



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL



comscore

KANTAR MEDIA

Informe Barlovento Comunicación:

CONSUMO DE INTERNET VS. TELEVISIÓN

Periodo Análisis: octubre 2019

octubre 2019

Introducción

El presente informe muestra, analiza y compara los datos de Internet (fuente Comscore) y los de la televisión tradicional (fuente Kantar Media), en términos de tiempo de consumo, cobertura y penetración, además de ahondar en la composición del perfil por sexos y edades.

Además, se incluyen los resultados del vídeo en Internet con el fin de realizar un seguimiento de esta actividad que cada vez cobra una mayor relevancia en el consumo de contenidos audiovisuales.

Asimismo, se incluye el ránking de los sites de Internet con más usuarios únicos, haciendo foco a su vez en aquellos sites incluidos dentro de la Atributo “Cable Broadcast TV”.



Audiencia total Internet



©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, España
Total Digital Population|Multi-Platform|España| Target 18+

OCTUBRE 2019



*Cálculo propio de BLV

1,916 ▲ 6.5%

-11 ▼ -5.6%

Diferencial mismo mes año anterior



Evolución últimos 13 meses

©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, España. Total Digital Population|Multi-Platform|España| Target +18

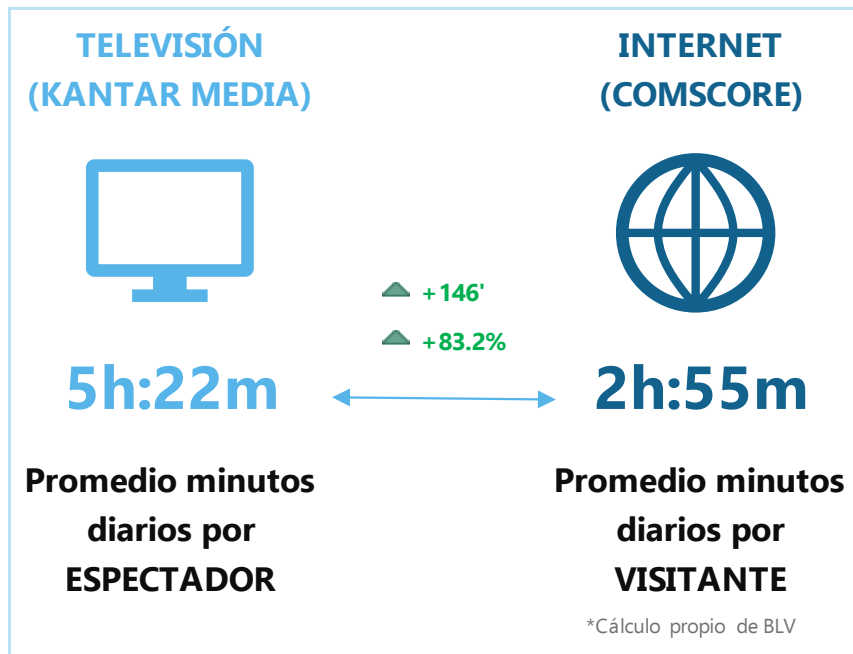
En el mes de octubre 2019, el número de visitantes únicos de 18 y más años a Internet mantiene los valores del mes pasado con **31,4 millones**, lo que supone un incremento del +6,5% en relación al mismo mes del año 2018.

Además, el número de minutos diarios por visitante es de **176 minutos**, 11 minutos menos que en octubre del año pasado.



Tiempo Consumo Televisión vs. Internet

OCTUBRE 2019



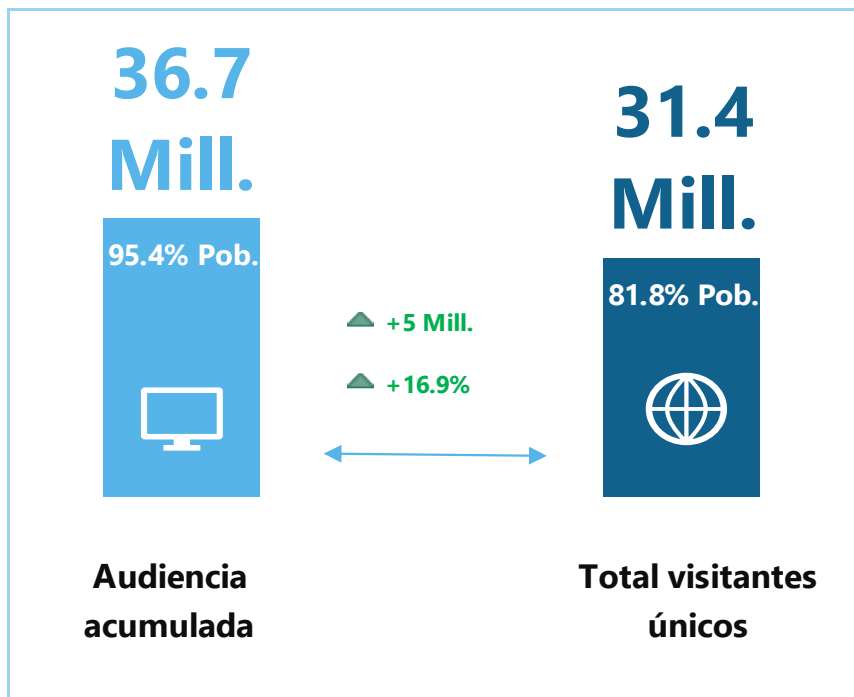
Los espectadores 18 y más años consumieron en el mes de octubre 2019 una media de **5 horas y 22 minutos de televisión** al día, mientras que el promedio de navegación por visitante **en Internet fue de 2 horas y 55 minutos** diarios.

El tiempo de consumo de la televisión se encuentra **146 minutos** por encima que el de Internet, lo que supone un **+83%**.



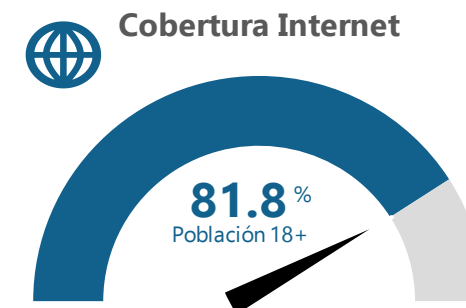
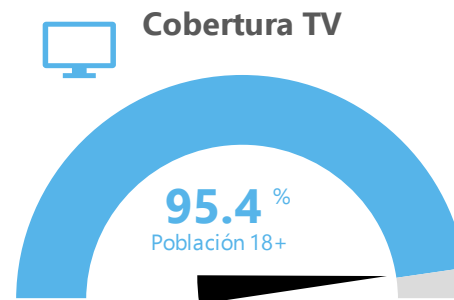
Cobertura total Televisión vs. Internet

OCTUBRE 2019



En el mes de octubre 2019 Internet alcanza **31,4 millones de visitantes únicos, es decir, el 81,8%** de la población de 18 y más años ha navegado por Internet en algún momento.

En el caso de la televisión, la audiencia acumulada en el mes asciende a **36,7 millones, con una cobertura del 95,4%** de la población de España en este target.



Fuente Internet: ©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Total Audience, España | Total Digital Population|Multi-Platform|España| Target 18+
Fuente Televisión: ©Barlovento Comunicación. Fuente: Kantar Media. Target 18+ (inv) | LINEAL+ADV | TSD | ESPAÑA

Ránking Sites Internet

OCTUBRE 2019

TOP 15 PROPIEDADES

Millones visitantes únicos

1	Google Sites	→	31.4	
2	Facebook	→	30.7	
3	Vocento	→	26.2	
4	Atresmedia	→	25.6	
5	Microsoft Sites	→	25.2	
6	Prisa	→	25.1	
7	RCS MediaGroup - Unidad Edi	→	24.6	
8	Prensa Ibérica	→	23.5	
9	Amazon Sites	→	23.1	
10	Grupo Godo	→	22.9	
11	Henneo	→	19.8	
12	Wikimedia Foundation Sites	→	17.8	
13	Adevinta Spain	→	17.6	
14	Verizon Media	→	17.1	
15	Twitter	→	17.0	

TOP 15 DOMINIOS

Millones visitantes únicos

1	YOUTUBE.COM	→	30.2	
2	GOOGLE.COM	→	29.5	
3	FACEBOOK.COM	→	28.4	
4	ANDROID.COM	→	26.4	
5	INSTAGRAM.COM	→	20.8	
6	LAVANGUARDIA.COM	→	20.3	
7	ELPAIS.COM	→	20.3	
8	ELMUNDO.ES	→	19.9	
9	ABC.ES	→	19.3	
10	GOOGLE.ES	→	18.0	
11	AMAZON.ES	→	17.9	
12	WIKIPEDIA.ORG	→	17.7	
13	TWITTER.COM	→	17.0	
14	20MINUTOS.ES	→	16.8	
15	ELCONFIDENCIAL.COM	→	16.4	

TOP 15 ATRIBUTO "CABLE/ TV BROADCAST

Millones visitantes únicos

1	Atresmedia Sites	→	18.8	
2	Mediaset España Sites	→	13.4	
3	RTVE	→	8.9	
4	Pelmorex Corp.	→	7.0	
5	The Walt Disney Company	→	3.2	
6	TELEMADRID.ES	→	3.1	
7	CCMA	→	3.0	
8	WEATHER.COM*	→	2.7	
9	MOVISTARPLUS.ES	→	2.6	
10	Turner Digital	→	2.3	
11	Comcast NBCUniversal	→	2.3	
12	EITB	→	1.8	
13	Time Warner (Excl. Turner/WB)	→	1.8	
14	Discovery Inc	→	1.5	
15	CANALNET.TV	→	1.4	

Propiedad: Jerarquía más alta del diccionario de Comscore donde se agrupan los dominios de las compañías.

Dominio: Sitios web individualmente.

Fuente Internet: ©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore Video Metrix ® Multi-Platform, España | Content| España| Atributo: "Cable/Broadcast TV Entities [Sin dup.]" | Target 18+

CONSUMO VIDEOS EN INTERNET

Universo población 18+ años: 38,418,000

octubre 2019

40

Minutos diarios
de consumo de vídeos
por persona*

▼ -1
41
Octubre de 2018

11

Vídeos al día
por persona*

▲ 0.1'
11
Octubre de 2018

*Cálculos propio de BLV

Fuente Internet: ©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore Video Metrix ® Multi-Platform, España | Content| España| Target 18+

Ránking Video en Internet

OCTUBRE 2019

TOP 15 TOTAL PROPIEDADES

Millones visitantes únicos

1	Google Sites	→	30.9
2	UPROXX	→	19.2
3	VEVO	→	18.5
4	BroadbandTV	→	17.2
5	Atresmedia	→	15.3
6	Mediaset España	→	14.3
7	ZEFR	→	9.6
8	Prisa	→	9.4
9	DAILYMOTION.COM	→	9.2
10	Webedia Sites	→	7.1
11	RTVE	→	6.7
12	The Walt Disney Company	→	6.2
13	RCS MediaGroup - Unidad Edi	→	5.8
14	Facebook	→	4.7
15	Studio71 Network	→	4.5

TOP 15 ATRIBUTO "CABLE/ TV BROADCAST

Millones visitantes únicos

1	Atresmedia Sites	→	15.2
2	Mediaset España Sites	→	9.5
3	RTVE	→	6.7
4	The Walt Disney Company	→	6.2
5	Comcast NBCUniversal	→	4.0
6	CCMA	→	2.2
7	Viacom Digital	→	1.5
8	Univision Digital	→	1.4
9	TELEMADRID.ES	→	1.4
10	Turner Digital	→	1.1
11	Pelmorex Corp.	→	0.8
12	CBS Television	→	0.7
13	Caracol Next	→	0.7
14	Televisa Entretenimiento	→	0.6
15	Discovery Inc	→	0.6



Fuente Internet: ©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore Video Metrix ® Multi-Platform, España | Content| España| Atributo: "Cable/Broadcast TV Entities [Sin dup.]" | Target 18+

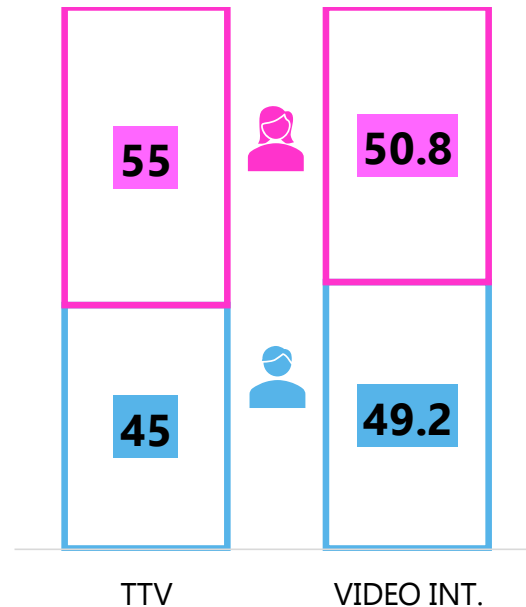
Perfil del consumidor

Televisión vs. Video en Internet

OCTUBRE 2019

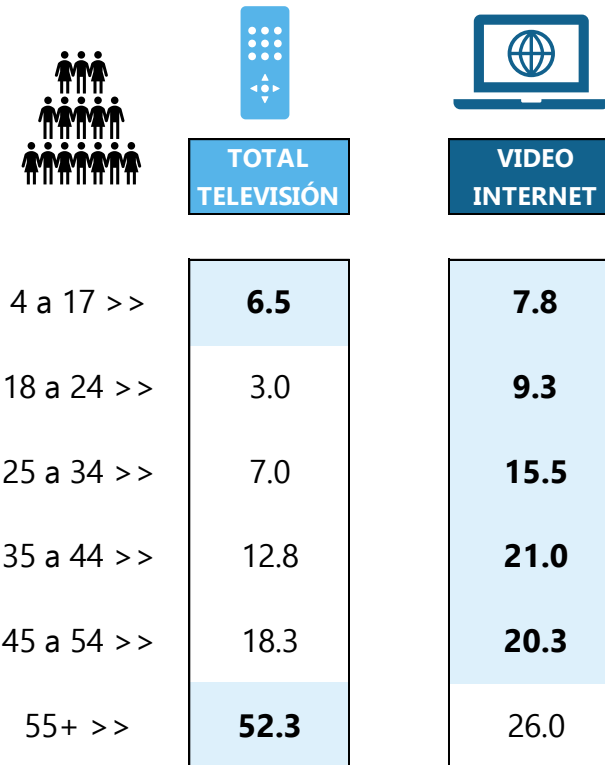
Composición por géneros

■ HOM ■ MUJ



El perfil del consumidor de contenidos audiovisuales en Internet muestra una **mayor regularidad por sexos** que el conjunto del total televisión que se inclina hacia el público femenino.

Por edades, el perfil del espectador de los vídeos en Internet es más juvenil que en televisión, medio en el que **el 52,3% de la audiencia son mayores de 55 años.**



Fuente Internet: ©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore MMX® y VMX Multi-Platform, Total Audience, España | Total Digital Population|Multi-Platform|España| Target 18+
Fuente Televisión: ©Barlovento Comunicación. Fuente: Kantar Media. Target 18+ (inv) | LINEAL+ADV | TSD | ESPAÑA