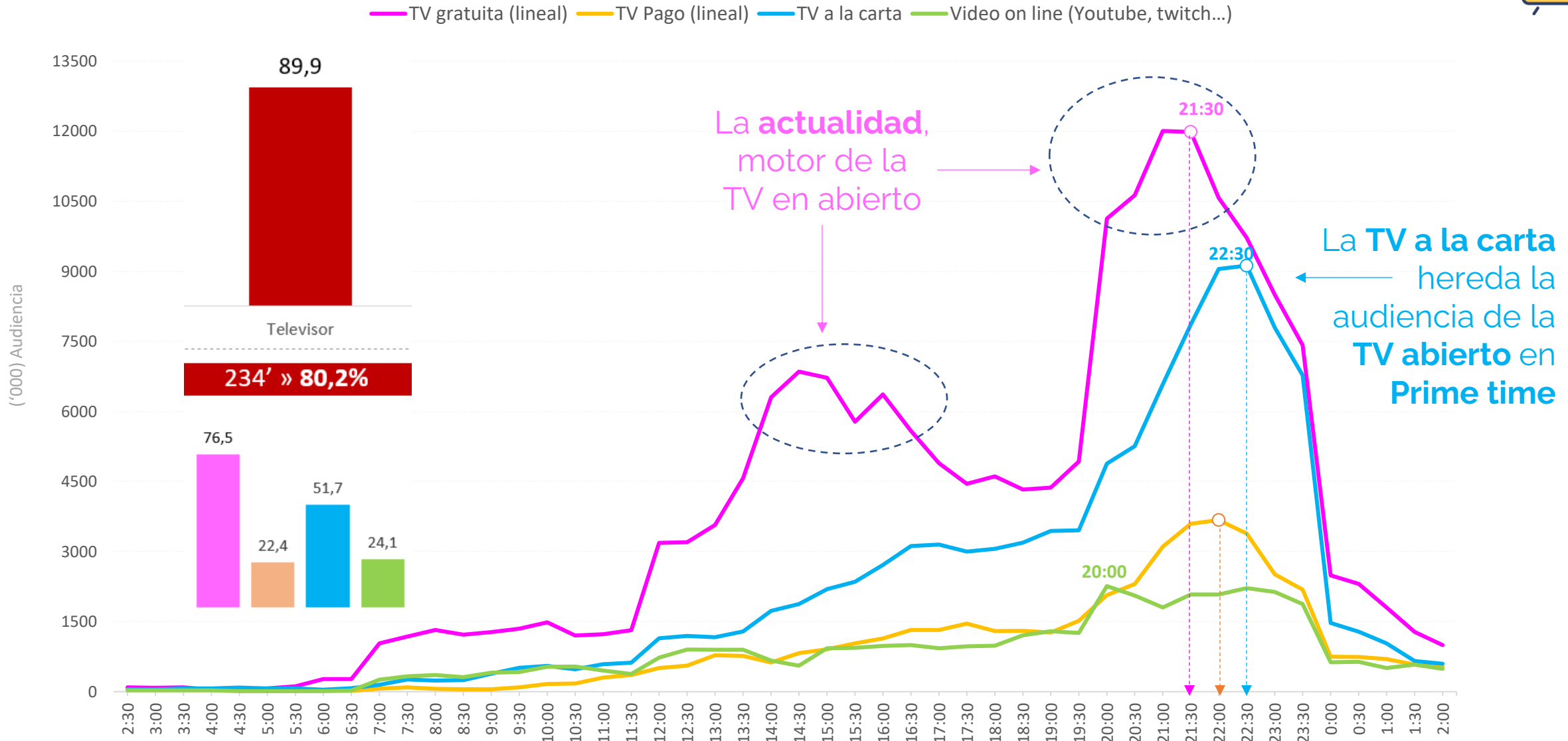
(Minutos y %)	TOTAL	
TOTAL	292	100,0%
TV Gratuita (lineal)	140	48,0%
TV Pago (lineal)	33	11,4%
TV a la Carta	85	29,2%
Videos on line	33	11,2%



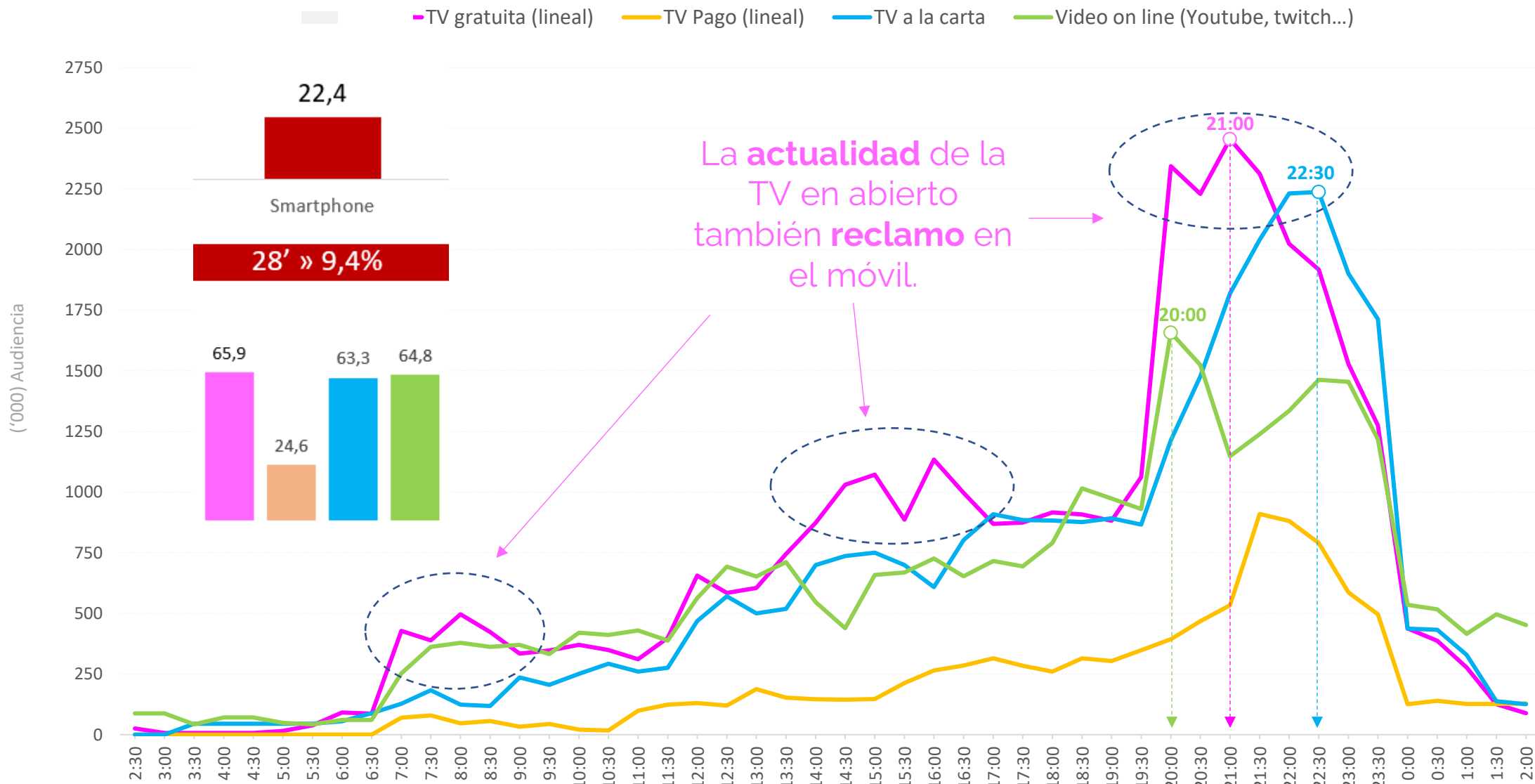
		Madrugada 2:30-07:00		Mañana 07:00-12:00		Sobremesa 12:00-16:00		Tarde 16:00-20:00		Prime Time 20:00-24:00		Late night 24:00-26:29		
		('000)												
Abs.		749	5.369	13.671	14.485	29.861	5.396							
Lugar	Casa	33.668	100,0	96,0	96,7	95,7	96,1	96,5						
	Otro lugar(casa fam/amig)	2.793	16,4	13,8	9,1	10,0	7,3	8,8						
	Segunda vivienda	1.786	2,4	8,7	5,6	5,3	5,1	7,3						
	Bares y Restaurant.	1.444	2,1	11,3	6,1	5,1	3,9	2,7						
	Gimnasio	370	0,0	2,5	1,0	0,7	0,7	0,7						
	Transporte público	715	5,5	5,3	1,6	2,1	1,6	3,5						
Dispositivo	Televisor	31.807	74,8	90,2	93,9	92,3	91,4	91,0						
	Smartphone	7.930	37,5	34,0	21,7	23,2	22,0	25,7						
	Tablet	3.788	14,4	12,9	9,7	11,8	9,6	8,9						
	Ordenador	3.783	15,9	14,4	14,2	11,4	11,0	16,8						
	Otro dispositivo	443	0,0	0,9	1,0	1,3	1,1	1,4						

Eje secundario (Total internauta)

Dispositivo (Televisor)



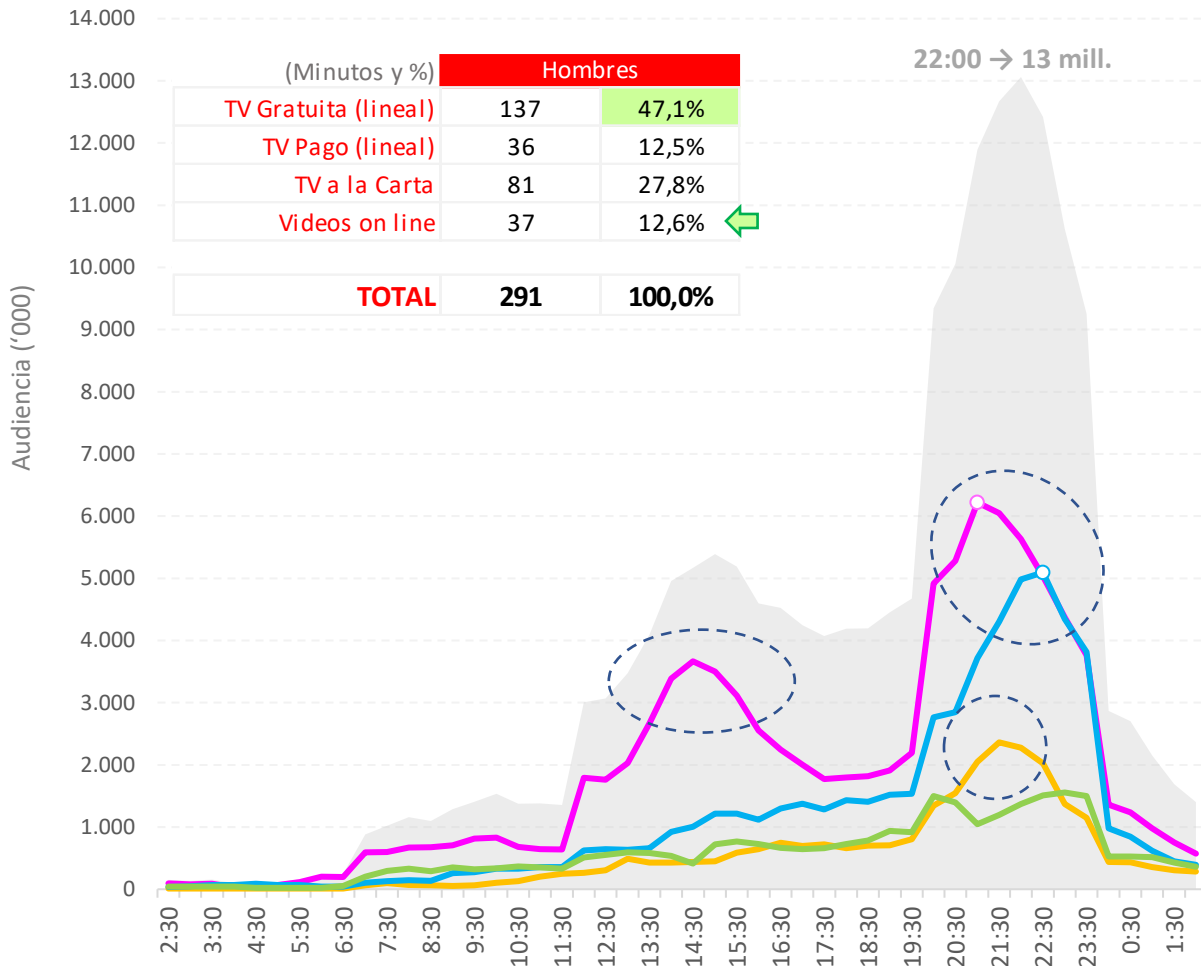
Dispositivo (Smartphone)



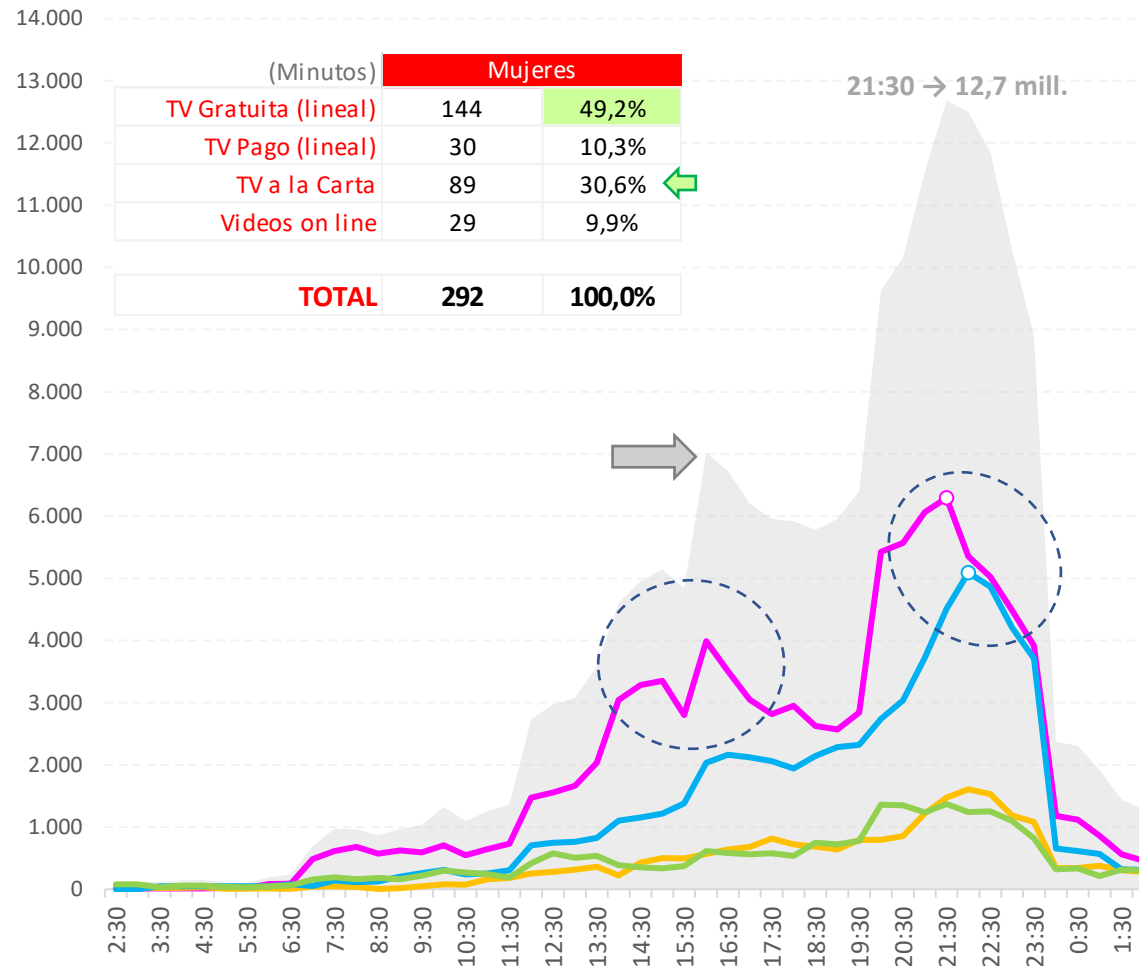
¿Qué contenidos televisivos nos gustan según el momento del día?

■ Total ■ TV gratuita (lineal) ■ TV Pago (lineal) ■ TV a la carta ■ Vídeos on line

HOMBRES

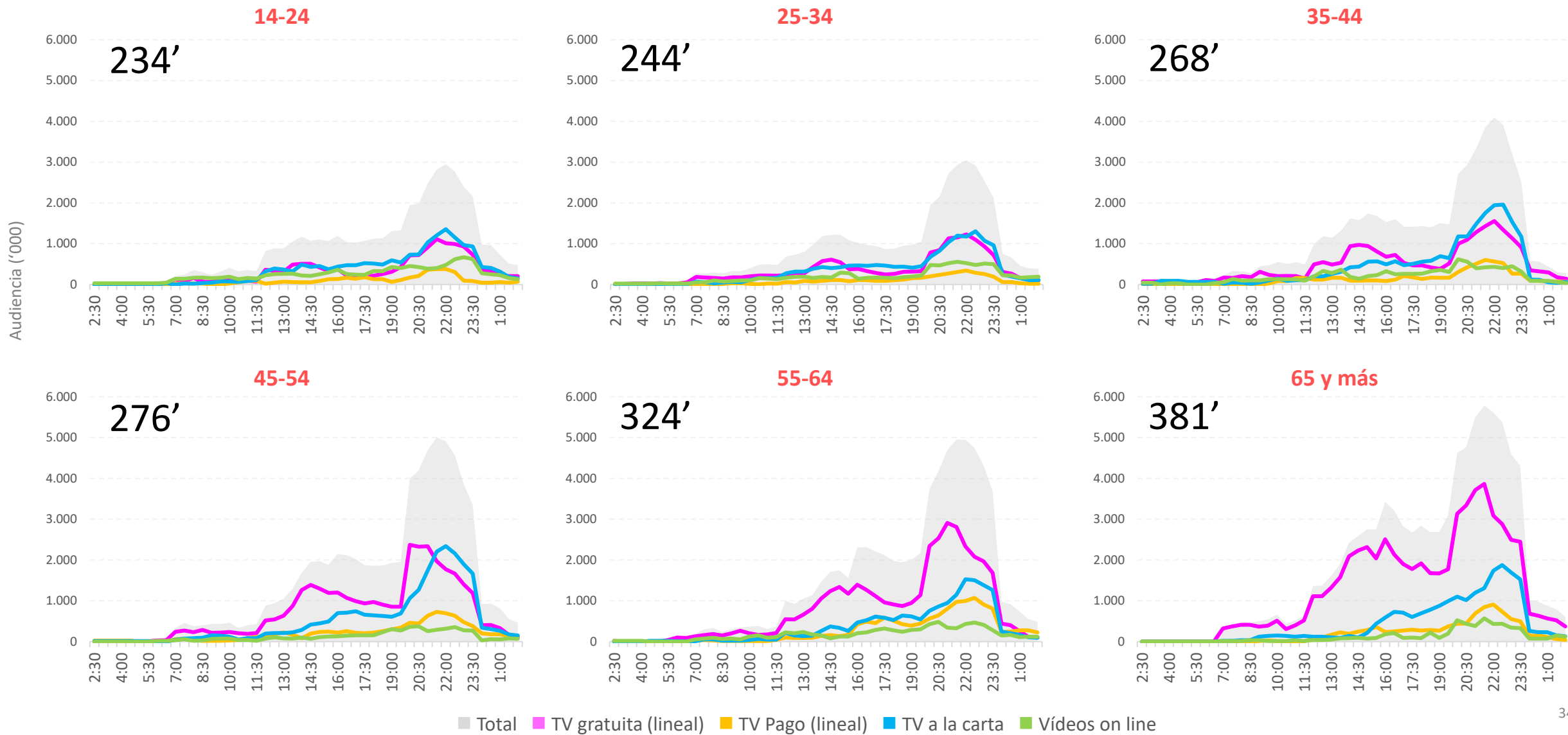


MUJERES



¿Qué contenidos televisivos nos gustan según el momento del día?

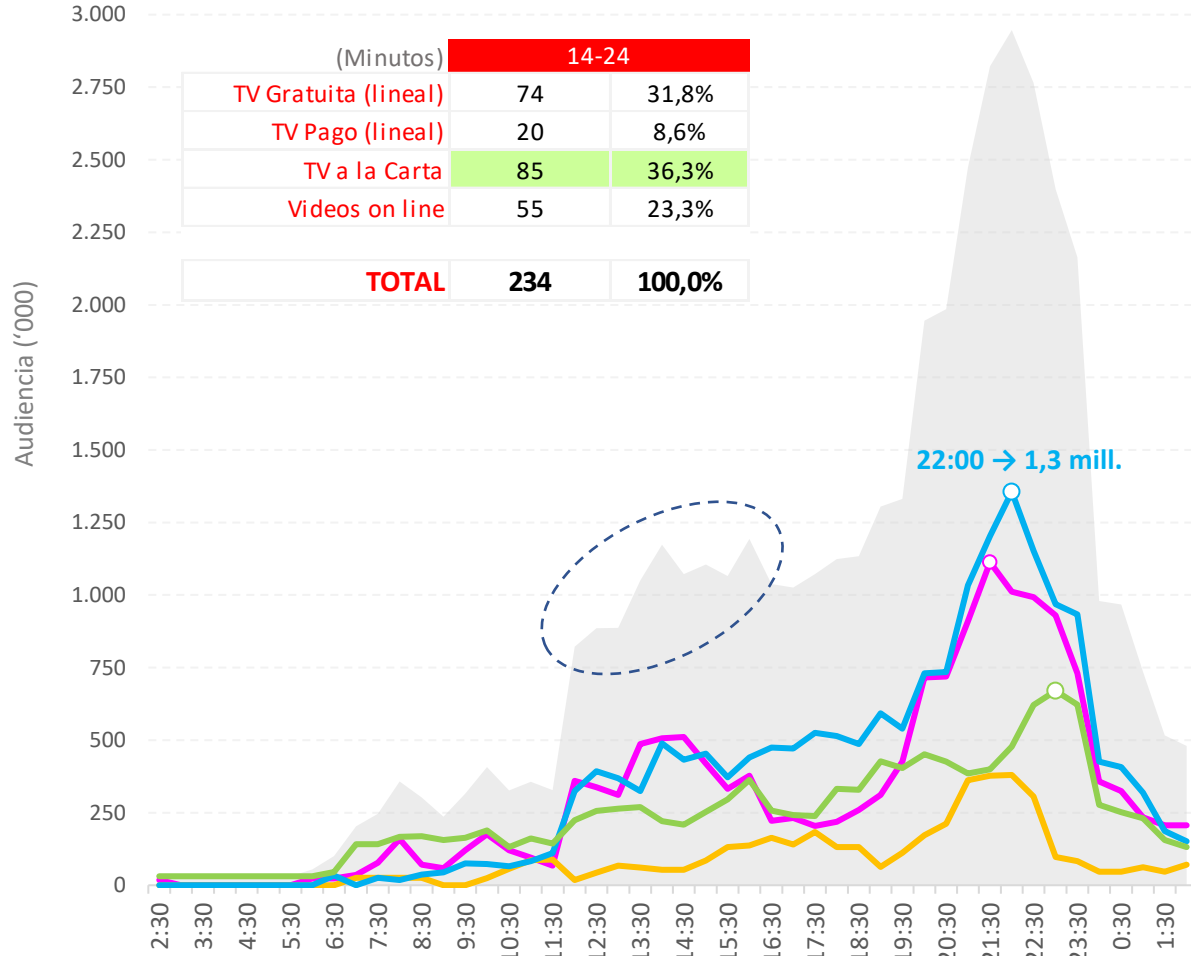
- En las edades más jóvenes, los **contenidos a la carta** lideran el Prime Time.



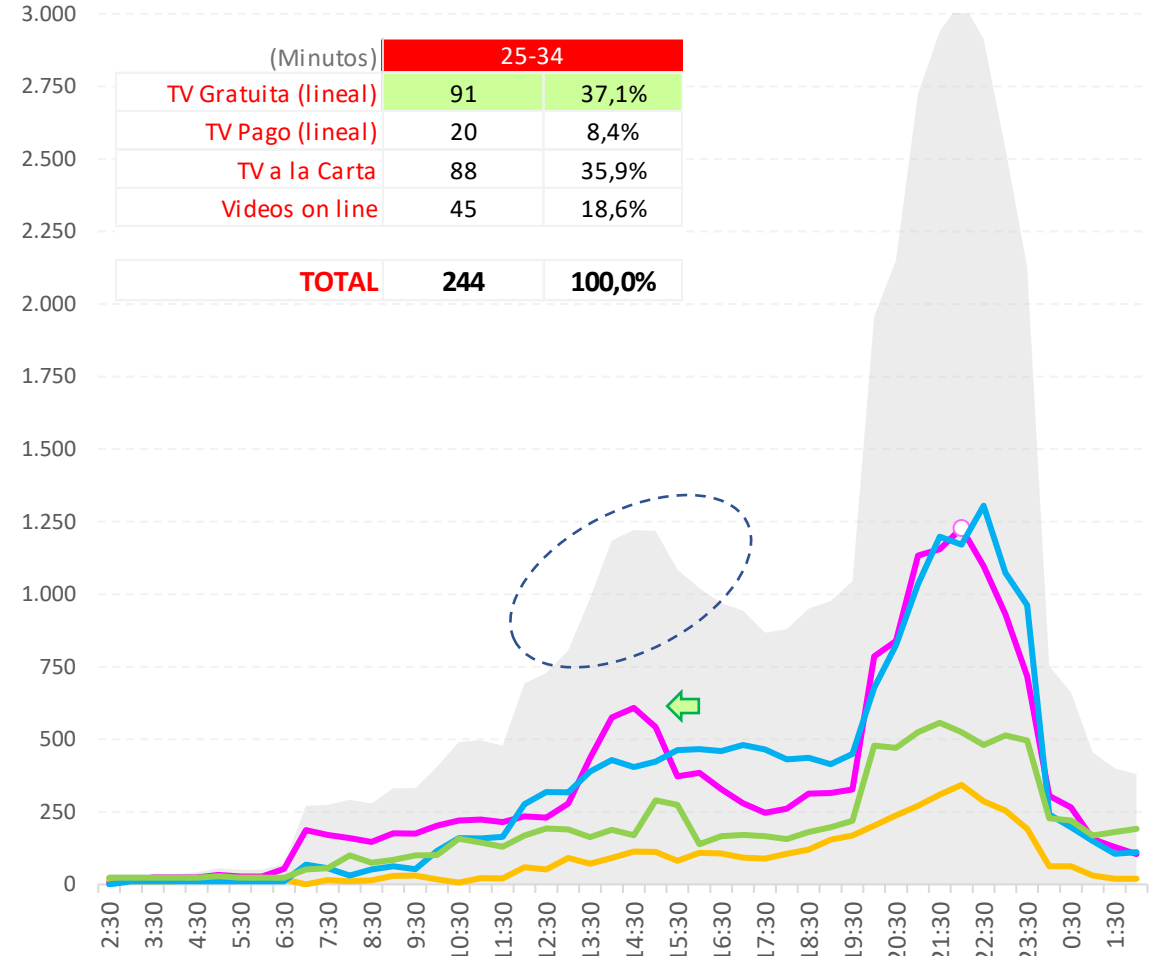
¿Qué contenidos televisivos nos gustan según el momento del día?

■ Total ■ TV gratuita (lineal) ■ TV Pago (lineal) ■ TV a la carta ■ Vídeos on line

14 a 24 años



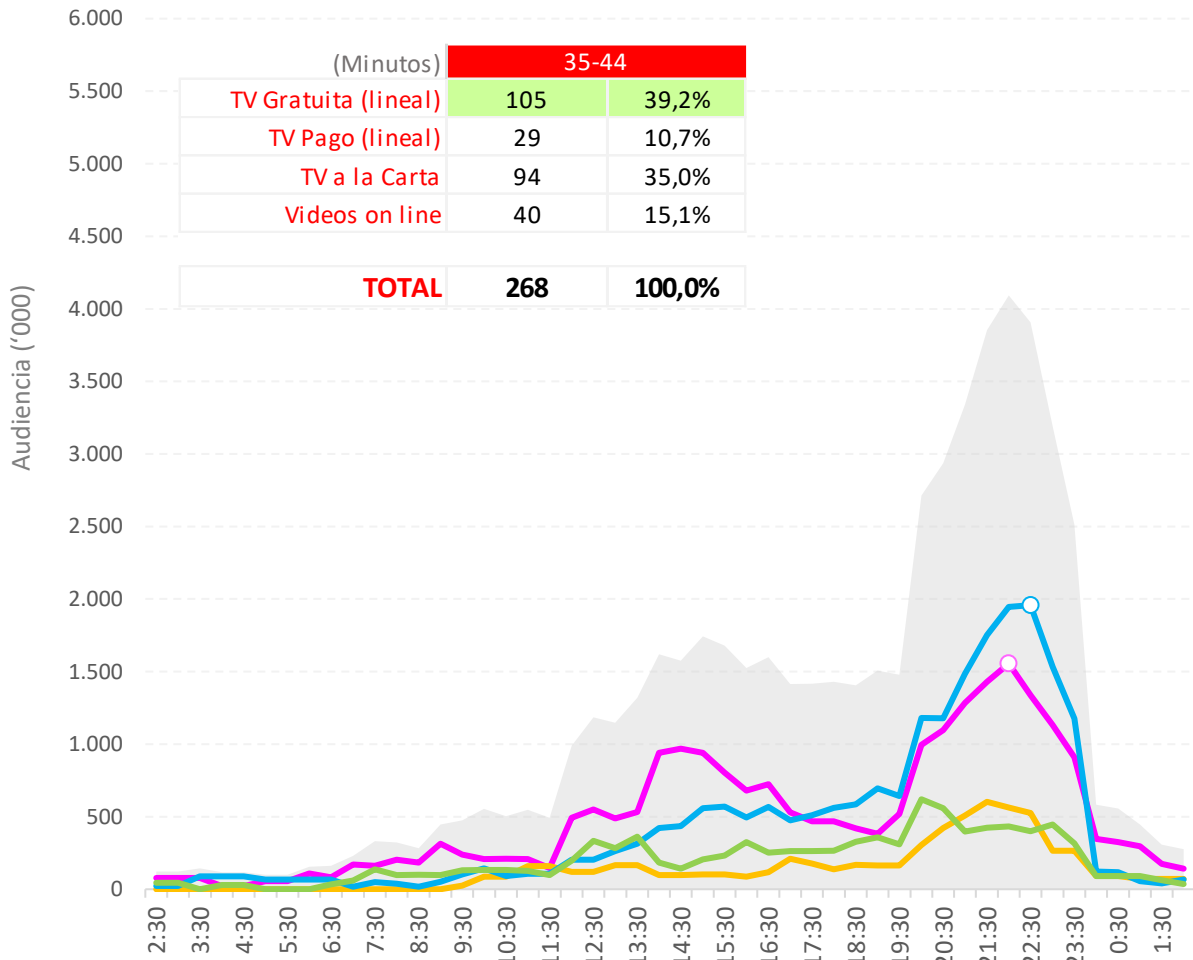
25 a 34 años



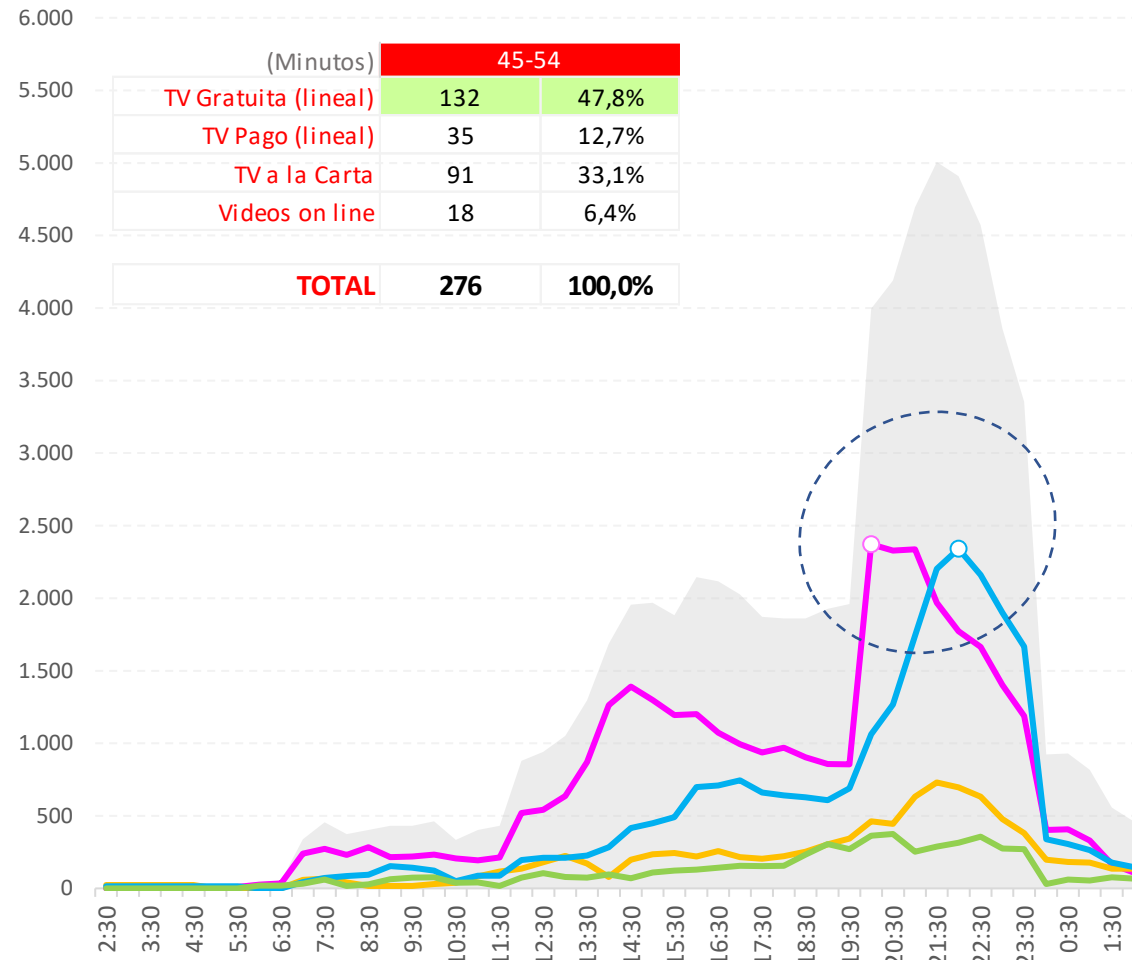
¿Qué contenidos televisivos nos gustan según el momento del día?

■ Total ■ TV gratuita (lineal) ■ TV Pago (lineal) ■ TV a la carta ■ Vídeos on line

35 a 44 años



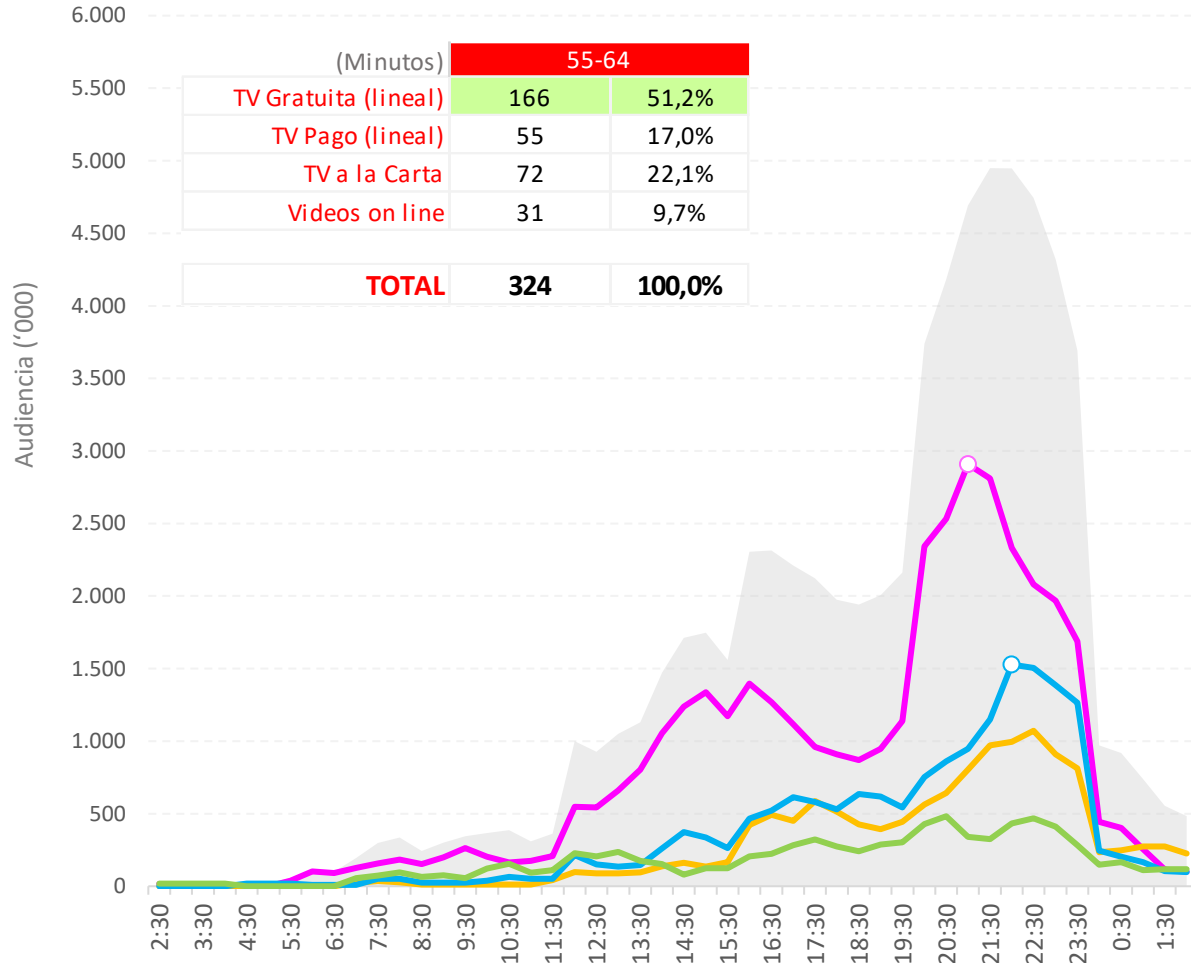
45 a 54 años



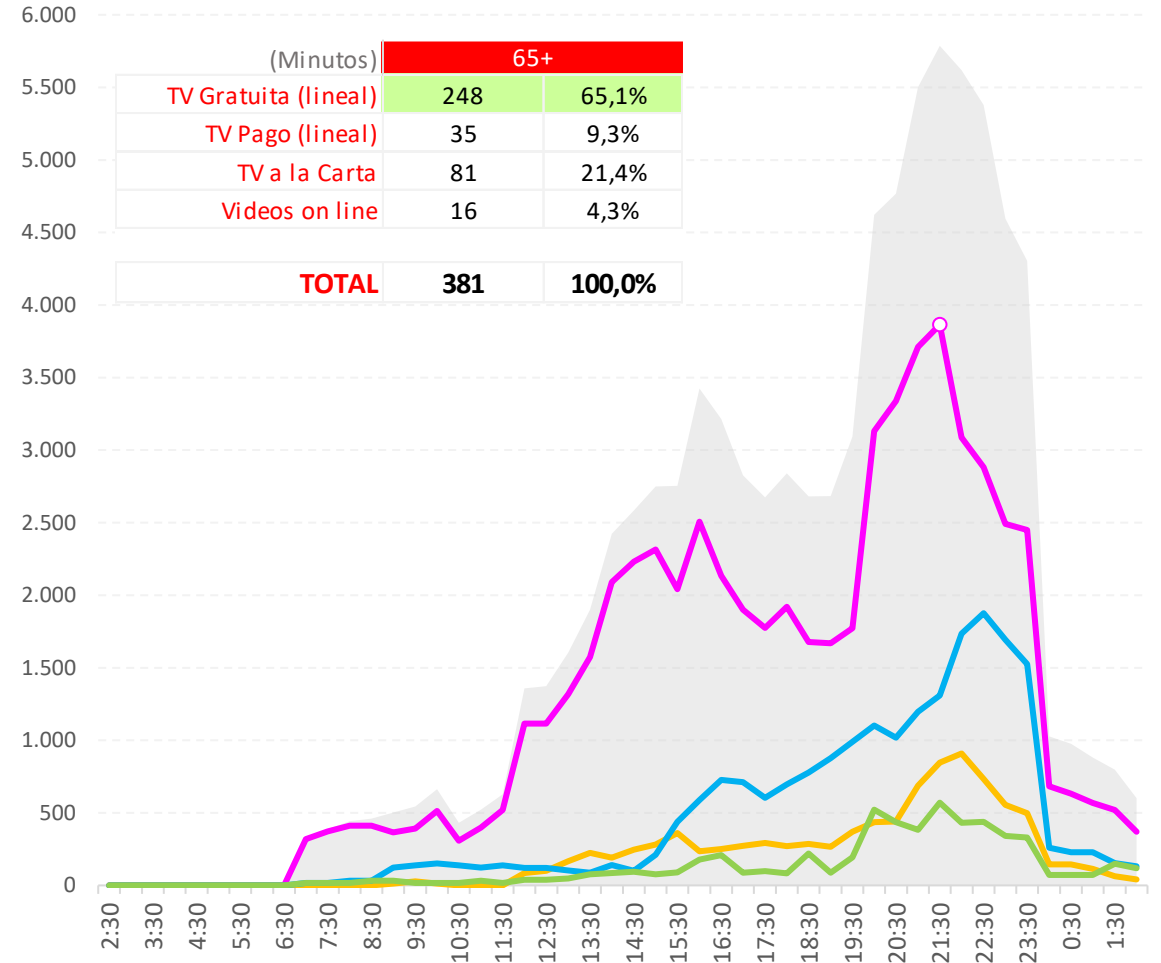
¿Qué contenidos televisivos nos gustan según el momento del día?

■ Total ■ TV gratuita (lineal) ■ TV Pago (lineal) ■ TV a la carta ■ Vídeos on line

55 a 64 años



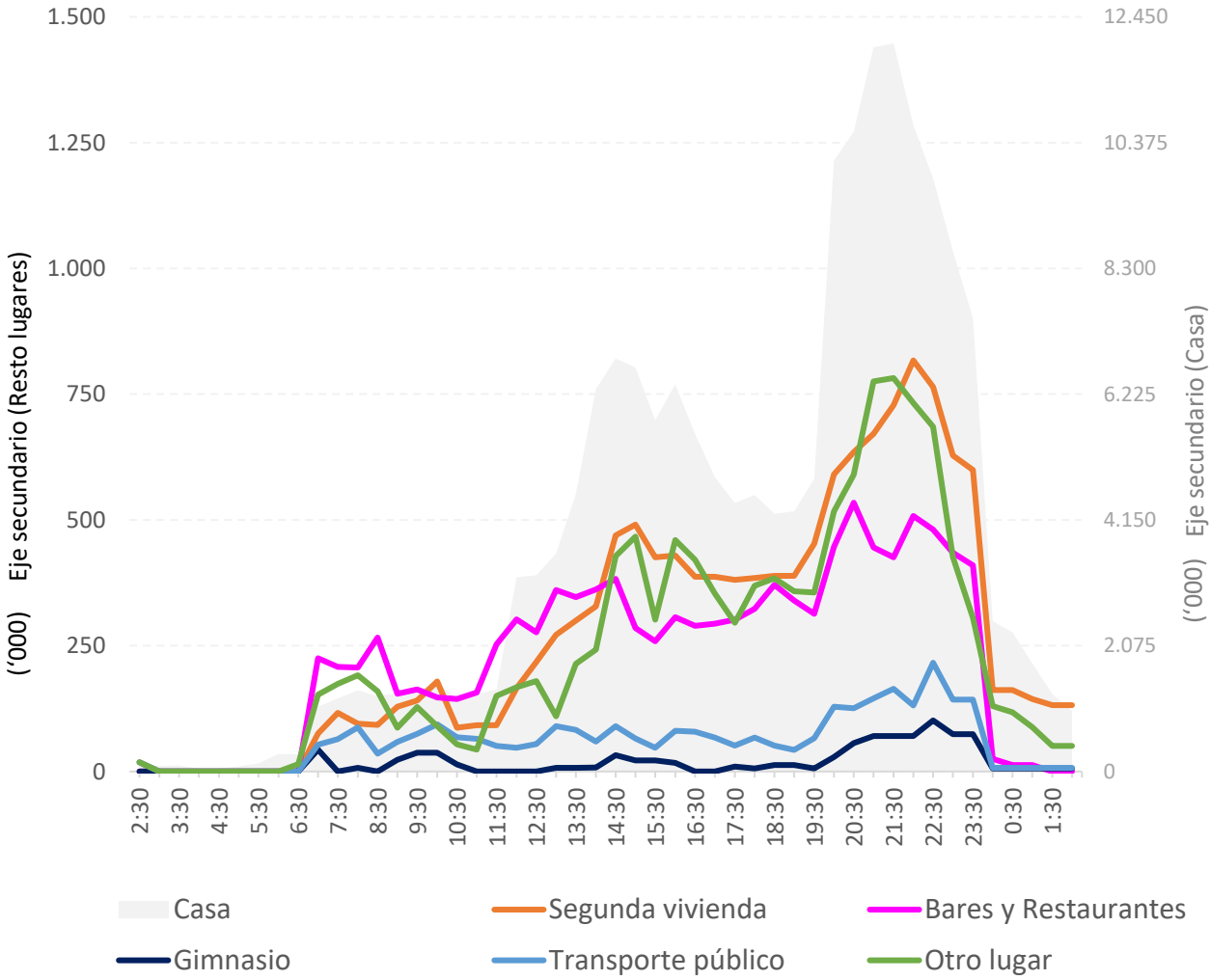
Más de 64 años



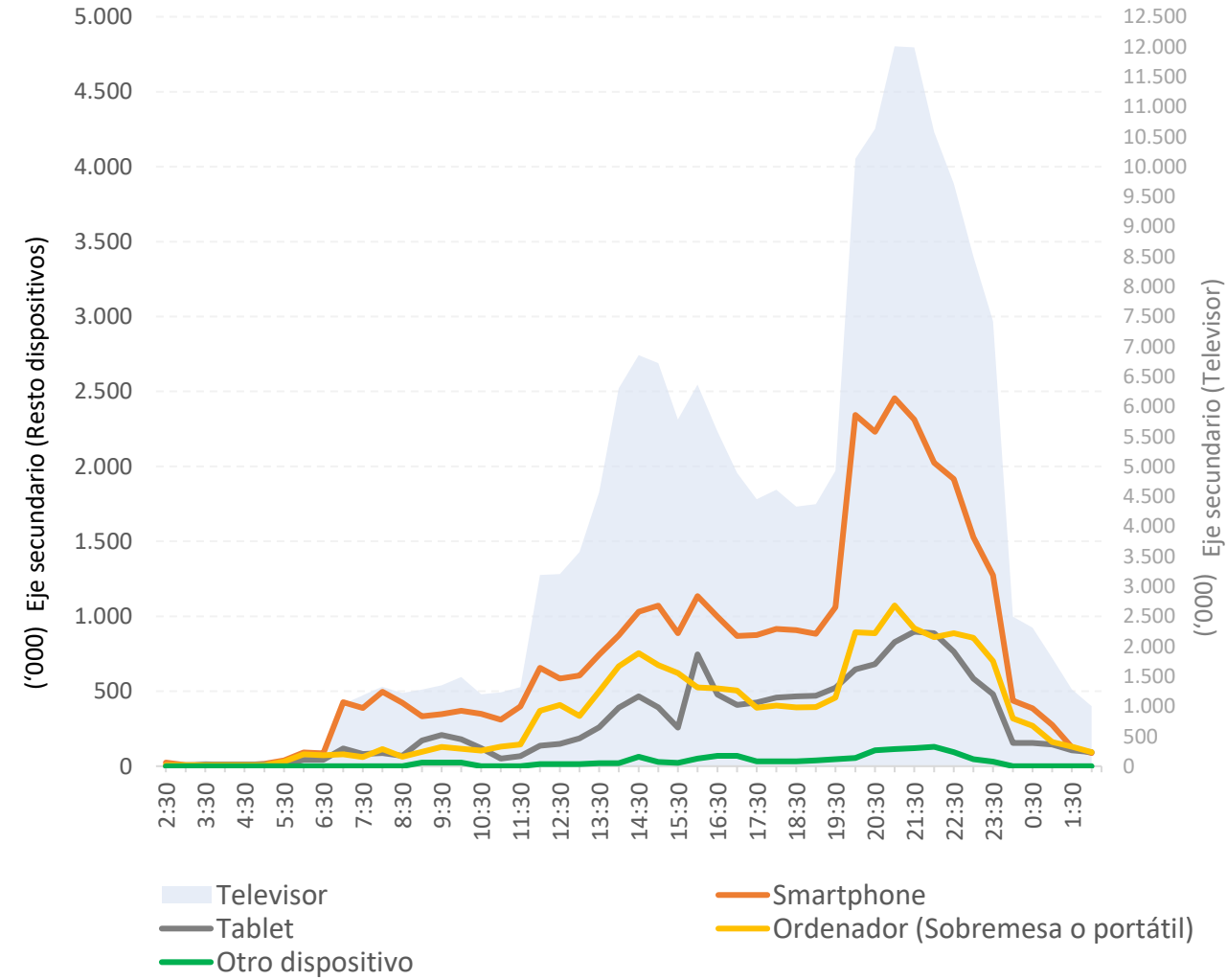
¿Qué contenidos televisivos vemos según el lugar de consumo y el dispositivo?



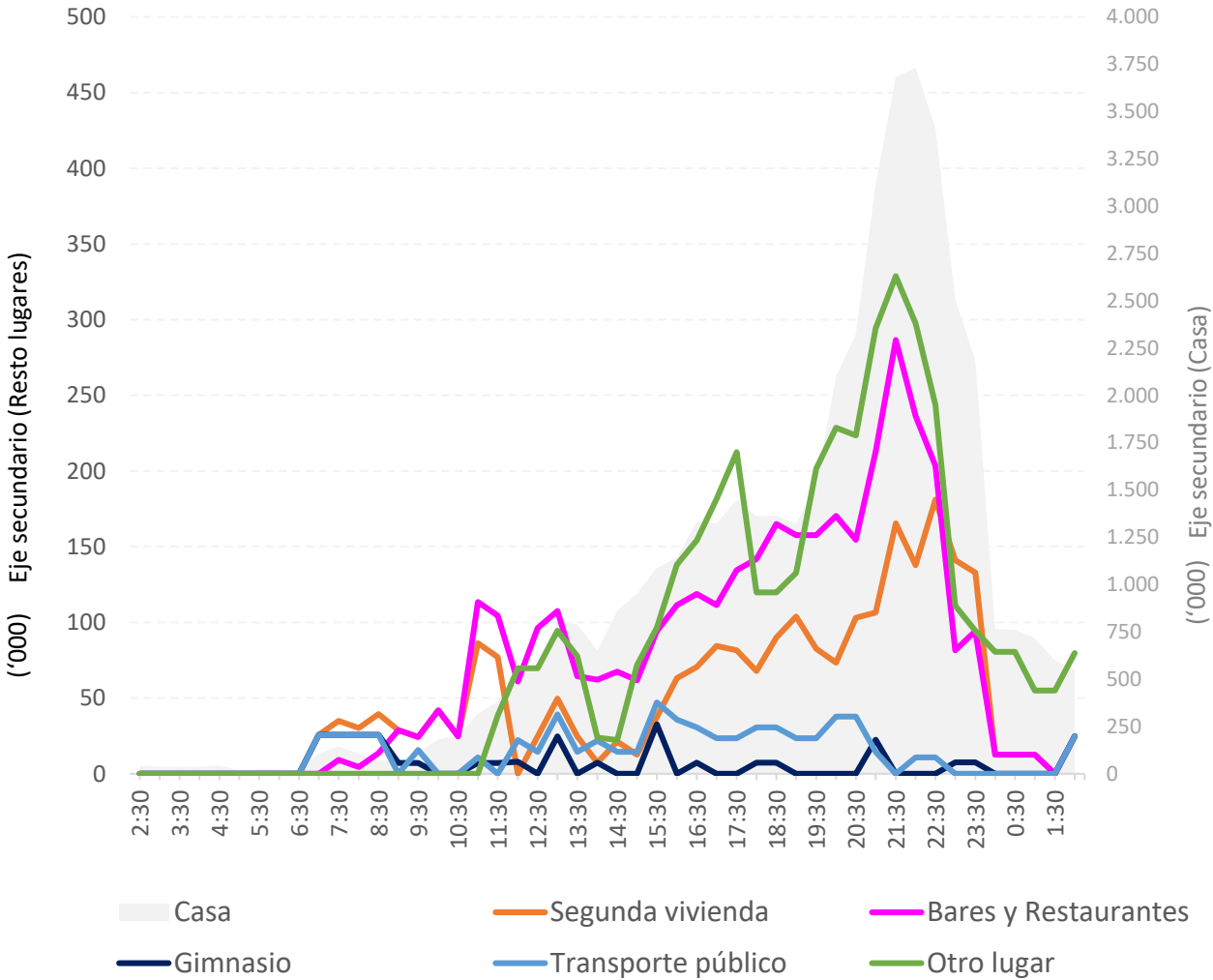
LUGAR DE CONSUMO



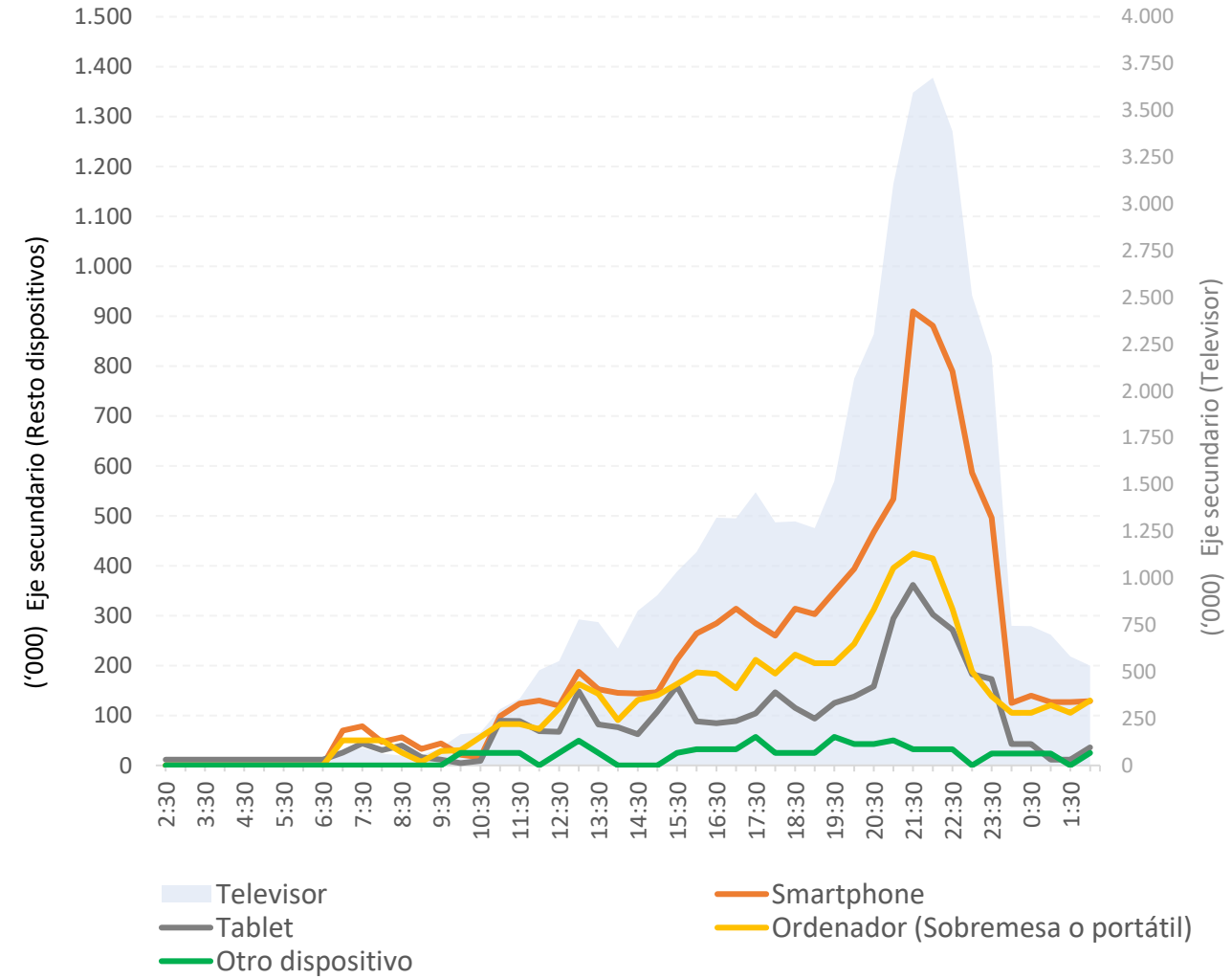
DISPOSITIVOS



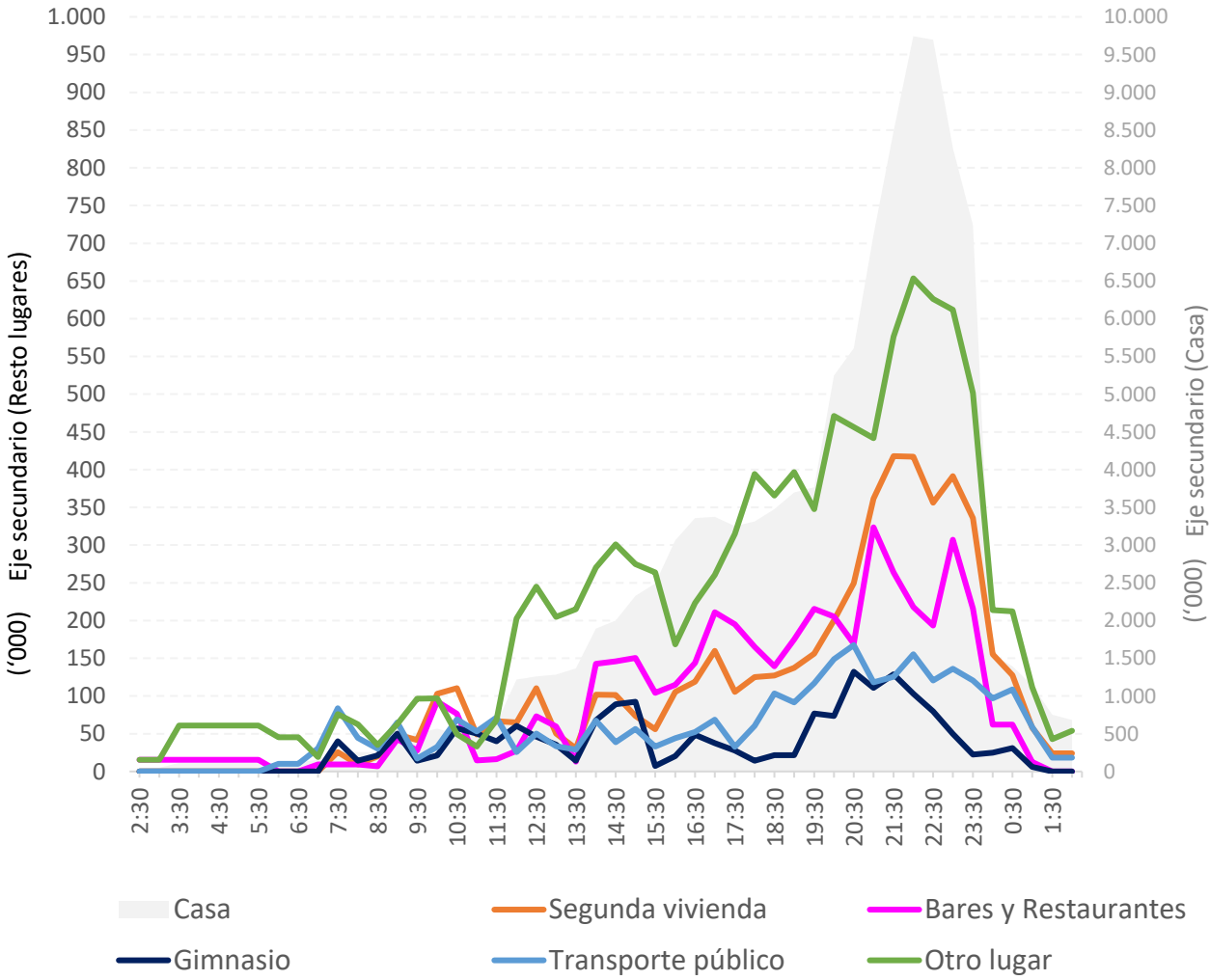
LUGAR DE CONSUMO



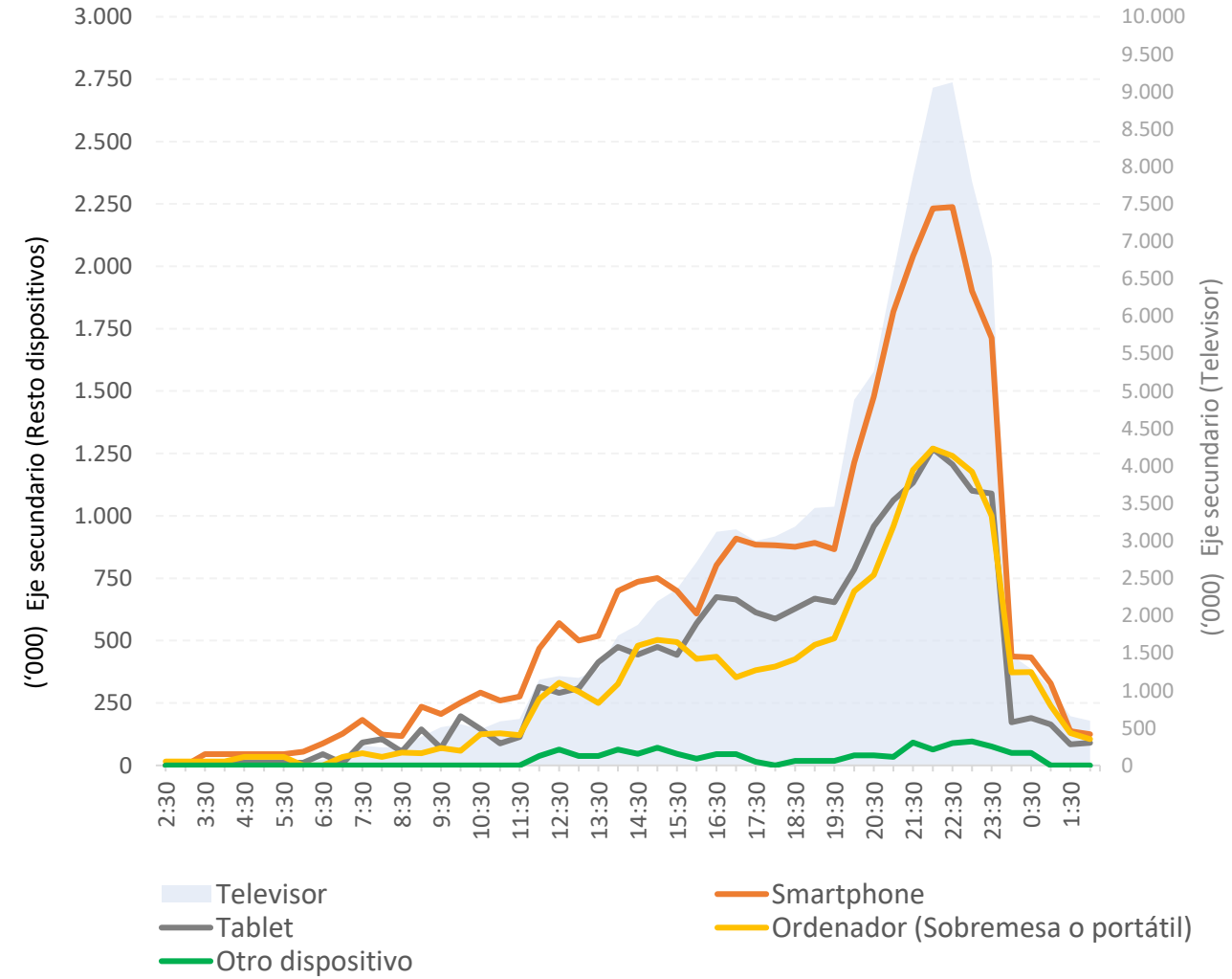
DISPOSITIVOS



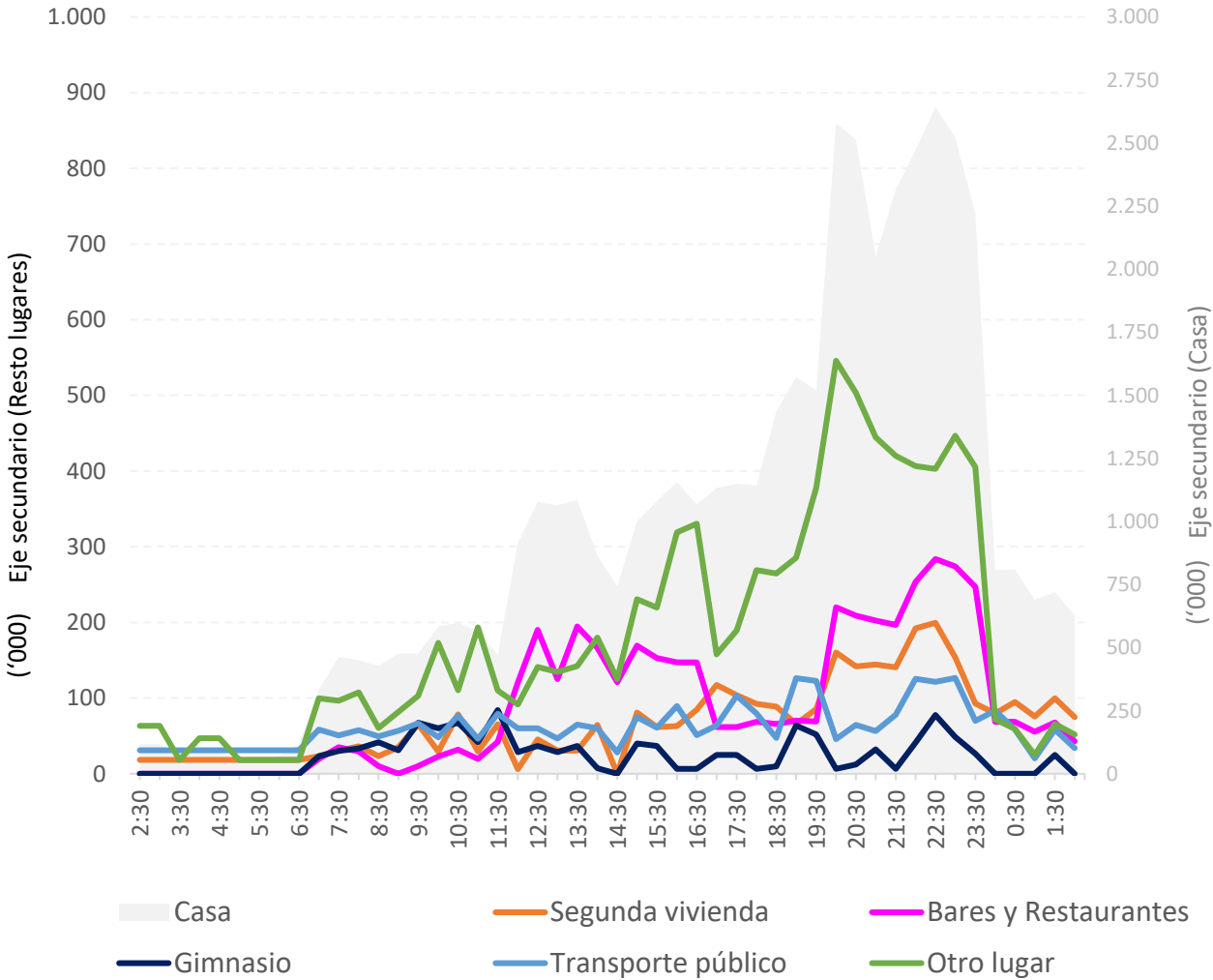
LUGAR DE CONSUMO



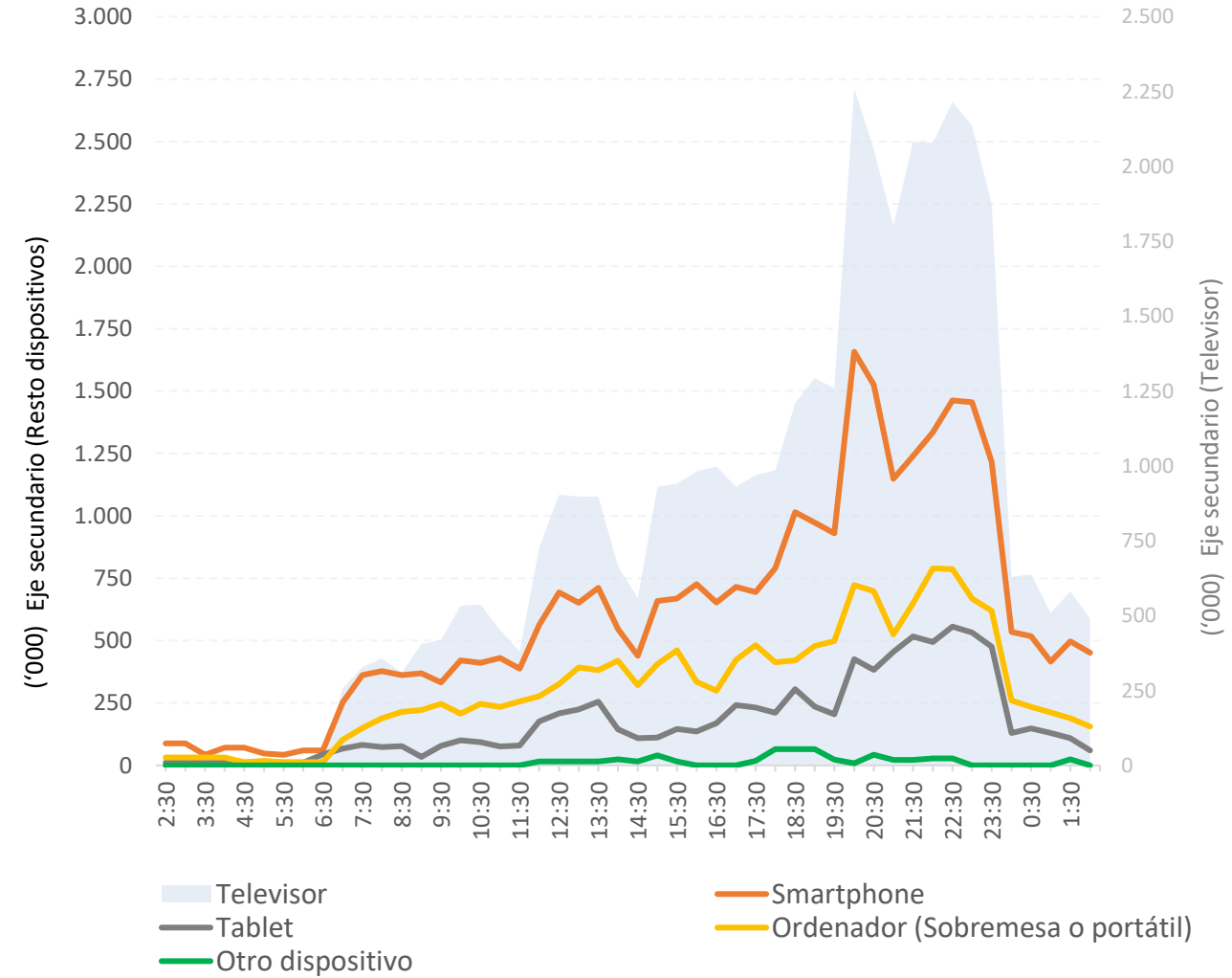
DISPOSITIVOS



LUGAR DE CONSUMO



DISPOSITIVOS





¿Influye el número de televisores en el consumo?














¿Qué contenidos televisivos vemos según el nº de televisores en el hogar?

- El **40%** de los individuos que **NO tienen televisor** en el hogar, **SÍ ven contenidos televisivos (59')**, sobre todo **a la carta (36')**. El dispositivo más utilizado es el **ordenador** con 37' diarios.
- También consumen **TV lineal (11')**.

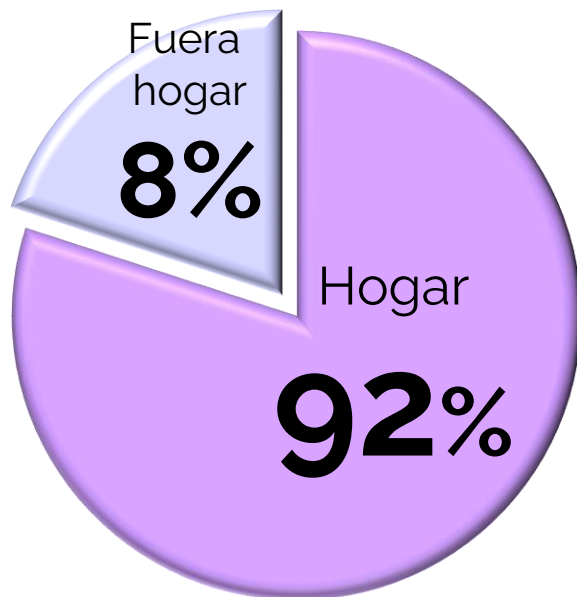
NÚMERO DE TELEVISORES EN EL HOGAR

Audiencia por tipo de contenido (% Vertical)	Abs.	%	NÚMERO DE TELEVISORES EN EL HOGAR				Minutos
			0	1	2	3 o más	
TOTAL INDIVIDUOS ('000)	38.466	100	397	14.403	13.959	9.707	
¿QUÉ CONTENIDOS AUDIOVISUALES VIÓ?			59'	264'	293'	340'	
Canales lineales de TV gratuita	25.219	65,6	8,6	59,3	70,8	69,6	
Canales lineales de TV pago	7.567	19,7	1,5	18,0	18,1	25,2	
Contenidos a la carta	18.777	48,8	31,6	46,4	46,9	55,8	
Plataformas de video (YOUTUBE, TWITCH, etc..)	9.477	24,6	11,5	23,0	25,2	26,7	
No consumieron audiovisual	3.081	8,0	60,1	10,9	5,9	4,6	

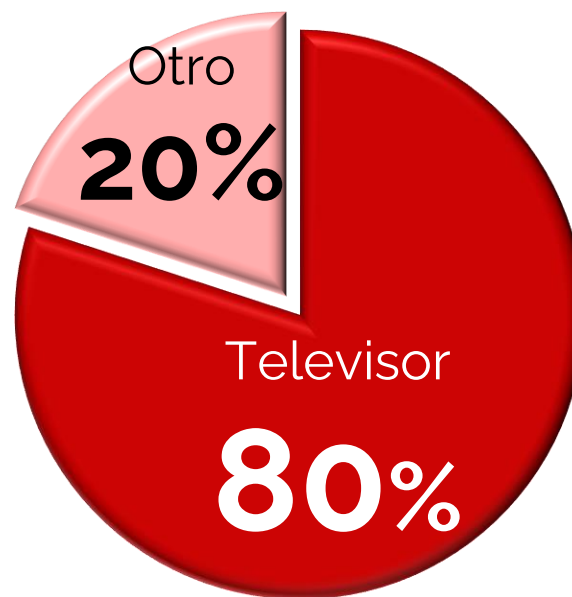
Hogares *sin posesión de televisor* en países de Europa

PAÍS	% HOGARES SIN TELEVISOR	¿EL PANEL INCLUYE HOGARES "SIN" TELEVISOR?
 PORTUGAL	1,0% hogares	NO
 ISLANDIA	2,2% hogares	SÍ
 ESPAÑA	2,8% hogares / 1,9% Individuos 14+	NO
 ITALIA	3,0% hogares / 2,5% individuos	SÍ
 HOLANDA	3,3% hogares	SÍ
 ALEMANIA	4,5% hogares / 4,0% individuos	SÍ
 REINO UNIDO	6,0% hogares / 5,0% individuos	El panel incorpora solo hogares con televisores o con conectividad de internet.
 FINLANDIA	6,5% hogares	Sí, pero son solo los panelistas que dieron de baja el televisor ya perteneciendo al panel. En discusiones para ajustarlo a ese 6,5%.
 NORUEGA	7,0% (13% en el target 12-39 años)	SÍ
 FRANCIA	10,0% hogares	SÍ
 IRLANDA	10,7% hogares	NO
 REPÚBLICA CHECA	12,9%	NO
 ESTONIA	19% hogares / 14% individuos	NO. La mayoría son individuos no estonios de lengua rusa. Esto se debe a la prohibición a las cadenas rusas, que ha hecho que mucha población de origen ruso vea esas cadenas por internet.

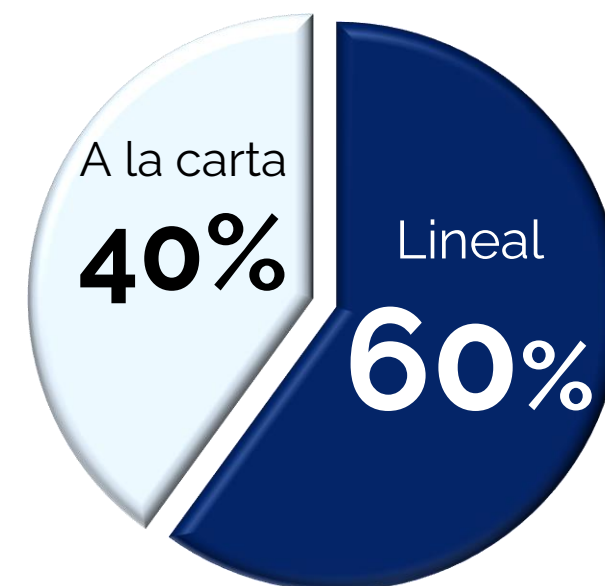
¿Alguien sabe **cómo, dónde y cuándo** se ve televisión?



LUGAR DE CONSUMO



DISPOSITIVO



TIPO CONTENIDO

¿Hay alguna duda de que ver televisión
es la **actividad de ocio** a la que
más tiempo le dedicamos?

Enero 2025,

292'

Y como dijo el poeta noruego

Henrik Ibsen

*«Mil palabras no
dejan la misma
impresión profunda
que una sola acción»*



GRUPO **KISS** Media



Susana Ortega Angulo

Directora de Antena de DKISS y del Área de Investigación Grupo KISS Media

sortega@dkiss.es



José Andrés Gabardo

Director Técnico del EGM

jgabardo@aimc.es