



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Informe TV: EL ROSCO del Consumo Audiovisual

MARZO 2020

Propósito y Metodología



PROPÓSITO:

Por tercer mes, Barlovento Comunicación recoge en un mismo informe el consumo de contenidos audiovisuales fusionando los datos de televisión e internet.

En el presente informe se analiza el tiempo de consumo de contenidos audiovisuales, ya sea por televisión o internet (ordenador o móvil) para ofrecer así el **TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL** o lo que se denomina **“Share audiovisual agregado”**.

METODOLOGÍA:

Para la agregación de consumos de Televisión (Kantar) e Internet (comscore) se ha utilizado la métrica homologable en ambos sistemas de medición que es el número de minutos diarios que consume cada español de ambos medios.

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



Fuente datos Televisión:

KANTAR

Ficha técnica:

- Herramienta extracción de datos: InstarAnalytics
- Fechas: Marzo 2020
- Targets: 18+ años, 18-24 años, 25-44 años, 45-54 años, +55 años.
- Ámbitos: España
- Actividades: Lineal+ADV
- Incluye invitados y segundas residencias
- S.Distribución: TSD



Fuente datos Internet:

 **comscore**

Ficha técnica:

- Herramienta extracción de datos: Video Metrix Multi-Platform
- Fechas: Marzo 2020
- Targets: 18+ años, 18-24 años, 25-44 años, 45-54 años, +55 años.
- Ámbitos: España
- Tipo vídeo: Contenido
- Plataforma: Total Digital Vídeo
- Medios: Total propiedades.



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 de “play”. 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.

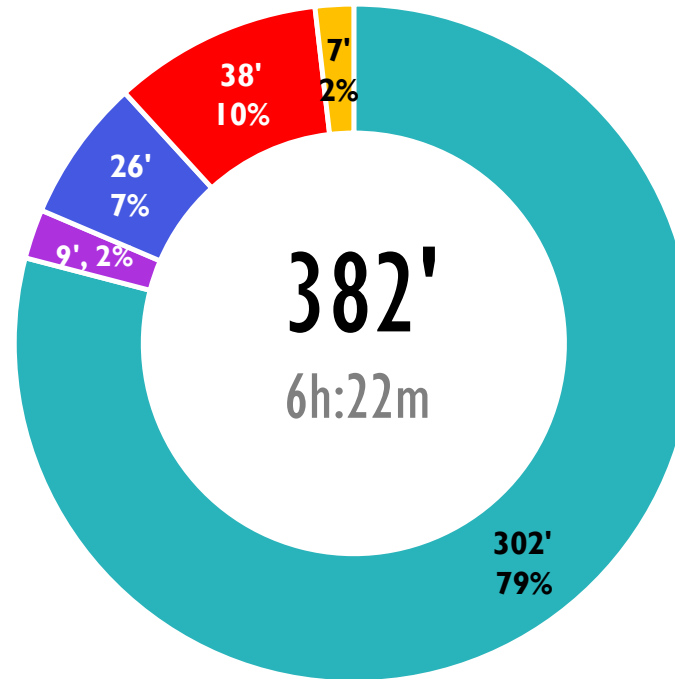
CONSUMO AUDIOVISUAL (TV+INTERNET)

18+ años - Minutos persona/día - Marzo 2020

- TV LINEAL (KANTAR)
- TV DIFERIDO (KANTAR)
- OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)
- YOUTUBE (COMSCORE)
- RESTO INTERNET (COMSCORE)

TTV	337'	88%
-----	------	-----

YOUTUBE	38'	10%
---------	-----	-----



Los individuos de 18 y más años de edad consumieron en marzo 2020 una media diaria de 6 horas y 22 minutos (382') de CONTENIDOS AUDIOVISUALES, un aumento de 81 minutos con respecto al mes de febrero (+27%).

Del total de contenidos audiovisuales consumidos, el 10% del tiempo corresponde a Youtube con 38 minutos por persona al día.

Comparativa mes anterior 18+ (minutos persona/día)

Elaborad	TV LINEAL (KANTAR)	TV DIFERIDO (KANTAR)	OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)	YOUTUBE (COMSCORE)	RESTO INTERNET (COMSCORE)	TOTAL CONSUMO AUDIOVISUAL
Febrero 2020	239	8	16	31	7	301
Marzo 2020	302	9	26	38	7	382

DIF. MES ANT. >	TV LINEAL	TV DIFERIDO	OTROS USOS TELEVISOR	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
	+63'	+1'	+10'	+7'	0'	+81'
	26%	13%	63%	23%	0%	27%

CONSUMO AUDIOVISUAL (TV+INTERNET)

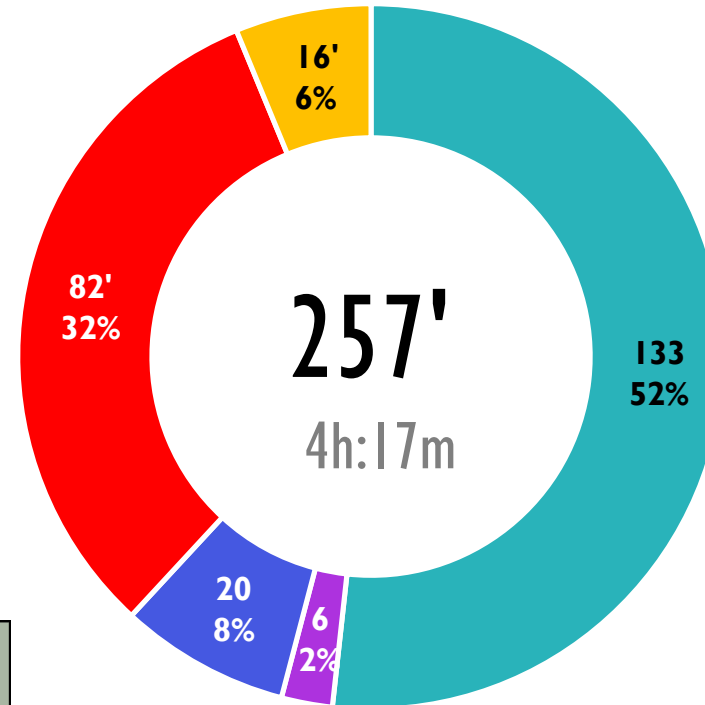
18-24 años - Minutos persona/día - Marzo 2020

- TV LINEAL (KANTAR)
- TV DIFERIDO (KANTAR)
- OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)
- YOUTUBE (COMSCORE)
- RESTO INTERNET (COMSCORE)

TTV	159'	62%
-----	------	-----



YOUTUBE	82'	32%
---------	-----	-----



En el caso de los jóvenes de entre 18 a 24 años, el tiempo diario dedicado a consumir contenido audiovisual en el mes de marzo fue de 4 horas y 17 minutos (257'), lo que supone un crecimiento del +70 minutos (+37%) en la comparativa con el mes anterior.

En este grupo de individuos, la cuota de Youtube asciende al 32%, con 82 minutos de consumo diarios por persona.

Comparativa mes anterior 18-24 años (minutos persona/día)

MES	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
Febrero 2020	89	4	13	68	13	187
Marzo 2020	133	6	20	82	16	257

DIF MES ANT.>	▲ +44'	▲ +2'	▲ +7'	▲ +14'	▲ +3'	▲ +70'
%	▲ 49%	▲ 50%	▲ 54%	▲ 21%	▲ 23%	▲ 37%

CONSUMO AUDIOVISUAL (TV+INTERNET)

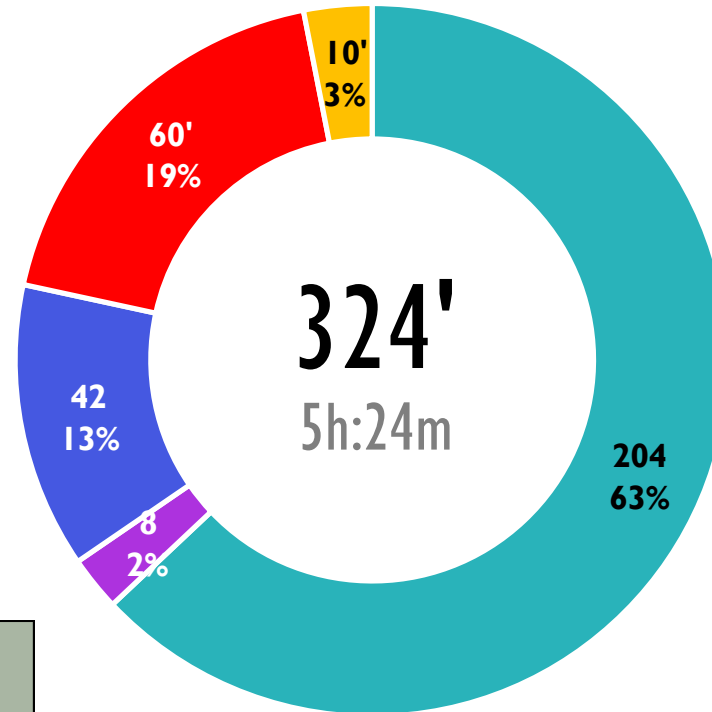
25-44 años - Minutos persona/día - Marzo 2020

- TV LINEAL (KANTAR)
- TV DIFERIDO (KANTAR)
- OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)
- YOUTUBE (COMSCORE)
- RESTO INTERNET (COMSCORE)

TTV	254'	78%
-----	------	-----



YOUTUBE	60'	19%
---------	-----	-----



En los adultos de 25 a 44 años el consumo audiovisual diario en marzo 2020 fue de 5 horas y 24 minutos (324') de promedio por persona, un aumento de 85 minutos en relación a febrero (+36%).

El consumo de Youtube es de 60 minutos, lo que representa el 19% del total.

Comparativa mes anterior 25-44 años (minutos persona/día)

MES	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
Febrero 2020	150	7	25	48	9	239
Marzo 2020	204	8	42	60	10	324

DIF. MES ANT. >	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
	▲ +54'	▲ +1'	▲ +17'	▲ +12'	▲ +1'	▲ +85'
%	▲ 36%	▲ 14%	▲ 68%	▲ 25%	▲ 11%	▲ 36%

CONSUMO AUDIOVISUAL (TV+INTERNET)

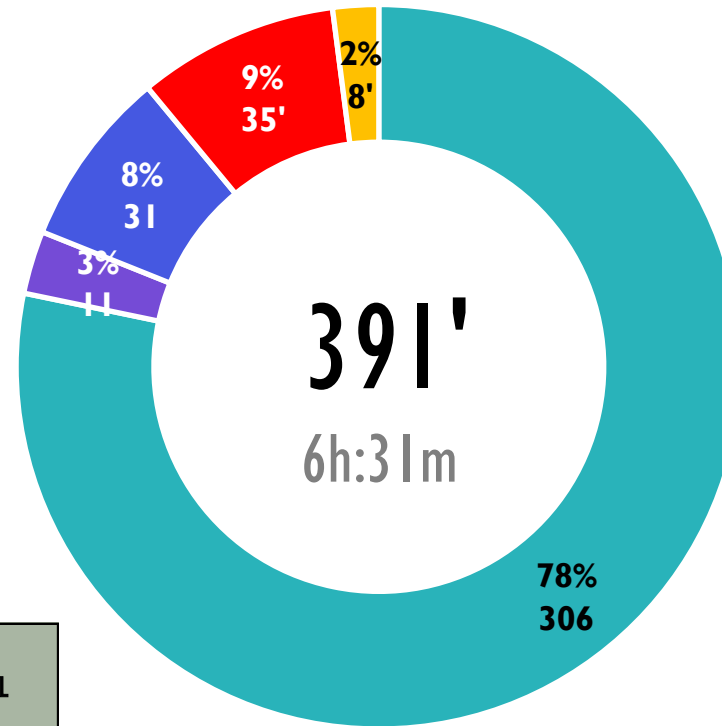
45-54 años - Minutos persona/día - Marzo 2020

- TV LINEAL (KANTAR)
- TV DIFERIDO (KANTAR)
- OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)
- YOUTUBE (COMSCORE)
- RESTO INTERNET (COMSCORE)

TTV	348'	89%
-----	------	-----



YOUTUBE	35'	9%
---------	-----	----



En los maduros de 45 a 54 años el consumo audiovisual diario registrado en marzo fue de 6 horas y 31 minutos (391') de promedio por persona, 93 minutos más que el mes pasado, es decir, un crecimiento del +31%.

El consumo de Youtube es de 35 minutos, lo que representa el 9% del total.

Comparativa mes anterior 45-54 años (minutos persona/día)

MES	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
Febrero 2020	234	9	19	28	8	298
Marzo 2020	306	11	31	35	8	391

DIF. MES ANT. >	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
	▲ +72'	▲ +2'	▲ +12'	▲ +7'	▬ 0'	▲ +93'
%	▲ 31%	▲ 22%	▲ 63%	▲ 25%	▬ 0%	▲ 31%

CONSUMO AUDIOVISUAL (TV+INTERNET)

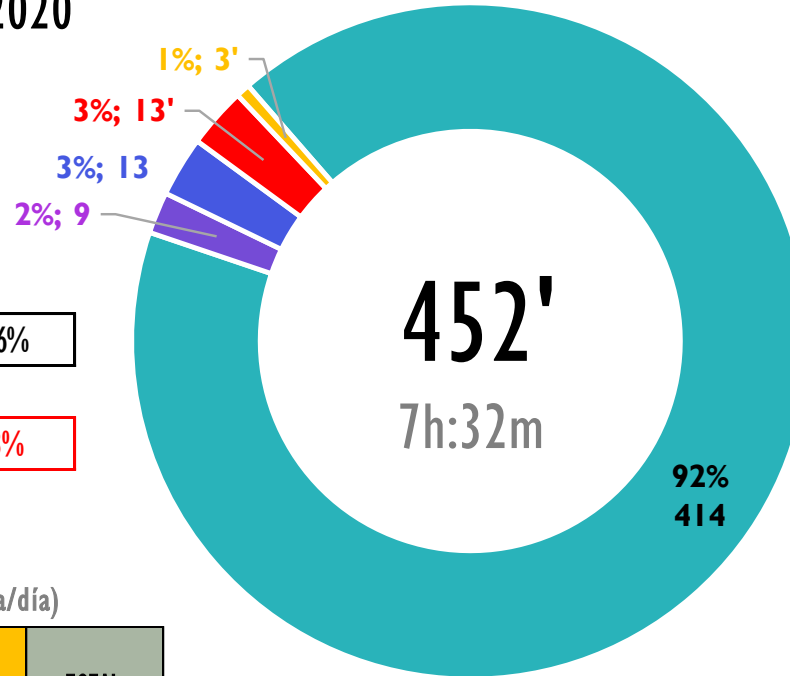
+55 años - Minutos persona/día - Marzo 2020

- TV LINEAL (KANTAR)
- TV DIFERIDO (KANTAR)
- OTROS USOS TELEVISOR (KANTAR)
- YOUTUBE (COMSCORE)
- RESTO INTERNET (COMSCORE)

TTV	436'	96%
-----	------	-----



YOUTUBE	13'	3%
---------	-----	----



En los mayores de 55 años el consumo audiovisual diario fue de 7 horas y 32 minutos (452') de promedio por persona, aumento de 77 minutos en relación al mes de febrero.

El visionado a través del televisor supone el 96% del total, mientras que el restante 4% es a través del ordenador o el móvil.

El consumo de Youtube es de 13 minutos, lo que representa el 3% del total.

Comparativa mes anterior +55 años (minutos persona/día)

MES	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
Febrero 2020	344	8	9	11	3	375
Marzo 2020	414	9	13	13	3	452

DIF. MES ANT. >	LINEAL	DIFERIDO	OTROS USOS TV	YOUTUBE	RESTO INTERNET	TOTAL
	▲ +70'	▲ +1'	▲ +4'	▲ +2'	▬ 0'	▲ +77'
%	▲ 20%	▲ 13%	▲ 44%	▲ 18%	▬ 0%	▲ 21%



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

