



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# EL ROSCO

## DEL CONSUMO

## AUDIOVISUAL



**julio 2022**

Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore



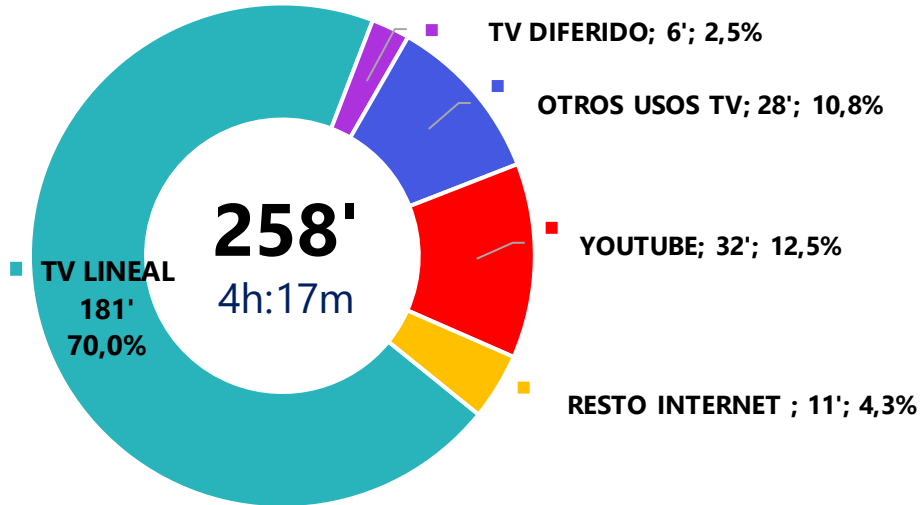
# PRESENTACIÓN

**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”**.

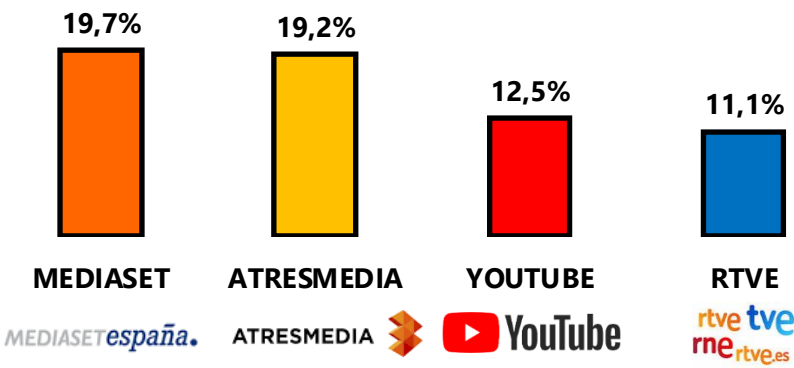
**Metodología:** Para la agregación de consumos se utiliza la métrica homologable en ambos sistemas de medición que es el número de minutos diarios que consume cada individuo.

Los individuos de 18+ años de edad consumieron un promedio de 258 minutos al día de contenidos audiovisuales, lo que supone 14 minutos menos que en el mes de junio 2022.

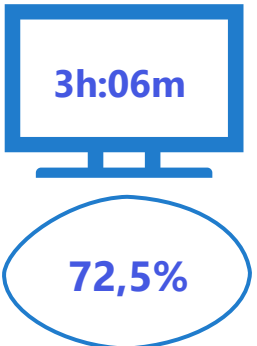
## 18+ años minutos persona/día - Julio 2022



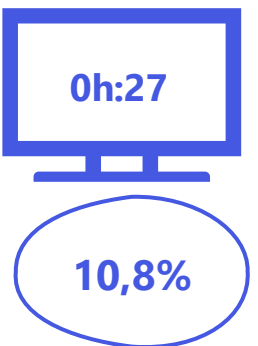
## SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



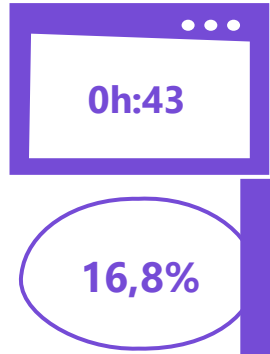
## KANTAR TV TRADICIONAL



## KANTAR OTROS USOS TV



## comscore



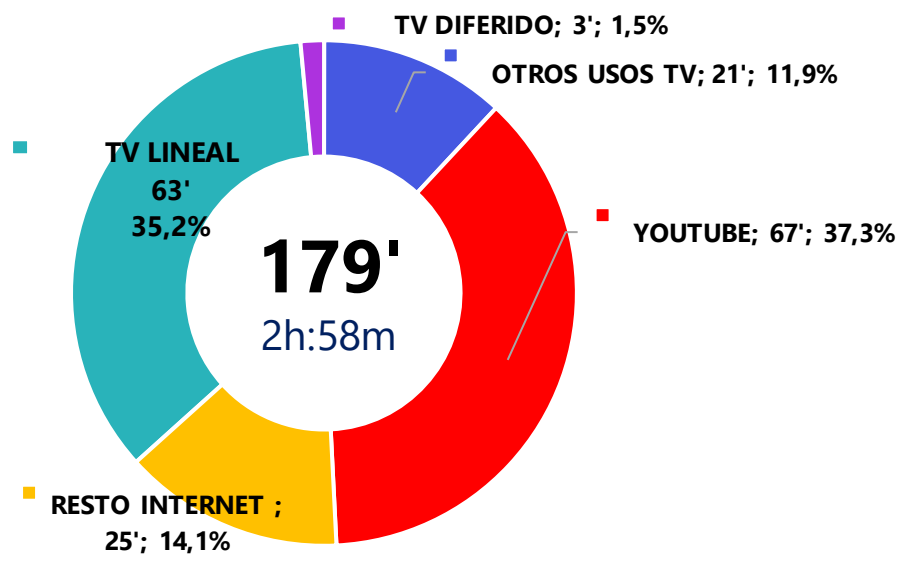
Cada individuo de 18+ años de edad dedica una media de 32 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 12,5% del total consumo audiovisual en el mes de julio 2022.



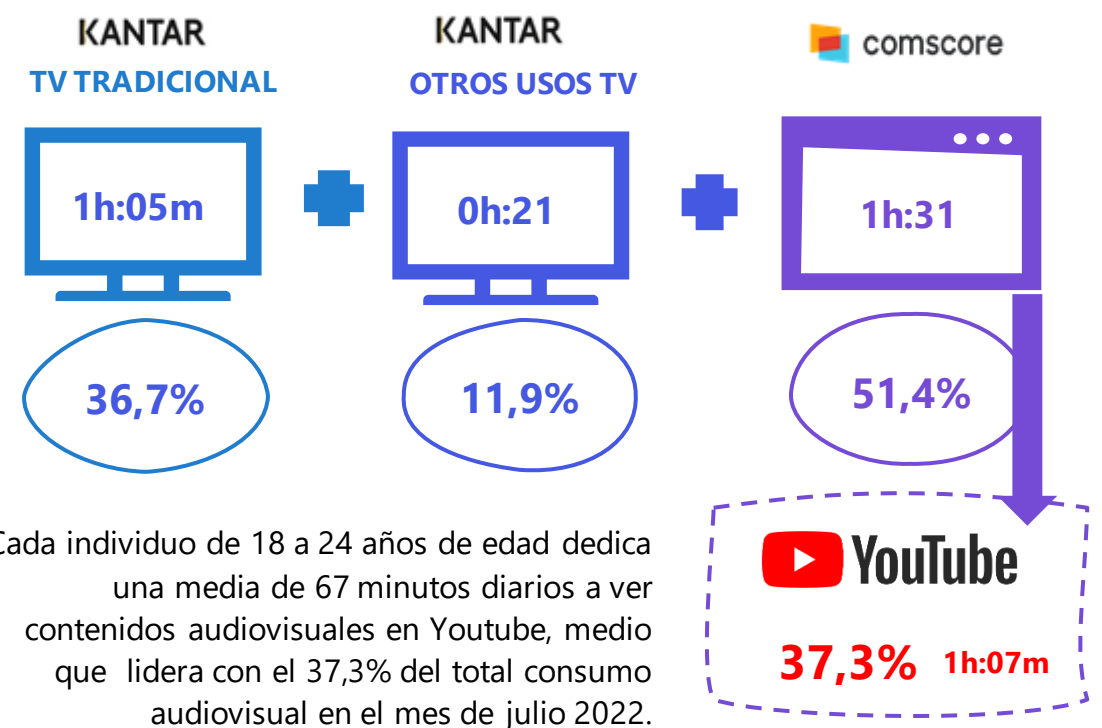
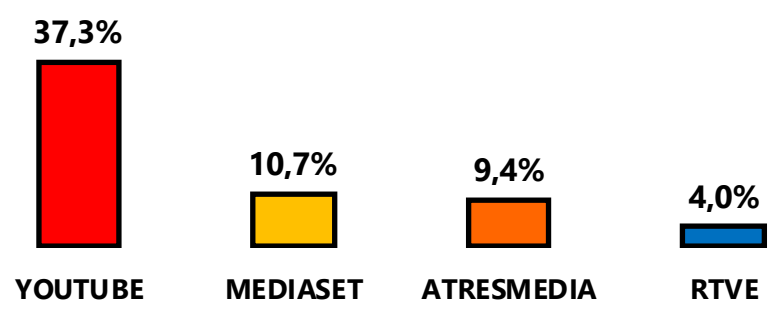
\* Se estima un 1% aproximado de consumo duplicado (Youtube y Resto Internet) en la medición de Comscore

El grupo de 18 a 24 años consumió un promedio de 179 minutos al día de contenidos audiovisuales en julio 2022. El 51,4% del tiempo de visionado es a través del ordenador o móvil y YouTube lidera con el 37,3% del share audiovisual agregado.

### 18 a 24 minutos persona/día - Julio 2022



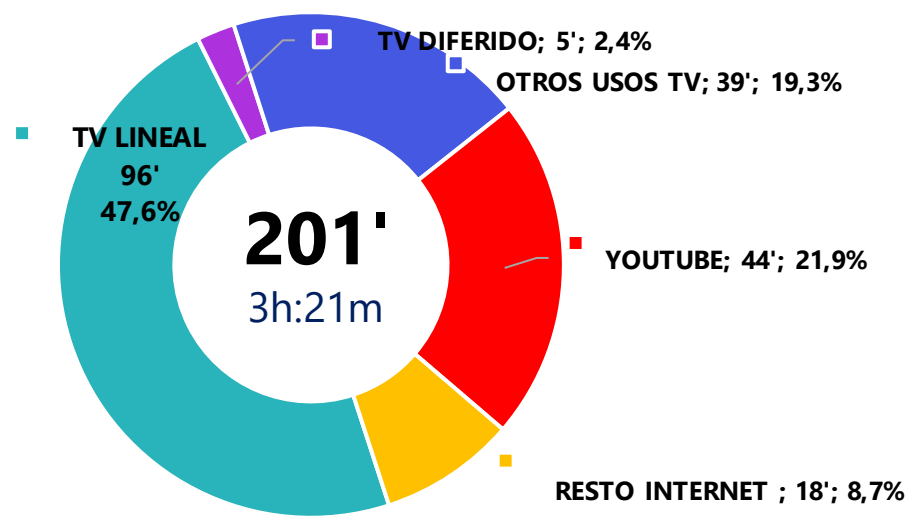
### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



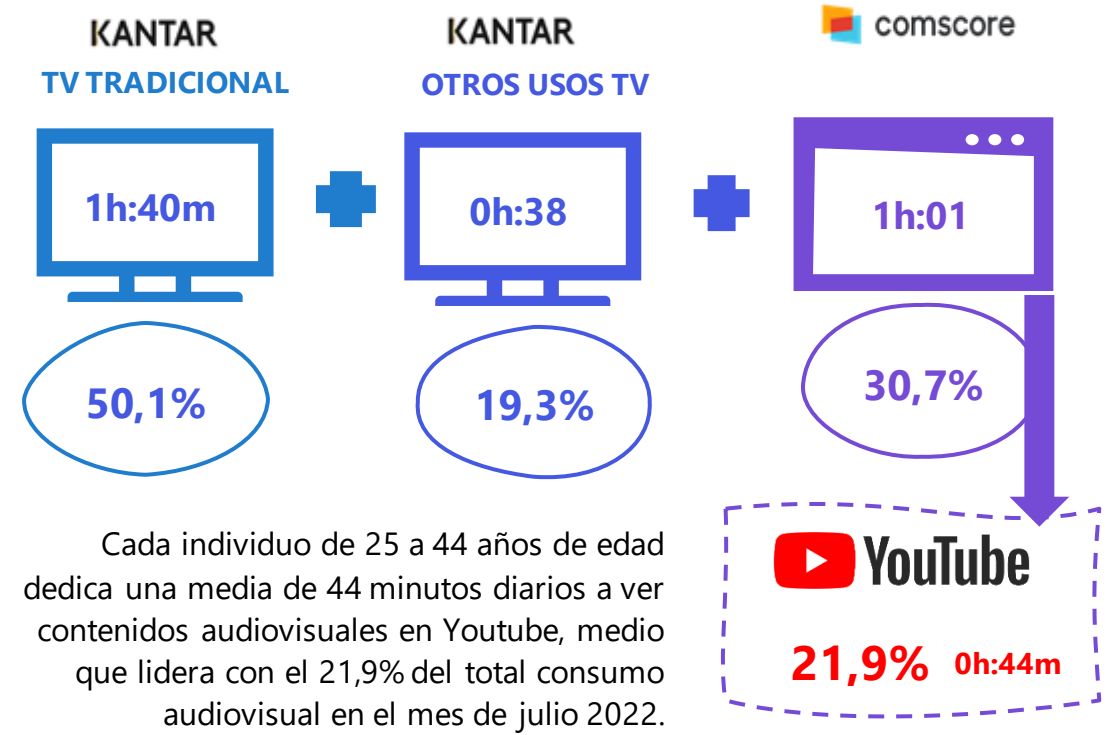
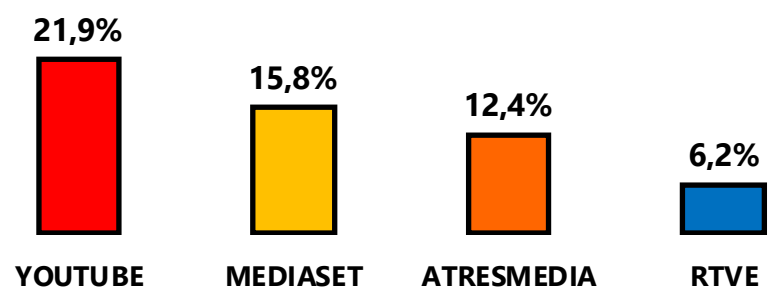
Cada individuo de 18 a 24 años de edad dedica una media de 67 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que lidera con el 37,3% del total consumo audiovisual en el mes de julio 2022.

Los adultos de 25 a 44 años consumieron un promedio de 201 minutos al día de contenidos audiovisuales en julio 2022. En este grupo, los 'Otros Usos del Televisor' logran el 19,3% del share audiovisual agregado.

## 25-44 minutos persona/día - Julio 2022

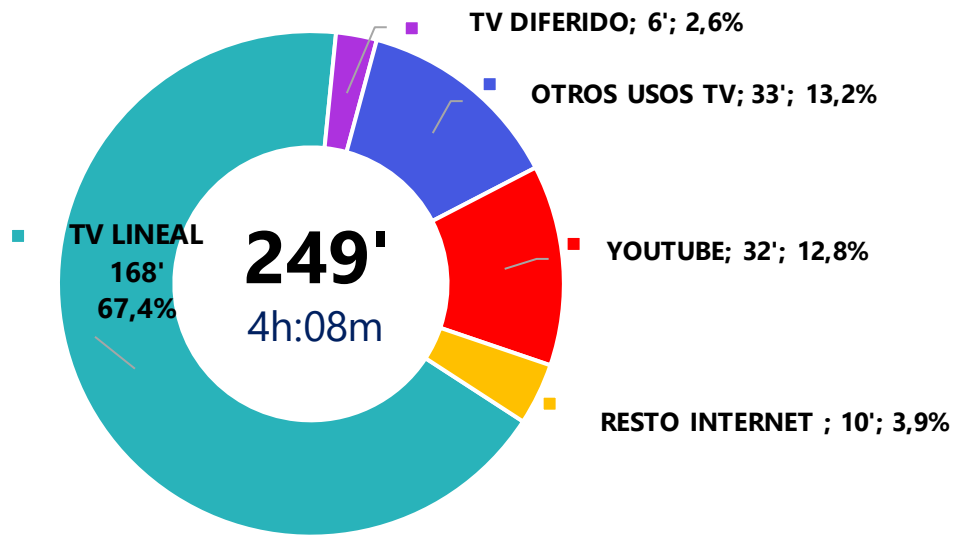


### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO

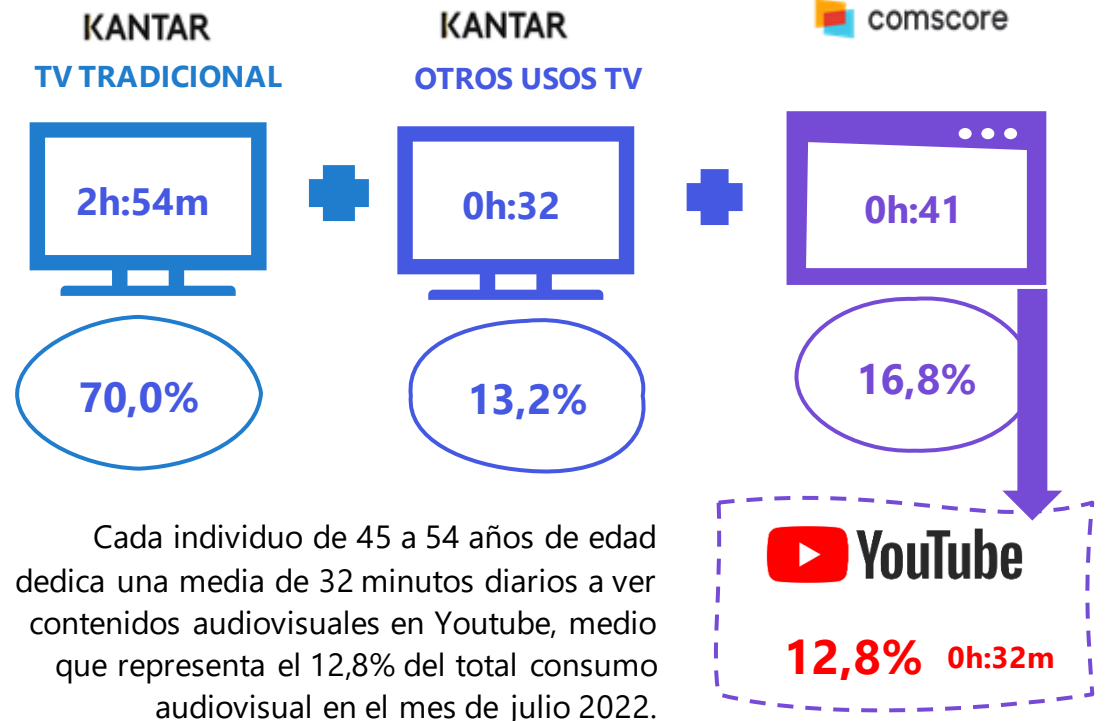
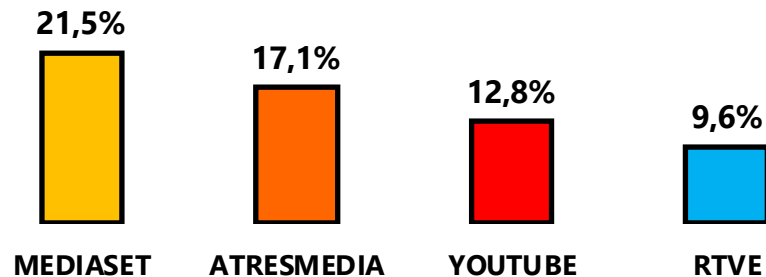


Los maduros de 45 a 54 años de edad, consumieron un promedio de 249 minutos al día de contenidos audiovisuales. Para este grupo, el consumo de 'TV Tradicional' representa el 70,0% del total consumo audiovisual.

### 45 a 54 minutos persona/día - Julio 2022



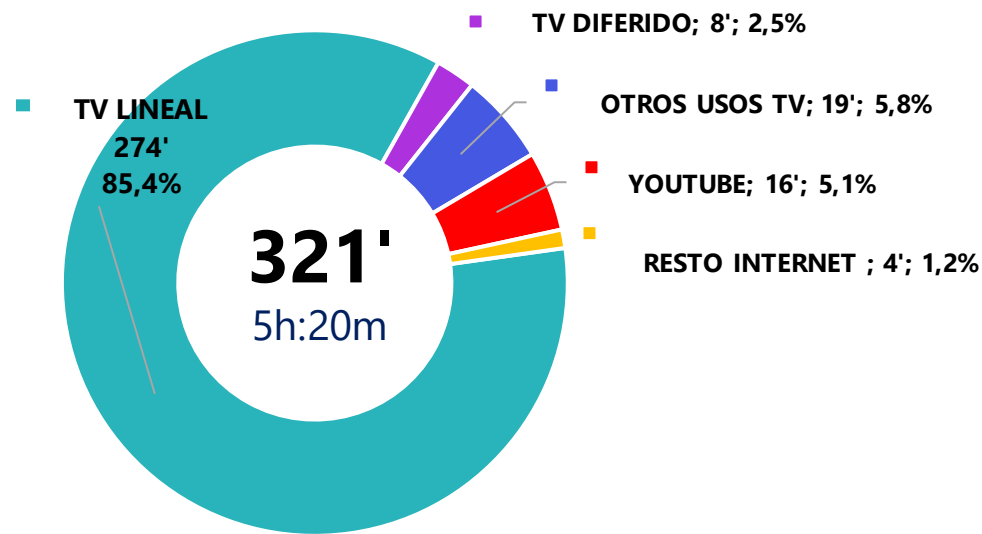
### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



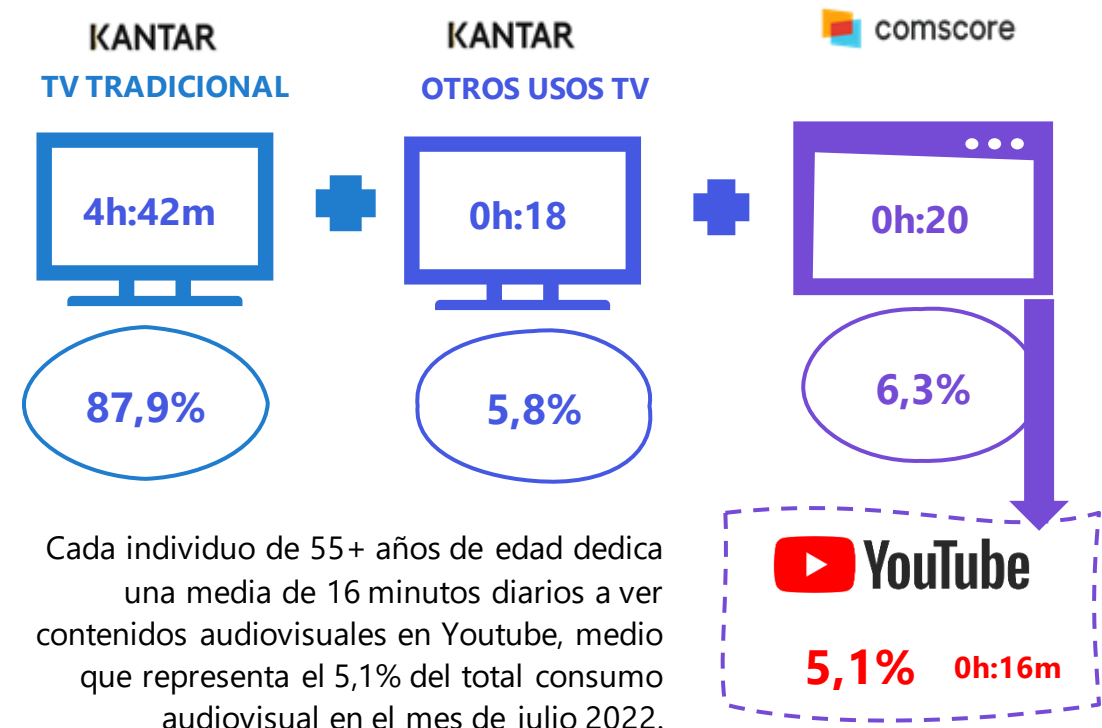
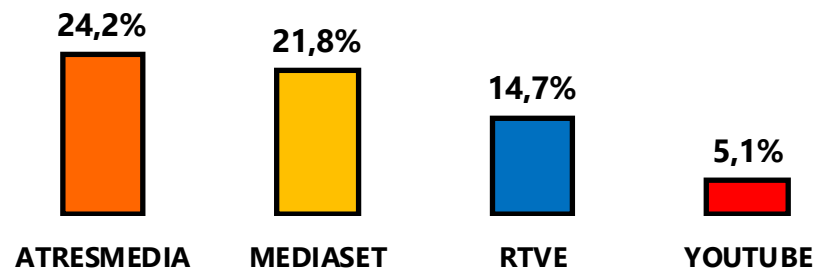


Los individuos de 55 y más años de edad, consumieron un promedio de 321 minutos al día de contenidos audiovisuales. Para este grupo, el consumo de 'TV Tradicional' representa el 87,9% del total consumo audiovisual.

### 55+ minutos persona/día - Julio 2022

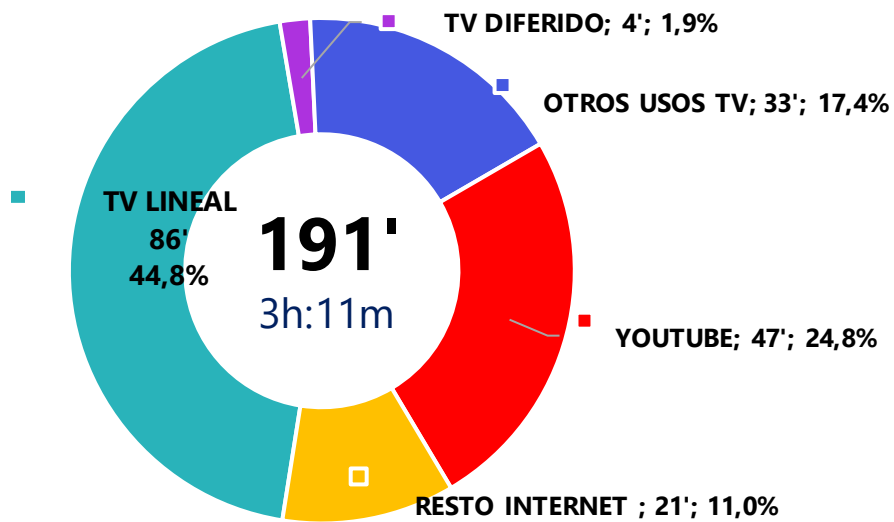


### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO

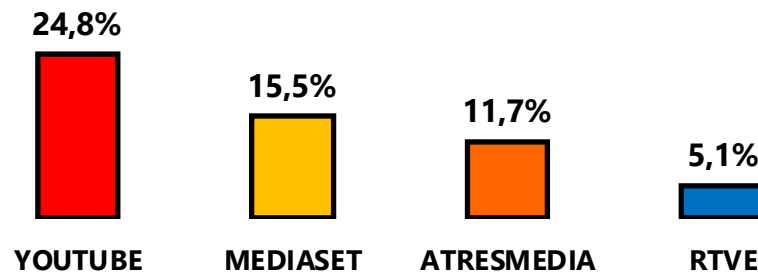


El grupo de 25 a 34 años consumió un promedio de 191 minutos al día de contenidos audiovisuales en julio 2022. El 35,9% del tiempo de visionado es a través del ordenador o móvil y YouTube logra el 24,8% del share audiovisual agregado.

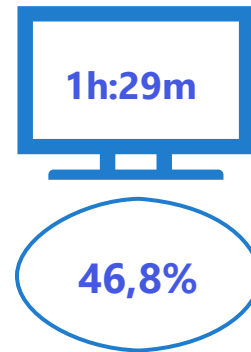
### 25 - 34 minutos persona/día - Julio 2022



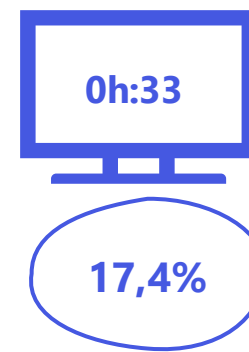
### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



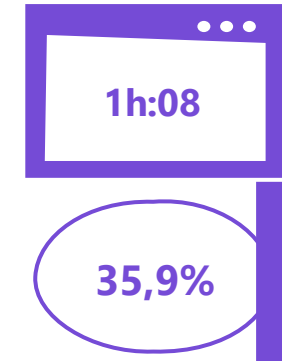
### KANTAR TV TRADICIONAL



### KANTAR OTROS USOS TV



### comscore



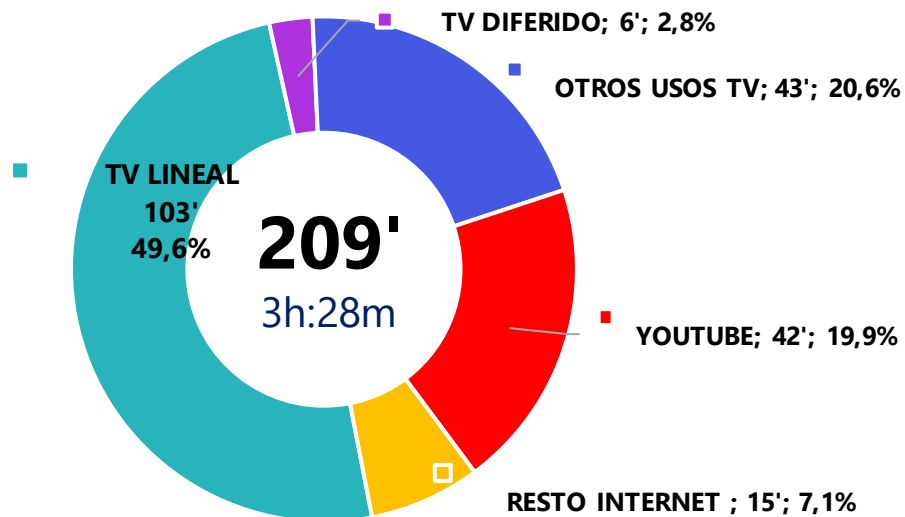
Cada individuo de 25 a 34 años de edad dedica una media de 47 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 24,8% del total consumo audiovisual en el mes de julio 2022.



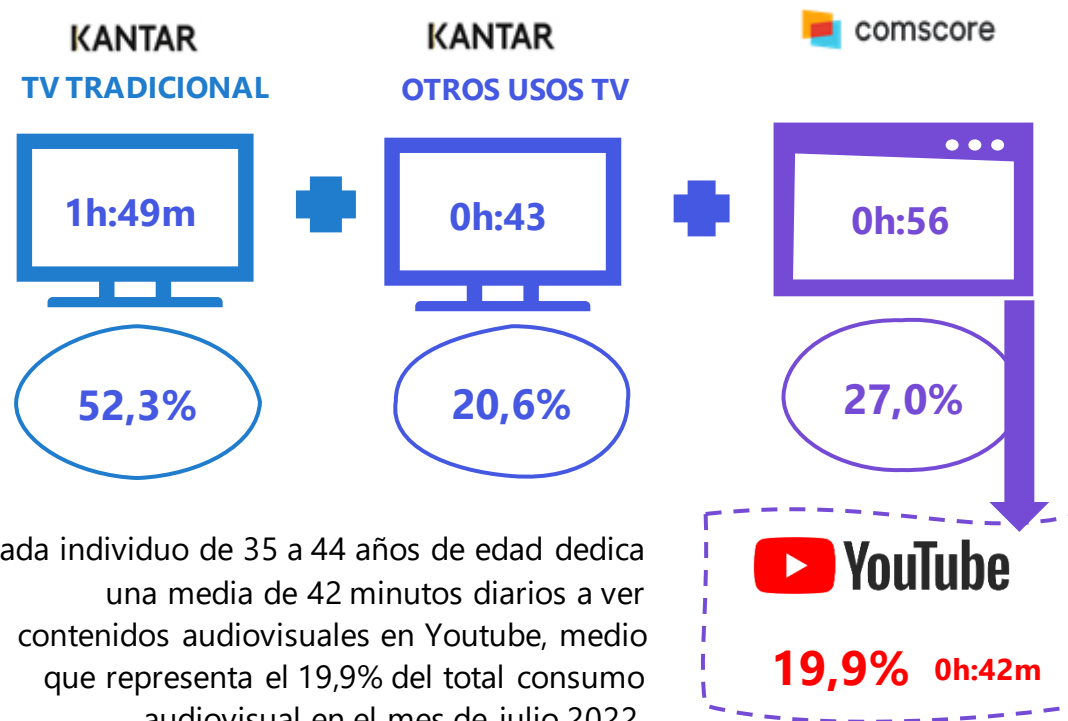
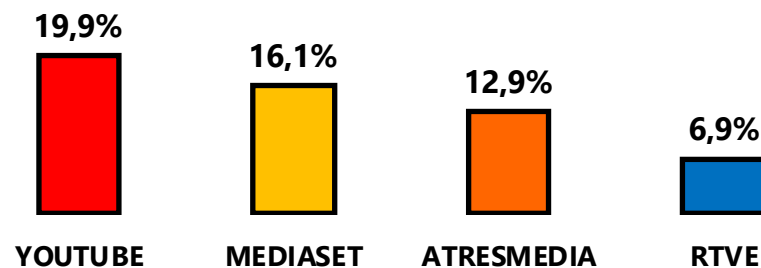


El grupo de 35 a 44 años consumió un promedio de 209 minutos al día de contenidos audiovisuales en julio 2022. El 73,0% del tiempo de visionado se produce a través del televisor y el 27,0% a través del ordenador o móvil.

## 35 a 44 minutos persona/día - Julio 2022



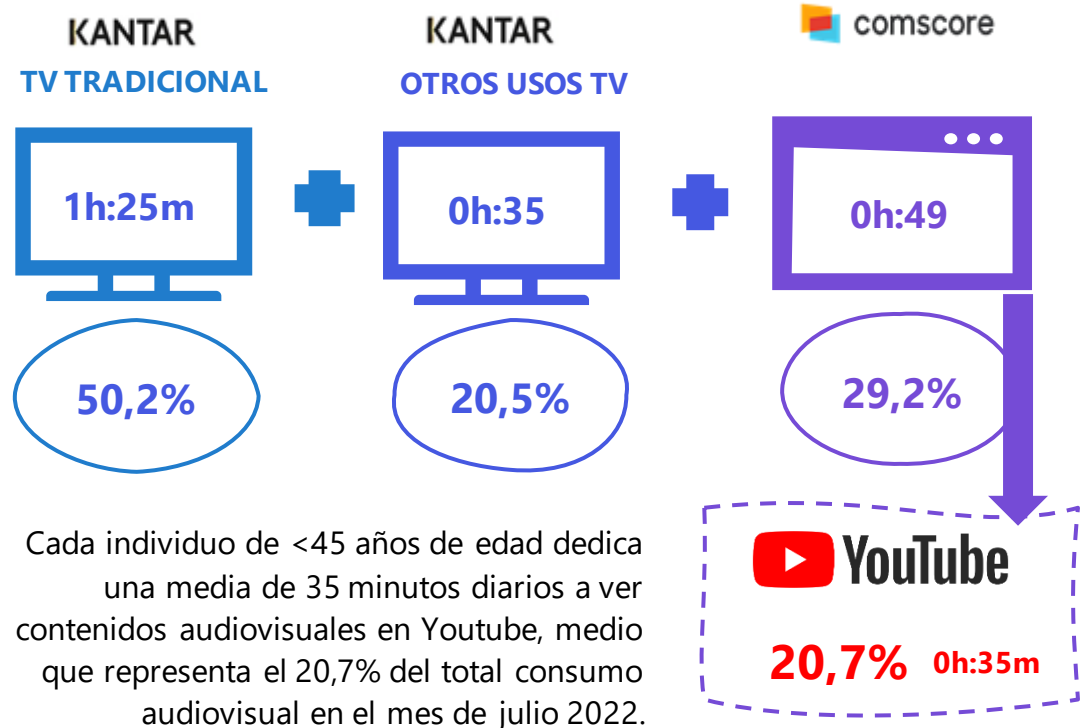
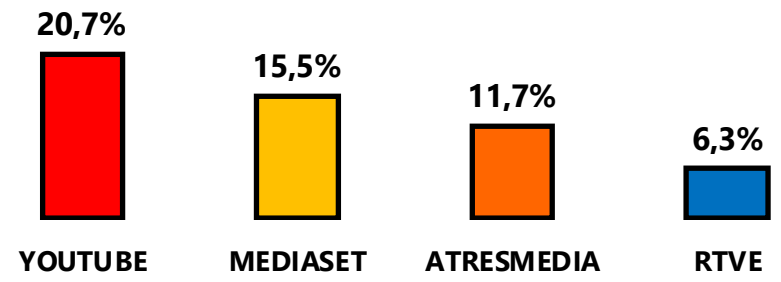
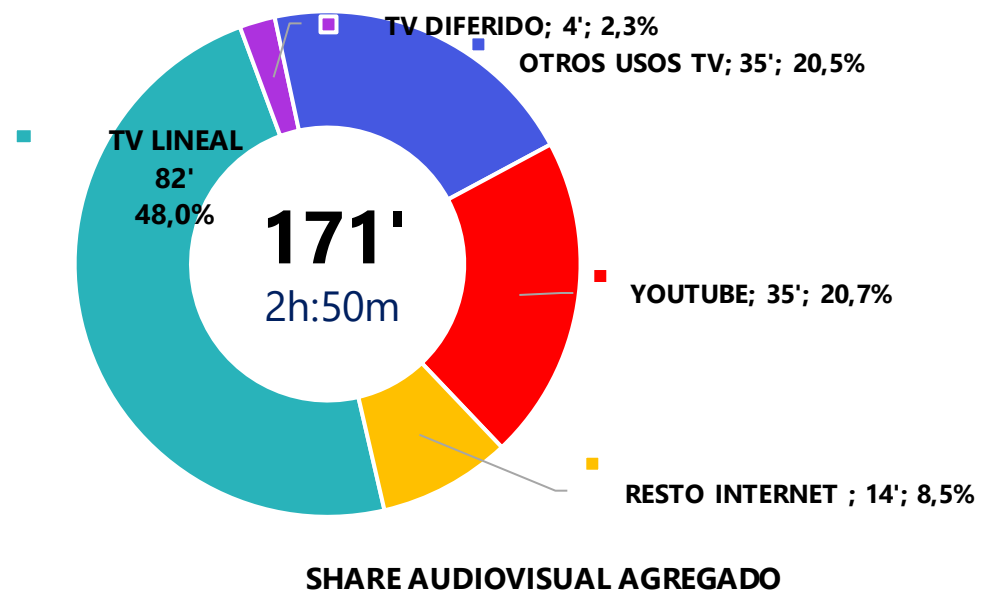
### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



Cada individuo de 35 a 44 años de edad dedica una media de 42 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 19,9% del total consumo audiovisual en el mes de julio 2022.

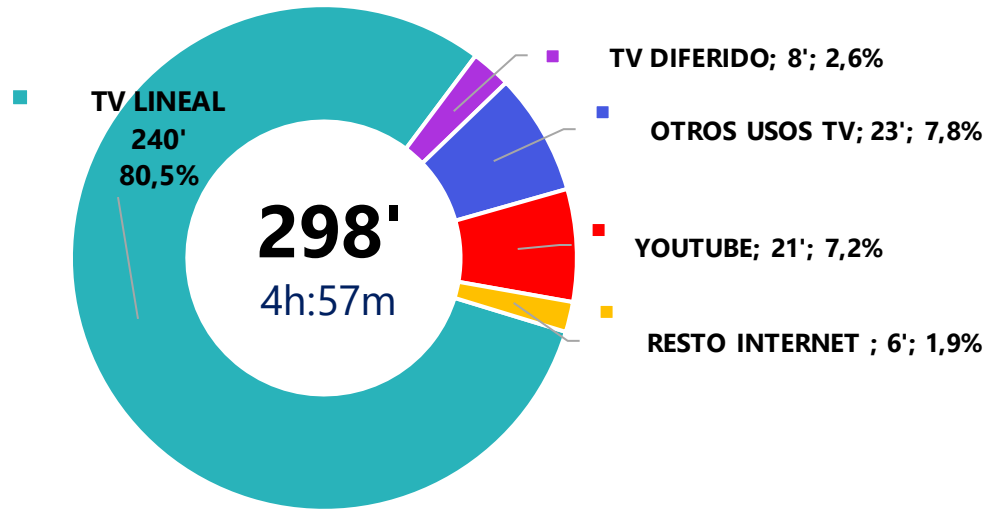
Los menores de 45 años consumieron un promedio de 171 minutos al día de contenidos audiovisuales en julio 2022. El 29,2% del tiempo de visionado es a través del ordenador o móvil y YouTube logra el 20,7% del share audiovisual agregado.

### <45 minutos persona/día - Julio 2022

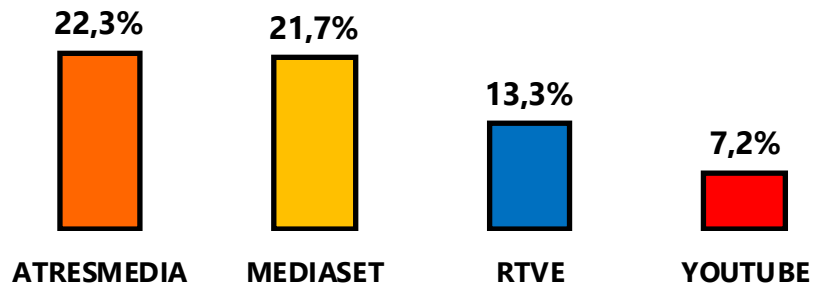


Los mayores de 45 años consumieron un promedio de 298 minutos al día de contenidos audiovisuales. Para este grupo, el consumo de 'TV Tradicional' representa el 83,1% del total consumo audiovisual.

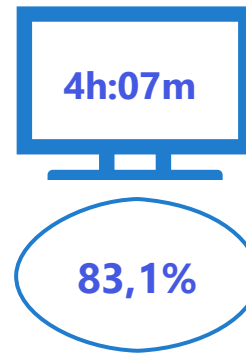
### >45 años minutos persona/día - Julio 2022



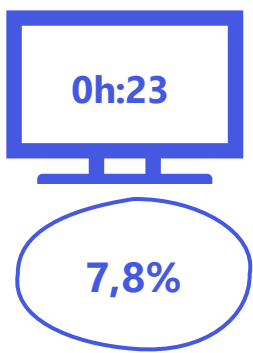
### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



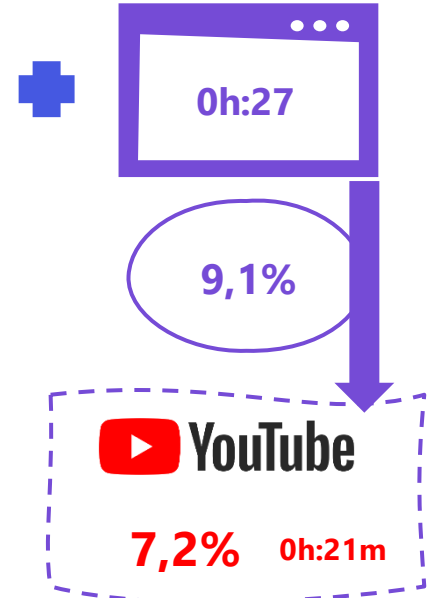
### KANTAR TV TRADICIONAL



### KANTAR OTROS USOS TV



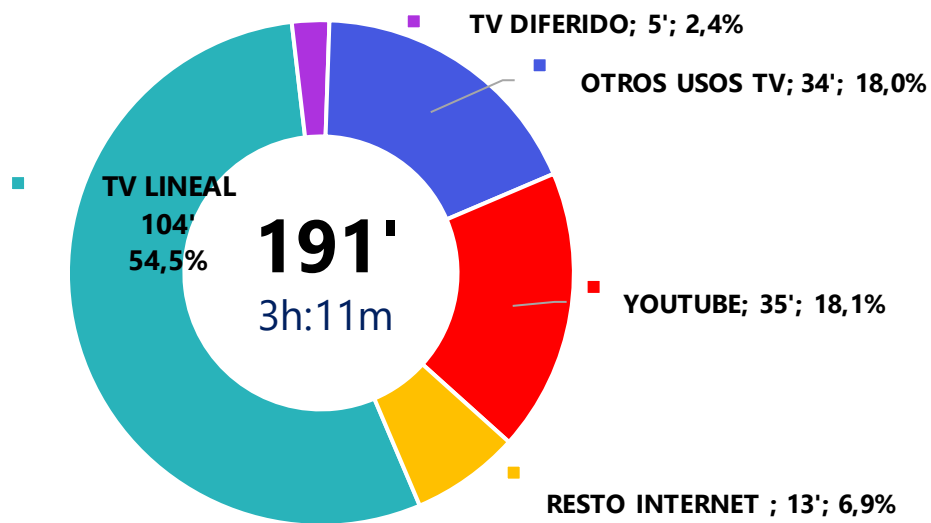
### comscore



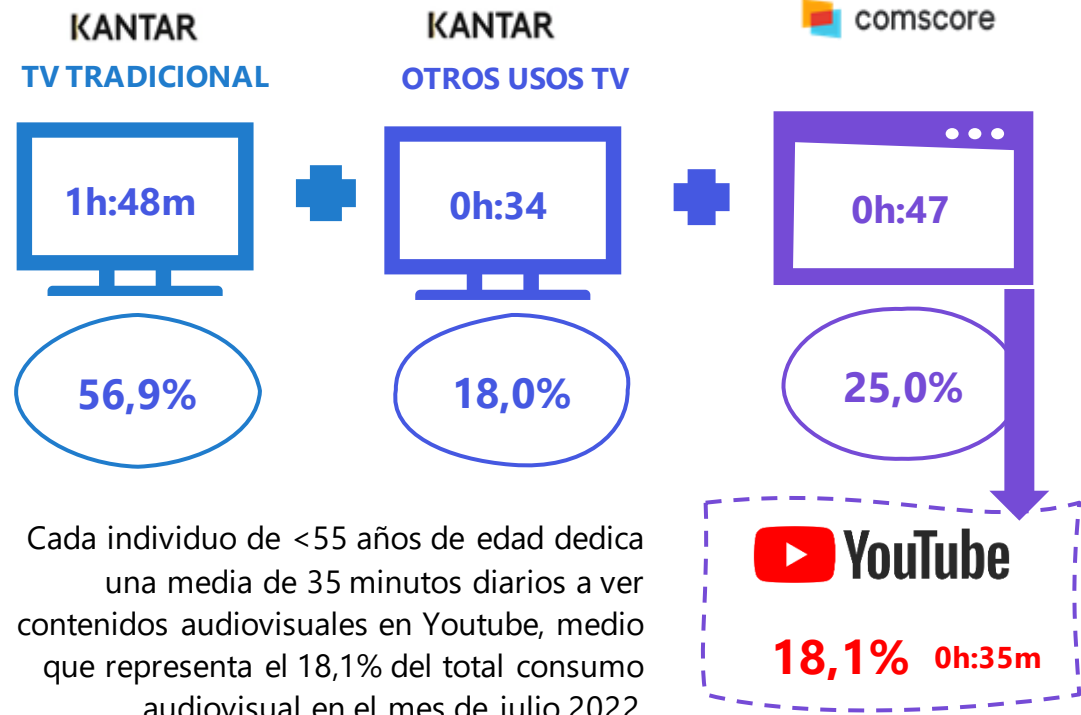
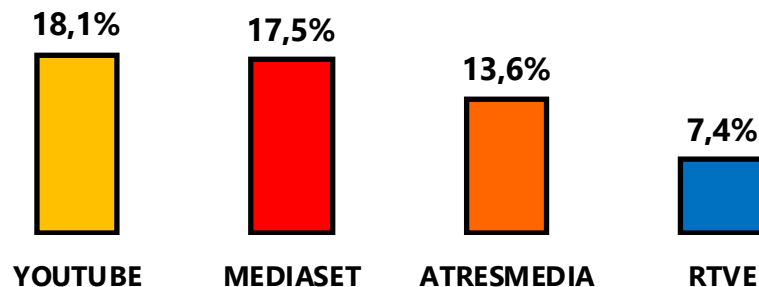
Cada individuo de >45 años de edad dedica una media de 21 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 7,2% del total consumo audiovisual en el mes de julio 2022.

Los individuos menores de 55 años consumieron un promedio de 191 minutos al día de contenidos audiovisuales en julio 2022. El 75,0% del tiempo de visionado se produce a través del televisor y el 25,0% a través del ordenador o móvil.

### <55 años minutos persona/día - Julio 2022



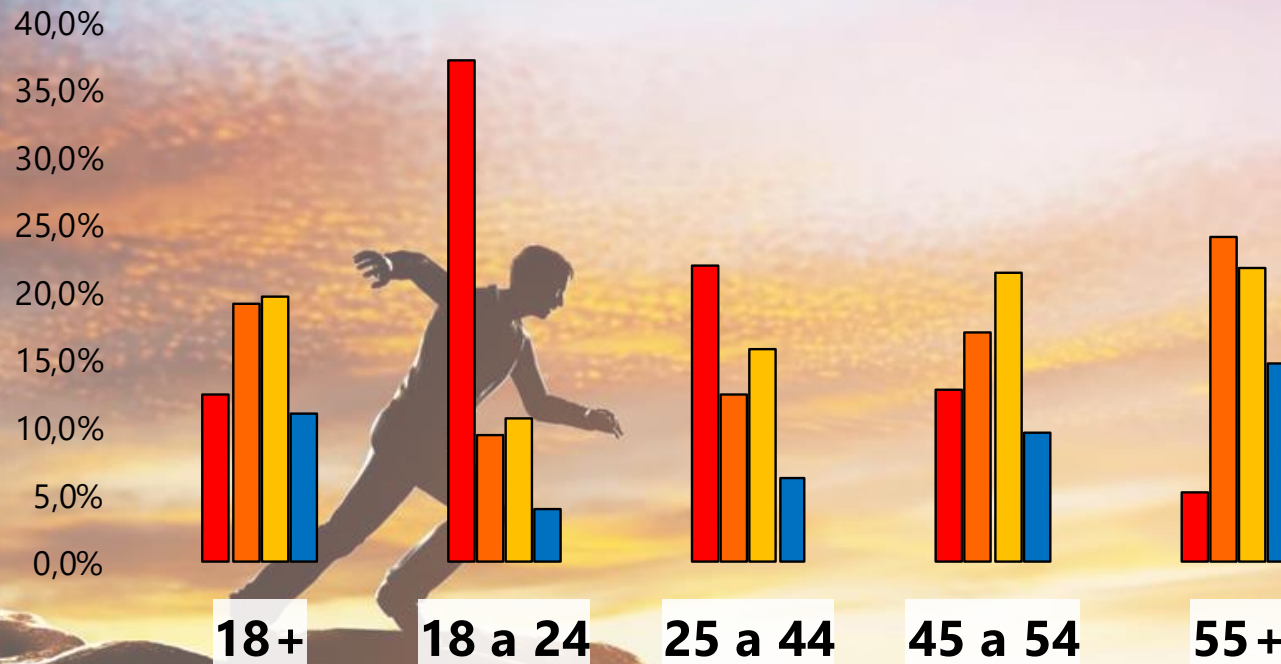
### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



## “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	MEDIASET	19,7%
18 a 24 años	YOUTUBE	37,3%
25 a 44 años	YOUTUBE	21,9%
45 a 54 años	MEDIASET	21,5%
55+ años	ATRESMEDIA	24,2%
25 a 34 años	YOUTUBE	24,8%
35 a 44 años	YOUTUBE	19,9%
< 45 años	YOUTUBE	20,7%
45+ años	ATRESMEDIA	22,3%
<55 años	YOUTUBE	18,1%





## 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.

