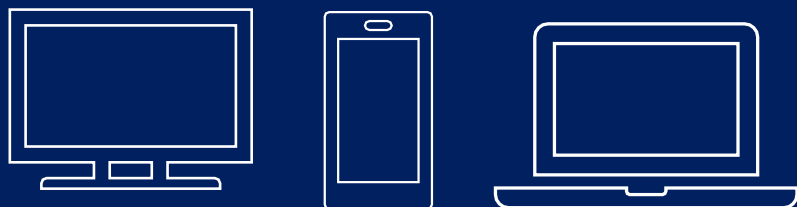


EL ROSCO

DEL CONSUMO AUDIOVISUAL

Febrero 2021



Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore



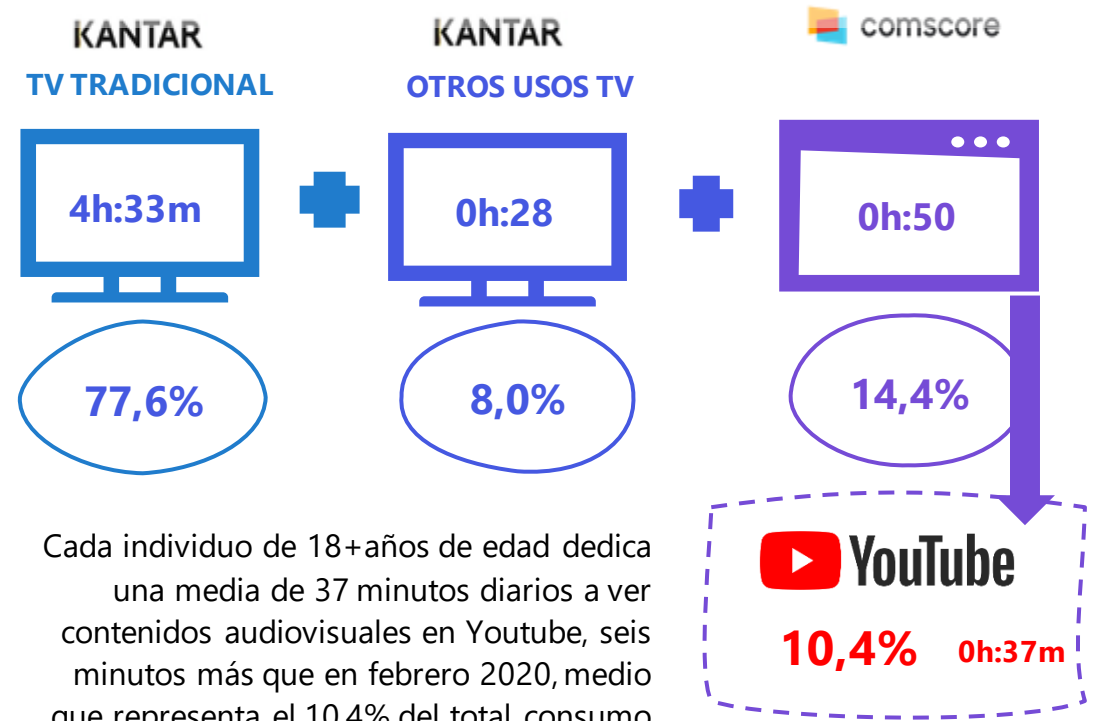
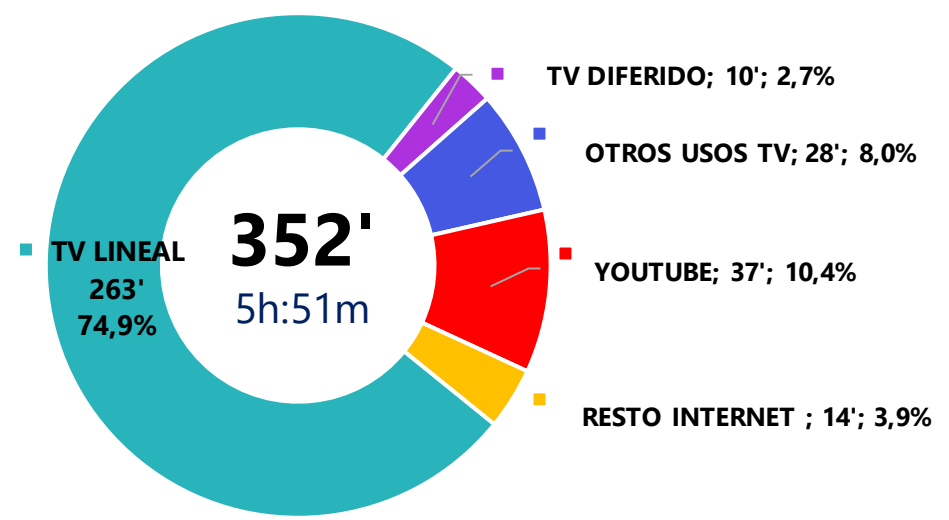
PRESENTACIÓN

Propósito: Barlovento Comunicación analiza el total del consumo audiovisual y recoge en un mismo informe el consumo de contenidos audiovisuales integrando los datos de Kantar (televisión) y Comscore (ordenador y móvil) para poder ofrecer el **“Share audiovisual agregado”**.

Metodología: Para la agregación de consumos se utiliza la métrica homologable en ambos sistemas de medición que es el número de minutos diarios que consume cada individuo.

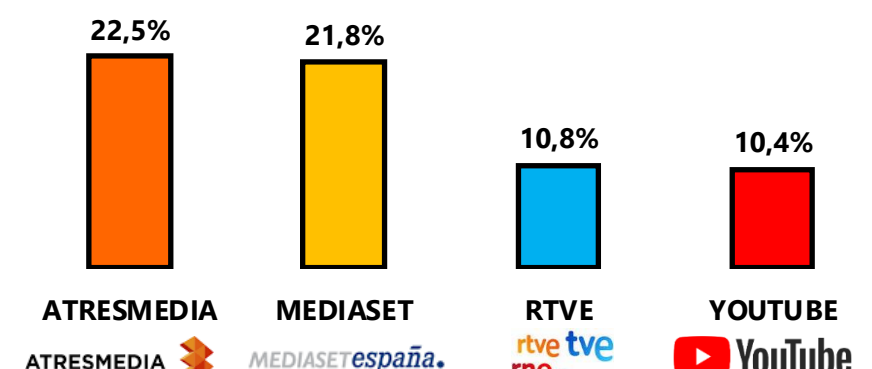
Los individuos de 18+ años de edad consumieron un promedio de 352 minutos al día de contenidos audiovisuales, lo que supone 51 minutos más que en el mes de febrero 2020.

18+ años minutos persona/día - Febrero 2021



Cada individuo de 18+ años de edad dedica una media de 37 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, seis minutos más que en febrero 2020, medio que representa el 10,4% del total consumo

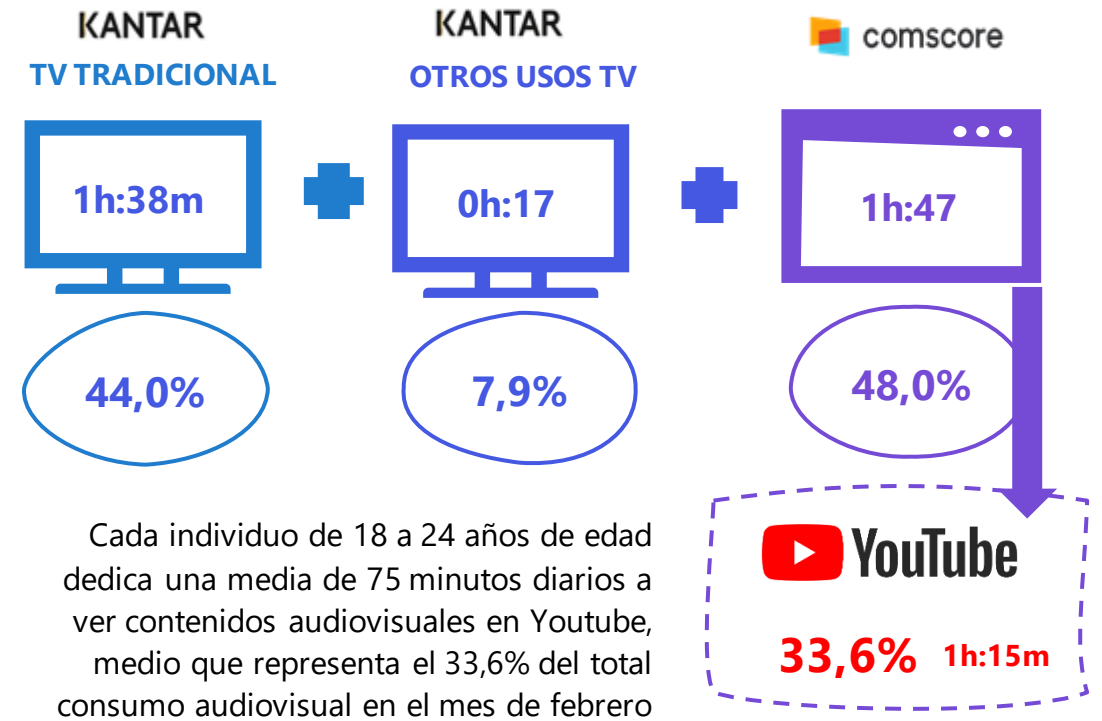
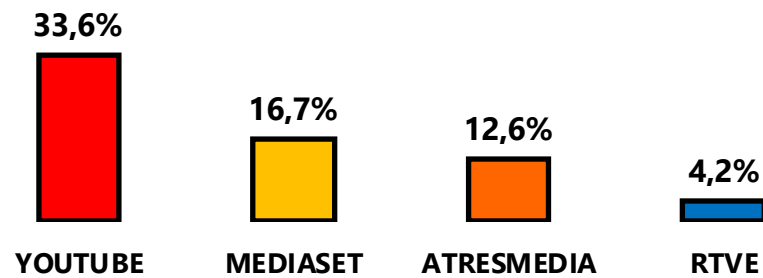
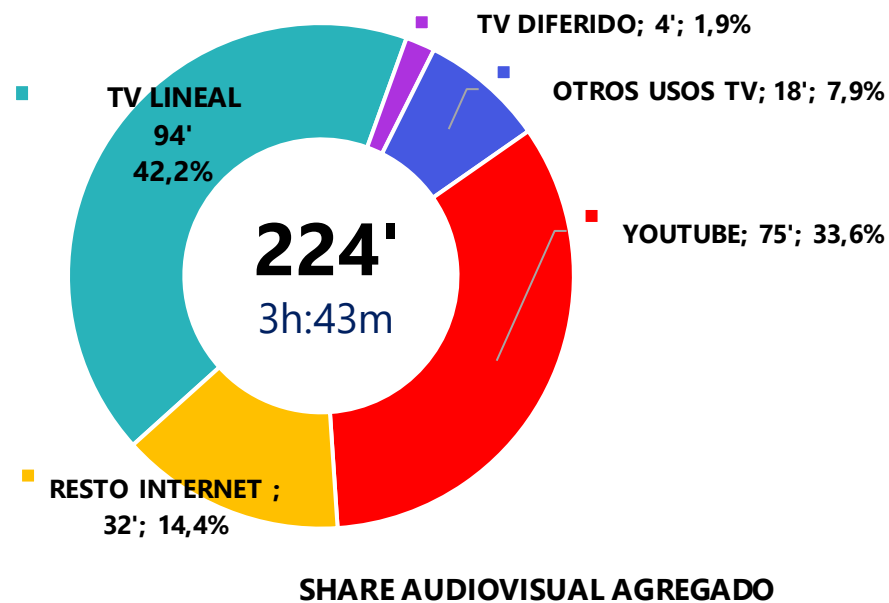
SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



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

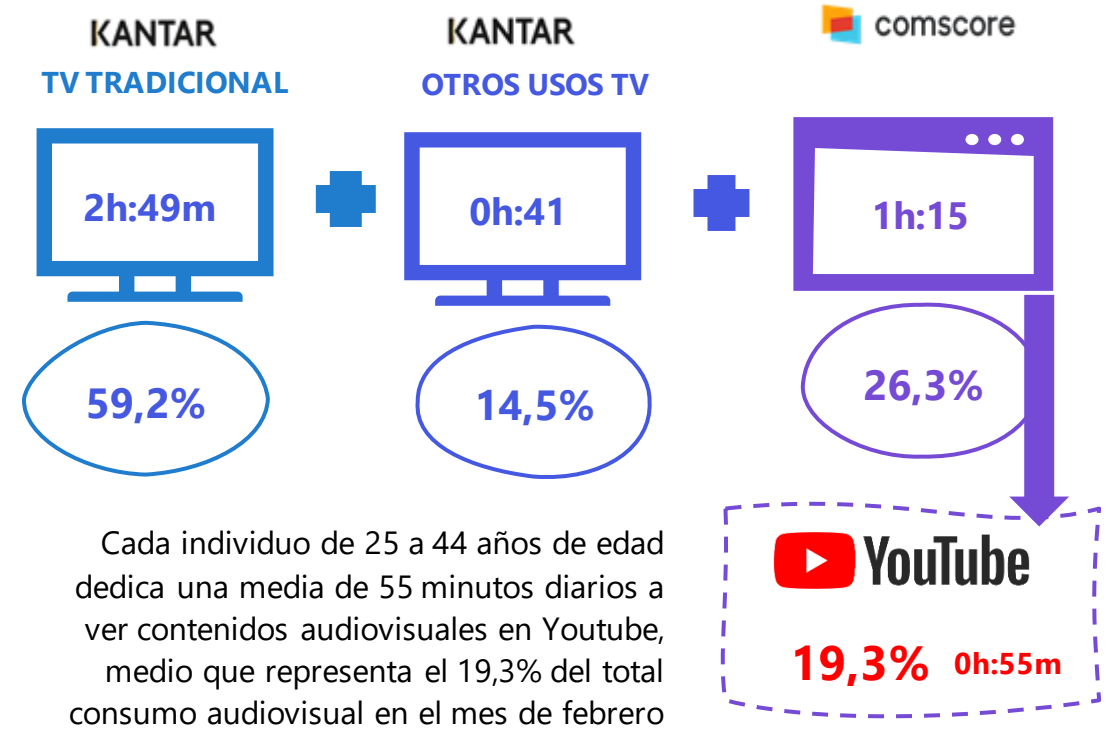
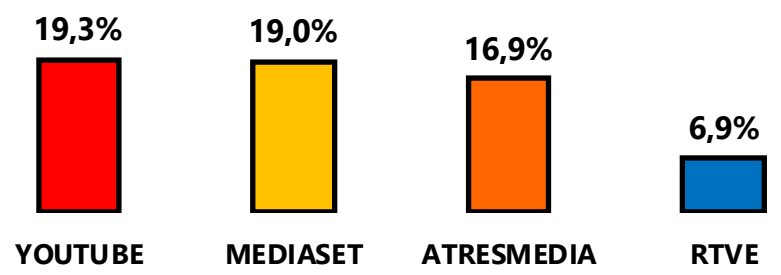
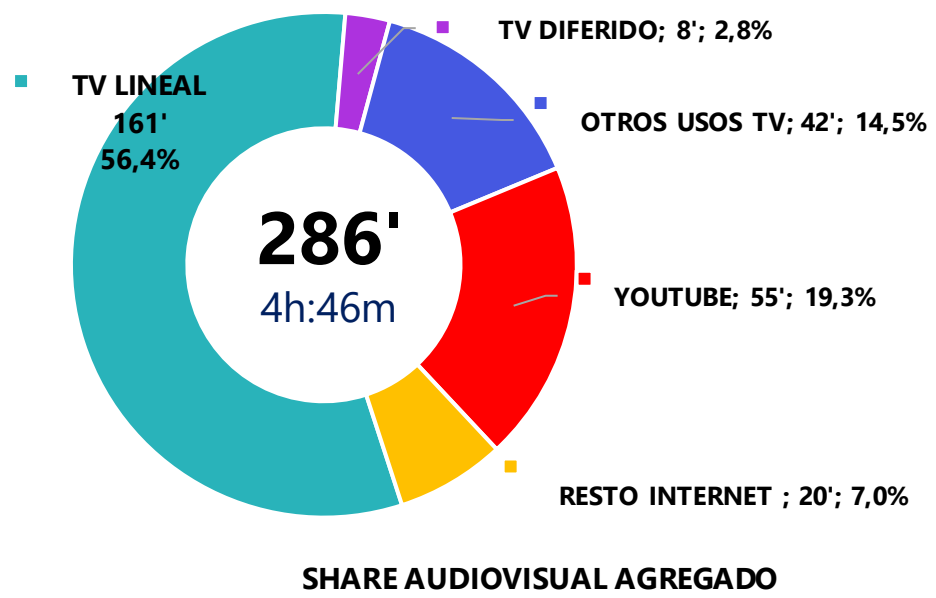
El grupo de 18 a 24 años consumió un promedio de 224 minutos al día de contenidos audiovisuales en febrero 2021. El 48,0% del tiempo de visionado es a través del ordenador o móvil y YouTube logra el 33,6% del share audiovisual agregado.

18 a 24 minutos persona/día - Febrero 2021



Los adultos de 25 a 44 años consumieron un promedio de 286 minutos al día de contenidos audiovisuales en febrero 2021. En este grupo, los 'Otros Usos del Televisor' logran el 14,5% del share audiovisual agregado.

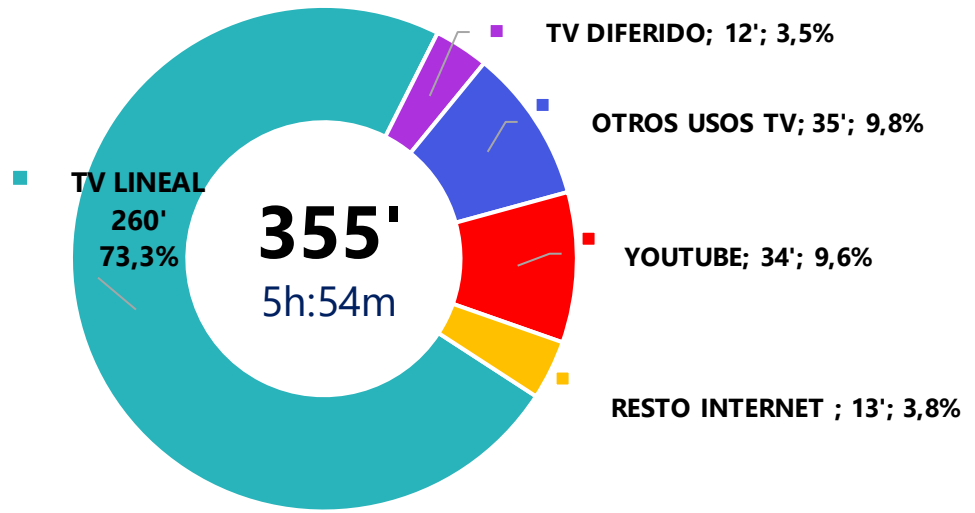
25-44 minutos persona/día - Febrero 2021



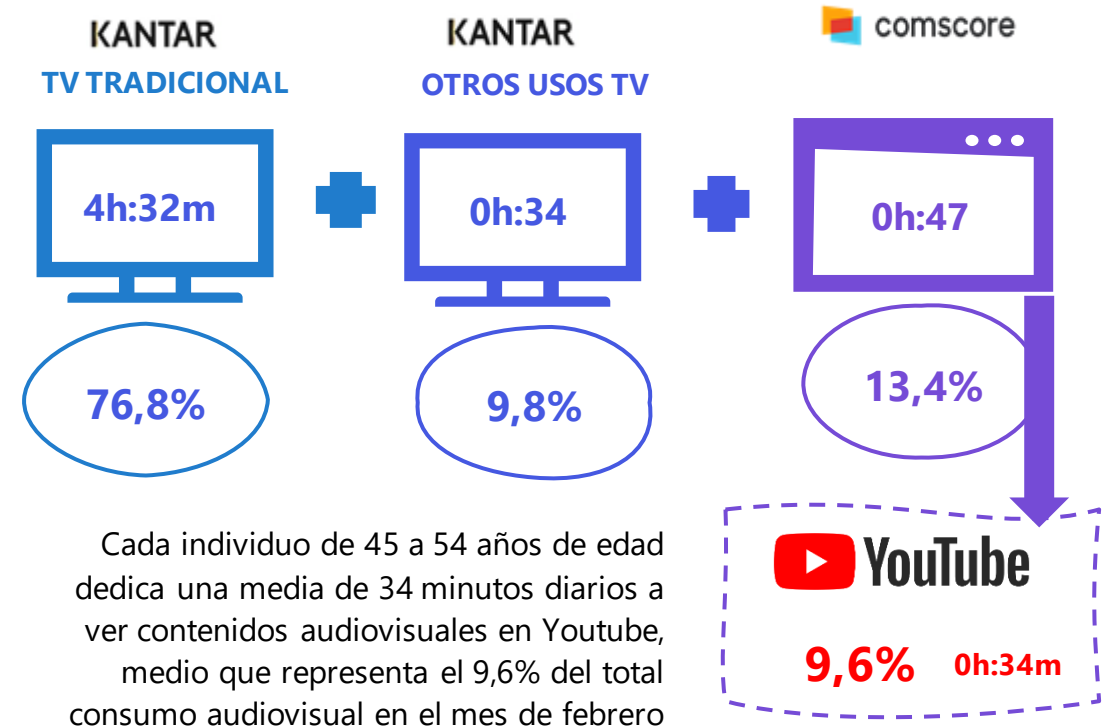
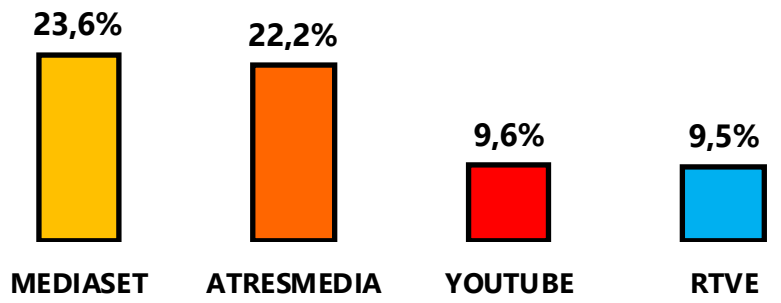
Cada individuo de 25 a 44 años de edad dedica una media de 55 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 19,3% del total consumo audiovisual en el mes de febrero

Los maduros de 45 a 54 años de edad, consumieron un promedio de 355 minutos al día de contenidos audiovisuales. Para este grupo, el consumo de 'TV Tradicional' representa el 76,8% del total consumo audiovisual.

45 a 54 minutos persona/día - Febrero 2021

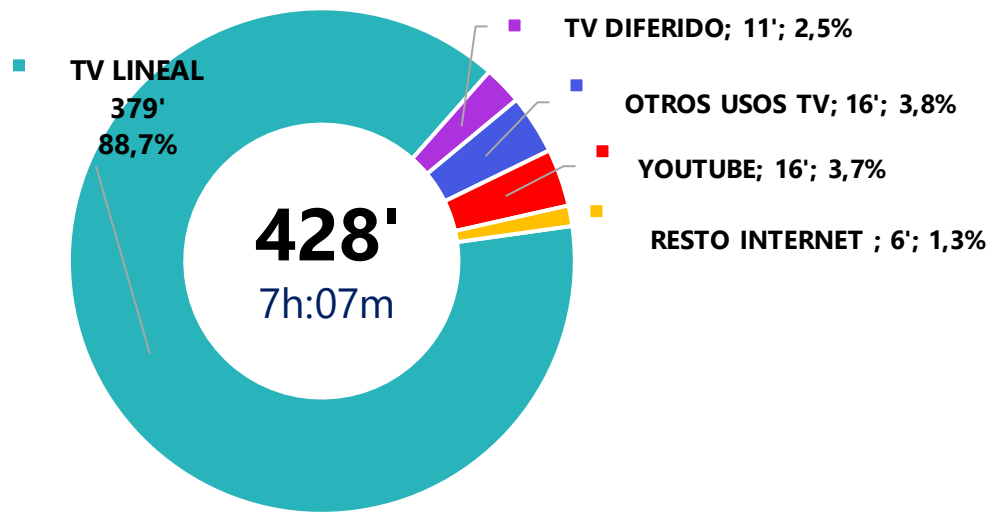


SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO

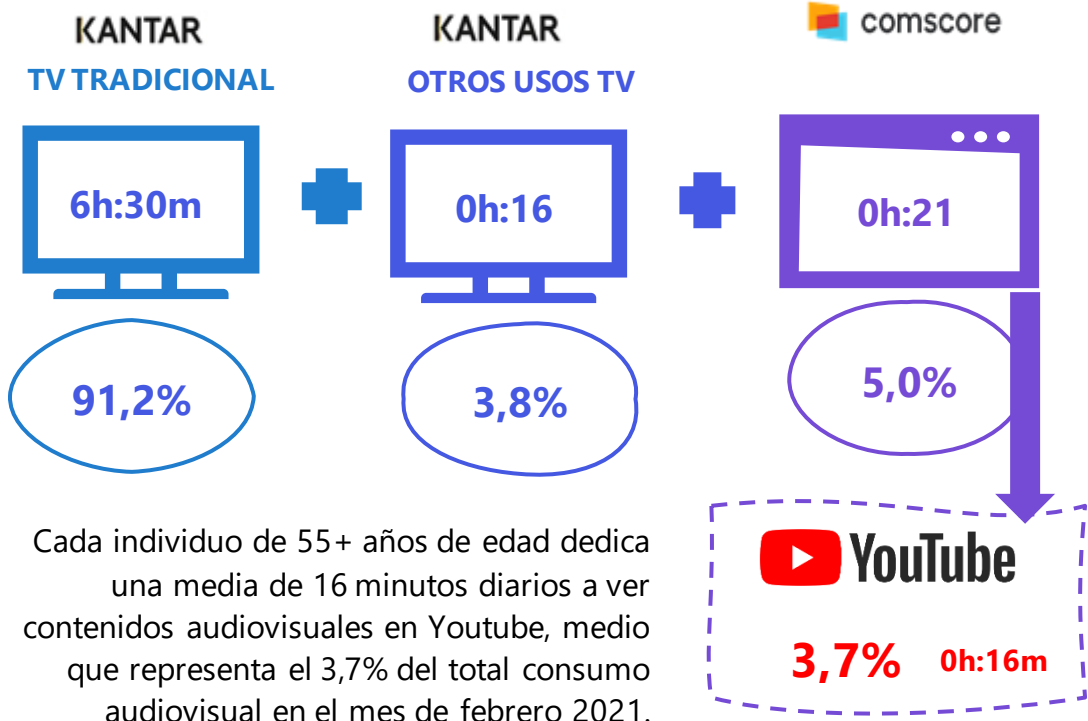
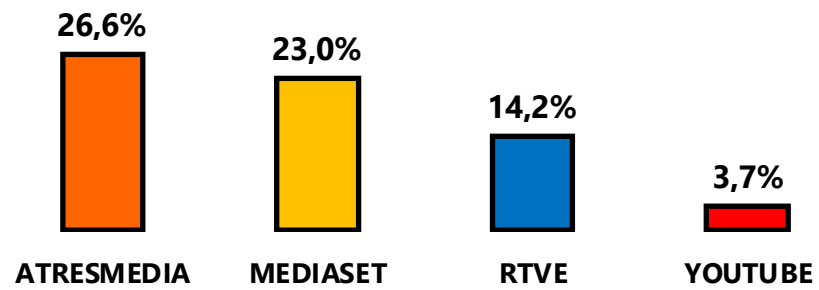


Los individuos de 55 y más años de edad, consumieron un promedio de 428 minutos al día de contenidos audiovisuales. Para este grupo, el consumo de 'TV Tradicional' representa el 91,2% del total consumo audiovisual.

55+ minutos persona/día - Febrero 2021

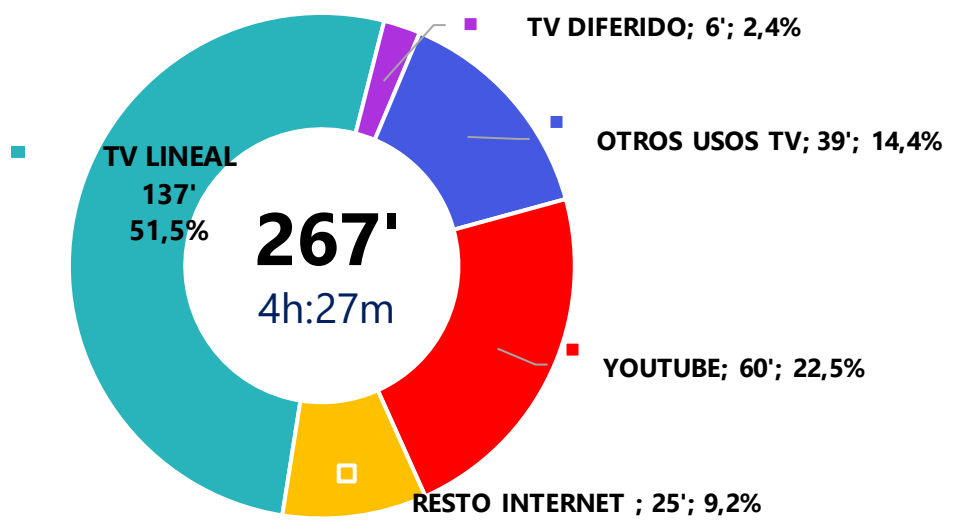


SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



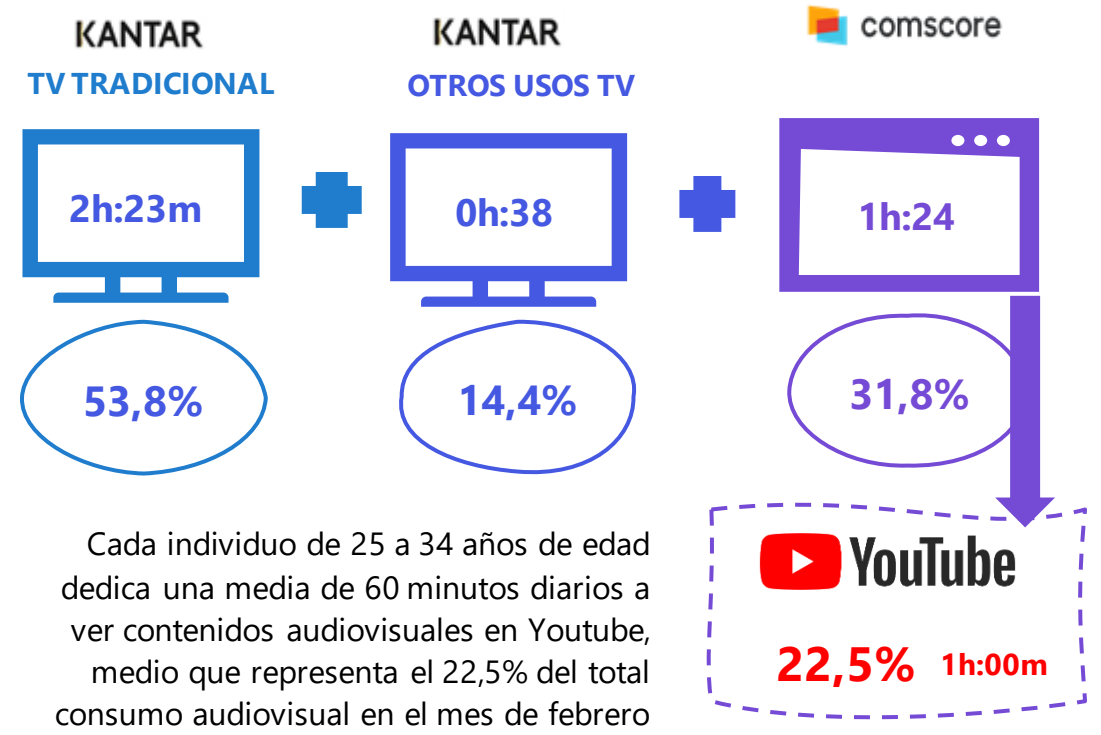
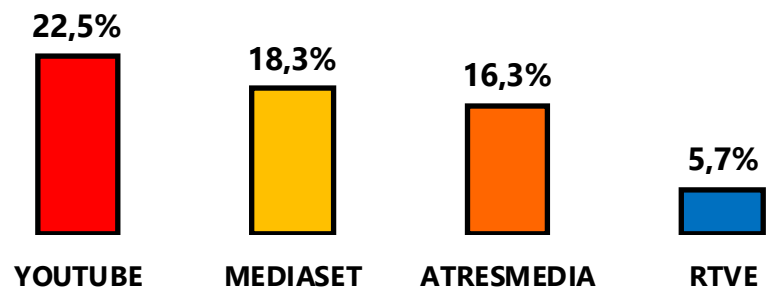
El grupo de 25 a 34 años consumió un promedio de 267 minutos al día de contenidos audiovisuales en febrero 2021. El 31,8% del tiempo de visionado es a través del ordenador o móvil y YouTube logra el 22,5% del share audiovisual agregado.

25 a 34 minutos persona/día - Febrero 2021



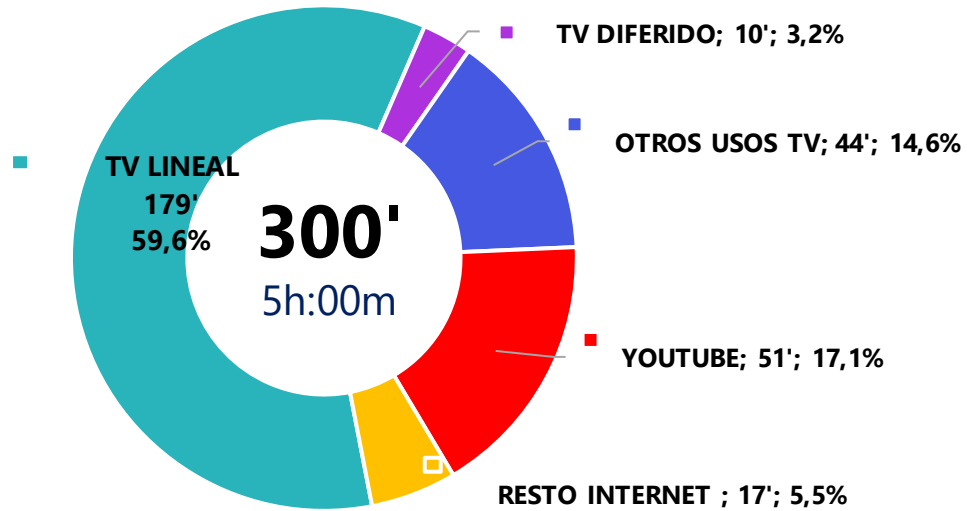
267'
4h:27m

SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO

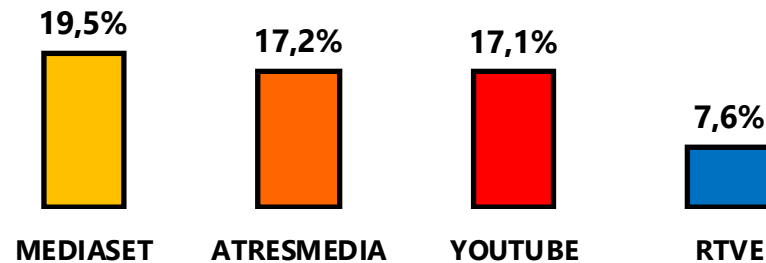


El grupo de 35 a 44 años consumió un promedio de 300 minutos al día de contenidos audiovisuales en febrero 2021. El 77,4% del tiempo de visionado se produce a través del televisor y el 22,6% a través del ordenador o móvil.

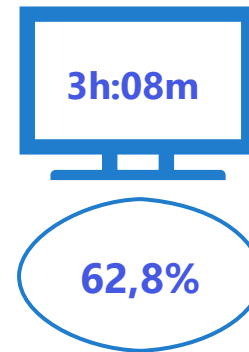
35 a 44 minutos persona/día - Febrero 2021



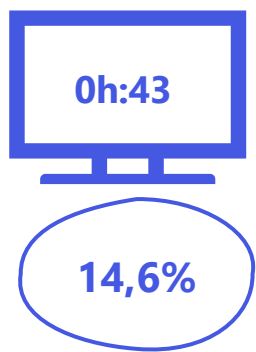
SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



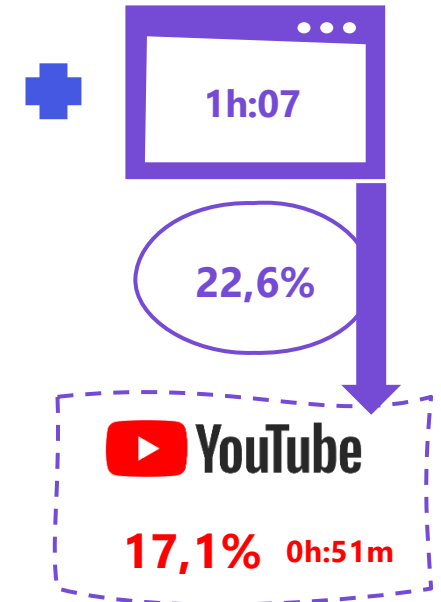
KANTAR TV TRADICIONAL



KANTAR OTROS USOS TV



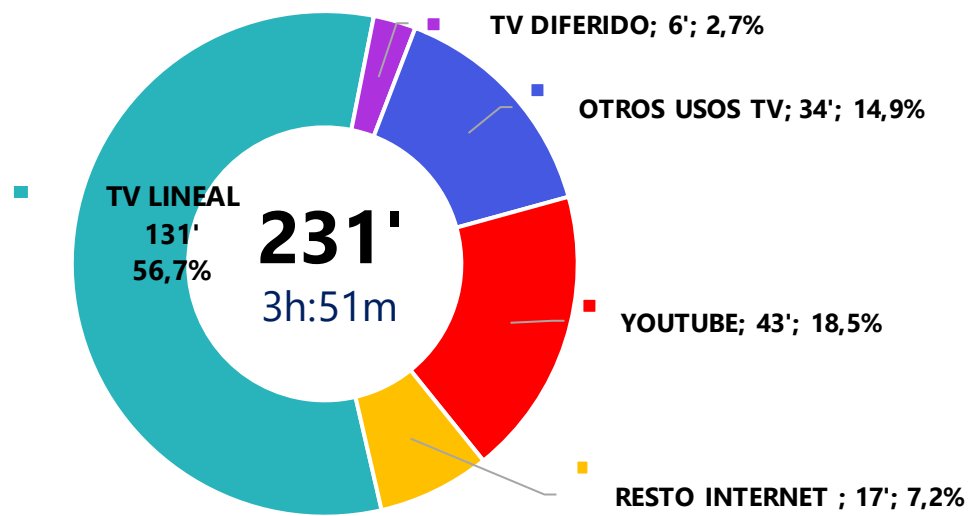
comscore



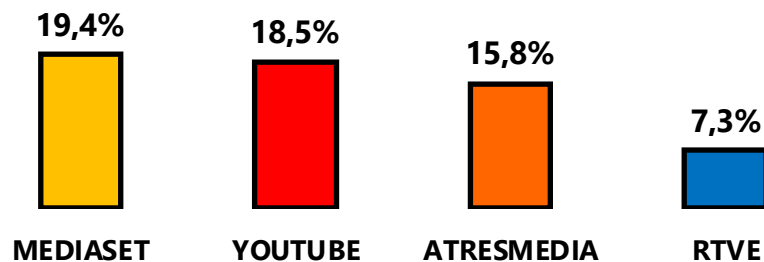
Cada individuo de 35 a 44 años de edad dedica una media de 51 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 17,1% del total consumo audiovisual en el mes de febrero

Los menores de 45 años consumieron un promedio de 231 minutos al día de contenidos audiovisuales en febrero 2021. El 25,7% del tiempo de visionado es a través del ordenador o móvil y YouTube logra el 18,5% del share audiovisual agregado.

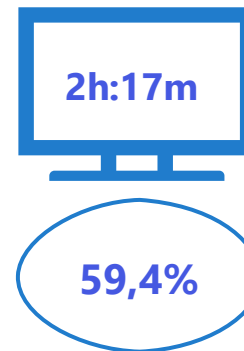
<45 minutos persona/día - Febrero 2021



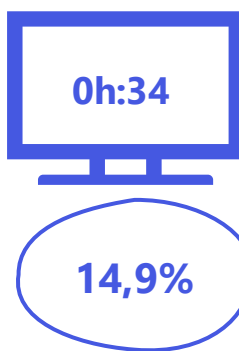
SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



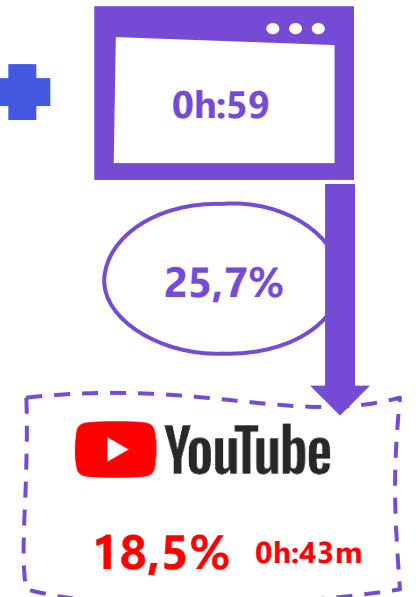
KANTAR TV TRADICIONAL



KANTAR OTROS USOS TV



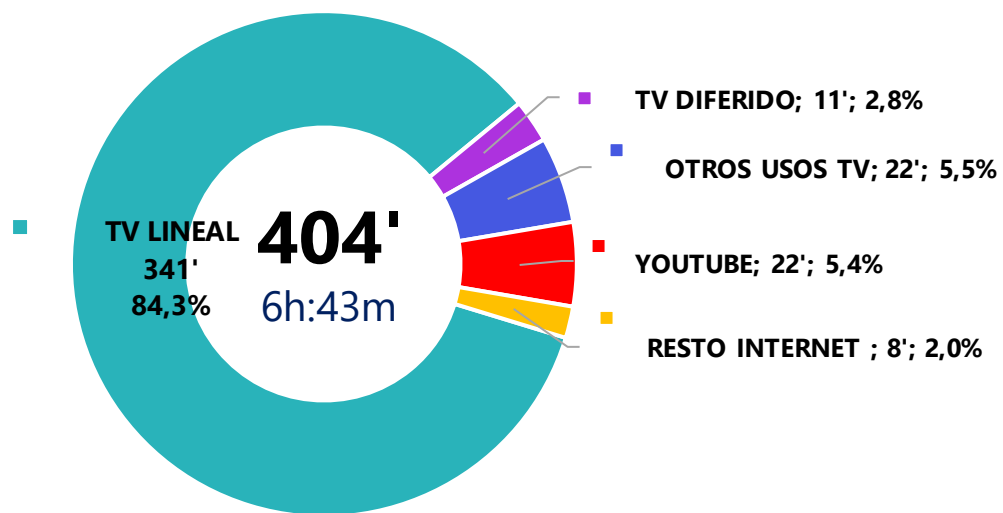
comscore



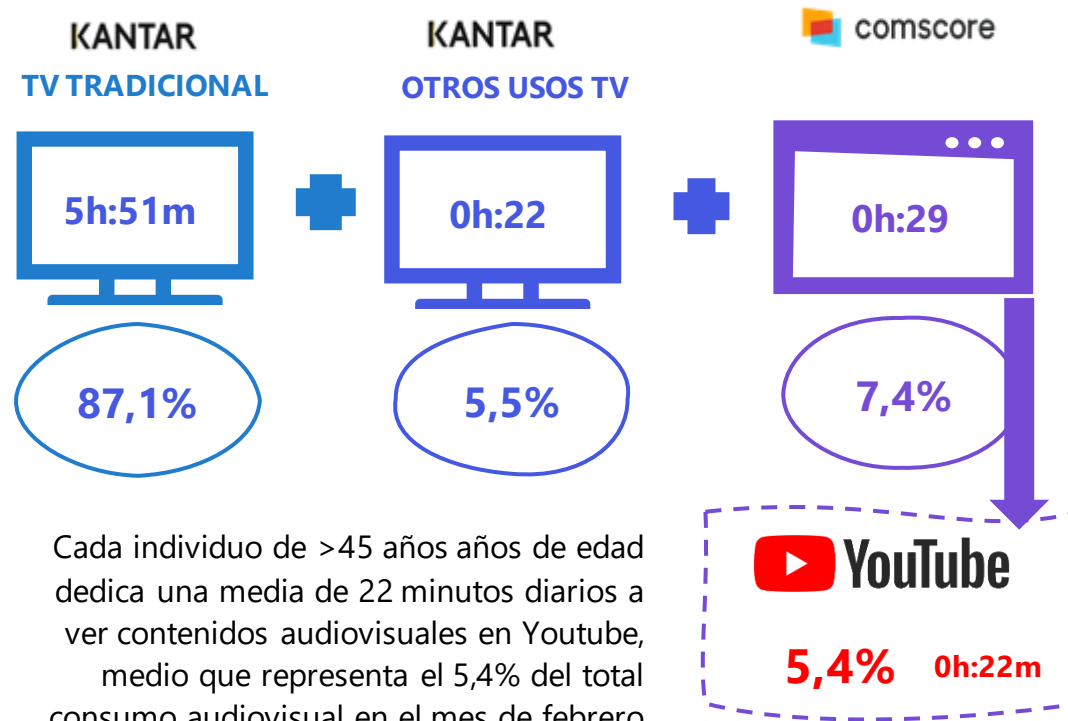
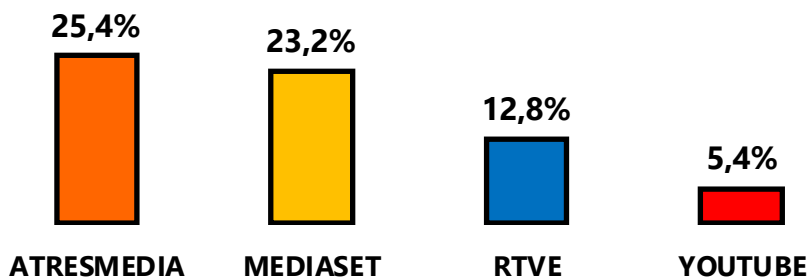
Cada individuo de <45 años de edad dedica una media de 43 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 18,5% del total consumo audiovisual en el mes de febrero 2021.

Los mayores de 45 años consumieron un promedio de 404 minutos al día de contenidos audiovisuales. Para este grupo, el consumo de 'TV Tradicional' representa el 87,1% del total consumo audiovisual.

>45 años minutos persona/día - Febrero 2021

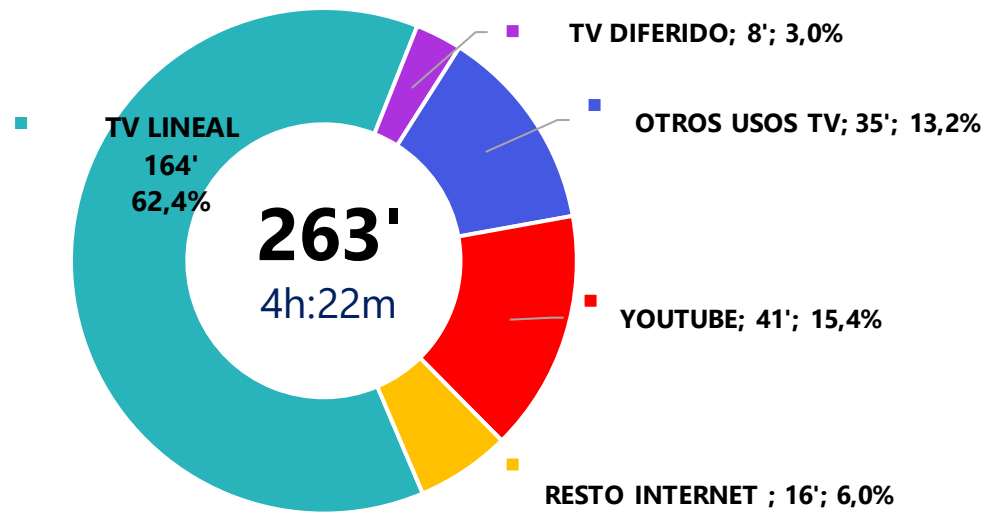


SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO

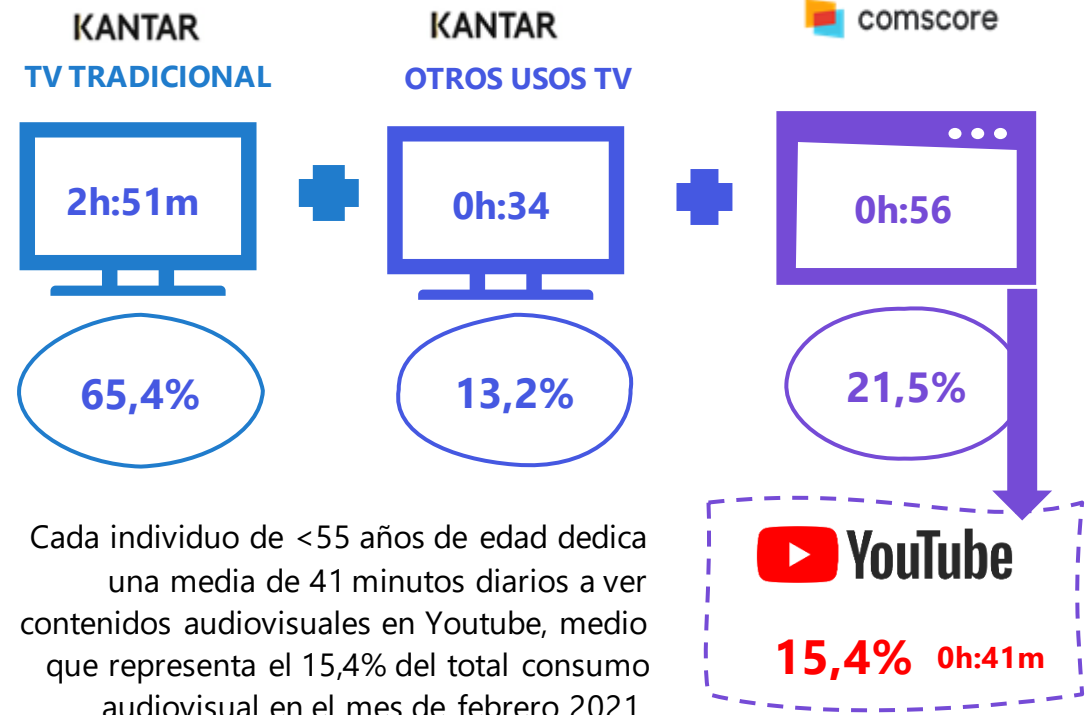
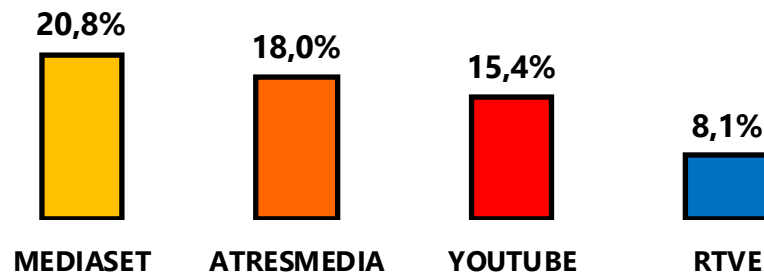


Los individuos menores de 55 años consumieron un promedio de 263 minutos al día de contenidos audiovisuales en febrero 2021. El 78,5% del tiempo de visionado se produce a través del televisor y el 21,5% a través del ordenador o móvil.

<55 años minutos persona/día - Febrero 2021



SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO

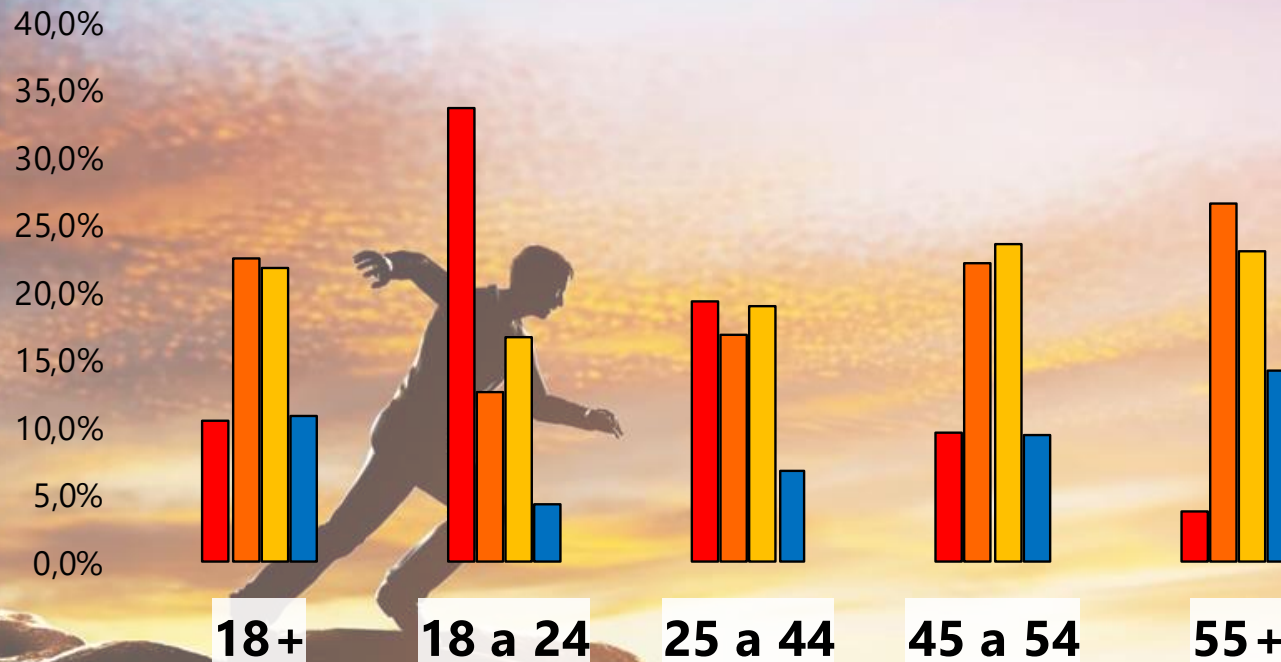


Cada individuo de <55 años de edad dedica una media de 41 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 15,4% del total consumo audiovisual en el mes de febrero 2021.

“share audiovisual agregado” por targets

SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO (KANTAR+COMSCORE) YOUTUBE VS. TRES GRANDES OPERADORES

■ YOUTUBE ■ ATRESMEDIA ■ MEDIASET ■ RTVE



Grupo de edad	Operador con mayor share audiovisual agregado	Share (%)
18+ años	ATRESMEDIA	22,5%
18 a 24 años	YOUTUBE	33,6%
25 a 44 años	YOUTUBE	19,3%
45 a 54 años	MEDIASET	23,6%
55+ años	ATRESMEDIA	26,6%
25 a 34 años	YOUTUBE	22,5%
35 a 44 años	MEDIASET	19,5%
< 45 años	MEDIASET	19,4%
45+ años	ATRESMEDIA	25,4%
<55 años	MEDIASET	20,8%



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 reproducción de grabaciones que no se han emitido los siete días anteriores en lineal. 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.

Ficha técnica

KANTAR

- Herramienta extracción de datos: InstarAnalytics
- Ámbitos: España (2rT)
- Actividades: Lineal+ADV
- Incluye invitados y segundas residencias
- S.Distribución: TSD

comscore

- Herramienta extracción de datos: Video Metrix Multi-Platform .
- Ámbitos: España
- Tipo vídeo: Contenido
- Plataforma: Total Digital Vídeo
- Medios: Total propiedades.

