



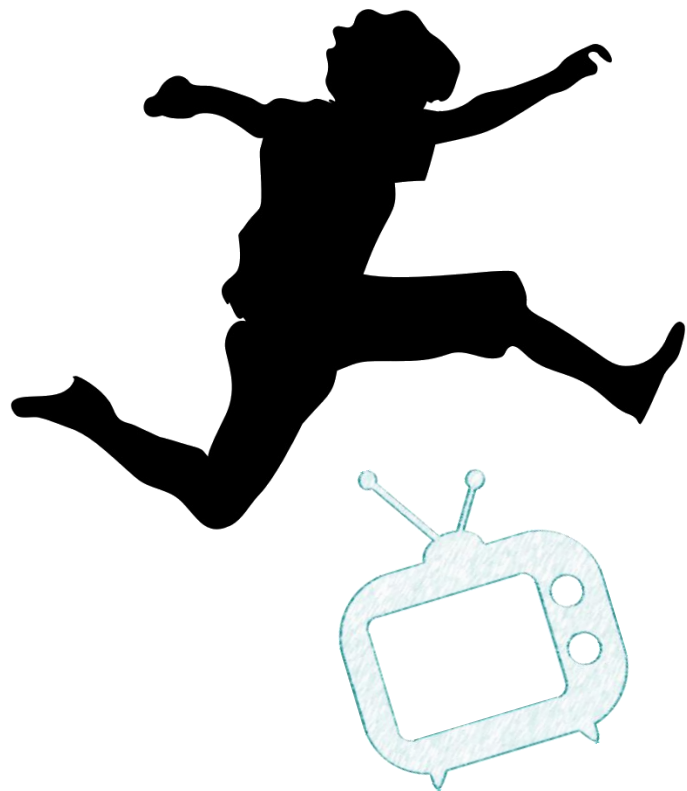
**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Informe TV: EL ROSCO del Consumo Audiovisual

FEBRERO 2020

Propósito y Metodología



PROPÓSITO:

Por segundo mes, Barlovento Comunicación recoge en un mismo informe el consumo de contenidos audiovisuales fusionando los datos de televisión e internet.

En el presente informe se recoge el tiempo de consumo de contenidos audiovisuales, ya sea por televisión o internet (ordenador o móvil) para ofrecer así el **TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL** o lo que se denomina **“Share audiovisual agregado”**.

METODOLOGÍA:

Para la agregación de consumos de Televisión (Kantar) e Internet (comscore) se ha utilizado la métrica homologable en ambos sistemas de medición que es el número de minutos diarios que consume cada español de ambos medios.

** Se estima un 1% aproximado de consumo duplicado (Youtube y Resto Internet) en la medición de comscore*



Fuente datos Televisión:

KANTAR

Ficha técnica:

- Herramienta extracción de datos: InstarAnalytics
- Fechas: Febrero 2020
- Targets: 18+ años, 18-24 años, 25-44 años, 45-54 años, +55 años.
- Ámbitos: España
- Actividades: Lineal+ADV
- Incluye invitados y segundas residencias
- S.Distribución: TSD



Fuente datos Internet:

 **comscore**

Ficha técnica:

- Herramienta extracción de datos: Video Metrix Multi-Platform
- Fechas: Febrero 2020
- Targets: 18+ años, 18-24 años, 25-44 años, 45-54 años, +55 años.
- Ámbitos: España
- Tipo vídeo: Contenido
- Plataforma: Total Digital Vídeo
- Medios: Total propiedades.



CONCEPTOS: MINUTOS PROMEDIO DIARIO POR PERSONA

- **TV LINEAL:** Consumo de televisión tradicional. Fuente Kantar.
- **TV DIFERIDO:** Consumo de televisión a lo largo de los siete días siguientes a la emisión en lineal. Incluye “vosdal” (*view on same day as life*). Fuente Kantar.
- **OTROS USOS TELEVISOR:** Empleo de la televisión para ver contenidos de Internet o de “play”. Fuente Kantar.
- **YOUTUBE:** Tiempo de visionado de contenidos del medio Youtube. Fuente Comscore.
- **RESTO INTERNET:** Tiempo de visionado de contenidos audiovisuales en Internet que no son Youtube. Fuente Comscore.
- **TOTAL:** Suma de los minutos de los cinco conceptos anteriores.

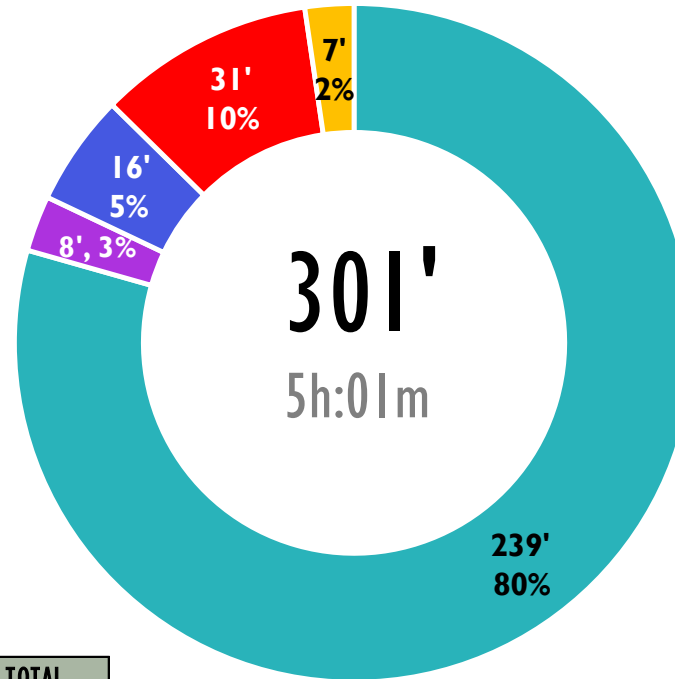
CONSUMO AUDIOVISUAL (TV+INTERNET)

18+ años - Minutos persona/día - Febrero 2020

- TV LINEAL (KANTAR)
- TV DIFERIDO (KANTAR)
- OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)
- YOUTUBE (COMSCORE)
- RESTO INTERNET (COMSCORE)

TTV	263'	87%
-----	------	-----

YOUTUBE	31'	10%
---------	-----	-----



Los individuos de 18 y más años de edad consumieron una media diaria de 5 horas y 1 minutos (301') de CONTENIDOS AUDIOVISUALES.

El 87% de este tiempo es consumo a través del aparato TV y el restante 13% a través del ordenador o el móvil.

Del total de contenidos audiovisuales consumidos, el 10% del tiempo corresponde a Youtube con 31 minutos por persona al día.

Comparativa mes anterior 18+ (minutos persona/día)

MES	TV LINEAL (KANTAR)	TV DIFERIDO (KANTAR)	OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)	YOUTUBE (COMSCORE)	RESTO INTERNET (COMSCORE)	TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL
Enero 2020	251	8	17	31	7	314
Febrero 2020	239	8	16	31	7	301

DIF MES ANT. >	▼ -12'	■ 0'	▼ -1'	■ 0'	■ 0'	▼ -13'
----------------	--------	------	-------	------	------	--------

CONSUMO AUDIOVISUAL (TV+INTERNET)

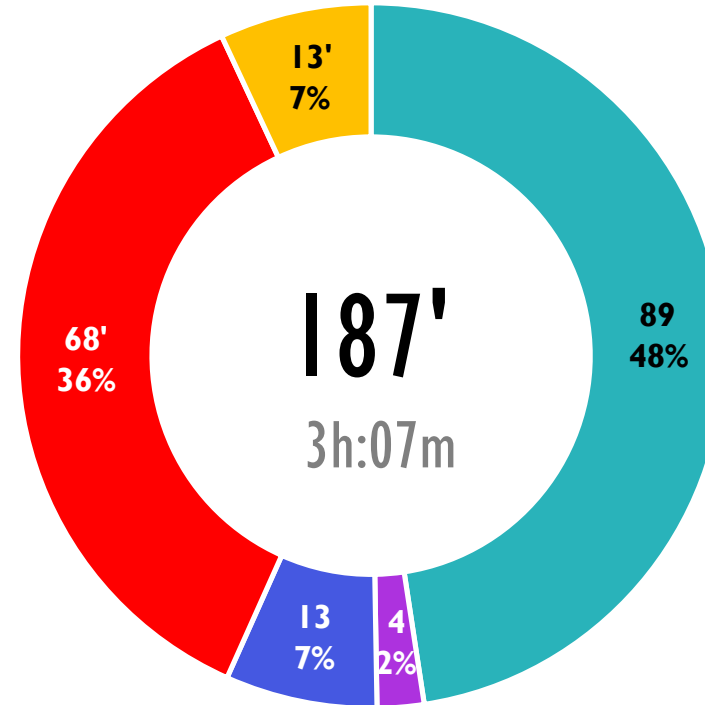
18-24 años - Minutos persona/día - Febrero 2020

- TV LINEAL (KANTAR)
- TV DIFERIDO (KANTAR)
- OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)
- YOUTUBE (COMSCORE)
- RESTO INTERNET (COMSCORE)

TTV	106'	57%
-----	------	-----



YOUTUBE	68'	36%
---------	-----	-----



En el caso de los jóvenes de entre 18 a 24 años, el tiempo diario dedicado a consumir contenido audiovisual es de 3 horas y 7 minutos (187'). En este grupo de individuos, el tiempo del televisor supone el 57% y la cuota de Youtube asciende al 36%, con 68 minutos de consumo diarios por persona (2 minutos más que el mes anterior).

Comparativa mes anterior 18-24 años (minutos persona/día)

MES	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
Enero 2020	104	4	14	66	13	201
Febrero 2020	89	4	13	68	13	187

DIF MES ANT.>	▼ -15'	▬ 0'	▼ -1'	▲ +2'	▬ 0'	▼ -14'
---------------	--------	------	-------	-------	------	--------

CONSUMO AUDIOVISUAL (TV+INTERNET)

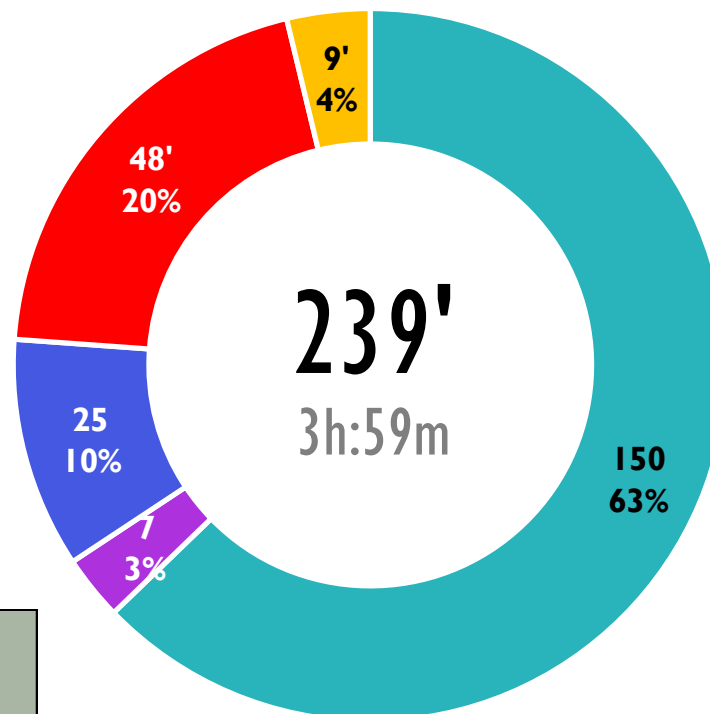
25-44 años - Minutos persona/día - Febrero 2020

- TV LINEAL (KANTAR)
- TV DIFERIDO (KANTAR)
- OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)
- YOUTUBE (COMSCORE)
- RESTO INTERNET (COMSCORE)

TTV	182'	76%
-----	------	-----



YOUTUBE	48'	20%
---------	-----	-----



En los adultos de 25 a 44 años el consumo audiovisual diario fue de 3 horas y 59 minutos (239') de promedio por persona.

El visionado a través del televisor supone el 76% del total, mientras que el restante 24% es a través del ordenador o el móvil.

El consumo de Youtube es de 48 minutos, lo que representa el 20% del total.

Comparativa mes anterior 25-44 años (minutos persona/día)

MES	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
Enero 2020	159	7	25	49	9	249
Febrero 2020	150	7	25	48	9	239

DIF MES ANT. >	▼ -9'	▬ 0'	▬ 0'	▼ -1'	▬ 0'	▼ -10'
----------------	-------	------	------	-------	------	--------

CONSUMO AUDIOVISUAL (TV+INTERNET)

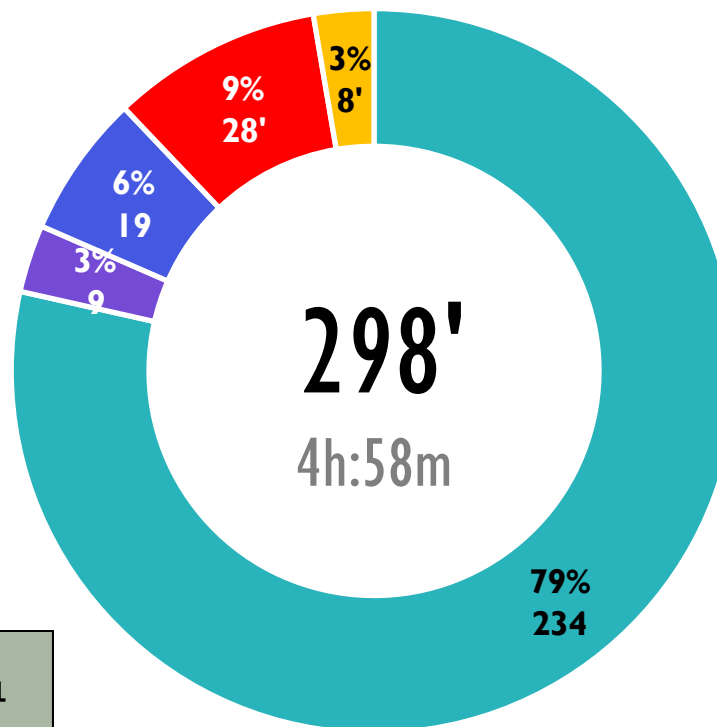
45-54 años - Minutos persona/día - Febrero 2020

- TV LINEAL (KANTAR)
- TV DIFERIDO (KANTAR)
- OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)
- YOUTUBE (COMSCORE)
- RESTO INTERNET (COMSCORE)

TTV	262'	88%
-----	------	-----



YOUTUBE	28'	9%
---------	-----	----



En los maduros de 45 a 54 años el consumo audiovisual diario registrado fue de 4 horas y 58 minutos (298') de promedio por persona.

El visionado a través del televisor supone el 88% del total, mientras que el restante 12% es a través del ordenador o el móvil.

El consumo de Youtube es de 28 minutos, lo que representa el 9% del total.

Comparativa mes anterior 45-54 años (minutos persona/día)

MES	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
Enero 2020	248	9	20	28	11	316
Febrero 2020	234	9	19	28	8	298

DIF MES ANT.>	▼ -14'	▬ 0'	▼ -1'	▬ 0'	▼ -3'	▼ -18'
---------------	---	--	--	--	--	---

CONSUMO AUDIOVISUAL (TV+INTERNET)

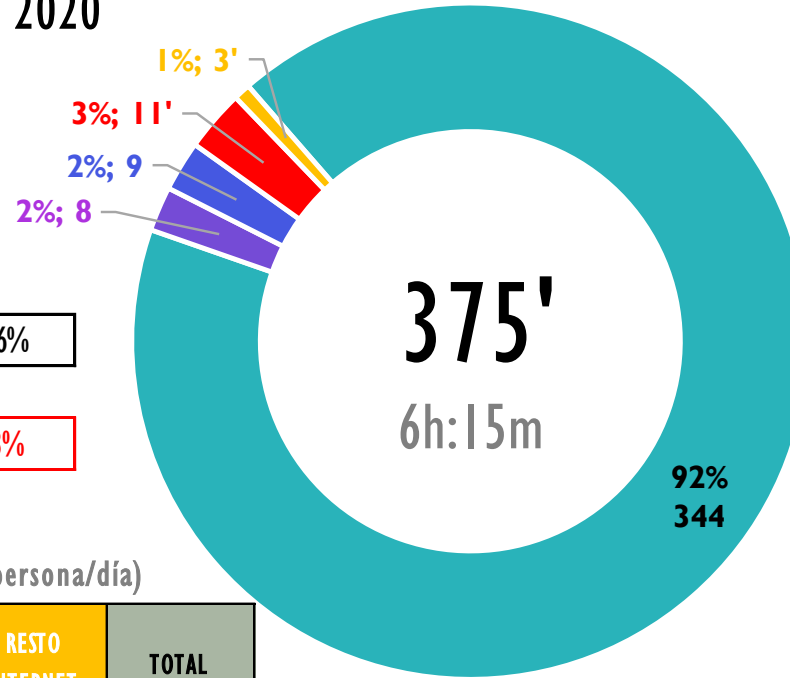
+55 años - Minutos persona/día - Febrero 2020

- TV LINEAL (KANTAR)
- TV DIFERIDO (KANTAR)
- OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)
- YOUTUBE (COMSCORE)
- RESTO INTERNET (COMSCORE)

TTV	361'	96%
-----	------	-----



YOUTUBE	11'	3%
---------	-----	----



En los mayores de 55 años el consumo audiovisual diario fue de 6 horas y 15 minutos (375') de promedio por persona.

El visionado a través del televisor supone el 96% del total, mientras que el restante 4% es a través del ordenador o el móvil.

El consumo de Youtube es de 11 minutos, lo que representa el 3% del total.

Comparativa mes anterior +55 años (minutos persona/día)

MES	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
Enero 2020	358	8	9	11	3	389
Febrero 2020	344	8	9	11	3	375

DIF MES ANT.>	-14'	0'	0'	0'	0'	-14'
---------------	------	----	----	----	----	------



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

