

Barómetro OTT GECA: Series, Cine y Tendencias OTT Avance de resultados

Julio y Agosto 2026

Ficha técnica

Universo: personas con acceso a Netflix, HBO, Prime Video (de Amazon), Movistar+, Movistar+ Lite, Disney+, Atresplayer Premium, Mitele Plus, Filmin, Apple TV+, SkyShowtime, FlixOlé y/o DAZN, de 18 años y más.

Ámbito: Nacional (Península, Baleares y Canarias).

Tamaño muestral: 2.000 individuos por módulo/oleada.

Distribución muestral: aleatorio respetando cuotas de sexo, edad, tipo de hábitat y CC. AA.

Procedimiento: encuesta online.

Cuestionario: autocumplimentado online con respuestas cerradas.

Error muestral: para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas) y en el caso más desfavorable $P = Q = 50\%$, el error máximo en los datos referidos a las 2.000 entrevistas es de $\pm 2,19\%$.

Trabajo de campo módulo de SERIES: Del 1 al 17 de julio de 2026.

Trabajo de campo módulo de CINE: Del 1 al 13 de agosto de 2026.

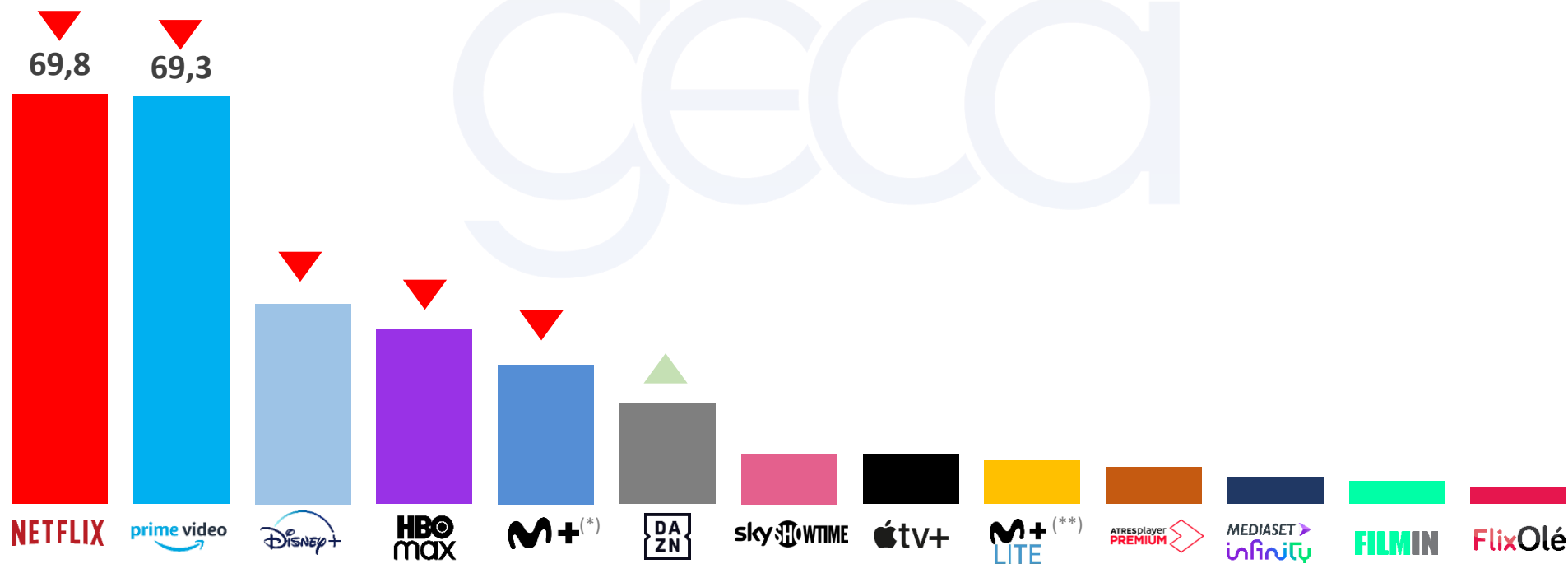


El ecosistema OTT



DAZN es la única plataforma que crece coincidiendo con el Mundial, mientras Netflix y Prime Video continúan a la cabeza del consumo

 **Distribución (%) de usuarios con acceso a las distintas plataformas entre los usuarios de servicios SVOD (abonados y no abonados con acceso)**
>>Total individuos con acceso a SVOD (18+)



(*) Movistar+ incluye la versión IPTV por decodificador y todas las variantes de la aplicación Movistar+ Plus (incluyendo Movistar+ en tus dispositivos)

(**) Aunque Movistar+ Lite no se puede contratar desde el 21 de julio de 2023, los clientes que tenían este servicio con anterioridad pueden mantenerlo.

En verde/rojo los puntos que crece/decrece respecto a la oleada anterior.

Opción de respuesta múltiple.

Los planes con anuncios continúan ganando peso en las principales plataformas, con Prime Video alcanzando el 82,7% de sus usuarios y Netflix creciendo hasta el 61,9% (+0,9)

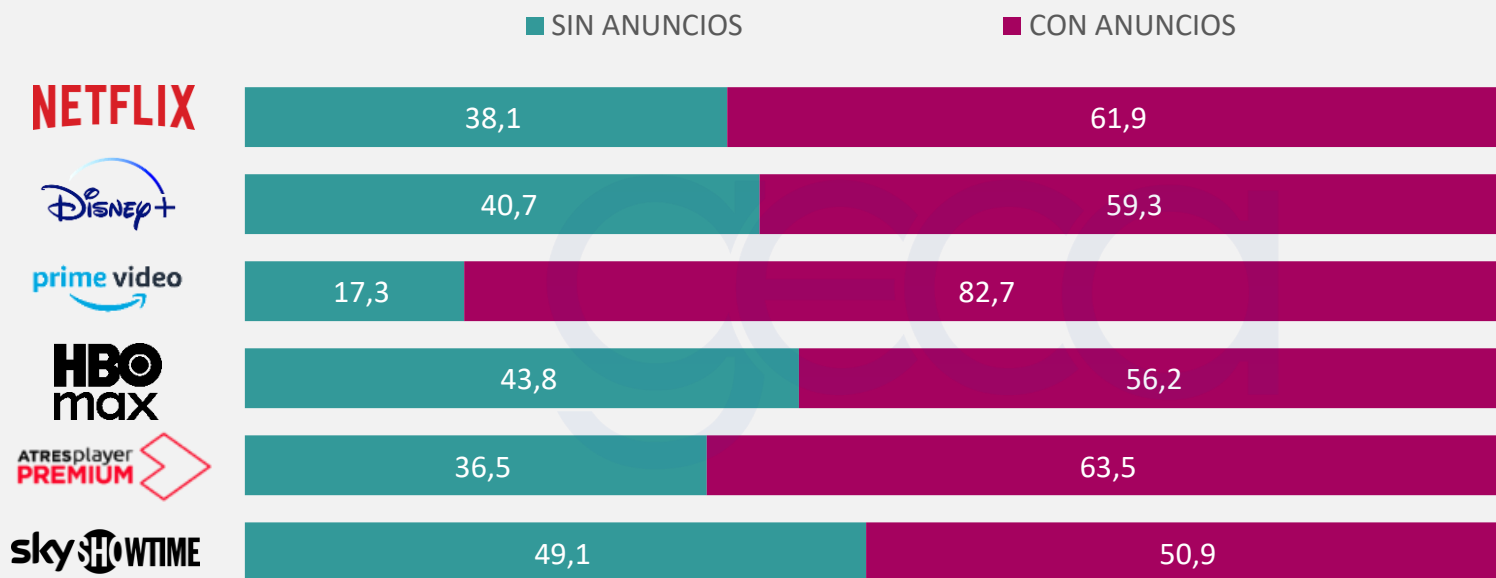


Distribución de los usuarios por tipo de suscripción

>>Total usuarios de cada plataforma (18+ años)

Distribución de los usuarios (%) de la plataforma según el plan de suscripción que declaran tener

P: Respecto a las siguientes plataformas, ¿podría indicarnos qué tipo de plan tiene suscrito en las mismas?



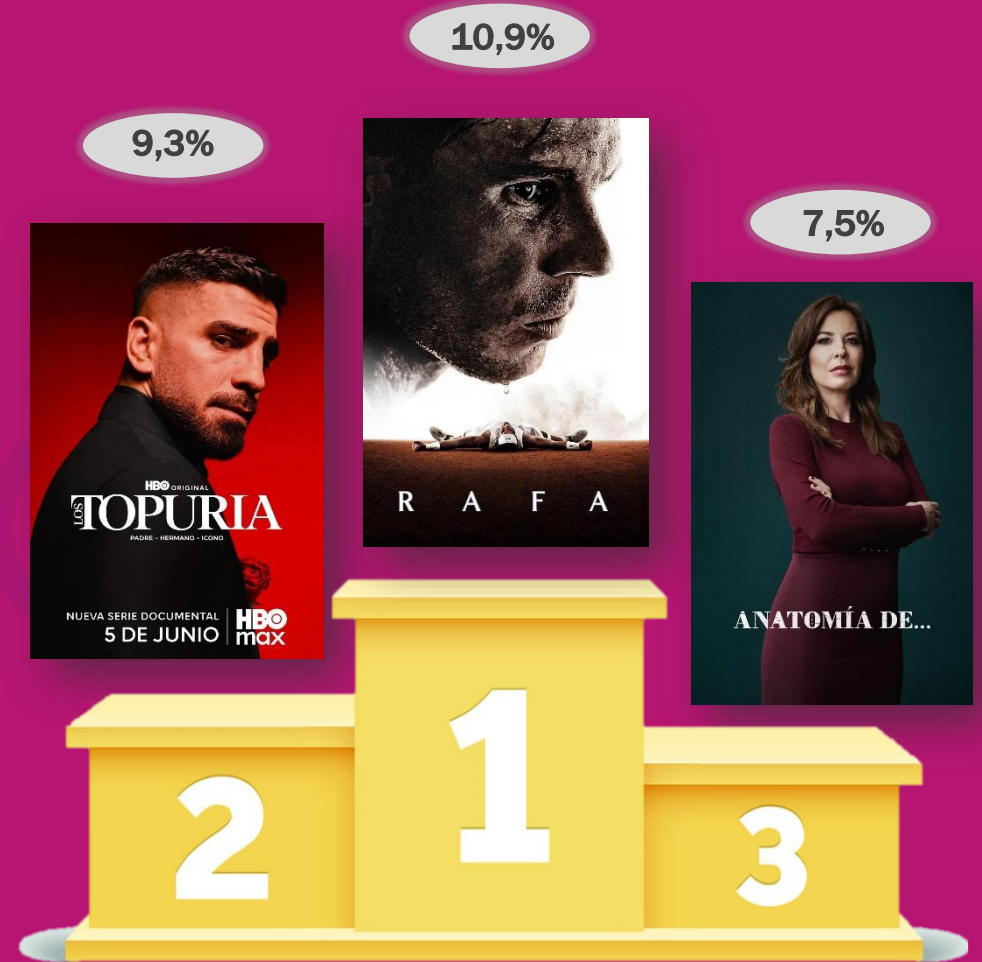


Contenidos

Top 3 series más vistas en plataformas este trimestre



Top 3 docuseries más vistas este trimestre





‘Torrente presidente’ se estrena como la película más vista en plataformas este trimestre (32,1%), seguida de ‘Super Mario Bros. La película’ (20,9%) y ‘Avatar: fuego y ceniza’ (20,3%)



Películas más vistas en plataformas SVOD (trimestre Mayo a Julio de 2026)

>>Total individuos con acceso a SVOD (18+)

Audiencia sobre Total individuos (18+)



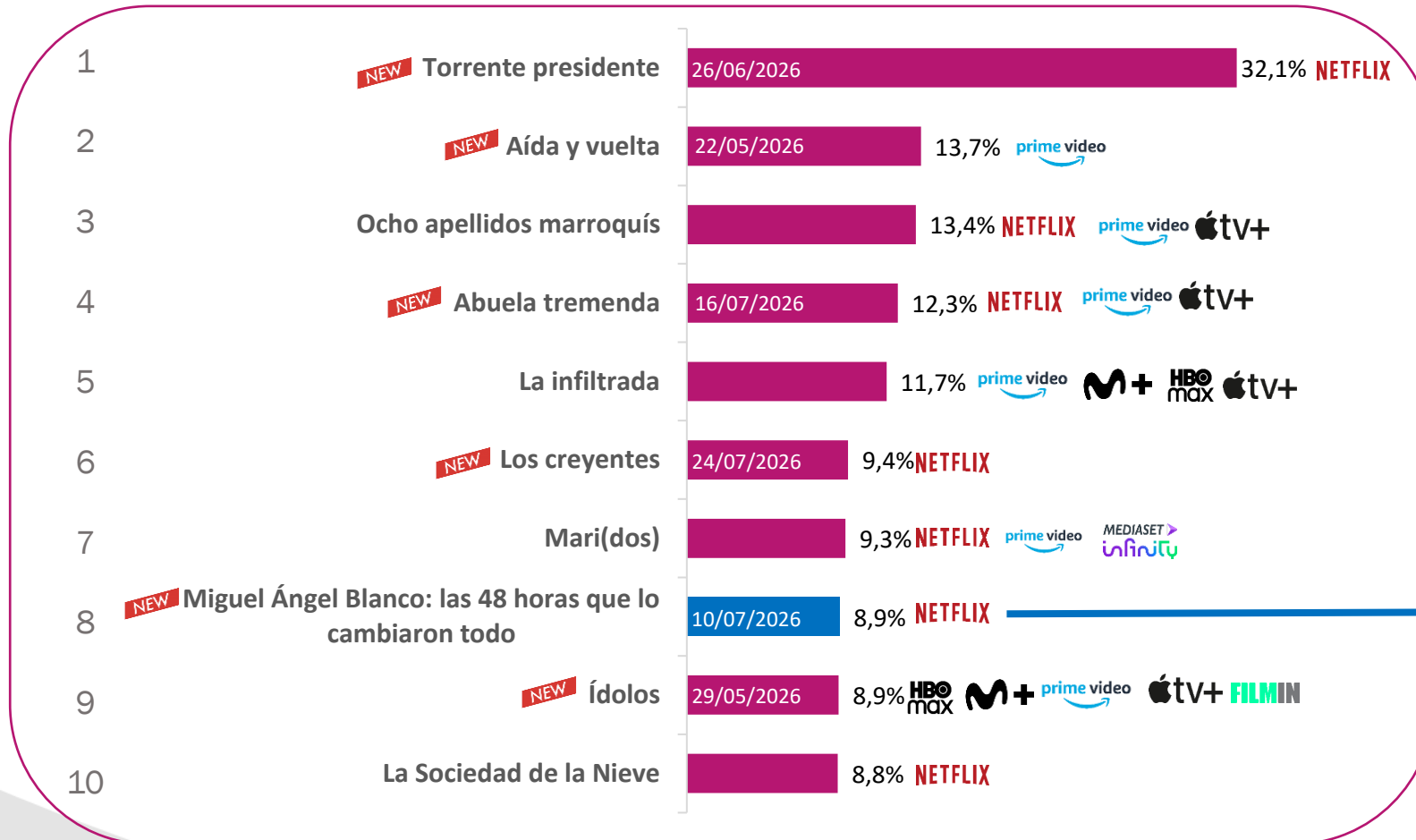


‘Aída y vuelta’ (13,7%) se estrena en plataformas como la segunda película española más vista del trimestre, mientras el documental ‘Miguel Ángel Blanco: las 48 horas que lo cambiaron todo’ (8,9%) entra en el Top 10 de títulos nacionales



Ranking de las películas más vistas en plataformas OTT – Top 10 NACIONAL – Ranking por audiencia (trimestre Mayo a Julio de 2026)

>>Total individuos con acceso a SVOD (18+)| Sobre usuarios de cada plataforma



Entre todas las películas de ficción, el documental unitario sobre Miguel Ángel Blanco es el único que consigue colarse en el Top 10 de producciones nacionales

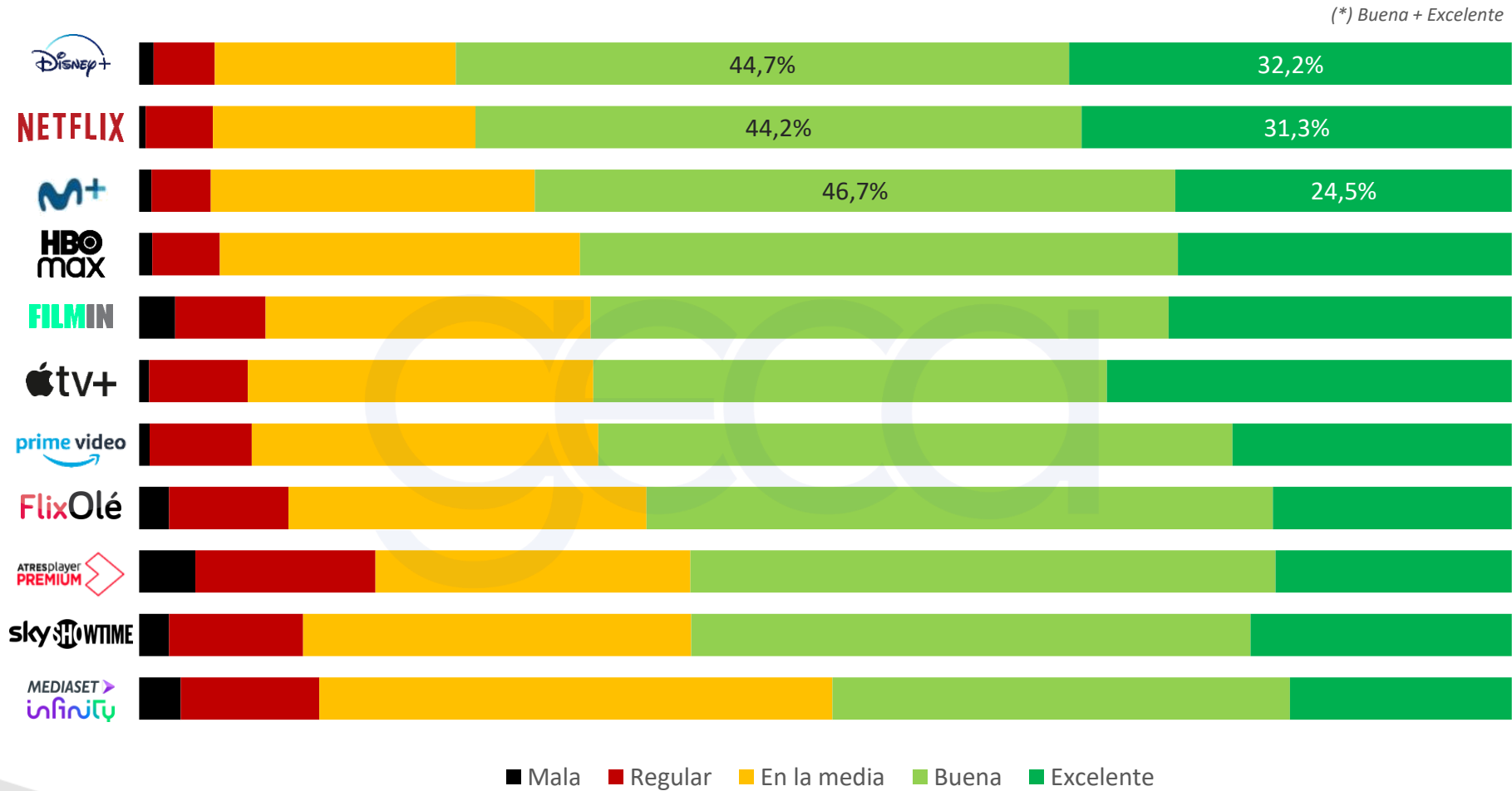


Cómo consumimos cine



Disney+ vuelve a crecer en valoración de la calidad de su catálogo (+0,5*), coincidiendo con el estreno de ‘Avatar: fuego y ceniza’, y se mantiene como la plataforma mejor valorada, seguida de Netflix y Movistar+

● **Porcentaje de satisfacción respecto a la CALIDAD (selección de buenas películas según el usuario) del catálogo de películas de cada plataforma**
>>Total individuos con acceso a SVOD (18+ años)| Entre los usuarios de cada plataforma (18+)

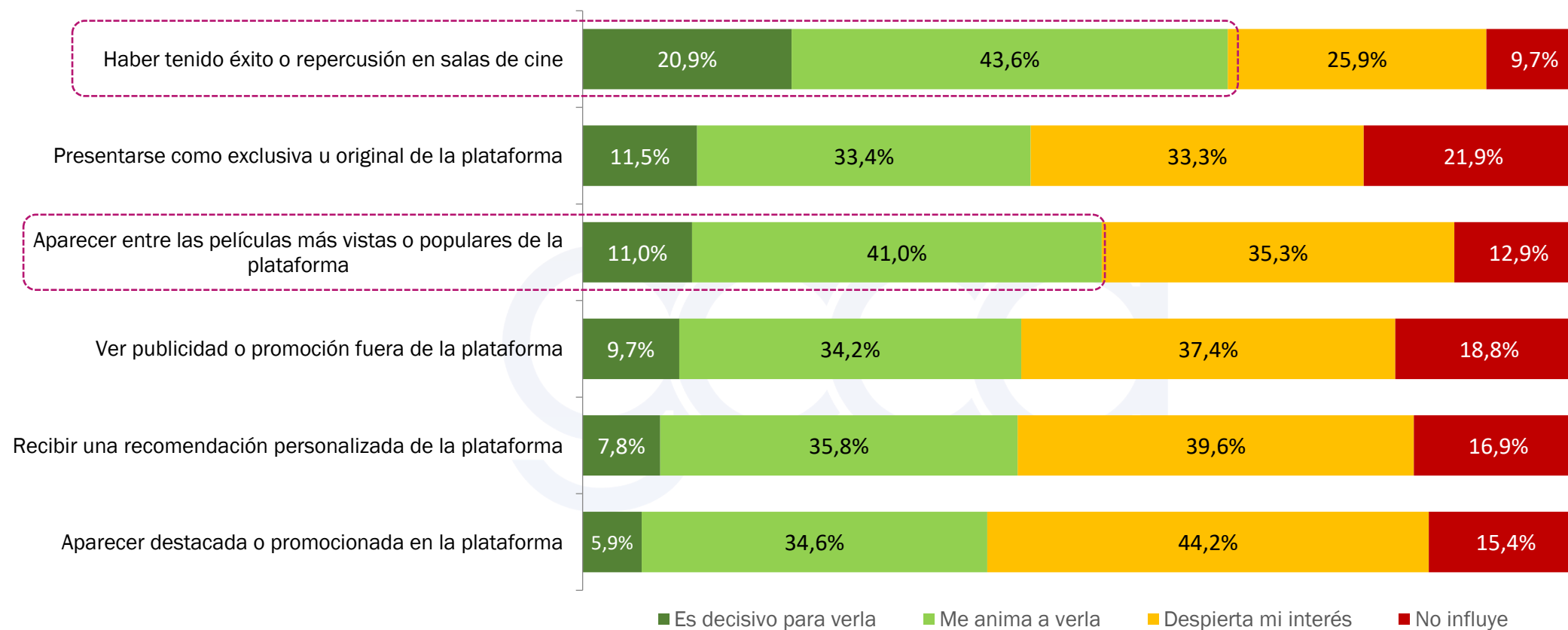




El 'éxito o repercusión previa en salas de cine' se sitúa como el principal impulso para ver una película en plataformas (64,5%*), seguido de 'aparecer entre los contenidos más vistos o populares' (52,0%*)

Grado de influencia de distintos factores en la decisión de ver una película en plataformas NEW
>>Total individuos con acceso a SVOD (18+)

(*) Es decisivo + Me anima



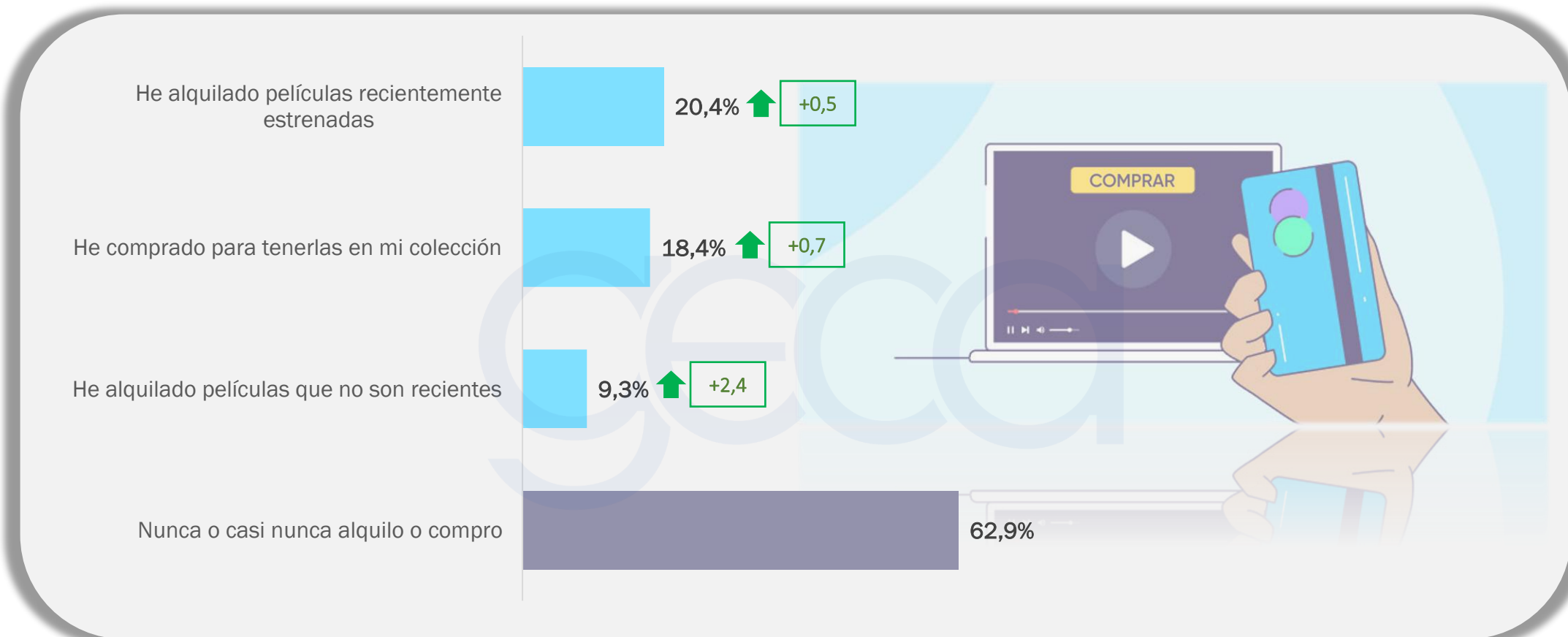
Fuente: Barómetro OTT de GECA (Agosto 2026)

Pensando en las películas que se ven en plataformas, ¿qué papel tiene cada uno de los siguientes aspectos en su decisión para comenzar a ver una película concreta?

El uso del modelo transaccional mantiene una ligera tendencia al alza, impulsado por el crecimiento del alquiler de películas no recientes (+2,4), mientras avanzan también la compra (+0,7) y el alquiler de estrenos recientes (+0,5)



Compra o alquiler de películas en plataformas en los últimos tres meses (%)
>>Total individuos con acceso a SVOD (18+)



Fuente: Barómetro OTT de GECA (Agosto 2026)

Algunas plataformas de vídeo bajo demanda tienen disponibles películas en alquiler o venta pagando un precio adicional. Señale si ha utilizado alguna de las siguientes opciones en los últimos tres meses (desde MAYO hasta ahora).



Radar OTT: Ficción vertical

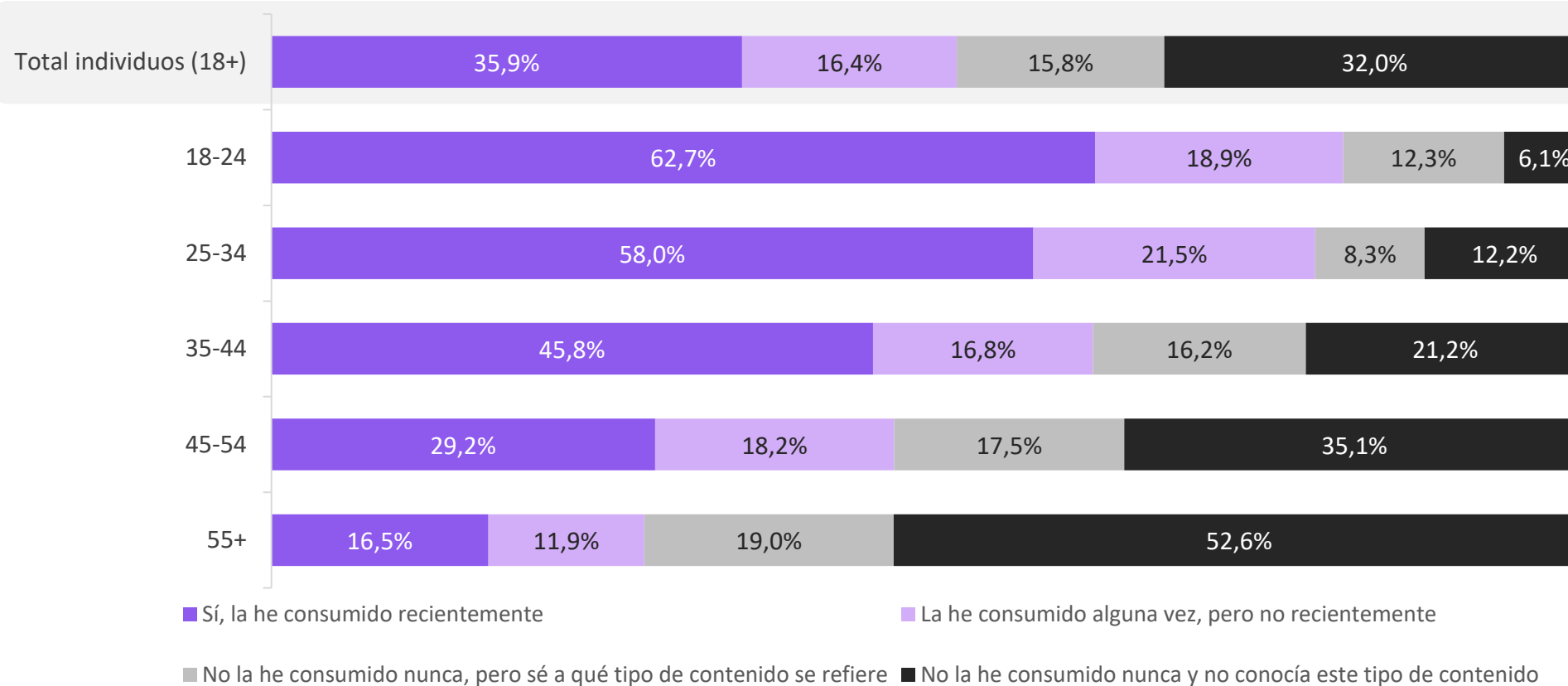
La ficción en formato vertical alcanza a más de la mitad de los adultos (52,3%), con un consumo reciente que supera el 58% entre los menores de 35 años



El formato presenta una elevada penetración entre los jóvenes, pero más de la mitad de los mayores de 55 años no conocen este contenido

Consumo de contenido de ficción en formato vertical por targets

>>Total individuos con acceso a SVOD (18+)



Algunas plataformas y redes sociales ofrecen contenido de ficción en formato vertical, pensado especialmente para el consumo en dispositivos móviles. Se trata de series o historias de ficción divididas en episodios muy breves, de aproximadamente 1 a 5 minutos, que pueden encontrarse en apps específicas como ReelShort, DramaBox, GoodShort, etc., o a través de perfiles de estas plataformas en redes sociales como TikTok, YouTube, Instagram o Facebook.

Teniendo esto en cuenta, ¿ha consumido usted recientemente este tipo de ficción corta en formato vertical?

Pregunta de opción única

El consumo de ficción vertical todavía no se traduce en un recuerdo consolidado de títulos, con solo un 3% de los usuarios recientes capaz de identificar correctamente algún contenido



Ranking de contenidos correctamente recordados y asociados al consumo de ficción vertical **NEW**
>> Total individuos con acceso a SVOD (18+) que afirman haber consumido recientemente ficción vertical | Respuesta espontánea

1 Frutinovelas

1,3%
menciones



2 La doble vida de mi esposo multimillonario

0,3%
menciones



3 Una novia por Navidad

0,3%
menciones



Otros contenidos mencionados correctamente

Breaking the Ice

Not the Bride He Wanted

Cómo deshacerse de una estrella de fútbol

Destinada a mi Alfa prohibido

La venganza de la criada

La apuesta de mi hermanastro

Mi esposo oculto, el magnate

Mi despiadado rey de la mafia

★ La principal señal no es la confusión con otros contenidos, sino la **debilidad del recuerdo** espontáneo de títulos concretos.

Únicamente el

3%

de los consumidores recientes
de ficción vertical recuerda
un título

concreto

☰ Cómo se preguntó

Se realizó una pregunta abierta de respuesta espontánea a usuarios de SVOD en España que previamente habían declarado haber consumido recientemente ficción vertical.

Se les pidió indicar el título de alguno de los contenidos vistos recientemente o escribir "No recuerdo" si no podían citar ninguno.

Pensando únicamente en este tipo de ficción corta en formato vertical, es decir, microseries o microdramas con episodios muy breves pensados principalmente para verse en el móvil, ¿podría indicar el título de alguno de los contenidos que haya consumido recientemente?

Pregunta de respuesta abierta



Fricciones del mercado: Piratería



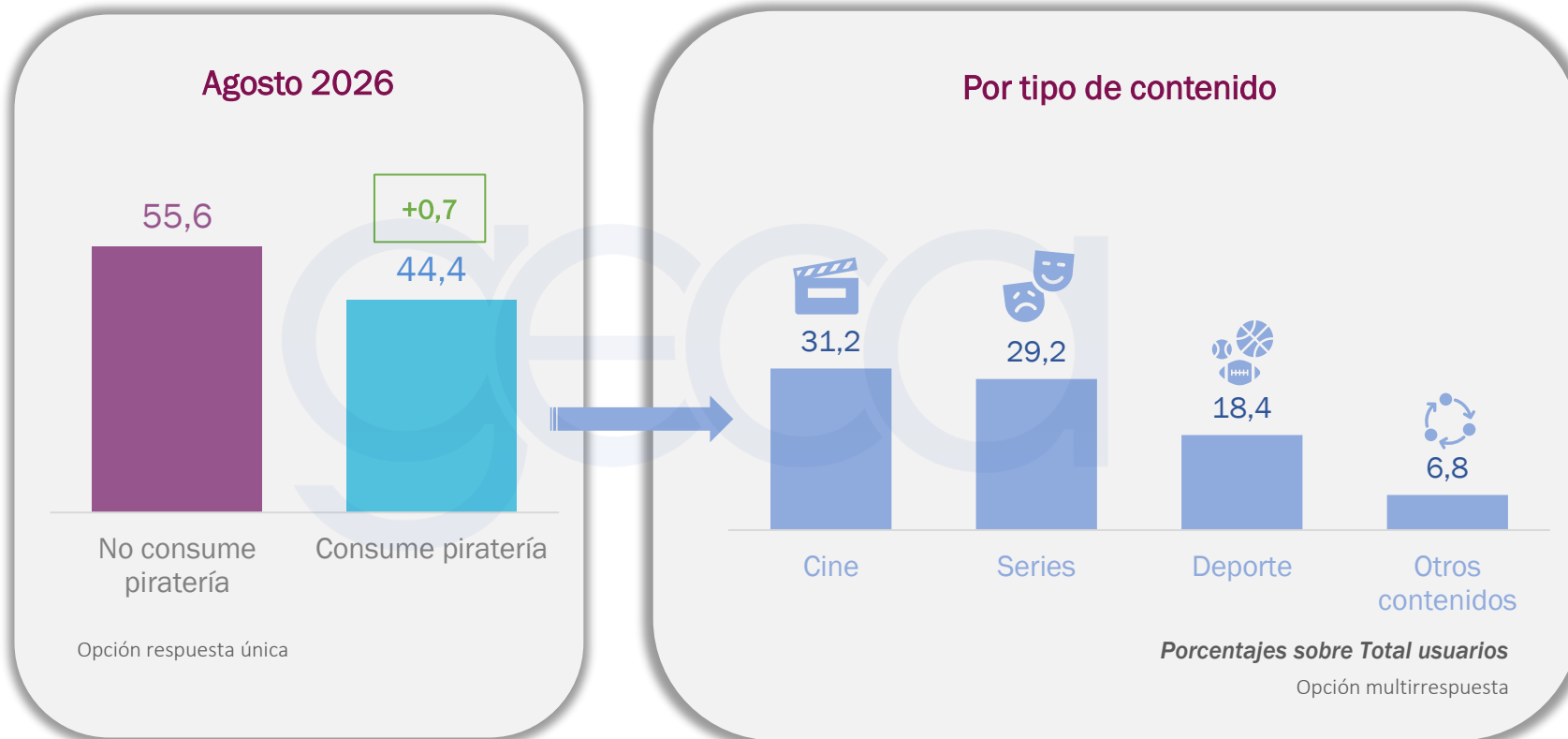
El consumo de piratería aumenta ligeramente hasta el 44,4% (+0,7), con Cine aún como el contenido más pirateado (31,2%) y Deporte registrando el principal crecimiento por tipo de contenido (+2,0)



Consumo de piratería y tipo de contenido que se consume pirateado (%)

>>Total individuos con acceso a SVOD (18+)

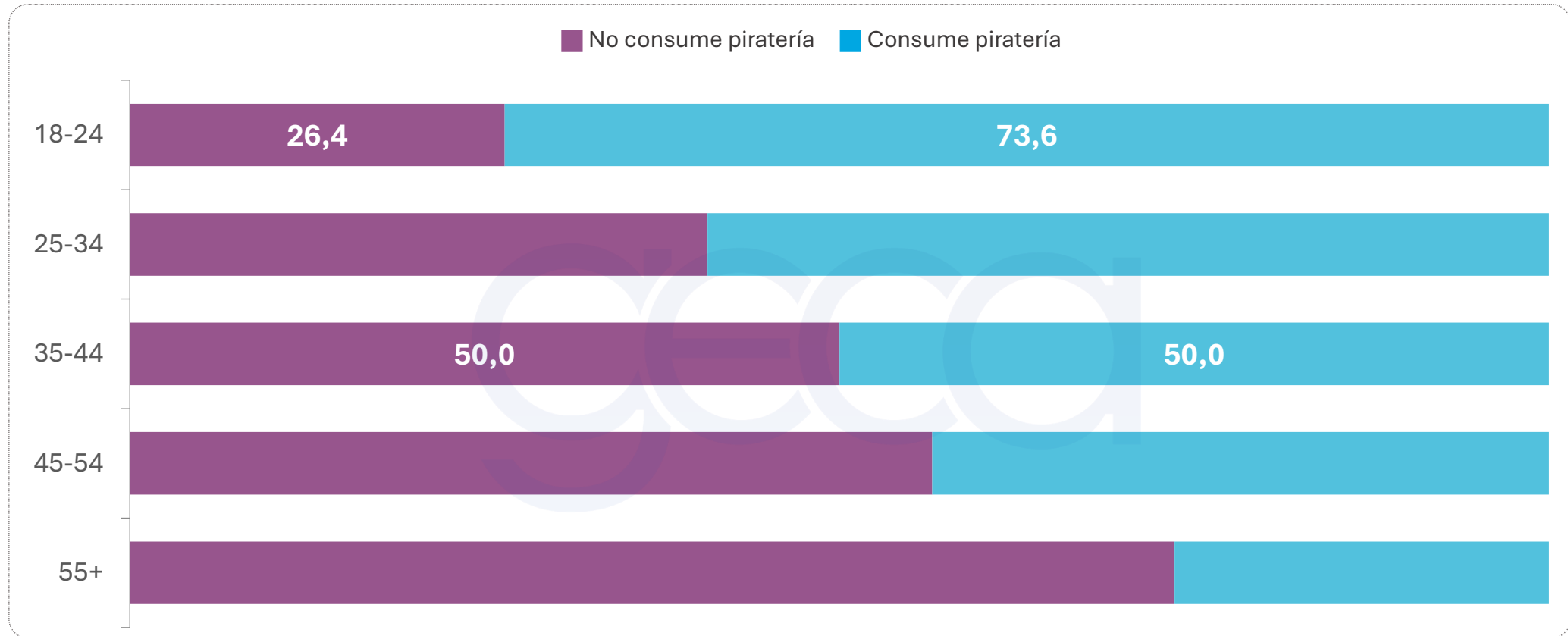
¿Utiliza usted o alguien en su hogar aplicaciones o páginas web de las clasificadas como “PIRATAS” para ver contenidos como cine, series o deportes sin pagar, bien de forma habitual o puntualmente?





El tramo de 35–44 registra el mayor crecimiento en consumo de piratería (+5,8), mientras los jóvenes de 18–24 continúan liderando la incidencia (73,6%)

Consumo de piratería por grupos de edad (%)
>>Total individuos con acceso a SVOD (18+)



geca

atome@geca.es

www.geca.es