

# **INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN**

enero 2023



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# Índice

- ▶ Visión Global mercado TV.
- ▶ Consumo de televisión.
- ▶ Otros Usos Televisor
- ▶ Ránking Cadenas en Abierto.
- ▶ Liderazgos Demográficos.
- ▶ Espectadores Únicos.
- ▶ Informativos diarios.
- ▶ Cadenas Autonómicas.
- ▶ Temáticas de Pago.
- ▶ Emisiones más vistas.
- ▶ Grupos Televisivos.
- ▶ Actividad Publicitaria.
- ▶ Ficha técnica.

# Visión Global

## CONSUMO TELEVISIÓN



Ránking regiones por tiempo diario de consumo TV

CLM	223'
AST	223'
CYL	217'
AND	215'
GAL	209'
P.VAS	209'
ARA	208'
RES	203'
VAL	202'
CAN	192'
MUR	191'
BAL	186'
MAD	185'
CAT	178'

ene-23

Cadena líder

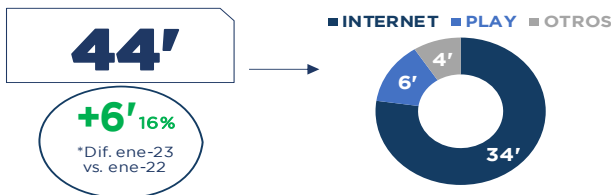
**A3**

14,2%

## RÁNKING CADENAS

	Cuota	*Dif. ene-23 vs. ene-22	Espectadores Únicos
A3	14,2%	+0,2	36,4 mill.
T5	10,5%	-2,6	33,5 mill.
La1	9,4%	+0,5	37,2 mill.
AUT	8,9%	+0,6	30,4 mill.
LA SEXTA	6,0%	0,0	33,3 mill.
CUATRO	5,2%	-0,1	34,2 mill.
ENERGY	3,0%	+0,8	15,9 mill.
La2	2,9%	-0,1	29,5 mill.
FDF	2,4%	-0,1	21,0 mill.
TRECE	2,2%	0,0	16,4 mill.
DIVINITY	2,2%	+0,3	16,4 mill.
NOVA	2,0%	-0,3	12,8 mill.
NEOX	2,0%	-0,1	20,9 mill.
ATRESERIES	1,7%	0,0	14,1 mill.
DMAX	1,6%	0,0	19,1 mill.
MEGA	1,2%	-0,3	17,7 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,2%	-0,5	17,9 mill.
BEMADtv	1,1%	+0,4	14,6 mill.
DKISS	1,1%	0,0	13,1 mill.
24H	1,0%	+0,1	18,1 mill.
GOL PLAY	0,9%	-0,1	15,4 mill.
CLAN	0,9%	-0,1	14,0 mill.
BOING	0,8%	-0,1	12,6 mill.
TEN	0,7%	+0,1	9,8 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,2	10,4 mill.
TELEDEPORTE	0,6%	+0,1	15,2 mill.
REAL MADRID HD	0,5%	0,0	10,4 mill.
BOM Cine	0,4%	+0,1	7,5 mill.
AUT PRIV	0,4%	0,0	7,7 mill.
VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,4 mill.

## OTROS USOS TELEVISOR



## TIEMPO TOTAL USO TELEVISOR (televisión tradicional+otros usos):



## ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

**43,9** Millones

Cobertura

**94,9** %

PROMEDIO DIARIO

**29,6** Millones

Cobertura

**64,2** %

Temáticas Pago -> 10,7% (+1,1)

\*Dif. ene-23 vs. ene-22

## EMISIÓN MÁS VISTA

La1  
PRORROGA FUTBOL:C.REY / R.MADRID-AT.MADRID  
**5,5 millones y 36,5%**

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

**6,2 millones**

FUTBOL:COPA DEL REY:

La1, 26-ene, 22:48h

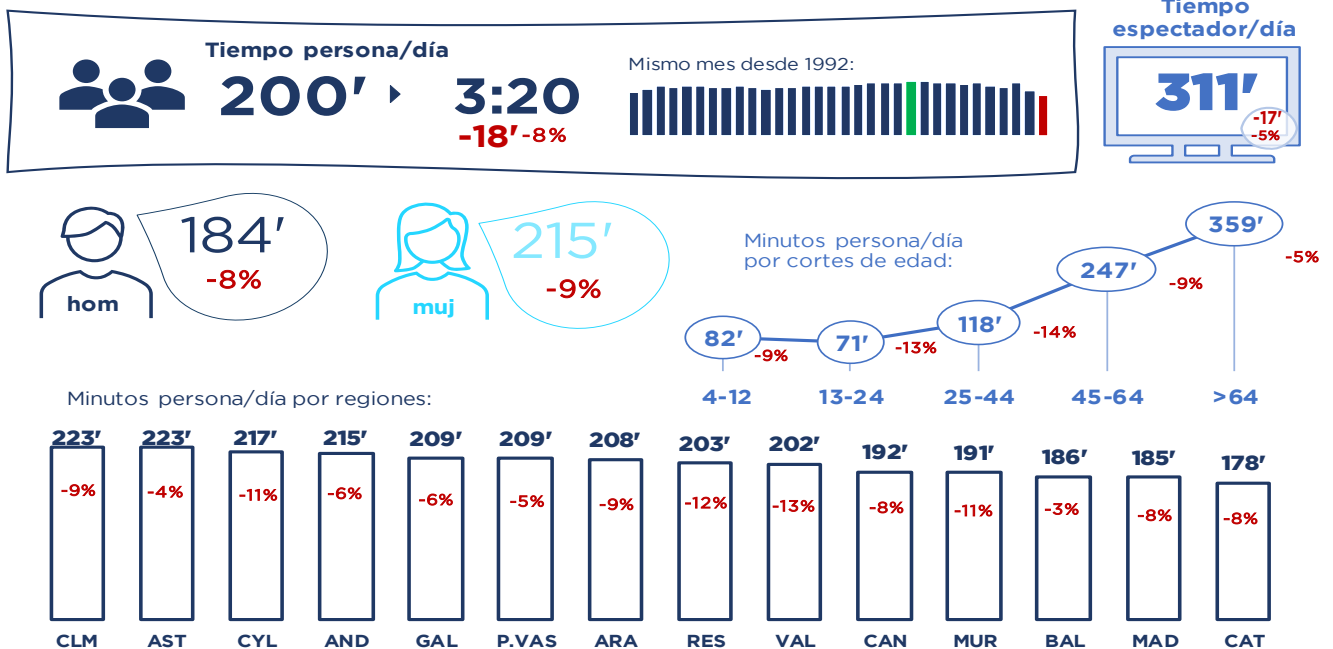
# CONSUMO TV

**Mes de enero de menor consumo de la historia con 200 minutos de promedio diario por persona.**

Cada persona (sobre el universo de población de 46,2 millones) ha dedicado un promedio de **3 horas y 20 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone un **descenso de -18' minutos (-8%)** con respecto al mes de enero 2022.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión son las mujeres (215') y los mayores de 64 años (359') y, por regiones, Castilla La Mancha (223'), Asturias (223') y Castilla León (217').

Asimismo, el **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de 311 minutos (-17' minutos respecto al mismo mes del año pasado).



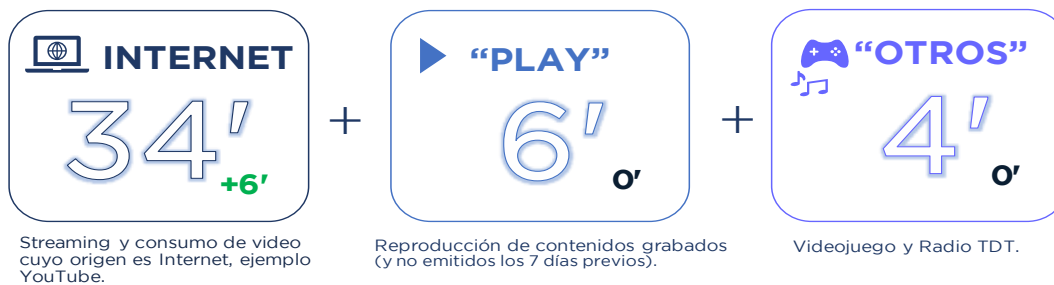
\*Diferencias ene-23 vs. ene-22

# OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de 44 minutos por persona al día, 6 minutos más que en enero 2022.

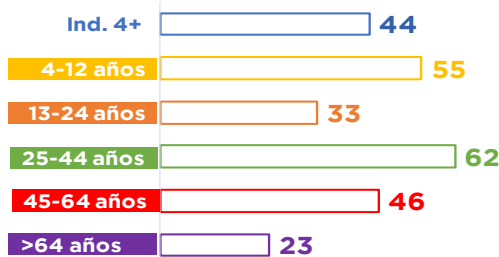
**44** MINUTOS PERSONA/DÍA **+6' 16%** **32,8** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES **12,1** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

\*Diferencias ene-23 vs. ene-22



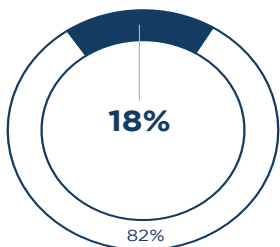
Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Usos del Televisor” son los **individuos de 25 a 44 años (62')** y los **niños de 4 a 12 años (55')**.

Tiempo promedio consumo “Otros usos televisor” por grupos de edad



**Tiempo total uso televisor**

- Ver la televisión convencional
- Otros usos televisor



El **18%** del **total uso del televisor** es para “Otros Usos” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Internet, Contenidos grabados, Juegos, Radio...

La **audiencia exclusiva de “Otros Usos”**, es decir, el número de personas que usa **diariamente** el televisor para otra actividad diferente a ver la televisión lineal tradicional es de **2.298.00** espectadores.

Tiempo total de uso del televisor (televisión tradicional+otros usos):

**4:04** **-12'** **-5%**

\*Dif. ene-23 vs. ene-22

# RÁNKING CADENAS ABIERTO

**Antena 3 (14,2%) líder durante 15 meses consecutivos, con su mejor enero de los últimos 14 años.**

**Los espectadores únicos de las cadenas en Abierto son 43,6 millones, el 94% de cobertura.**

- ▶ T5 (10,5%) ocupa la segunda posición en el ránking de cadenas con su mínimo histórico mensual.
- ▶ La1 (9,4%) es tercera opción en el mes de enero.
- ▶ En cuarta posición del ránking se sitúa AUT (8,9%), seguida de LA SEXTA (6%), CUATRO (5,2%), ENERGY (3%), La2 (2,9%), FDF (2,4%) y TRECE (2,2%), entre las diez primeras.
- ▶ Máximos mensuales de Energy y BeMad.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,7%)** firman el mejor mes de enero de su historia y se analizan en un epígrafe independiente.

# RÁNKING

## CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. ene-23 vs. ene-22	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	14,2%	+0,2	36,4 mill.	78,8%
2	T5	10,5%	-2,6	33,5 mill.	72,5%
3	La1	9,4%	+0,5	★ 37,2 mill.	80,5%
4	AUT	8,9%	+0,6	30,4 mill.	65,9%
5	LA SEXTA	6,0%	0,0	33,3 mill.	72,1%
6	CUATRO	5,2%	-0,1	34,2 mill.	74,1%
7	ENERGY	3,0%	+0,8	15,9 mill.	34,5%
8	La2	2,9%	-0,1	29,5 mill.	63,8%
9	FDF	2,4%	-0,1	21,0 mill.	45,5%
10	TRECE	2,2%	0,0	16,4 mill.	35,5%
11	DIVINITY	2,2%	+0,3	16,4 mill.	35,4%
12	NOVA	2,0%	-0,3	12,8 mill.	27,7%
13	NEOX	2,0%	-0,1	20,9 mill.	45,1%
14	ATRESERIES	1,7%	0,0	14,1 mill.	30,4%
15	DMAX	1,6%	0,0	19,1 mill.	41,4%
16	MEGA	1,2%	-0,3	17,7 mill.	38,4%
17	PARAMOUNT NETWORK	1,2%	-0,5	17,9 mill.	38,8%
18	BEMADtv	1,1%	+0,4	14,6 mill.	31,7%
19	DKISS	1,1%	0,0	13,1 mill.	28,4%
20	24H	1,0%	+0,1	18,1 mill.	39,2%
21	GOL PLAY	0,9%	-0,1	15,4 mill.	33,3%
22	CLAN	0,9%	-0,1	14,0 mill.	30,4%
23	BOING	0,8%	-0,1	12,6 mill.	27,3%
24	TEN	0,7%	+0,1	9,8 mill.	21,1%
25	DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,2	10,4 mill.	22,4%
26	TELEDEPORTE	0,6%	+0,1	15,2 mill.	32,9%
27	REAL MADRID HD	0,5%	0,0	10,4 mill.	22,4%
28	BOM Cine	0,4%	+0,1	7,5 mill.	16,3%
29	AUT PRIV	0,4%	0,0	7,7 mill.	16,8%
30	VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,4 mill.	2,9%



# LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en ambos sexos, mayores de 45 años y jóvenes de 13 a 24 años.**
- ▶ **Telecinco líder en los individuos de 25 a 44 años.**
- ▶ **Boing líder en niños de 4 a 12 años.**

Por regiones Antena 3 es la cadena líder en Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, C. Valenciana, Canarias, Castilla La Mancha, Castilla León, Galicia, MadridMurcia y Resto. Por su parte, Telecinco lidera en País Vasco y TV3 es la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, Antena 3 lidera la sobremesa, la tarde, el “prime-time” y “late-night”, mientras que Telecinco es la cadena más vista en la mañana y Energy en la madrugada.

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	3ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	A3	T5	La1
HOM	A3	La1	T5
MUJ	A3	T5	La1
4-12	BOING	A3	CLAN
13-24	A3	T5	La1
25-44	T5	A3	La1
45-64	A3	T5	La1
>64	A3	La1	T5
T.COMERCIAL	A3	T5	La1
ANDALUCÍA	A3	T5	C.SUR
CATALUÑA	TV3	A3	T5
PAÍS VASCO	T5	A3	La1
GALICIA	A3	TVG	T5
MADRID	A3	T5	La1
C. VALENCIANA	A3	T5	La1
CASTILLA LA MANCHA	A3	La1	T5
CANARIAS	A3	T5	TVCAN
ARAGÓN	A3	ARAGON TV	La1
ASTURIAS	A3	T5	La1
BALEARES	A3	T5	La1
MURCIA	A3	T5	La1
CASTILLA LEÓN	A3	La1	T5
RESTO	A3	La1	T5

## CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS

MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
T5	A3	A3
PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
A3	A3	ENERGY

## CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
A3	A3	A3	A3	A3	A3	A3

## CADENA LÍDER DÍA A DÍA





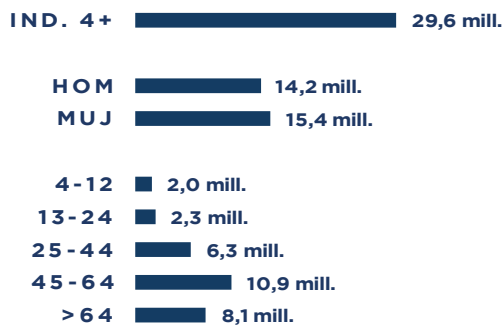
# ESPECTADORES ÚNICOS

**29,6 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 64% de la población.**

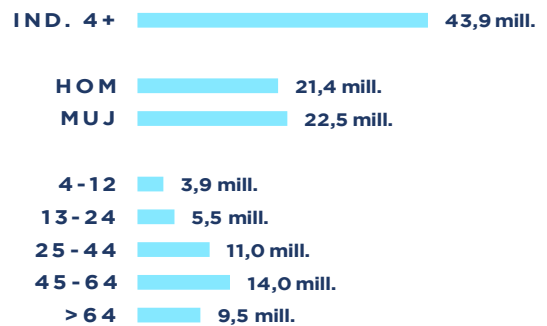
Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de **43,9 millones, que representa el 95%** de la población, que sí contacta con el medio televisivo en enero 2023.

Por el contrario, hay 2,2 millones de “telefóbicos”, el 5% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

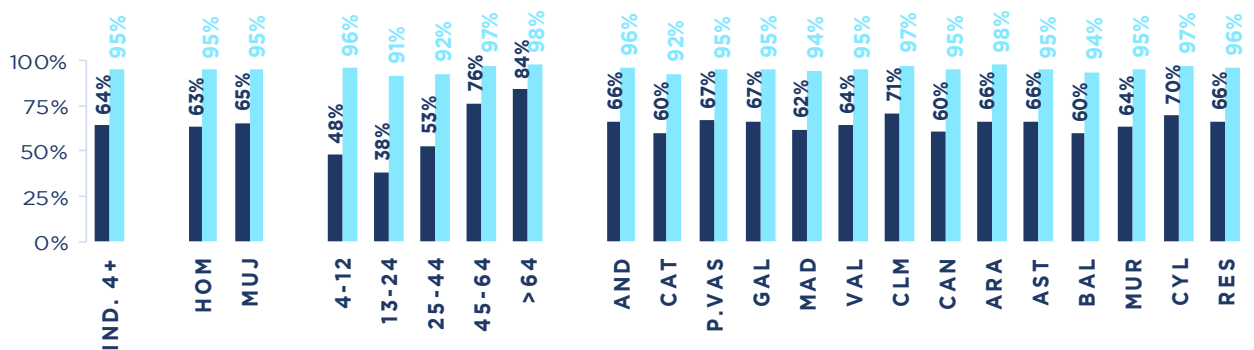
## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



## COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES



# INFORMATIVOS

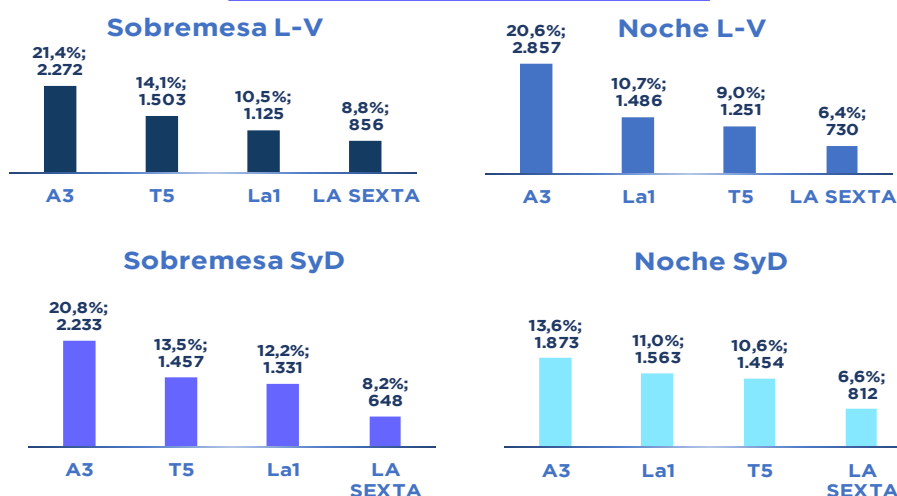
## DIARIOS

**Los informativos de Antena3 (2.383.000 de audiencia media y 19,6% de cuota) son los más vistos desde hace 37 meses consecutivos,** en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de Telecinco (1.407.000 de audiencia media y 11,5% de cuota) son la segunda opción más vista y los de La1 (1.345.000 de audiencia media y 10,9% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	62	2.383	19,6%	27,5 Mill.	59%
	T5	62	1.407	11,5%	21,3 Mill.	46%
	La1	58	1.345	10,9%	26,5 Mill.	57%
	LA SEXTA	62	766	7,4%	19,7 Mill.	43%
Lunes a Viernes	A3	44	2.539	21,0%	23,9 Mill.	52%
	T5	44	1.387	11,4%	17,9 Mill.	39%
	La1	40	1.304	10,6%	21,8 Mill.	47%
	LA SEXTA	44	787	7,4%	15,4 Mill.	33%
Sábado y Domingo	A3	18	2.044	16,6%	18,8 Mill.	41%
	T5	18	1.456	11,8%	13,8 Mill.	30%
	La1	18	1.436	11,6%	19,2 Mill.	42%
	LA SEXTA	18	726	7,3%	13,0 Mill.	28%

### RESULTADOS POR EDICIONES CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)



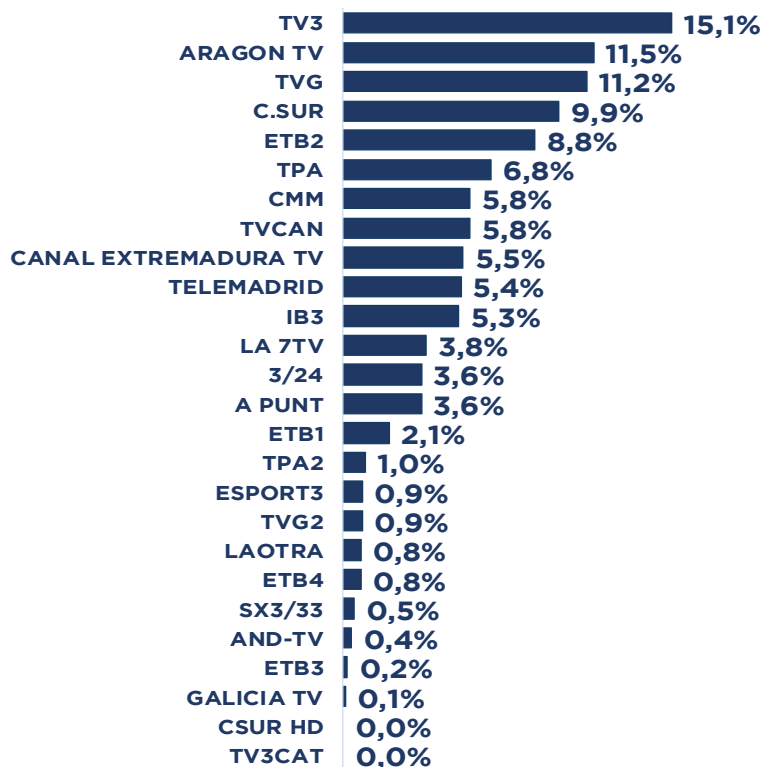
# CADENAS AUTONÓMICAS\*

\*A partir de este informe (enero 2023) se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias TOTALES, que hasta entonces eran en ámbito propio.

**El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,9 % de cuota de pantalla. El número de espectadores únicos acumulados es de 30,4 millones, el 65,9 % de cobertura.**

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (15,1%), ARAGON TV (11,5%), TVG (11,2%), C.SUR (9,9%), ETB2 (8,8%), TPA (6,8%), CMM (5,8%), TVCAN (5,8%), CANAL EXTREMADURA TV (5,5%) y TELEMADRID (5,4%), entre las 10 primeras.

## Cuota en su ámbito de emisión [+2r TOT]



★C.SUR (Andalucía): Mejor mes de enero desde 2014.

★Aragón TV (Aragón): Repite el mejor mes de enero de su historia.

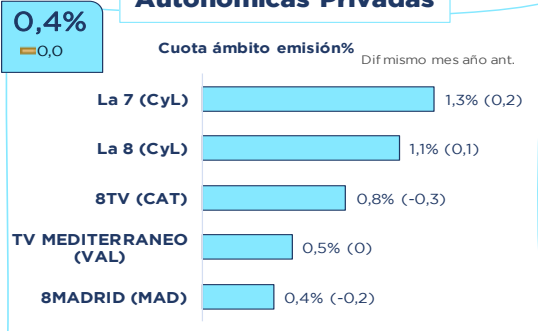
★ IB3 (Baleares): Mejor mes de enero desde 2015.

★ TV3 (Cataluña): Mejor mes de enero desde 2020.

★TVG (Galicia): Mejor mes de enero desde 2014.

★ Telemadrid (Madrid): Mejor mes de enero desde 2021.

## Autonómicas Privadas



# CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

## CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



### Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>C.SUR</b>	<b>9,9%</b>	<b>→ 5,9 Mill.</b>	<b>71,4%</b>
<b>AND-TV</b>	<b>0,4%</b>	<b>→ 2,6 Mill.</b>	<b>30,9%</b>



### Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>ARA TV</b>	<b>11,5%</b>	<b>→ 1,0 Mill.</b>	<b>78,3%</b>



### Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TPA</b>	<b>6,8%</b>	<b>→ 0,6 Mill.</b>	<b>60,7%</b>
<b>TPA2</b>	<b>1,0%</b>	<b>→ 0,3 Mill.</b>	<b>34,5%</b>



### Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>IB3</b>	<b>5,3%</b>	<b>→ 0,7 Mill.</b>	<b>56,4%</b>



### Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TVCAN</b>	<b>5,8%</b>	<b>→ 1,5 Mill.</b>	<b>65,7%</b>



### Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>CMM</b>	<b>5,8%</b>	<b>→ 1,4 Mill.</b>	<b>68,5%</b>



### Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TV3</b>	<b>15,1%</b>	<b>→ 4,7 Mill.</b>	<b>62,4%</b>
<b>SX3/33</b>	<b>0,5%</b>	<b>→ 2,0 Mill.</b>	<b>26,8%</b>
<b>3/24</b>	<b>1,2%</b>	<b>→ 2,9 Mill.</b>	<b>37,9%</b>
<b>ESPORT3</b>	<b>0,9%</b>	<b>→ 1,8 Mill.</b>	<b>23,9%</b>
<b>TV3CAT</b>	<b>0,0%</b>	<b>→ 0,3 Mill.</b>	<b>4,6%</b>



### Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>C. EXT</b>	<b>5,5%</b>	<b>→ 0,8 Mill.</b>	<b>73,7%</b>



### Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TVG</b>	<b>11,2%</b>	<b>→ 1,9 Mill.</b>	<b>72,2%</b>
<b>TVG2</b>	<b>0,9%</b>	<b>→ 1,3 Mill.</b>	<b>48,5%</b>
<b>GAL. TV</b>	<b>0,1%</b>	<b>→ 0,1 Mill.</b>	<b>2,3%</b>



### Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>LA 7TV</b>	<b>3,8%</b>	<b>→ 0,8 Mill.</b>	<b>57,2%</b>



### Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TELEMADRID</b>	<b>5,4%</b>	<b>→ 3,9 Mill.</b>	<b>58,8%</b>
<b>LAOTRA</b>	<b>0,8%</b>	<b>→ 2,4 Mill.</b>	<b>35,5%</b>



### Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>A PUNT</b>	<b>3,6%</b>	<b>→ 2,5 Mill.</b>	<b>50,3%</b>



### País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>ETB1</b>	<b>2,1%</b>	<b>→ 1,2 Mill.</b>	<b>56,4%</b>
<b>ETB2</b>	<b>8,8%</b>	<b>→ 1,6 Mill.</b>	<b>76,7%</b>
<b>ETB3</b>	<b>0,2%</b>	<b>→ 0,4 Mill.</b>	<b>18,3%</b>
<b>ETB4</b>	<b>0,8%</b>	<b>→ 0,8 Mill.</b>	<b>35,8%</b>



# INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

Se ponderan las principales ediciones de sobremesa y noche de lunes a domingo.

	<b>Cuota% en ámbito emisión</b>		<b>Espectadores Únicos (000)</b>	<b>Cob%</b>
▶ TV3	<b>26,3%</b>	→	3.711	49,3%
▶ ARAGON TV	<b>23,1%</b>	→	746	58,2%
▶ ETB2	<b>18,9%</b>	→	1.164	54,8%
▶ TVG	<b>14,3%</b>	→	1.325	50,4%
▶ TPA	<b>11,7%</b>	→	398	40,5%
▶ C.SUR	<b>11,2%</b>	→	3.737	45,1%
▶ TVCAN	<b>10,4%</b>	→	981	44,0%
▶ IB3	<b>10,4%</b>	→	420	34,7%
▶ TELEMADRID	<b>9,7%</b>	→	2.312	34,8%
▶ CMM	<b>8,7%</b>	→	773	38,8%
▶ LA 7TV	<b>7,9%</b>	→	491	33,1%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



La 7 TV Murcia



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



# RÁNKING TEMÁTICAS PAGO

**Las Temáticas de Pago (10,7%) logran el mejor mes de enero de su historia.**  
**Los espectadores únicos ascienden a 21,8 millones, el 47,1% de cobertura poblacional.**

El ránking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por DAZN LaLiga (0,4%), LALIGATV por M+ (0,3%), AXN (0,3%), FOX (0,3%), TNT (0,3%), SUPERCOPA DE ESPAÑA por M+ (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), CALLE 13 (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%) y SOMOS (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	<b>TEMATICAS PAGO</b>	<b>10,7%</b>	<b>+1,1</b>	<b>21,8 mill.</b>	<b>47,1%</b>
1	DAZN LaLiga	0,4%	-	5,1 mill.	11,1%
2	LALIGATV por M+	0,3%	-0,2	4,6 mill.	10,0%
3	AXN	0,3%	0,0	4,8 mill.	10,4%
4	FOX	0,3%	0,0	5,6 mill.	12,0%
5	TNT	0,3%	0,0	5,3 mill.	11,4%
6	SUPERCOPA DE ESPAÑA por M+	0,2%	-	4,1 mill.	8,8%
7	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,9 mill.	10,6%
8	CALLE 13	0,2%	-0,1	3,7 mill.	7,9%
9	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,8 mill.	10,4%
10	SOMOS	0,2%	+0,1	2,9 mill.	6,3%
11	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,1%	+0,1	3,5 mill.	7,6%
12	AMC	0,1%	0,0	4,1 mill.	8,8%
13	#0 por M+	0,1%	0,0	3,4 mill.	7,3%
14	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,3%
15	AXN WHITE	0,1%	0,0	3,8 mill.	8,3%
16	CANAL HISTORIA	0,1%	-0,1	2,7 mill.	5,8%
17	SYFY	0,1%	0,0	3,6 mill.	7,7%
18	AMC BREAK	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,6%
19	#VAMOS por M+	0,1%	-0,2	3,6 mill.	7,8%
20	TCM	0,1%	0,0	4,2 mill.	9,2%
21	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	3,2 mill.	6,8%
22	NGC WILD	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,6%
23	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,5%
24	AMC CRIME	0,1%	0,0	1,4 mill.	3,0%
25	EUROSPORT	0,1%	-0,2	2,4 mill.	5,1%



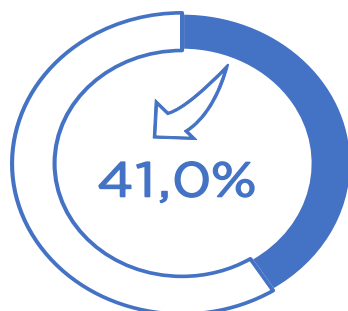
# GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	AMC NETWORKS INTERNATIONAL IBERIA	1,3%	10,4 Mill.	22,4%
②	MOVISTAR	1,3%	10,7 Mill.	23,1%
③	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,5%	7,6 Mill.	16,5%
④	DAZN	0,4%	5,8 Mill.	12,5%
⑤	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,4%	5,9 Mill.	12,7%
⑥	TURNER	0,4%	6,6 Mill.	14,4%
⑦	VIACOM	0,3%	6,2 Mill.	13,4%
⑧	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	5,3 Mill.	11,4%
⑨	DISCOVERY NETWORKS	0,3%	4,5 Mill.	9,7%

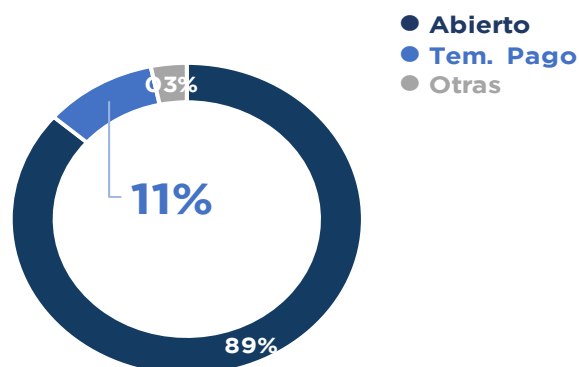
\*Dentro de cada grupo sólo se incluye la aportación de las cadenas de pago.

El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,3%** del total. De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **41,0%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **65,5%** a cadenas en abierto.

**Peso del consumo de las cadenas exclusivas de pago sobre el total TV Pago**



**Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago**



# EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a  
**PRORROGA FUTBOL:C.REY / R.MADRID-AT.MADRID (La1):**  
**5.467.000 y 36,5%**

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	PRORROGA FUTBOL:C.REY / R.MADRID-AT.MADRID	La1	26-ene-23	36,5%	5.467	7,7 mill.
2	FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-AT.MADRID	La1	26-ene-23	32,1%	5.142	9,9 mill.
3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	18-ene-23	23,3%	3.412	5,2 mill.
4	FUTBOL:COPA DEL REY / VILLARREAL-R.MADRID	La1	19-ene-23	21,0%	3.161	8,0 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	24-ene-23	21,5%	3.136	4,7 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	16-ene-23	21,4%	3.129	4,8 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	31-ene-23	21,7%	3.123	4,7 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	10-ene-23	22,1%	3.098	4,8 mill.
9	PASAPALABRA	A3	16-ene-23	24,7%	3.086	5,6 mill.
10	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES	A3	23-ene-23	23,7%	3.063	5,8 mill.
11	PASAPALABRA	A3	18-ene-23	24,2%	3.058	5,9 mill.
12	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES	A3	30-ene-23	24,9%	3.052	5,4 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	30-ene-23	21,1%	3.044	4,7 mill.
14	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES	A3	31-ene-23	25,2%	3.038	5,6 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	23-ene-23	20,1%	3.014	4,7 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	17-ene-23	21,1%	2.997	5,2 mill.
17	PASAPALABRA	A3	10-ene-23	24,9%	2.990	5,6 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	09-ene-23	21,1%	2.985	4,7 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	02-ene-23	21,5%	2.945	4,4 mill.
20	EL HORMIGUERO / MIGUEL ANGEL REVILLA	A3	23-ene-23	19,1%	2.941	5,9 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	19-ene-23	19,8%	2.917	4,8 mill.
22	PASAPALABRA	A3	20-ene-23	25,2%	2.912	5,0 mill.
23	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES	A3	26-ene-23	23,3%	2.893	5,3 mill.
24	PASAPALABRA	A3	17-ene-23	22,8%	2.869	5,4 mill.
25	PASAPALABRA	A3	19-ene-23	22,5%	2.851	5,4 mill.



# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS ABIERTO



### CINE

- 1 EL PELICULON / PADRE NO HAY MAS QUE UNO 2:LA LLEGADA DE LA SUEGRA (A3, 04-ene-23): 2.235.000 y 22%
- 2 MULTICINE / PADRE NO HAY MAS QUE UNO (A3, 01-ene-23): 2.091.000 y 20,3%
- 3 EL PELICULON / EN GUERRA CON MI ABUELO (A3, 07-ene-23): 1.625.000 y 12,4%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 PASAPALABRA (A3, 16-ene-23): 3.086.000 y 24,7%
- 2 PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES (A3, 23-ene-23): 3.063.000 y 23,7%
- 3 PASAPALABRA (A3, 18-ene-23): 3.058.000 y 24,2%



### SERIES

- 1 HERMANOS / ¿POR QUE TE FUISTE CUANDO TODO IBA MAL? (A3, 02-ene-23): 1.537.000 y 14,5%
- 2 HERMANOS / DEJAR LA POSICION EN LA QUE ENCUENTRAS LA FELICIDAD (A3, 23-ene-23): 1.525.000 y 14%
- 3 HERMANOS (A3, 24-ene-23): 1.520.000 y 13,9%



### INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 18-ene-23): 3.412.000 y 23,3%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 24-ene-23): 3.136.000 y 21,5%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 16-ene-23): 3.129.000 y 21,4%



### CULTURALES

- 1 CINE DE BARRIO PRESENTACION / LA TONTA DEL BOTE (La1, 07-ene-23): 1.176.000 y 10,8%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / BATIDO DE MANZANA,KIWI Y PLATANO (A3, 16-ene-23): 1.134.000 y 19,9%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / BORRAJA CON GARBANZOS (A3, 17-ene-23): 1.114.000 y 19,2%



### DEPORTES

- 1 PRORROGA FUTBOL:C.REY / R.MADRID-AT.MADRID (La1, 26-ene-23): 5.467.000 y 36,5%
- 2 FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-AT.MADRID (La1, 26-ene-23): 5.142.000 y 32,1%
- 3 FUTBOL:COPA DEL REY / VILLARREAL-R.MADRID (La1, 19-ene-23): 3.161.000 y 21%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 08-ene-23): 390.000 y 3,1%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 07-ene-23): 374.000 y 3,9%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 08-ene-23): 362.000 y 3%



# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS TEMÁTICAS PAGO



### CINE

- 1 CINE / JURASSIC WORLD:EL REINO CAIDO (SYFY, 08-ene-23): 126.000 y 0,9%
- 2 CINE / MARTE(THE MARTIAN) (FOX, 01-ene-23): 120.000 y 1,2%
- 3 NAVIDADES FANTASTICAS / ¡SHAZAM! (TNT, 01-ene-23): 107.000 y 0,8%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 PAREJA A LA PUJA (SELEKT, 06-ene-23): 59.000 y 0,6%
- 2 PAREJA A LA PUJA (SELEKT, 06-ene-23): 56.000 y 0,6%
- 3 EMPEÑOS A LO BESTIA (AMC BREAK, 08-ene-23): 56.000 y 0,4%



### SERIES

- 1 FBI INTERNACIONAL (TNT, 10-ene-23): 113.000 y 0,8%
- 2 FBI (TNT, 10-ene-23): 80.000 y 0,6%
- 3 NAVY:INVESTIGACION CRIMINAL / TIEMPO PERDIDO (AXN, 24-ene-23): 80.000 y 0,8%



### INFORMACIÓN

- 1 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 04-ene-23): 14.000 y 0,2%
- 2 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 02-ene-23): 13.000 y 0,1%
- 3 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 03-ene-23): 12.000 y 0,1%



### CULTURALES

- 1 EL ROMANTICO:LA HISTORIA DE MASSIMO MORATTI / FALSO AMANECER (DAZN LaLiga, 28-ene-23): 65.000 y 0,6%
- 2 PRODUCTOS ARTESANOS (CANAL COCINA, 07-ene-23): 49.000 y 0,4%
- 3 COMICOS NUESTROS / RAFAELA APARICIO (SOMOS, 25-ene-23): 46.000 y 0,5%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:SUPERCOPA / R.MADRID-BARCELONA (SUPERCOPA DE ESPAÑA por M+, 15-ene-23): 1.824.000 y 12,8%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-BARCELONA (DAZN LaLiga, 08-ene-23): 1.678.000 y 10,9%
- 3 PENALTIS FUTBOL:SUPERCOPA / R.BETIS-BARCELONA (SUPERCOPA DE ESPAÑA por M+, 12-ene-23): 1.600.000 y 10,6%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 15-ene-23): 83.000 y 0,7%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 08-ene-23): 79.000 y 0,6%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 08-ene-23): 77.000 y 0,6%



# LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

## TOP EMISIONES 1<sup>as</sup> AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



### C.SUR (Andalucía)

- 1 TIERRA DE TALENTO / ESPECIAL LOLA FLORES (C.SUR, 21-ene-23): 477.000 y 21,7%
- 2 ATRAPAME SI PUEDES:CHRISTMAS EDITION (C.SUR, 02-ene-23): 462.000 y 16,3%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES:CHRISTMAS EDITION (C.SUR, 03-ene-23): 449.000 y 15,5%



### ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 30-ene-23): 109.000 y 37,7%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 02-ene-23): 103.000 y 39,2%
- 3 EL TIEMPO (ARAGON TV, 30-ene-23): 102.000 y 29,6%



### TPA (Asturias)

- 1 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 15-ene-23): 52.000 y 15,9%
- 2 TPA DEPORTES 2 (TPA, 23-ene-23): 45.000 y 13,8%
- 3 CINE / TIERRA SALVAJE (TPA, 18-ene-23): 45.000 y 15,8%



### IB3 (Balears)

- 1 CUINA AMB SANTI TAURA / COSTELLAM DE PORC TERIYAKI AMB VERDURES (IB3, 19-ene-23): 53.000 y 20,8%
- 2 EL TEMPS 1 (IB3, 19-ene-23): 53.000 y 21%
- 3 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 26-ene-23): 49.000 y 18,6%



### TVCAN (Canarias)

- 1 KIKE PEREZ 2023 (TVCAN, 01-ene-23): 97.000 y 14,3%
- 2 NOVELEROS / ¡ALUCINA,VECINA! (TVCAN, 03-ene-23): 76.000 y 11,6%
- 3 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 15-ene-23): 73.000 y 10,1%



### CMM (Castilla La Mancha)

- 1 CINE ESPAÑOL / ¿QUE HACEMOS CON LOS HIJOS? (CMM, 01-ene-23): 78.000 y 10,8%
- 2 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 31-ene-23): 68.000 y 18,8%
- 3 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 3 (CMM, 09-ene-23): 67.000 y 10,6%



### TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 24-ene-23): 719.000 y 30,8%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 23-ene-23): 718.000 y 31%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 16-ene-23): 687.000 y 29%



### TVG (Galicia)

- 1 DEPORTES (TVG, 01-ene-23): 173.000 y 25,7%
- 2 TELEXORNAL 1 (TVG, 01-ene-23): 158.000 y 24%
- 3 O TEMPO (TVG, 06-ene-23): 156.000 y 23,6%



### TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 23-ene-23): 194.000 y 12,1%
- 2 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 05-ene-23): 189.000 y 12,1%
- 3 MADRID DIRECTO / CABALGATA DE REYES (TELEMADRID, 05-ene-23): 185.000 y 14,6%



### LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 22-ene-23): 41.000 y 10,5%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 08-ene-23): 39.000 y 14,6%
- 3 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 24-ene-23): 37.000 y 10,9%



### ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 18-ene-23): 174.000 y 25%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 01-ene-23): 169.000 y 24,5%
- 3 AVANCE NOTICIAS / ALERTA INUNDACIONES EN BIZKAIA (ETB2, 16-ene-23): 159.000 y 26%



### A PUNT (Valencia)

- 1 TRESOR O TRASTO (A PUNT, 05-ene-23): 181.000 y 12,5%
- 2 L'ORATGE 1 (A PUNT, 02-ene-23): 168.000 y 13,9%
- 3 MR.BEAN / COMPTE AMB EL NEN,MR.BEAN (A PUNT, 05-ene-23): 157.000 y 13,9%









**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

**Atresmedia, con seis cadenas en emisión, ocupa la primera posición en el ránking de grupos editoriales con el 27,2% de cuota.**

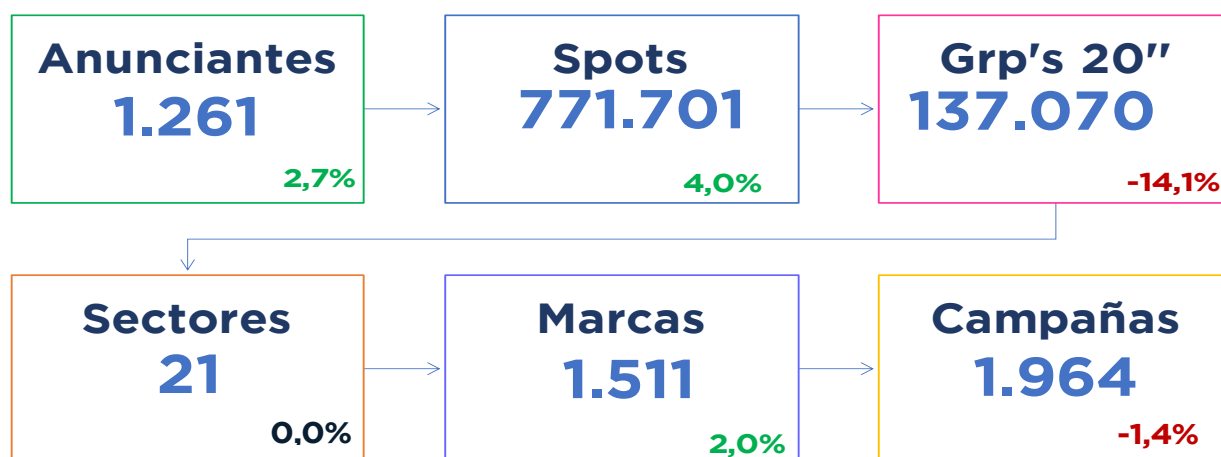
- ▶ Mediaset (25,3%), con siete cadenas en emisión, es el segundo grupo del ránking.
- ▶ Grupo Rtve (14,8%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,5%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,3%) con tres cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	27,2%	40,2 mill.	87,0%
	MEDIASET	25,3%	40,2 mill.	86,9%
	GRUPO RTVE	14,8%	39,9 mill.	86,3%
	FORTA	8,7%	29,6 mill.	64,1%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,5%	24,7 mill.	53,4%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,3%	24,2 mill.	52,3%

MEDIASET: T5, CUATRO, FDF-T5, DIVINITY, ENERGY, BOING, BEMADtv / ATRESMEDIA: A3, LA SEXTA, NEOX, NOVA, MEGA, ATRESERIES. / RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDEPORTE, 24H. / SQUIRREL MEDIA: PARAMOUNT CHANNEL, DISNEY CHANNEL Y BOM Cine. / UNIDAD EDITORIAL: DISCOVERY MAX y GOL. / FORTA: TV Autonómicas incluidas en la Federación

# ACTIVIDAD PUBLICITARIA

**Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -14,1% y el número de campañas activas en un -1,4%.**



\*Diferencias ene-23 vs. ene-22

El spot más visto corresponde a la campaña “GALERIA DEL COLECCIONISTA/ELITE SILVER/COLCHON” en A3, con 18 Grp's 20” (‘MULTICINE 2’, 22 enero).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- ▶ **CAMPAÑA:** “SECURITAS DIRECT/ALARMAS” con 1.997 Grp's 20”.
- ▶ **ANUNCIANTE:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA con 4.138 Grp's 20”.
- ▶ **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 4.138 Grp's 20”.
- ▶ **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 18% de la presión publicitaria.

# ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

## Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	18
2	REMESCAR/BOLSAS Y OJERAS	17
3	GALERIA DEL COLECCIONISTA	16
4	CUIDEO/CUIDADO DE ANCIAN	16
5	CUIDEO/CUIDADO DE ANCIAN	16

Total

772  
Mil.

## Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.138
2	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	3.670
3	L'OREAL ESPAÑA	3.287
4	ANTONIO PUIG,S.A.	3.160
5	DANONE,S.A.	3.144

Total

1.261

## Top 5 Campañas (Grp's 20'')



1	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.997
2	LINEA DIRECTA ASEGURADOR	1.672
3	ALDI/SUPERMERCADO	1.285
4	MUTUA MADRILEÑA/GAMA DE	1.260
5	JAZZTEL/FIBRA OPTICA	1.229

Total

1.964

## Top 5 Marcas (Grp's 20'')



1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.138
2	DANONE	2.789
3	LINEA DIRECTA ASEGURADOR	2.522
4	SECURITAS DIRECT	2.044
5	PACO RABANNE	1.684

Total

1.511

## Top 5 Sectores (%Grp's 20'')



1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	18%
2	BELLEZA E HIGIENE	13%
3	ALIMENTACION	11%
4	CULTURA, ENSEÑANZA Y MED	9%
5	SALUD	8%

Total

21

# FICHA TÉCNICA

- **Fuente de los datos: Kantar.**
- El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable “invitados” que comenzó a medir Kantar en marzo de 2017.
- En los resultados de consumo televisivo se tiene en cuenta tanto el visionado en lineal como el diferido (audiencia durante los siete días siguientes a la emisión en lineal, que comenzó a medirse en 2015).
- Se incluye la audiencia de las 2ª residencias desde enero 2020. Desde el informe de enero 2023 **también se incluyen las segundas residencias totales para el dato de cadenas Autonómicas, que hasta entonces era en ámbito propio.**
- Parámetros extracción de datos: Ind.4+ (inv) | Lineal | TSD | España (+2r Total).
- Fecha: enero-2023

# CONTÁCTENOS

## BARLOVENTO COMUNICACIÓN

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

📞 91.446.17.57

🔔 Sigua a @BLVCOM en RRSS