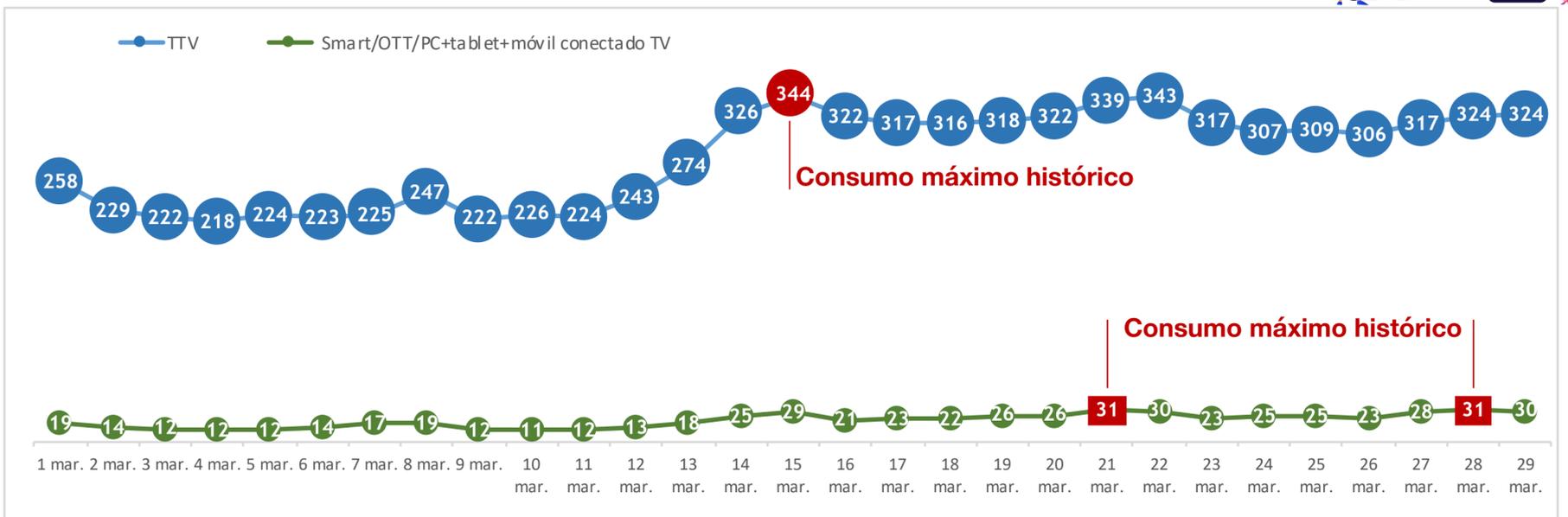


# El consumo Televisivo alcanza máximos históricos y es 12 veces superior al consumo de las OTTs



## EL CONSUMO DE TV ALCANZA MÁXIMOS HISTÓRICOS



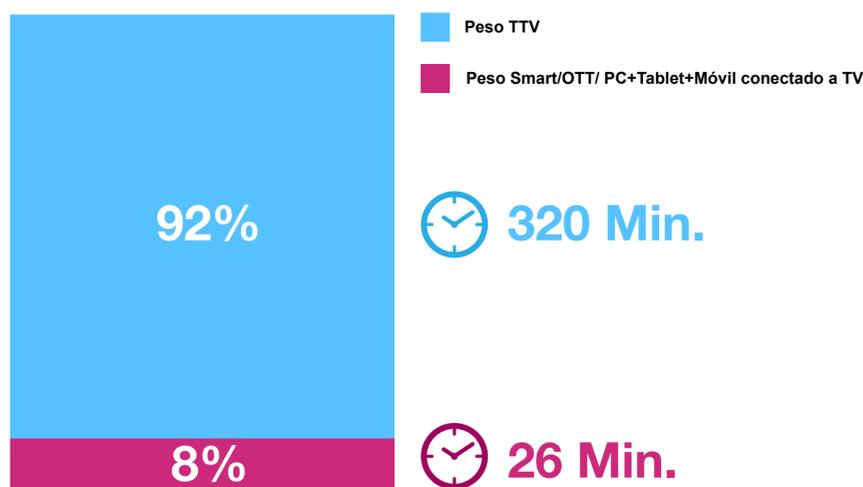
Fuente Kantar. Consumo minutos Lineal +Diferido

- **El confinamiento provocado por el Estado de Alarma decretado por el gobierno a raíz de la crisis del Coronavirus ha provocado los mayores consumos de Televisión de la historia.**
- Esta situación ha generado también que se den los **mayores consumos OTTs conectados al televisor**, la primera semana de Estado de Alarma se incrementa el consumo un +21% frente a la semana anterior. En este tipo de uso del televisor los picos de mayor consumo se sitúan en los fines de semana.
- El máximo consumo de Televisión coincide con el decretamiento del Estado de Alarma, y el día de mayor consumo de las OTTs es en sábado, el 21 y 28 de marzo con 31 minutos de media por espectador.

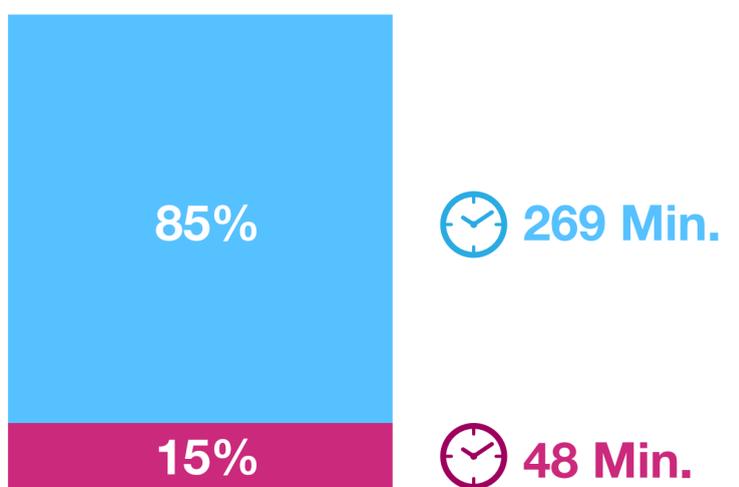
## El peso del consumo de la Televisión sobre el consumo de las OTTs sigue siendo mayoritario

- A pesar del crecimiento del consumo de OTTs en el televisor en el periodo de confinamiento, **el mayor peso sigue siendo para el consumo de Televisión tradicional, un 92%** frente al 8% del consumo de OTTs, 5 horas 20 minutos respecto a los 26 minutos provenientes de OTTs.
- En el caso del **target Recibe OTT**, el peso de consumo de la Televisión sigue siendo predominante, un 85% frente al 15% del consumo que viene de OTTs, 4 horas 29 minutos frente a los 48 minutos de OTTs.
- Incluso en los **targets jóvenes y los niños**, targets que más crecimiento tienen en el consumo proveniente de Otras plataformas, el consumo Televisión supera el 83%.

Total individuos

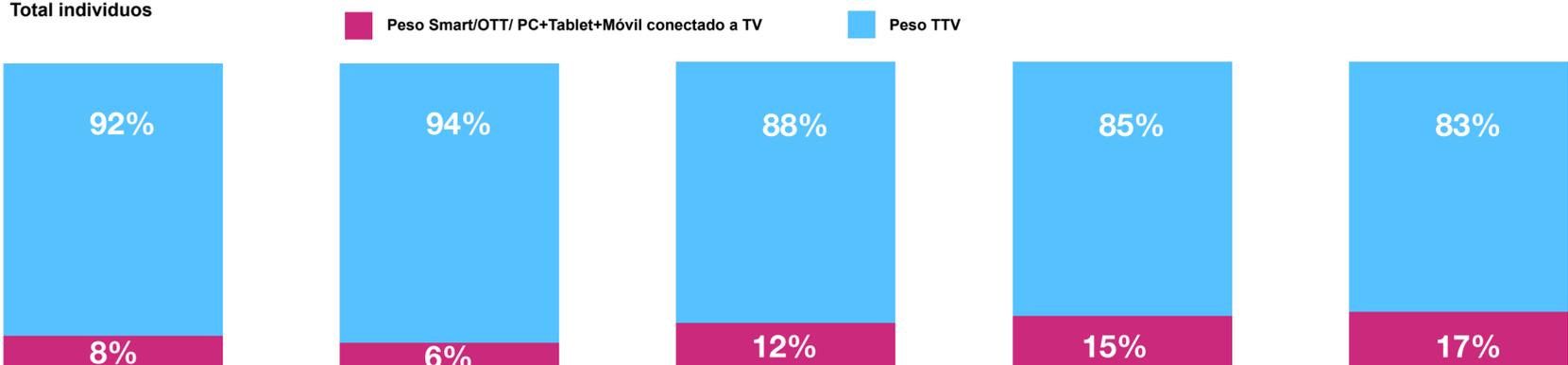


Reciben OTT



## El peso del consumo de la Televisión es mayoritario incluso en los targets jóvenes

Total individuos



Fuente Kantar. Consumo minutos Lineal +Diferido. Total TTV + Internet (Smart/OTT/PC+tablet+móvil conectado TV). 16 al 29 de marzo