



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**  
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL



**julio 25**

# EL ROSCO

## DEL CONSUMO AUDIOVISUAL

**de los grandes  
grupos audiovisuales**

Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore

# EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).



**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, móvil y tablet) 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**.

# EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

\*Datos Mediaset y RTVE: Kantar+Comscore Panel Only.

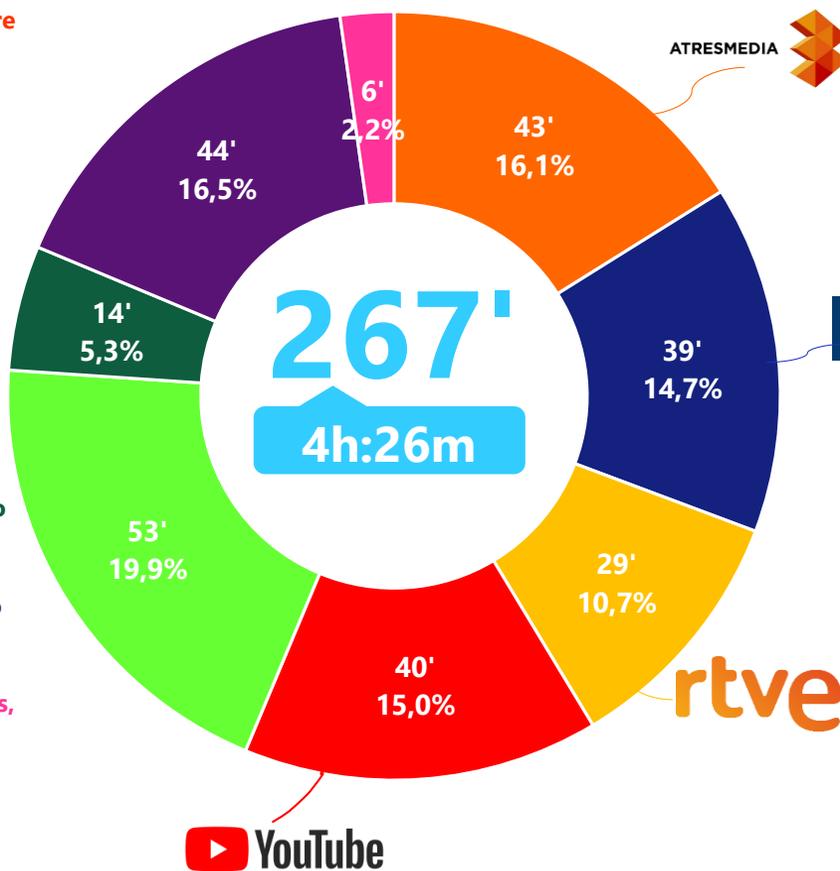
Julio 25



## Individuos 18+ años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Kantar + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Kantar (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Kantar = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Kantar (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



### TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL

KANTAR



79%

212'

Consumo a través del televisor  
TV LINEAL: 156'

comscore



21%

55'

Consumo a través del pc, móvil o tablet

### Minutos en Kantar (Lineal+Diferido) | 18+ jul-25

% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual

	ATRESMEDIA	A3	LA SEXTA	NOVA	ATRESERIES	NEOX	MEGA
Min>>	43'	21'	10'	3'	3'	3'	2'
%>>	16,1%	7,9%	3,7%	1,1%	1,1%	1,1%	0,7%

	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDI	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	39'	15'	9'	4'	4'	2'	3'	1'
%>>	14,6%	5,6%	3,4%	1,5%	1,5%	0,7%	1,1%	0,4%

	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE
Min>>	29'	19'	5'	2'	1'	2'
%>>	10,9%	7,1%	1,9%	0,7%	0,4%	0,7%

# EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

\*Datos Mediaset y RTVE: Kantar+Comscore Panel Only.

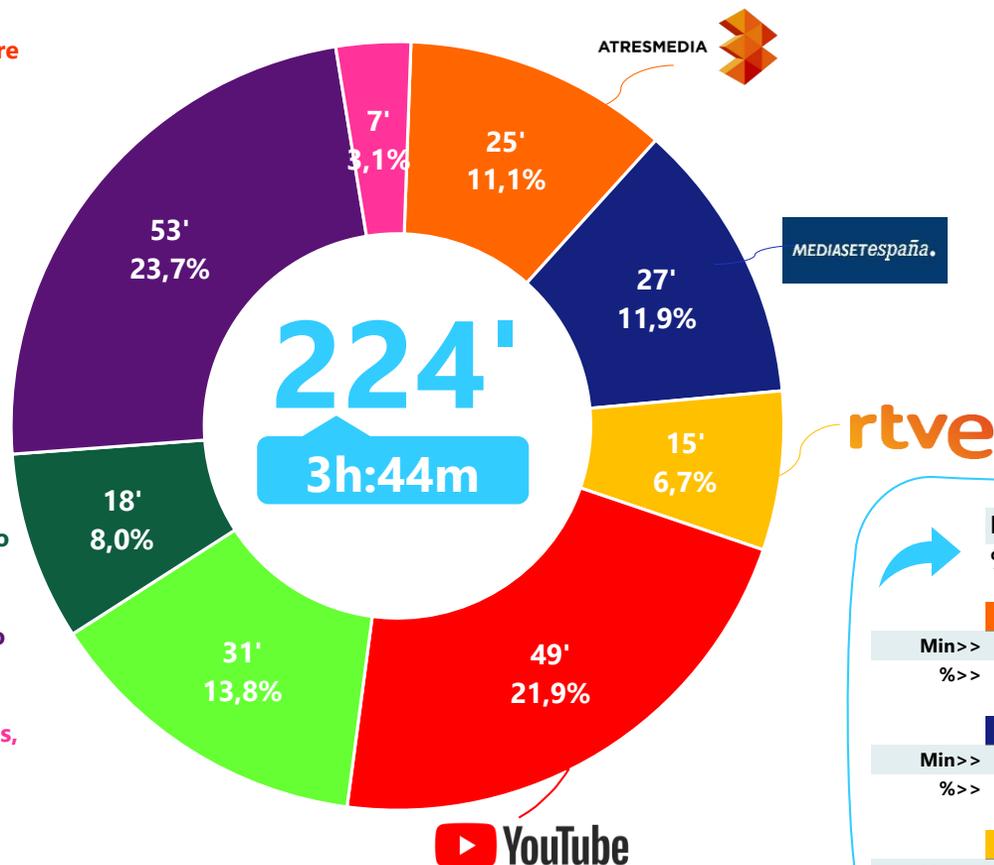
Julio 25



## Individuos 25 a 54 años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Kantar + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Kantar (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Kantar = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Kantar (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



### TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL

KANTAR



70%

156'

Consumo a través del televisor  
TV LINEAL: 92'

comscore



30%

68'

Consumo a través del pc, móvil o tablet

### Minutos en Kantar (Lineal+Diferido)

% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual

	ATRESMEDIA	A3	LA SEXTA	NOVA	ATRESERIES	NEOX	MEGA
Min>>	24'	10'	6'	1'	2'	3'	2'
%>>	10,7%	4,5%	2,7%	0,4%	0,9%	1,3%	0,9%

	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDI	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	26'	9'	6'	3'	4'	2'	2'	1'
%>>	11,6%	4,0%	2,7%	1,3%	1,8%	0,9%	0,9%	0,4%

	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE
Min>>	15'	10'	2'	1'	1'	1'
%>>	6,7%	4,5%	0,9%	0,4%	0,4%	0,4%

# EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

\*Datos Mediaset y RTVE: Kantar+Comscore Panel Only.

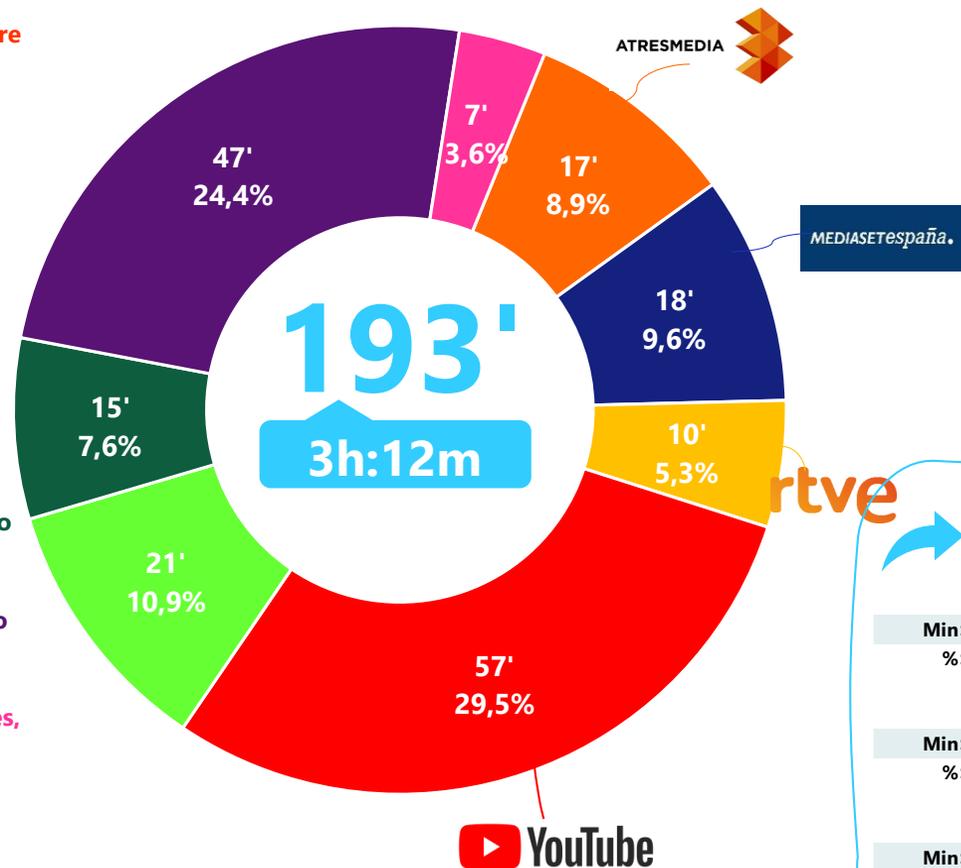
Julio 25



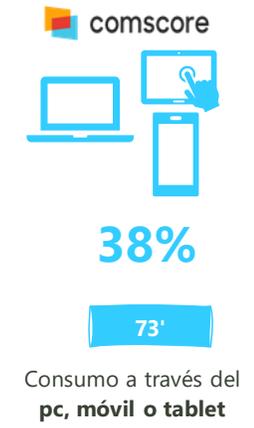
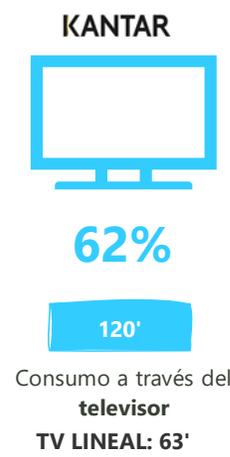
## Individuos 18-44 años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Kantar + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Kantar (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Kantar = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Kantar (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



### TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL



**Minutos en Kantar (Lineal+Diferido)**  
% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual

	ATRESMEDIA	A3	LA SEXTA	NOVA	ATRESERIES	NEOX	MEGA
Min>>	16'	7'	4'	1'	1'	3'	1'
%>>	8,3%	3,6%	2,1%	0,5%	0,5%	1,6%	0,5%

	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDI	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	18'	6'	4'	2'	4'	1'	1'	1'
%>>	9,3%	3,1%	2,1%	1,0%	2,1%	0,5%	0,5%	0,5%

	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE
Min>>	10'	7'	1'	0'	1'	1'
%>>	5,2%	3,6%	0,5%	0,0%	0,5%	0,5%

# EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

\*Datos Mediaset y RTVE: Kantar+Comscore Panel Only.

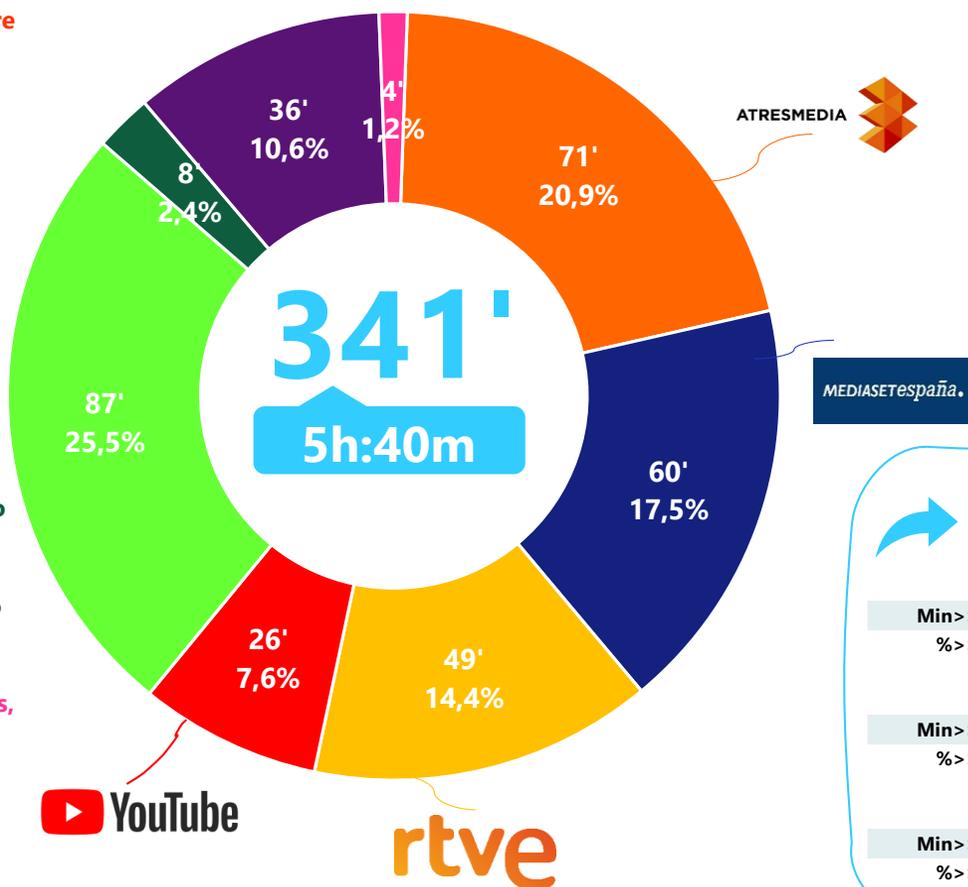
Julio 25



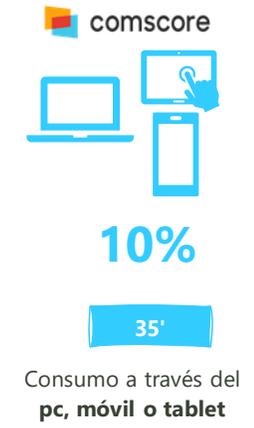
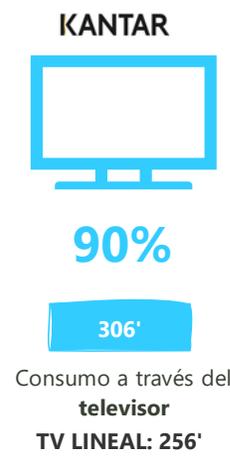
## Individuos 55+ años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Kantar + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Kantar + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Kantar (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Kantar = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Kantar (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



### TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL



**Minutos en Kantar (Lineal+Diferido)**  
% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual

	ATRESMEDIA	A3	LA SEXTA	NOVA	ATRESERIES	NEOX	MEGA
Min>>	71'	39'	15'	5'	5'	3'	3'
%>>	20,9%	11,5%	4,4%	1,5%	1,5%	0,9%	0,9%

	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDI	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	60'	24'	15'	7'	5'	4'	5'	1'
%>>	17,6%	7,0%	4,4%	2,1%	1,5%	1,2%	1,5%	0,3%

	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE
Min>>	49'	32'	10'	3'	1'	3'
%>>	14,4%	9,4%	2,9%	0,9%	0,3%	0,9%

# CONCEPTOS Y FICHA TÉCNICA DEL ROSCO CONSUMO AUDIOVISUAL

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España)

KANTAR

comscore



## Grupo ATRESMEDIA (Kantar + Comscore VMX)

Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo de Atresmedia en Kantar (lineal+diferido), así como la propiedad "Atresmedia" en Comscore (VideoMetrix).

## Grupo MEDIASET (Kantar + Comscore VMX)

Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo de Mediaset en Kantar (lineal+diferido), así como la propiedad "Mediaset España" en Comscore Only Panel (VideoMetrix).

## Grupo RTVE (Kantar + Comscore VMX)

Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo RTVE en Kantar (lineal+diferido), así como la propiedad "RTVE" en Comscore Only Panel (VideoMetrix).

## YOUTUBE (Comscore VMX)

Incluye el tiempo de consumo del medio "Youtube" en Comscore (VideoMetrix).

## RESTO TV (Kantar)

Incluye el tiempo del resto de cadenas en Kantar que no están incluidas dentro de los tres primeros operadores; es decir, Autonómicas, Temáticas de Pago y demás cadenas como Trece, Disney Channel...

## RESTO INTERNET (Comscore VMX)

Incluye el tiempo de contenido audiovisual que recoge Comscore (VideoMetrix), salvo lo correspondiente a Atresmedia, Mediaset, RTVE y Youtube.

## CTV Kantar = OTTs + Plataformas vídeo

Incluye el apartado "Internet" de Kantar de "Otros consumos del televisor" y donde se recoge el consumo de OTTs (Netflix, PrimeVideo, HBO, etc) y plataformas de vídeo como Youtube.

## Otros consumos Kantar

Incluye los apartados "Play" (reproducción) y "Otros usos" (videojuegos, radio TDT, etc) de Kantar de "Otros consumos del televisor".

- KANTAR: Herramienta extracción de datos: InstarAnalytics | Ámbitos: España (2rT) | Actividades: Lineal+ADV | Incluye invitados y segundas residencias totales | S.Distribución: TSD.
- COMSCORE: Herramienta extracción de datos: Desktop+Mobile | Ámbitos: España | Tipo vídeo: Contenido | Plataforma: Total Digital Vídeo | Medios: Total propiedades.



**Síguenos en Redes: @blvcom**

**📞 914461757**

**✉ [blvcom@barloventocomunicacion.es](mailto:blvcom@barloventocomunicacion.es)**

**Suscríbete a nuestra Newsletter**

**<https://bit.ly/3ZU1gHx>**