



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# EL ROSCO

## DEL CONSUMO

## AUDIOVISUAL



**agosto 2021**

Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore



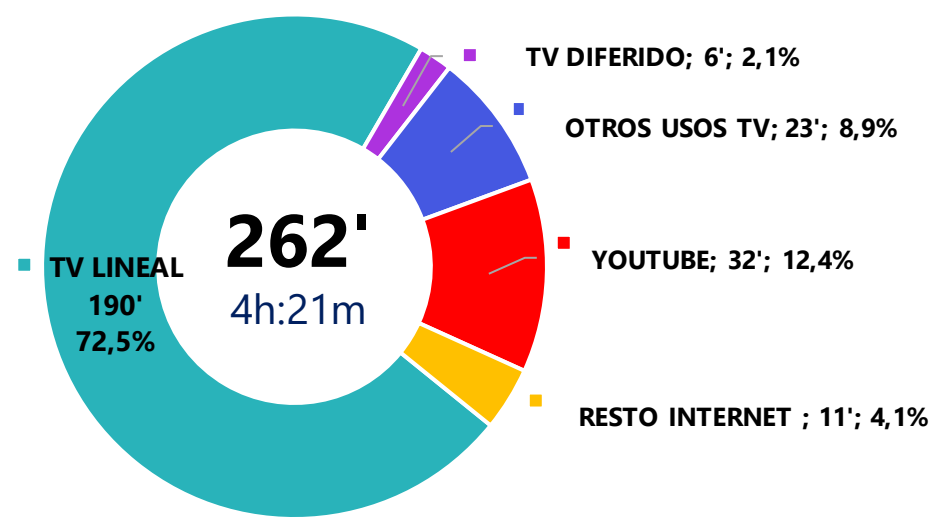
# PRESENTACIÓN

**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”**.

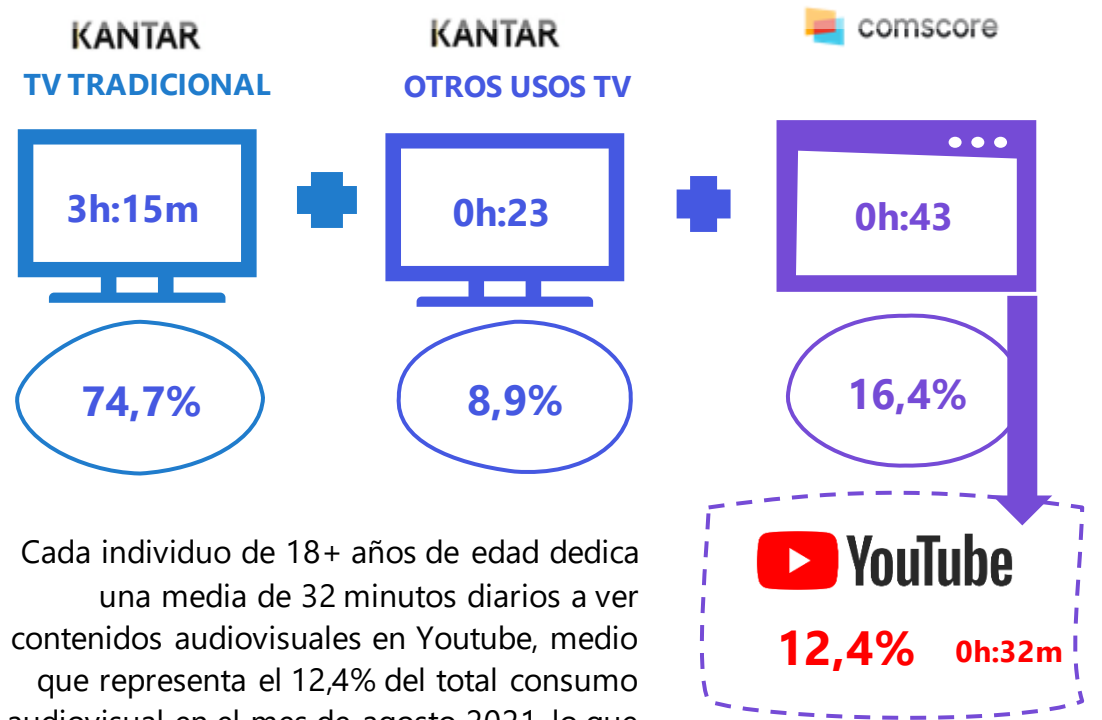
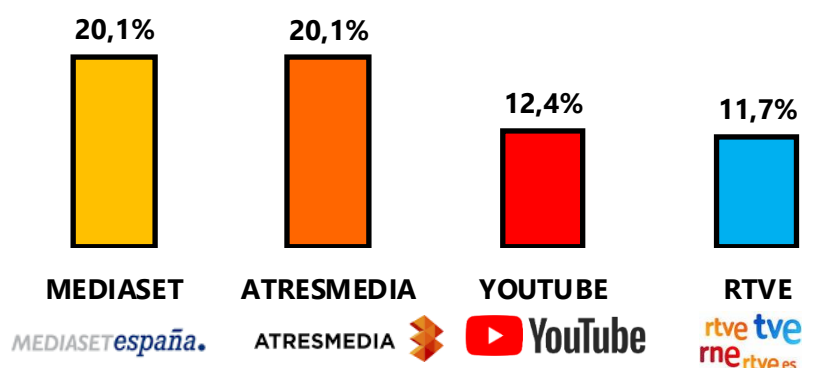
**Metodología:** Para la agregación de consumos se utiliza la métrica homologable en ambos sistemas de medición que es el número de minutos diarios que consume cada individuo.

Los individuos de 18+ años de edad consumieron un promedio de 262 minutos al día de contenidos audiovisuales, lo que supone 11 minutos menos que en el mes de julio 2021.

## 18+ años minutos persona/día - Agosto 2021



## SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO

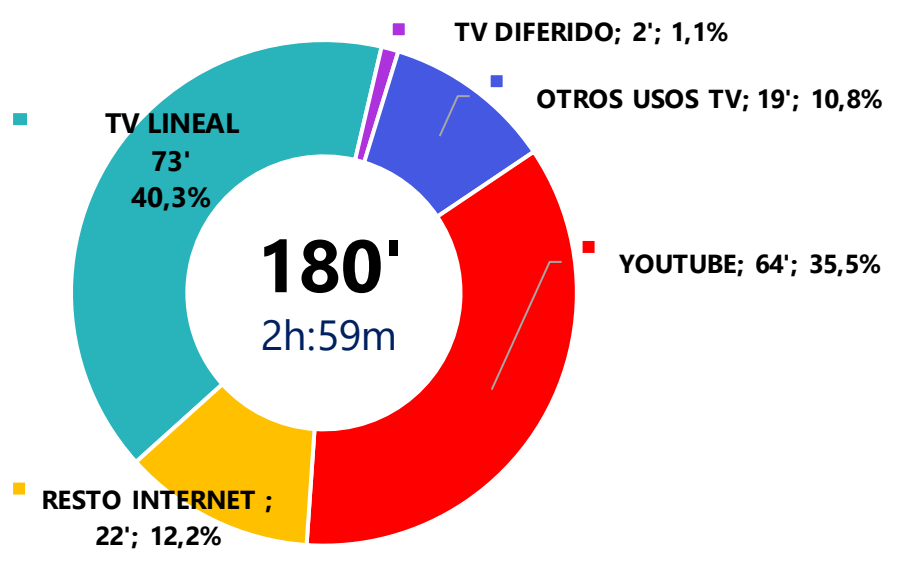


Cada individuo de 18+ años de edad dedica una media de 32 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 12,4% del total consumo audiovisual en el mes de agosto 2021, lo que supone una mejora de cinco décimas.

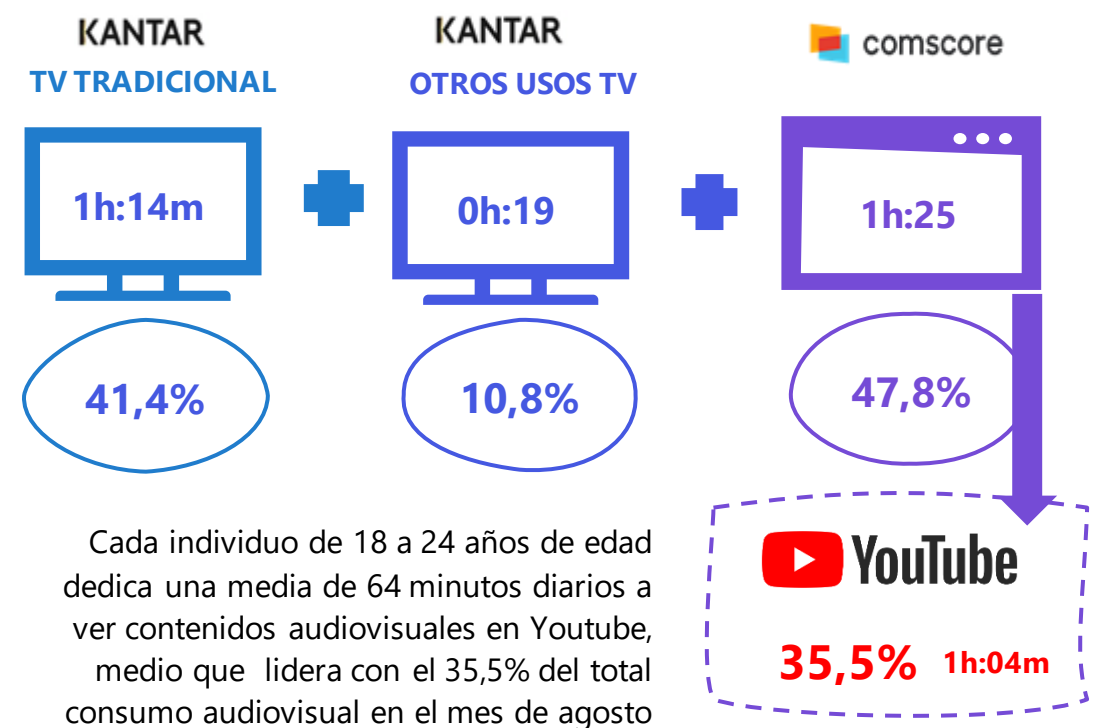
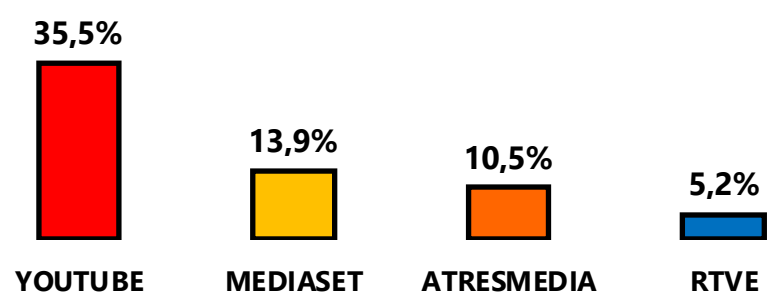
\* Se estima un 1% aproximado de consumo duplicado (Youtube y Resto Internet) en la medición de Comscore

El grupo de 18 a 24 años consumió un promedio de 180 minutos al día de contenidos audiovisuales en agosto 2021. El 47,8% del tiempo de visionado es a través del ordenador o móvil y YouTube lidera con el 35,5% del share audiovisual agregado.

18 a 24 minutos persona/día - Agosto 2021



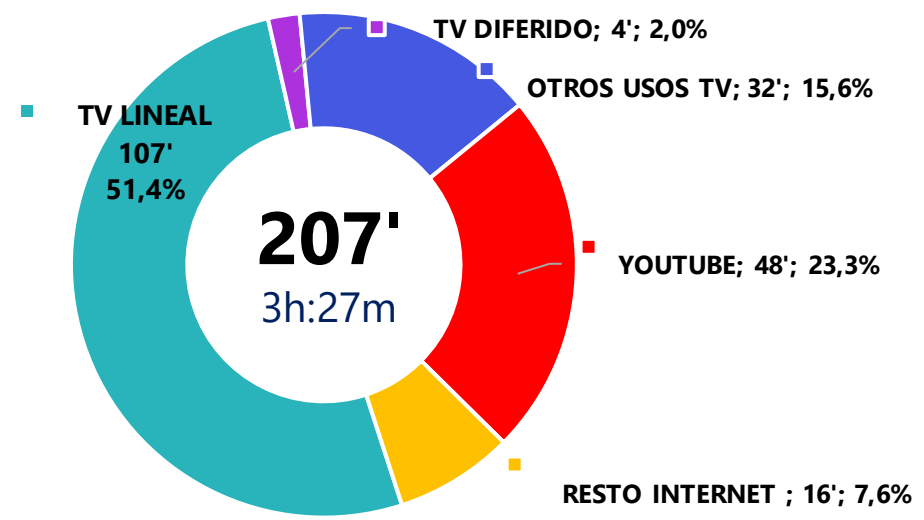
SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



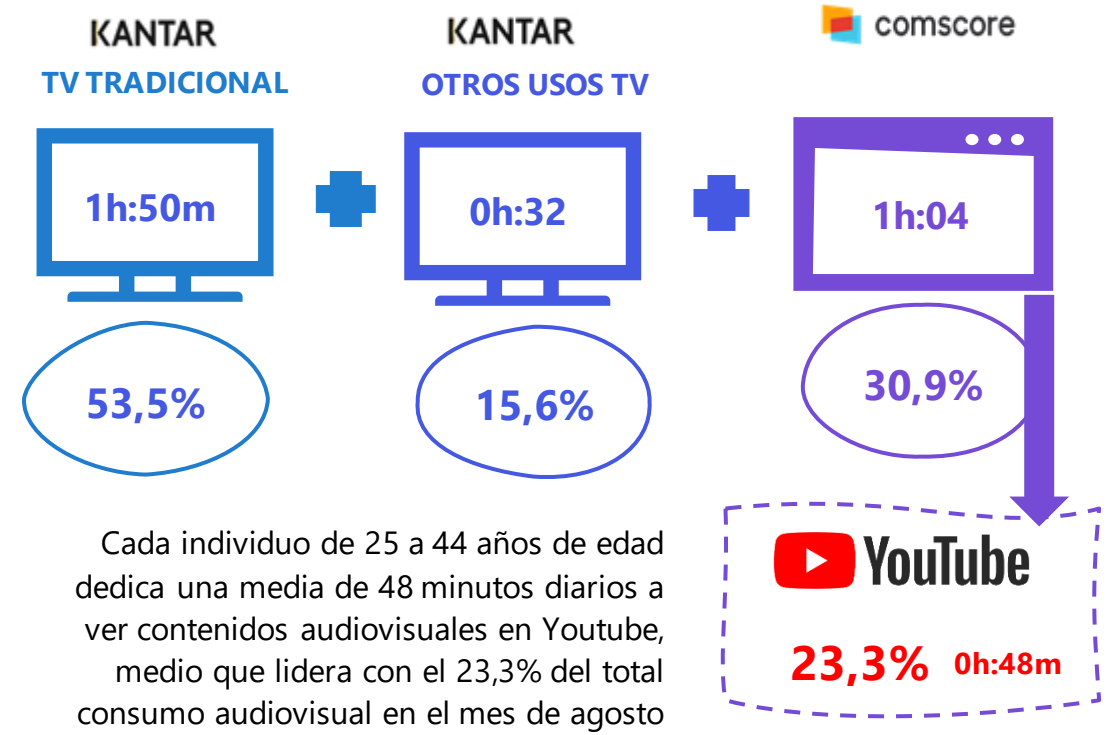
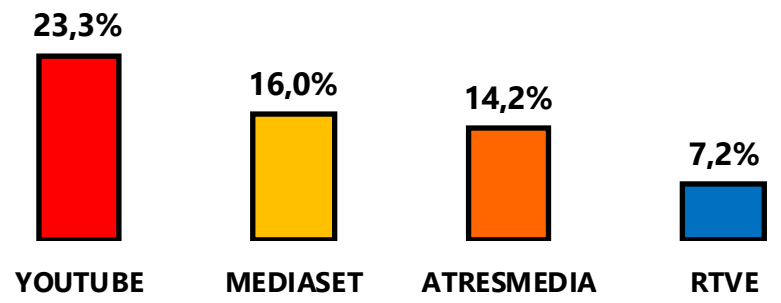
Cada individuo de 18 a 24 años de edad dedica una media de 64 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que lidera con el 35,5% del total consumo audiovisual en el mes de agosto

Los adultos de 25 a 44 años consumieron un promedio de 207 minutos al día de contenidos audiovisuales en agosto 2021. En este grupo, los 'Otros Usos del Televisor' logran el 15,6% del share audiovisual agregado.

### 25-44 minutos persona/día - Agosto 2021

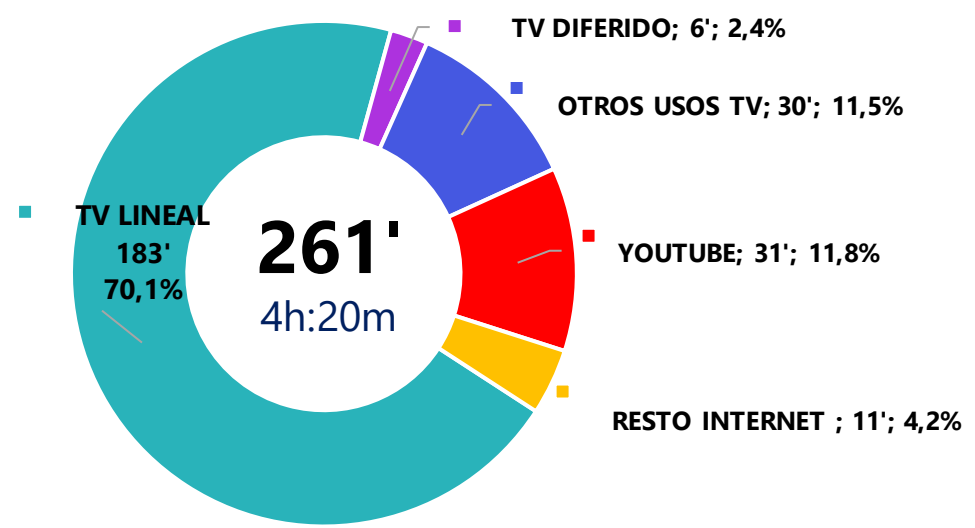


### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO

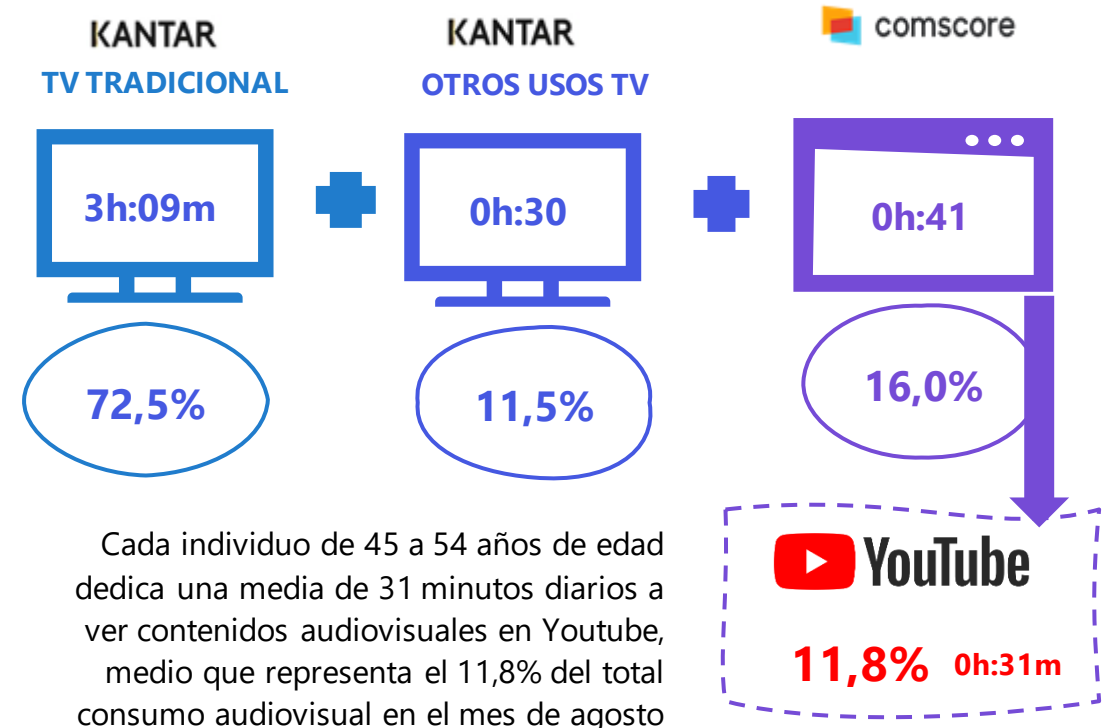
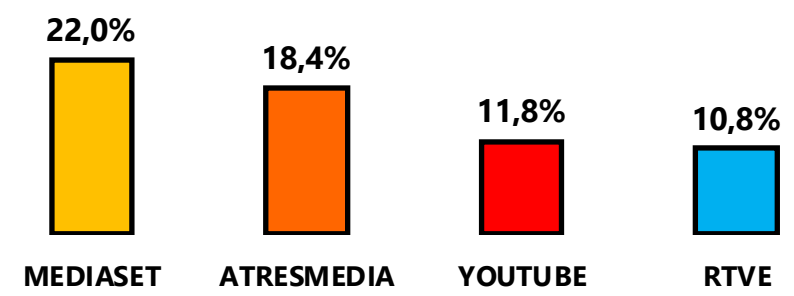


Los maduros de 45 a 54 años de edad, consumieron un promedio de 261 minutos al día de contenidos audiovisuales. Para este grupo, el consumo de 'TV Tradicional' representa el 72,5% del total consumo audiovisual.

## 45 a 54 minutos persona/día - Agosto 2021



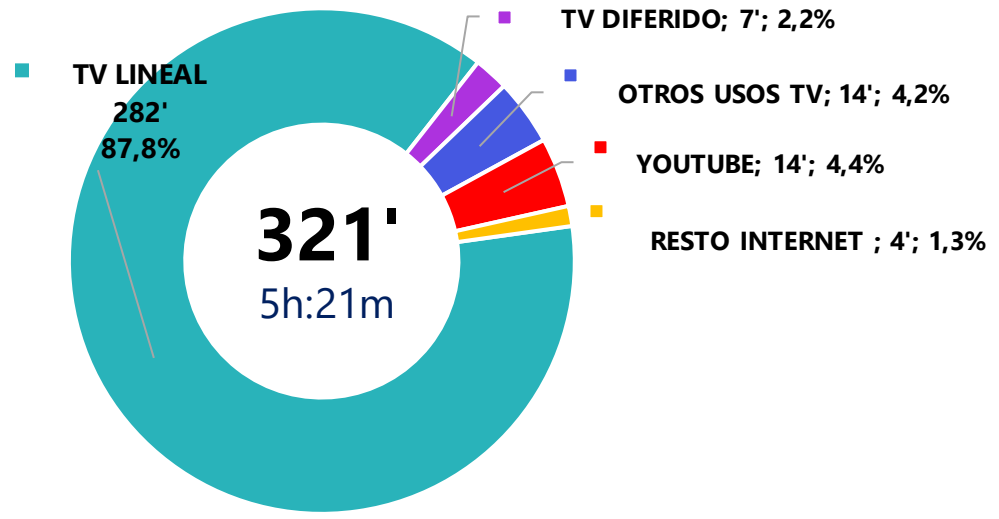
### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



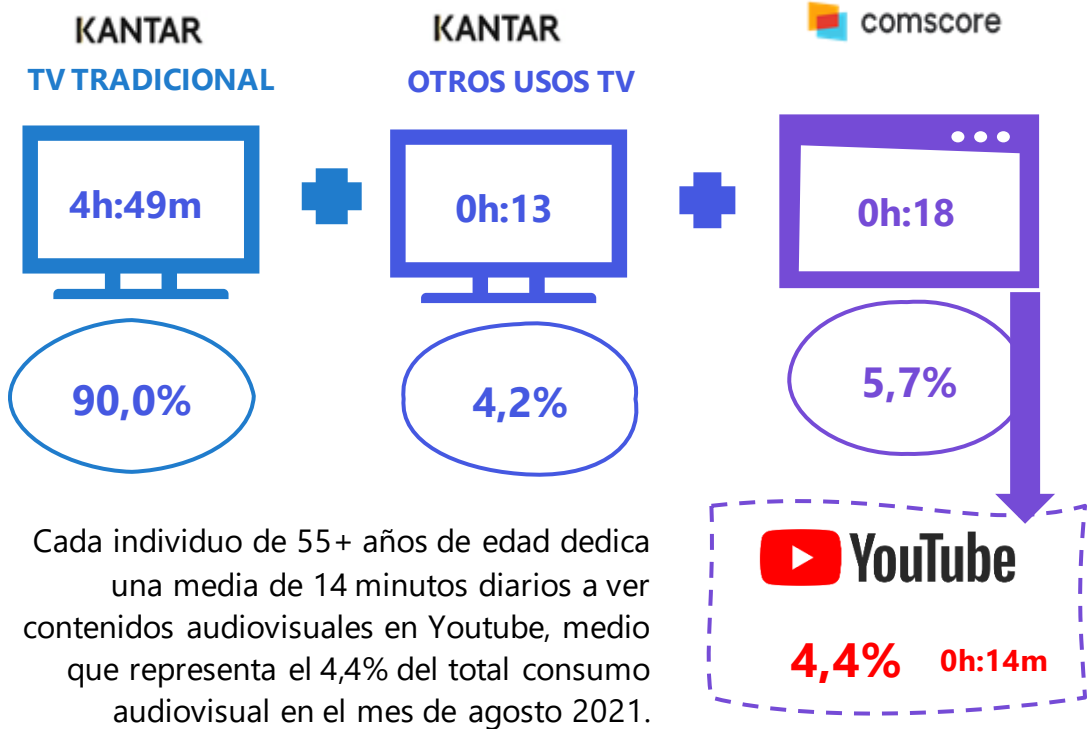
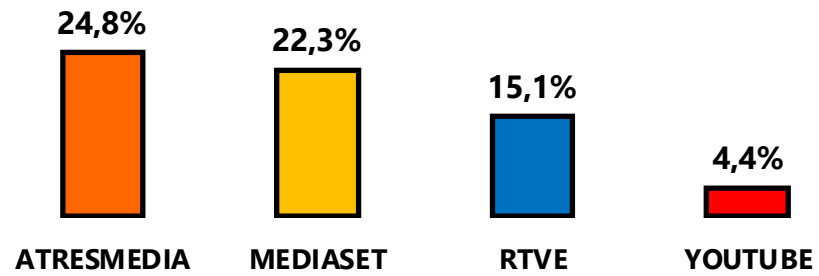
Cada individuo de 45 a 54 años de edad dedica una media de 31 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 11,8% del total consumo audiovisual en el mes de agosto

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 90,0% del total consumo audiovisual.

### 55+ minutos persona/día - Agosto 2021

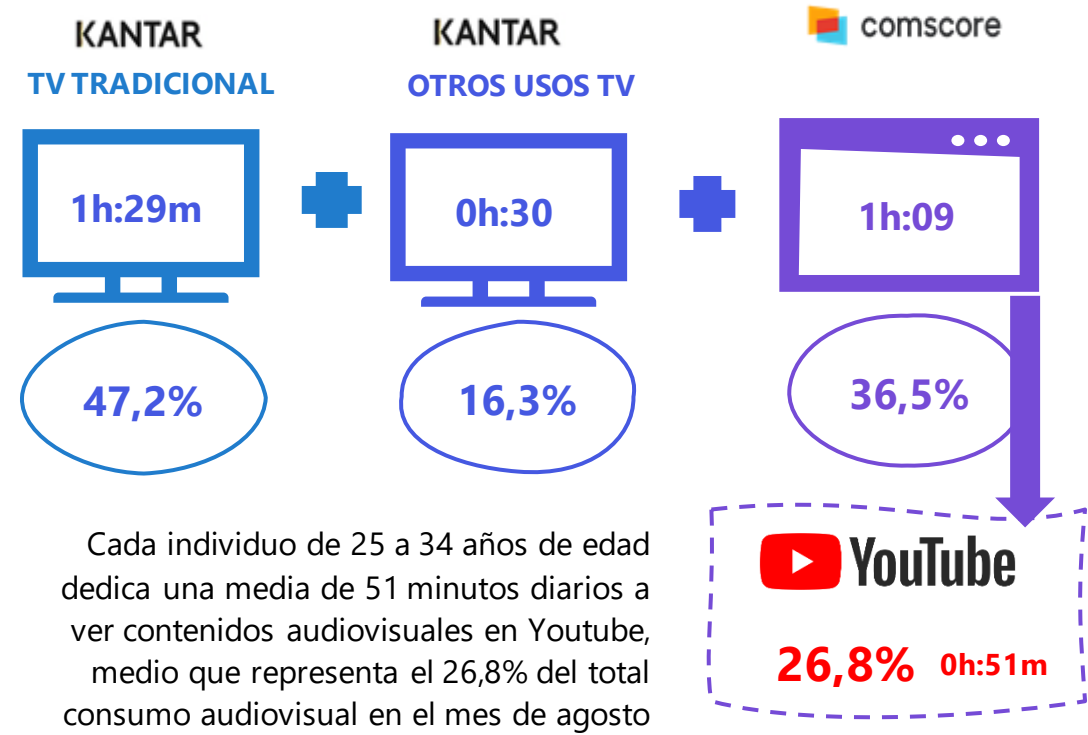
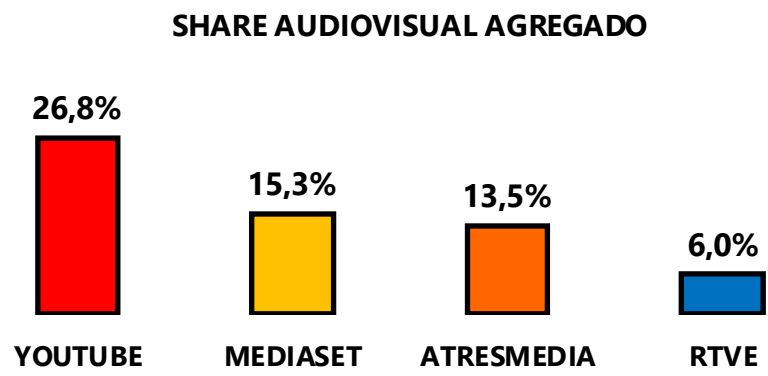
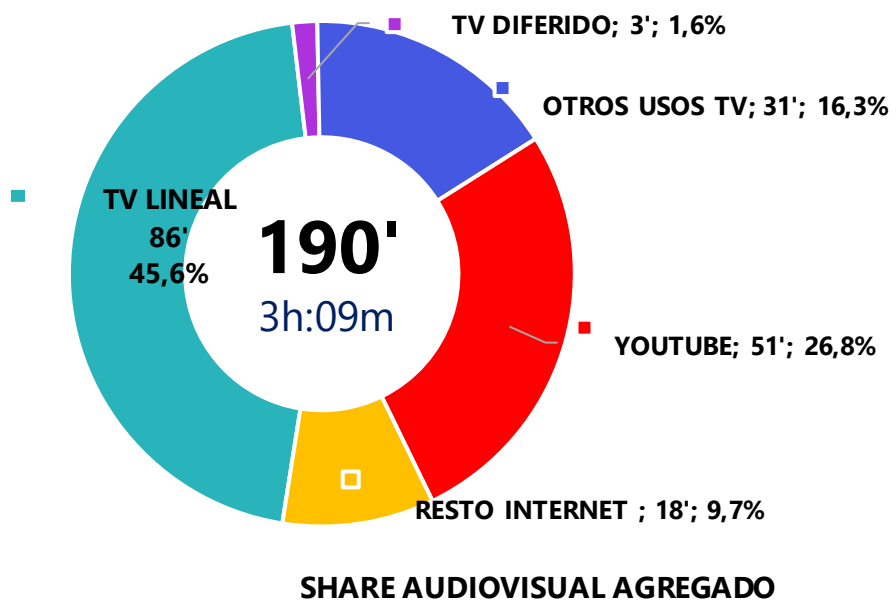


### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



El grupo de 25 a 34 años consumió un promedio de 190 minutos al día de contenidos audiovisuales en agosto 2021. El 36,5% del tiempo de visionado es a través del ordenador o móvil y YouTube logra el 26,8% del share audiovisual agregado.

### 25 a 34 minutos persona/día - Agosto 2021

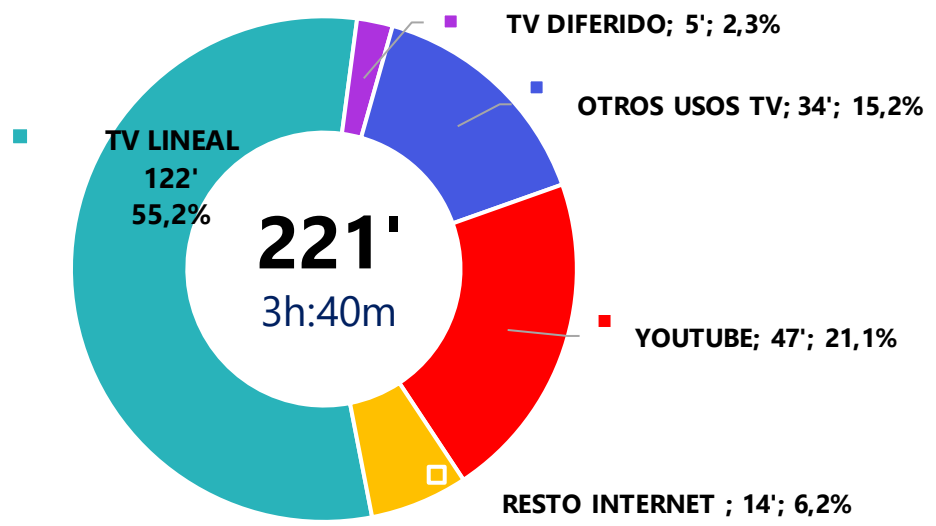


Cada individuo de 25 a 34 años de edad dedica una media de 51 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 26,8% del total consumo audiovisual en el mes de agosto

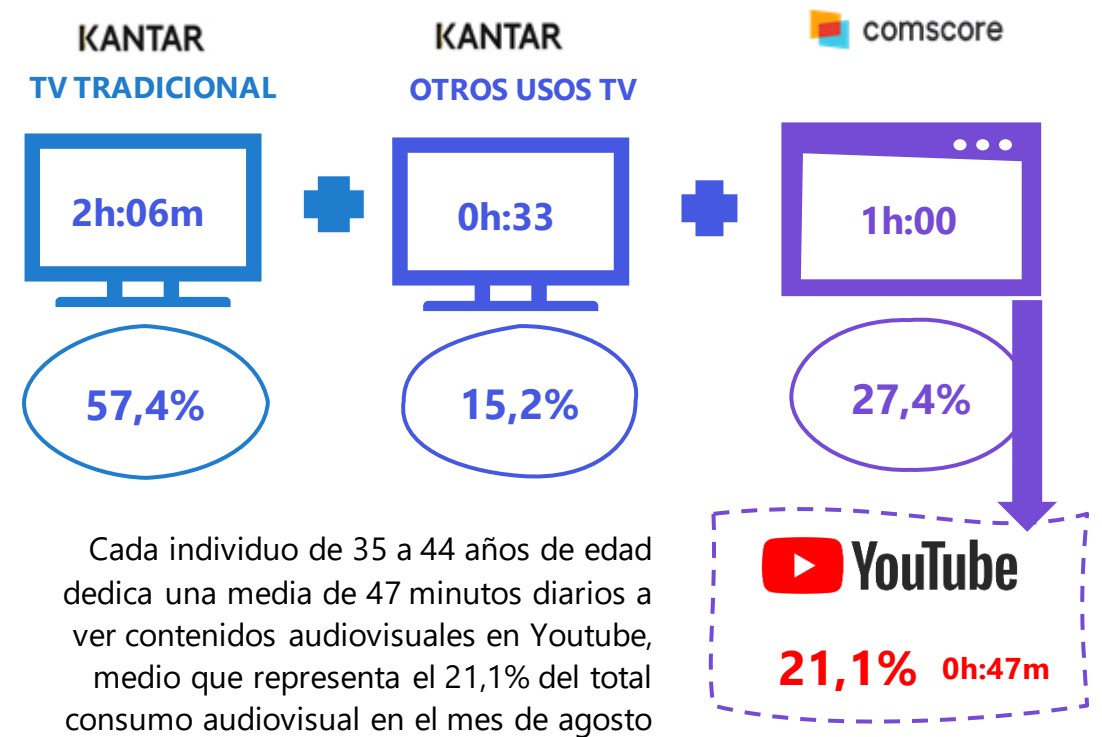
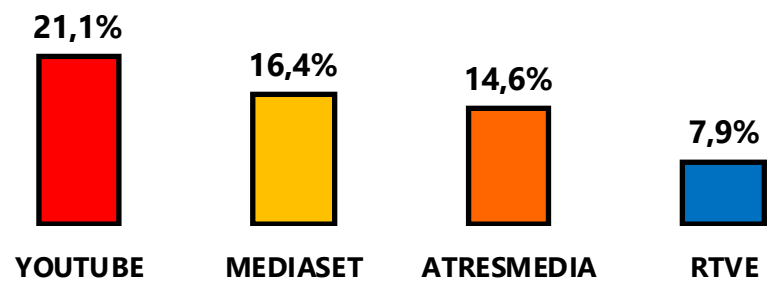


El grupo de 35 a 44 años consumió un promedio de 221 minutos al día de contenidos audiovisuales en agosto 2021. El 72,6% del tiempo de visionado se produce a través del televisor y el 27,4% a través del ordenador o móvil.

## 35 a 44 minutos persona/día - Agosto 2021



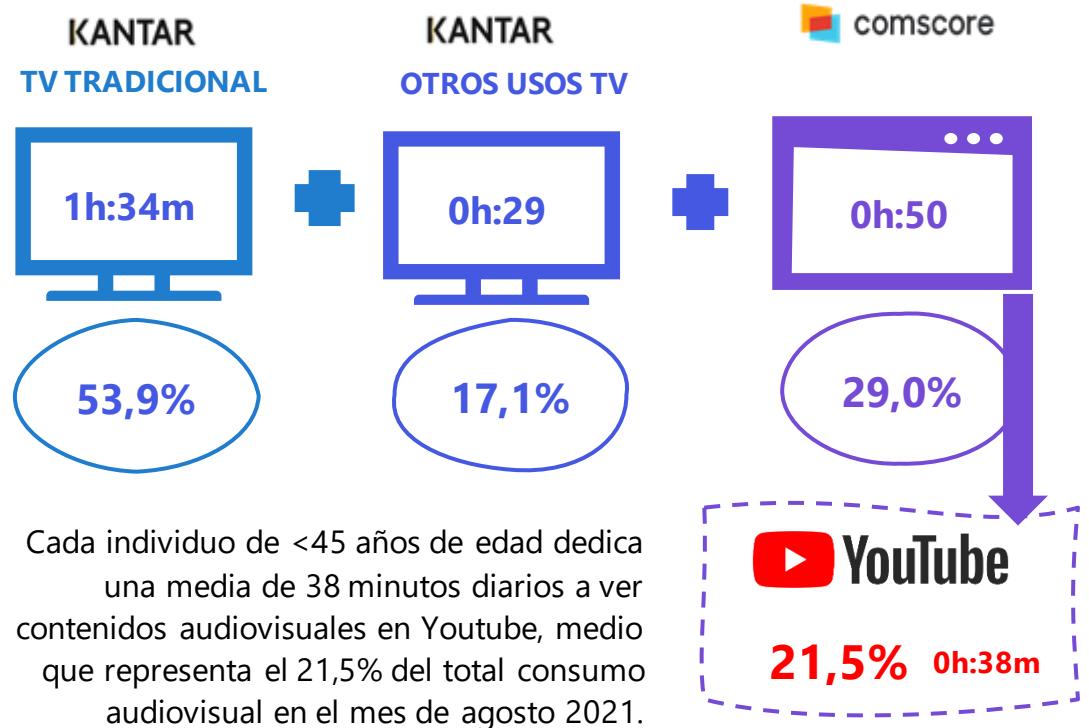
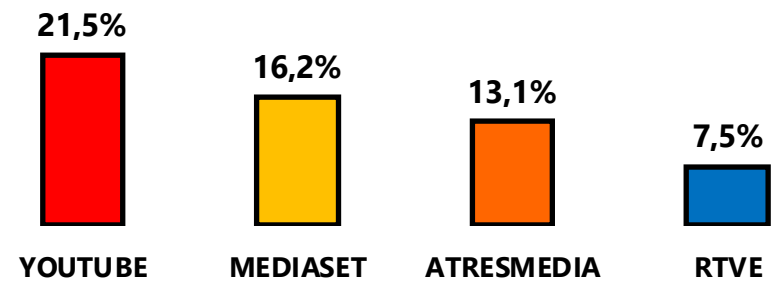
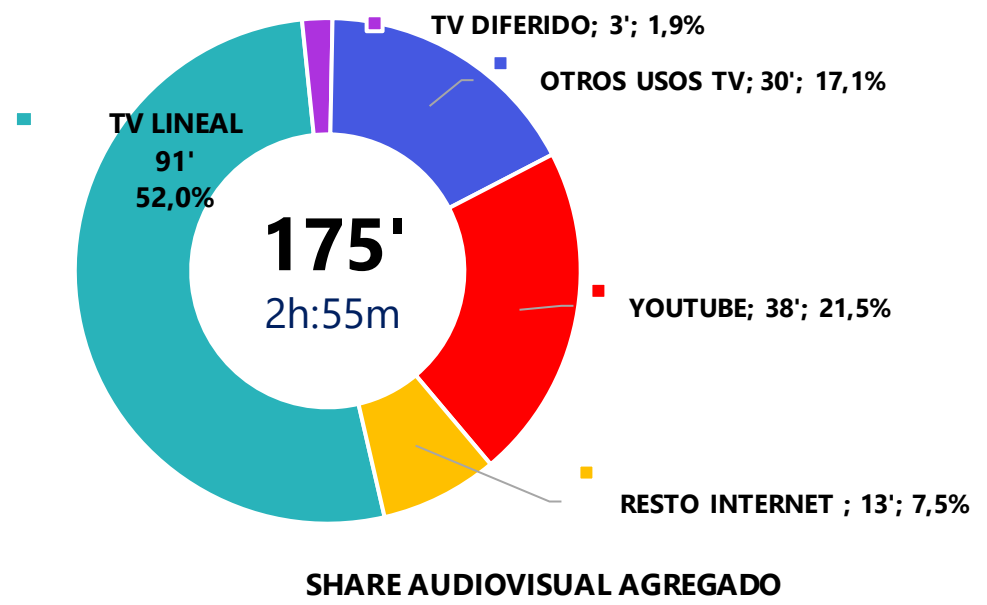
### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



Cada individuo de 35 a 44 años de edad dedica una media de 47 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 21,1% del total consumo audiovisual en el mes de agosto

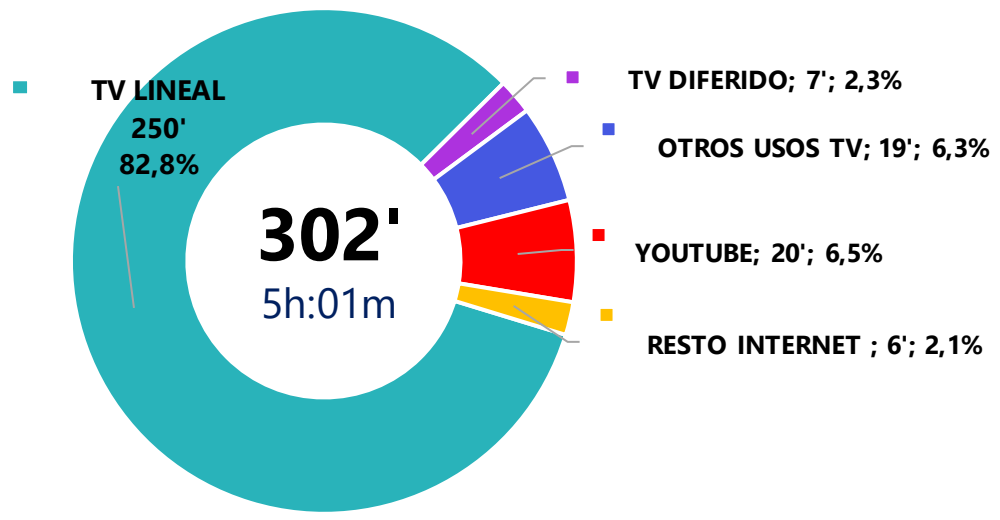
Los menores de 45 años consumieron un promedio de 175 minutos al día de contenidos audiovisuales en agosto 2021. El 29,0% del tiempo de visionado es a través del ordenador o móvil y YouTube logra el 21,5% del share audiovisual agregado.

### <45 minutos persona/día - Agosto 2021

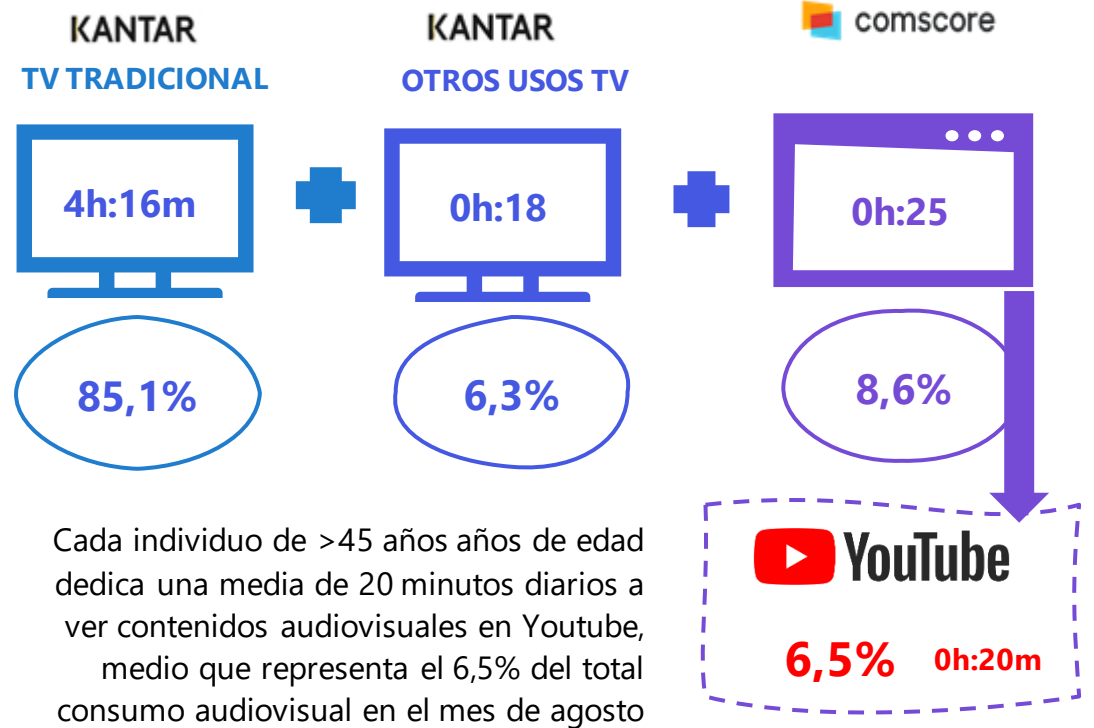
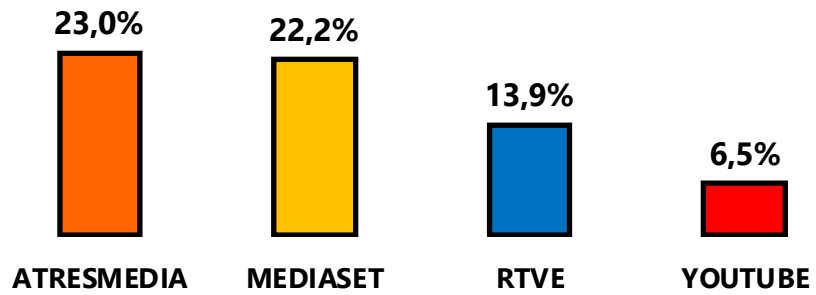


Los mayores de 45 años consumieron un promedio de 302 minutos al día de contenidos audiovisuales. Para este grupo, el consumo de 'TV Tradicional' representa el 85,1% del total consumo audiovisual.

### >45 años minutos persona/día - Agosto 2021



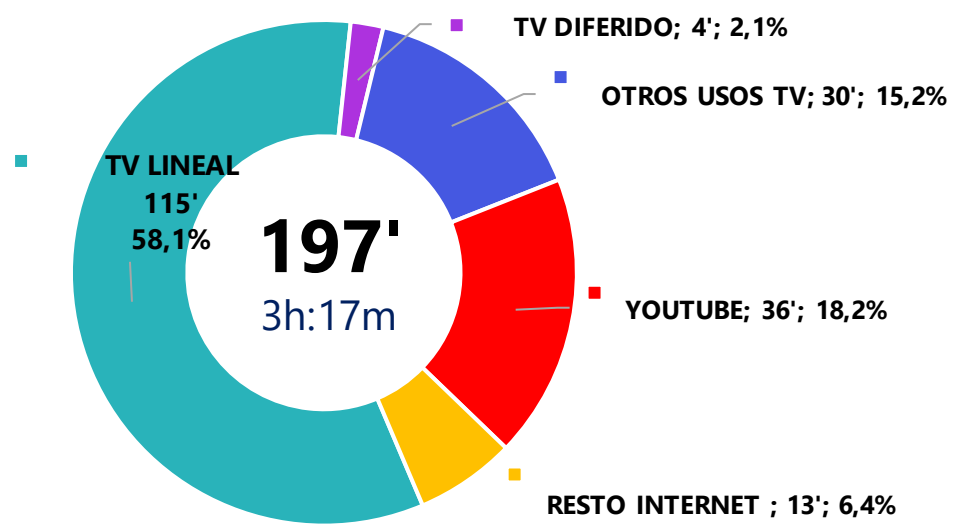
### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO



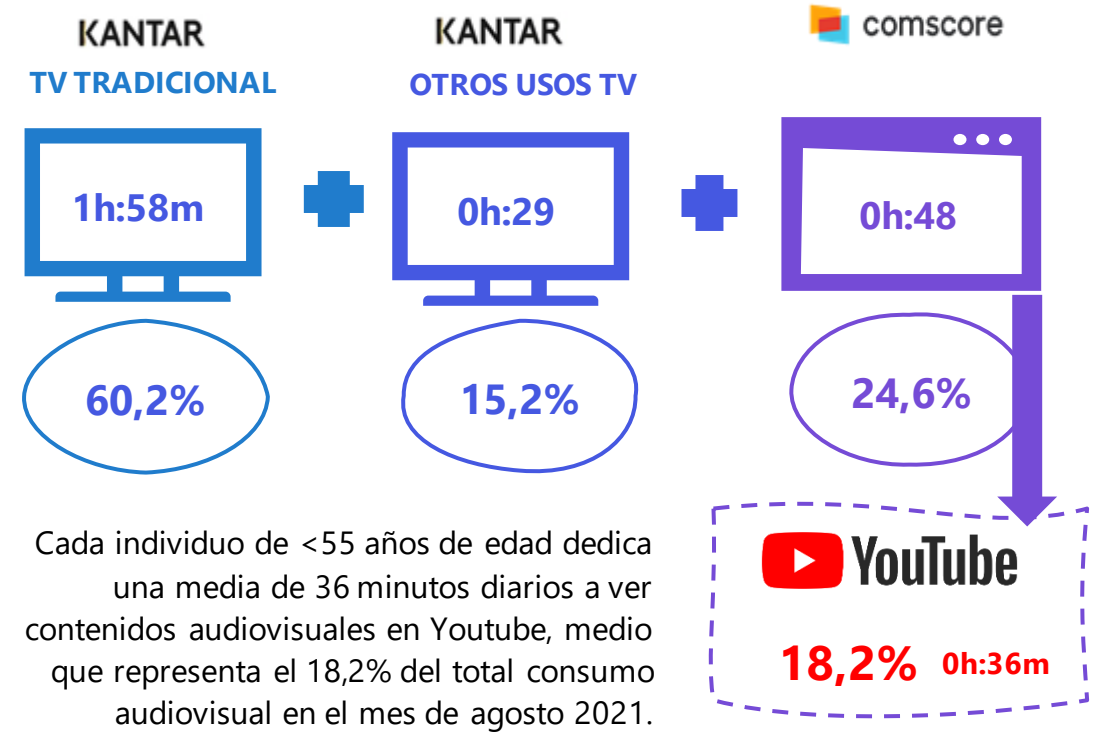
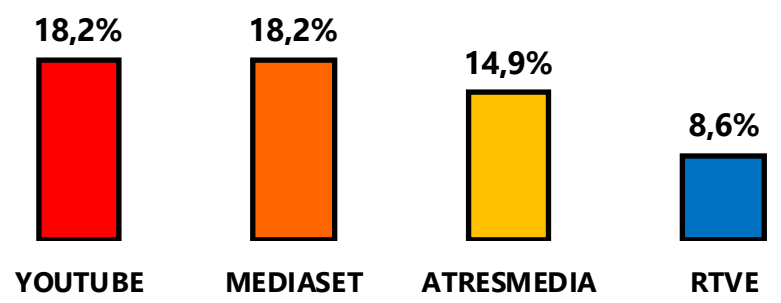
Cada individuo de >45 años de edad dedica una media de 20 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 6,5% del total consumo audiovisual en el mes de agosto

Los individuos menores de 55 años consumieron un promedio de 197 minutos al día de contenidos audiovisuales en agosto 2021. El 75,4% del tiempo de visionado se produce a través del televisor y el 24,6% a través del ordenador o móvil.

### <55 años minutos persona/día - Agosto 2021



### SHARE AUDIOVISUAL AGREGADO

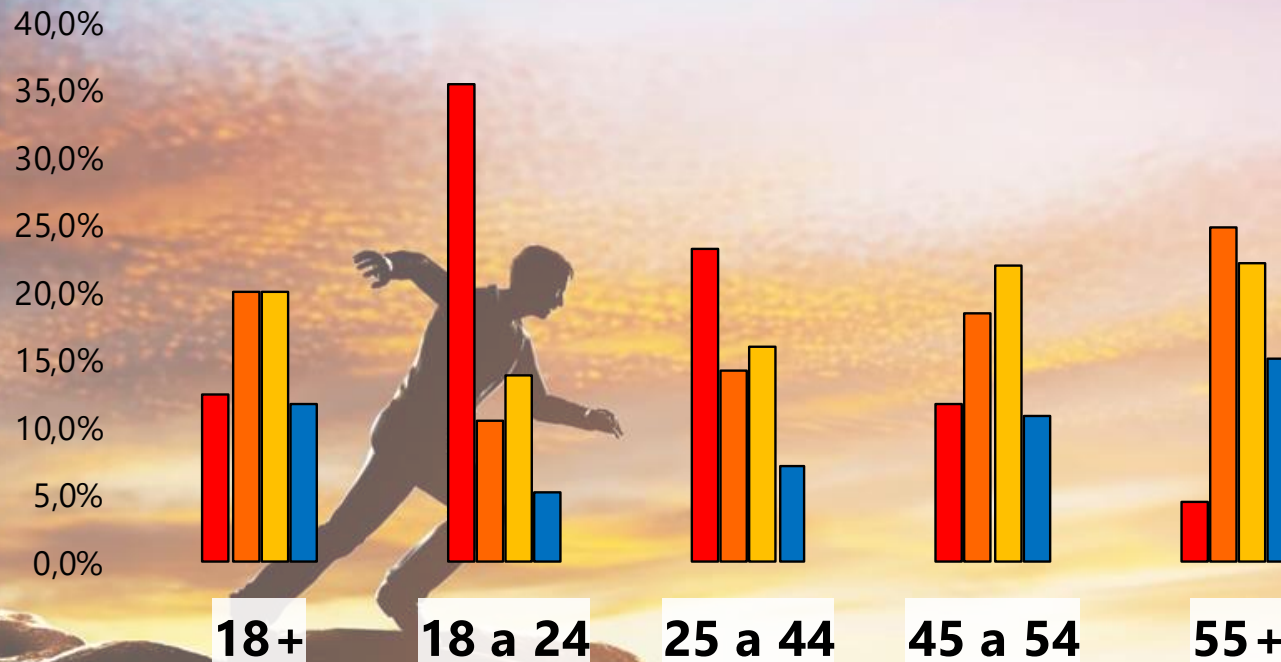


Cada individuo de <55 años de edad dedica una media de 36 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en Youtube, medio que representa el 18,2% del total consumo audiovisual en el mes de agosto 2021.

## “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      | MEDIAS/ATRES.                                 | 20,1%     |
| 18 a 24 años  | YOUTUBE                                       | 35,5%     |
| 25 a 44 años  | YOUTUBE                                       | 23,3%     |
| 45 a 54 años  | MEDIASET                                      | 22,0%     |
| 55+ años      | ATRESMEDIA                                    | 24,8%     |
| 25 a 34 años  | YOUTUBE                                       | 26,8%     |
| 35 a 44 años  | YOUTUBE                                       | 21,1%     |
| < 45 años     | YOUTUBE                                       | 21,5%     |
| 45+ años      | ATRESMEDIA                                    | 23,0%     |
| <55 años      | YOUTUBE                                       | 18,2%     |



## 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.

