



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL



abril 26

EL ROSCO

DEL CONSUMO AUDIOVISUAL

**de los grandes
grupos audiovisuales**

Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue y Comscore

EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue 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 Fifty5Blue (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 Fifty5Blue y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

*Datos Mediaset y RTVE: Fifty5Blue+Comscore Panel Only.

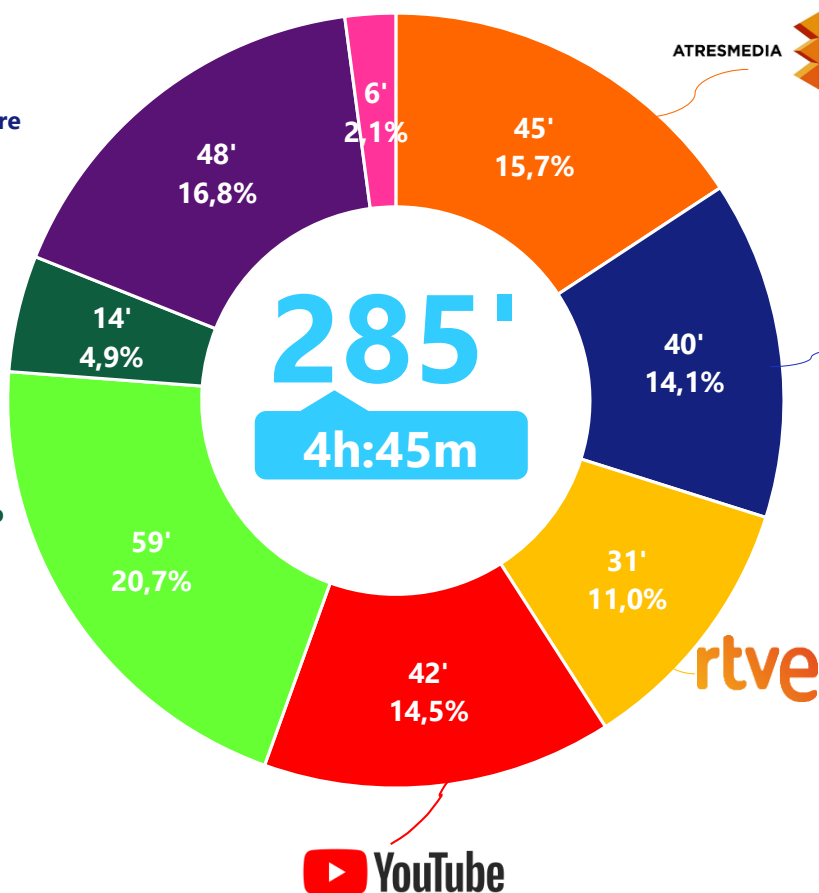
Abril 26



Individuos 18+ años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Fifty5Blue + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Fifty5Blue (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Fifty5Blue = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Fifty5Blue (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL

FIFTY5 BLUE



80%

229'

Consumo a través del televisor

TV LINEAL: 166'

comscore



20%

56'

Consumo a través del pc, móvil o tablet

Minutos en Kantar (Lineal+Diferido) | 18+ abr-26

% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual

	ATRESMEDIA	A3	LA SEXTA	NOVA	ATRESERIES	NEOX	MEGA
Min>>	44'	22'	10'	3'	3'	3'	2'
%>>	15,4%	7,7%	3,5%	1,1%	1,1%	1,1%	0,7%

	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDI	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	40'	16'	10'	4'	4'	2'	3'	1'
%>>	14,0%	5,6%	3,5%	1,4%	1,4%	0,7%	1,1%	0,4%

	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE
Min>>	31'	21'	6'	3'	1'	2'
%>>	10,9%	7,4%	2,1%	1,1%	0,4%	0,7%

EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

*Datos Mediaset y RTVE: Fifty5Blue+Comscore Panel Only.

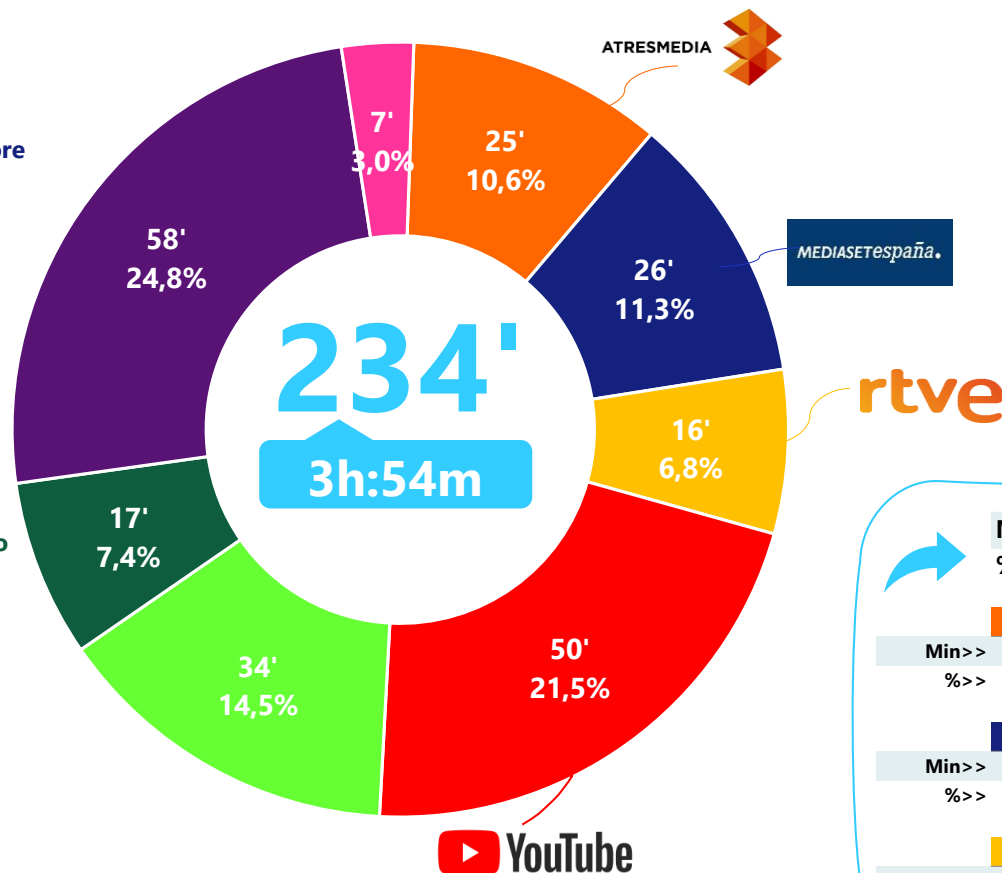
Abril 26



Individuos 25 a 54 años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Fifty5Blue + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Fifty5Blue (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Fifty5Blue = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Fifty5Blue (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL

FIFTY5 BLUE



70%

165'

Consumo a través del televisor
TV LINEAL: 94'

comscore



30%

69'

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'	7'	2'	1'	3'	2'	
%>>	10,2%	4,3%	3,0%	0,9%	0,4%	1,3%	0,9%	
	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDI	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	26'	9'	6'	3'	4'	1'	2'	1'
%>>	11,1%	3,8%	2,6%	1,3%	1,7%	0,4%	0,9%	0,4%
	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE		
Min>>	16'	11'	2'	1'	1'	1'		
%>>	6,8%	4,7%	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 Fifty5Blue y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

*Datos Mediaset y RTVE: Fifty5Blue+Comscore Panel Only.

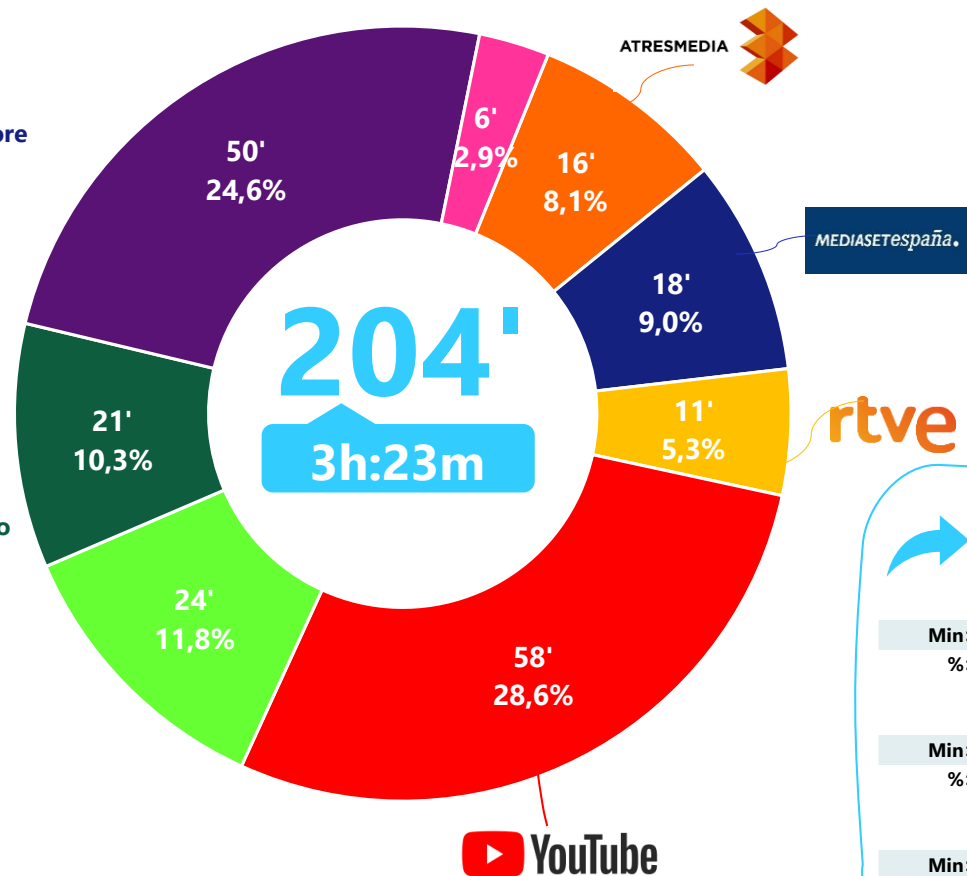
Abril 26



Individuos 18-44 años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Fifty5Blue + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Fifty5Blue (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Fifty5Blue = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Fifty5Blue (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL

FIFTY5 BLUE



60%

123'

Consumo a través del televisor
TV LINEAL: 63'

comscore



40%

81'

Consumo a través del pc, móvil o tablet

Minutos en Kantar (Lineal+Diferido)

% Peso sobre el Total Consumo Audiovisual

	ATRESMEDIA ³	A3	LA SEXTA	NOVA	ATRESERIES	NEOX	MEGA
Min>>	16'	7'	4'	1'	1'	2'	1'
%>>	7,9%	3,4%	2,0%	0,5%	0,5%	1,0%	0,5%

	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDI	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	17'	7'	3'	1'	3'	1'	1'	1'
%>>	8,4%	3,4%	1,5%	0,5%	1,5%	0,5%	0,5%	0,5%

	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE
Min>>	11'	7'	1'	1'	1'	1'
%>>	5,4%	3,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%

EL ROSCO DEL CONSUMO AUDIOVISUAL de los grandes grupos audiovisuales

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España).

*Datos Mediaset y RTVE: Fifty5Blue+Comscore Panel Only.

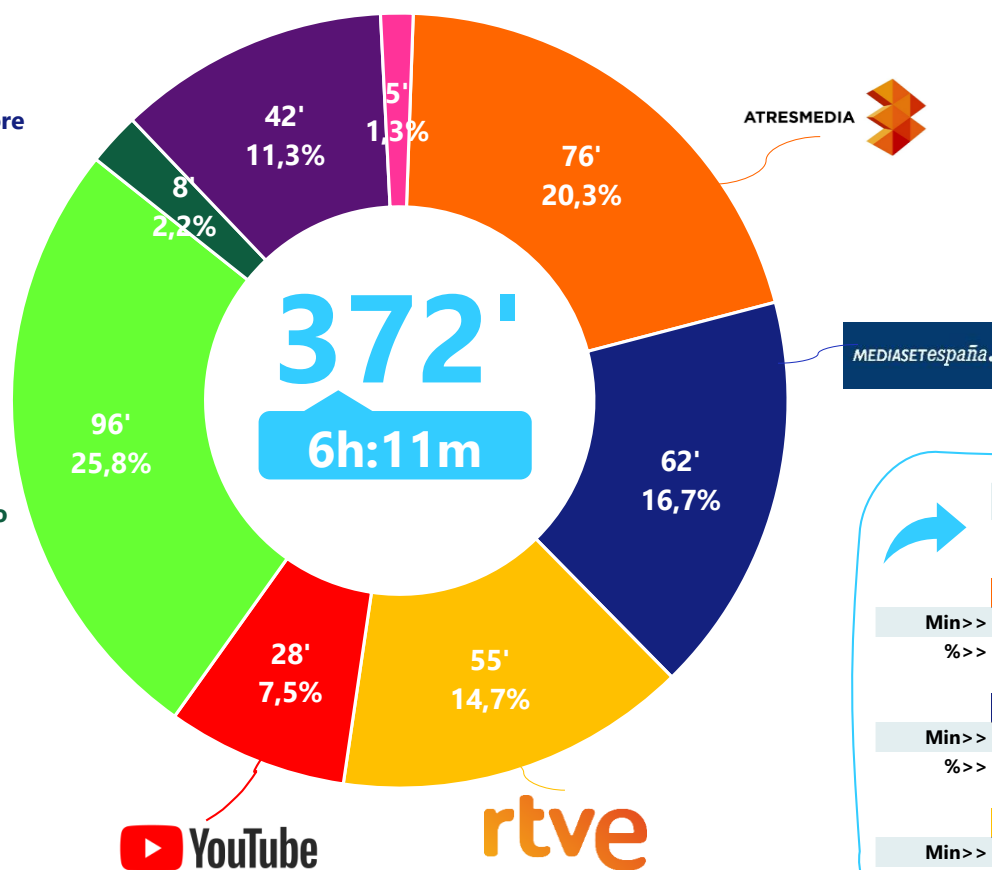
Abril 26



Individuos 55+ años

Tiempo minutos persona/día

- Grupo ATRESMEDIA (Fifty5Blue + Comscore VMX)
- Grupo MEDIASET (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- Grupo RTVE (Fifty5Blue + Comscore VMX Only Panel)
- YOUTUBE (Comscore VMX)
- RESTO TV, Fifty5Blue (Temáticas Pago, Autonómicas, Trece, Paramount, etc.)
- RESTO INTERNET, Comscore VMX (todo el vídeo que no viene de Youtube, Atresmedia, Mediaset ni RTVE)
- CTV Fifty5Blue = OTTs + Plataformas vídeo (Youtube, Netflix, PrimeVideo, HBO, Internet...)
- Otros consumos Fifty5Blue (reproducciones, videojuegos, radio TDT...)



TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL

FIFTY5 BLUE



90%

335'

Consumo a través del
televisor
TV LINEAL: 276'

comscore



10%

37'

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>>	75'	41'	17'	6'	5'	4'	3'
%>>	20,2%	11,0%	4,6%	1,6%	1,3%	1,1%	0,8%

	MEDIASET.	T5	CUATRO	ENERGY	FDI	DIVINITY	BEMADtv	BOING
Min>>	62'	26'	17'	6'	4'	3'	5'	1'
%>>	16,7%	7,0%	4,6%	1,6%	1,1%	0,8%	1,3%	0,3%

	RTVE	La1	La2	24H	CLAN	TELEDEPORTE
Min>>	55'	36'	11'	4'	1'	3'
%>>	14,8%	9,7%	3,0%	1,1%	0,3%	0,8%

CONCEPTOS Y FICHA TÉCNICA DEL ROSCO CONSUMO AUDIOVISUAL

©Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Fifty5Blue y Comscore (VMX® VideoMetrix Desktop+Mobile, España)

FIFTY5 BLUE

comscore



Grupo ATRESMEDIA (Fifty5Blue + Comscore VMX)

▶ Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo de Atresmedia en Fifty5Blue (lineal+diferido), así como la propiedad "Atresmedia" en Comscore (VideoMetrix).

Grupo MEDIASET (Fifty5Blue + Comscore VMX)

▶ Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo de Mediaset en Fifty5Blue (lineal+diferido), así como la propiedad "Mediaset España" en Comscore Only Panel (VideoMetrix).

Grupo RTVE (Fifty5Blue + Comscore VMX)

▶ Incluye el tiempo de consumo de las cadenas del grupo RTVE en Fifty5Blue (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 (Fifty5Blue)

▶ Incluye el tiempo del resto de cadenas en Fifty5Blue 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 Fifty5Blue = OTTs + Plataformas vídeo

▶ Incluye el apartado "Internet" de Fifty5Blue 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 Fifty5Blue

▶ Incluye los apartados "Play" (reproducción) y "Otros usos" (videojuegos, radio TDT, etc) de Fifty5Blue de "Otros consumos del televisor".

- Fifty5Blue: Herramienta extracción de datos: InstarAnalytics | Ámbitos: España (2rT) | Actividades: Lineal+ADV | Incluye invitados y segundas residencias totals | 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

Suscríbete a nuestra Newsletter

[CLICK AQUÍ](#)