

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

mayo 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

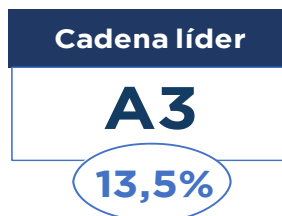
may-23

Cadena líder



Ránking regiones por tiempo diario de consumo TV

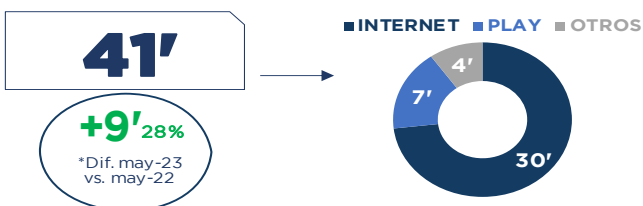
AST	211'
CLM	205'
AND	200'
VAL	197'
ARA	196'
P.VAS	195'
CYL	186'
MUR	184'
GAL	184'
CAN	184'
RES	183'
MAD	179'
BAL	176'
CAT	167'



## RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	*Dif. may-23 vs. may-22	Espectadores Únicos
A3	13,5%	-0,1	34,9 mill.
T5	11,5%	-1,6	31,9 mill.
La1	9,9%	+0,4	35,5 mill. ★
AUT	8,7%	+0,5	29,5 mill.
LA SEXTA	6,2%	+0,2	31,9 mill.
CUATRO	4,7%	-0,2	32,4 mill.
ENERGY	3,1%	+0,6	15,3 mill.
La2	2,8%	-0,2	27,8 mill.
FDF	2,6%	0,0	20,1 mill.
DIVINITY	2,2%	+0,1	14,3 mill.
NOVA	2,1%	-0,2	11,8 mill.
TRECE	2,0%	-0,1	15,1 mill.
NEOX	1,9%	+0,2	19,7 mill.
DMAX	1,5%	-0,1	17,5 mill.
MEGA	1,5%	0,0	16,3 mill.
BEMADtv	1,4%	+0,9	14,6 mill.
ATRESERIES	1,4%	-0,3	12,9 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,5	16,9 mill.
DKISS	1,1%	-0,1	12,5 mill.
GOL PLAY	1,0%	-0,2	14,9 mill.
24H	1,0%	0,0	16,1 mill.
CLAN	0,9%	0,0	12,9 mill.
BOING	0,8%	0,0	12,0 mill.
TEN	0,8%	0,0	9,2 mill.
TELEDEPORTE	0,7%	-0,1	14,1 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,2	10,2 mill.
REAL MADRID HD	0,5%	-0,1	10,8 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	7,5 mill.
AUT PRIV	0,4%	0,0	8,4 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

**43,8** Millones

Cobertura

**94,7** %

PROMEDIO DIARIO

**29,4** Millones

Cobertura

**63,7** %

Temáticas Pago -> 10,5% (+1)

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

## EMISIÓN MÁS VISTA

**La1**  
FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-OSASUNA  
**5,3 millones y 39,5%**

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

**6,0 millones**

FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-OSASUNA  
La1, 06-may, 23:53h

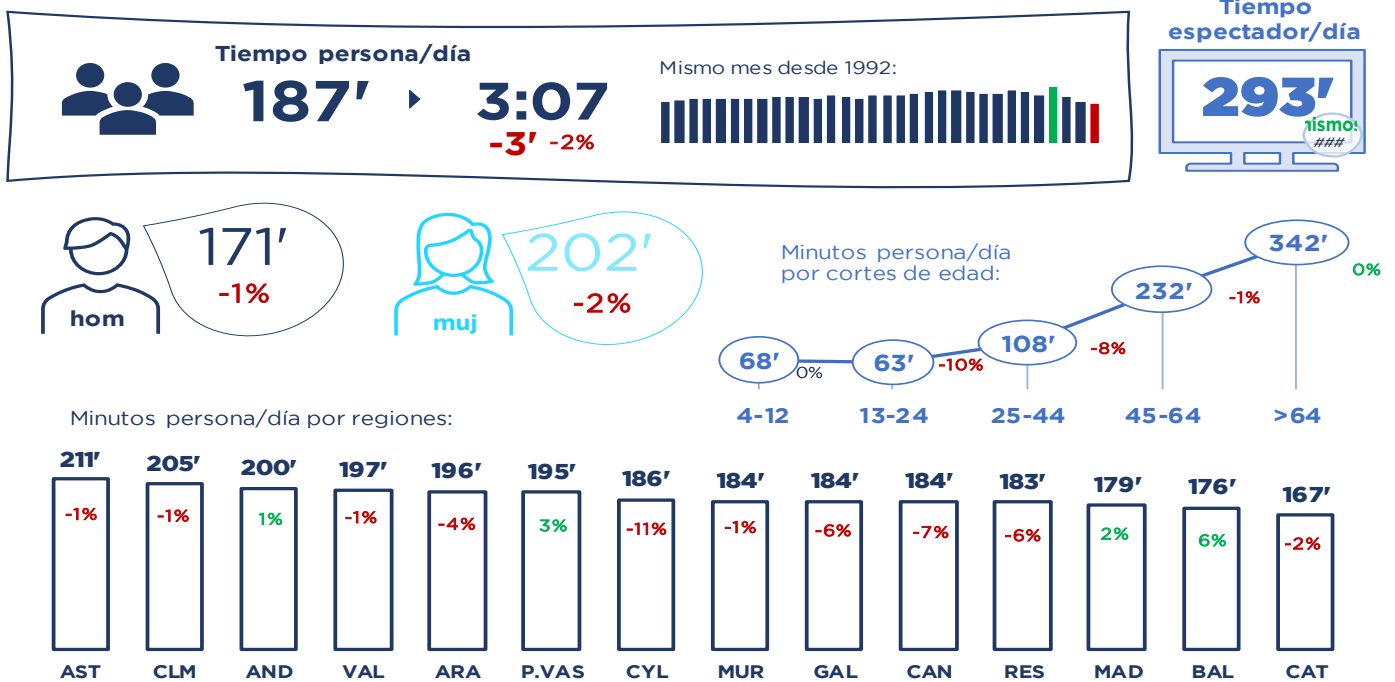
# CONSUMO TV

**Mes de mayo de menor consumo de la historia con 187 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 07 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone un **descenso de -3' minutos (-2%)** con respecto al mes de mayo 2022.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión son las mujeres (202') y los mayores de 64 años (342') y, por regiones, Asturias (211'), Castilla La Mancha (205') y Andalucía (200').

Asimismo, el **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de 293 minutos (mismos minutos que en mayo del año pasado).



\*Diferencias may-23 vs. may-22

# OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los "Otros Usos del Televisor" es de 41 minutos por persona al día, 9 minutos más que en mayo 2022.

**41** MINUTOS PERSONA/DÍA  
+9' 28%

\*Diferencias may-23 vs. may-22

**32,1** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES

**11,9** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS



Streaming y consumo de video cuyo origen es Internet, ejemplo YouTube.



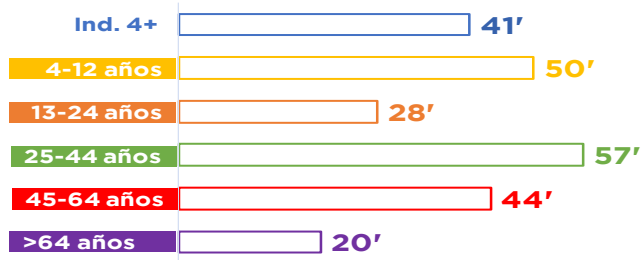
Reproducción de contenidos grabados (y no emitidos los 7 días previos).



Videjuego y Radio TDT.

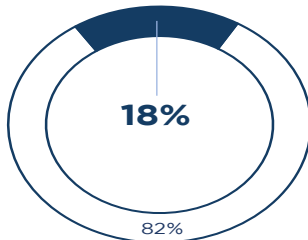
Los grupos de edad que más tiempo dedican a los "Otros Usos del Televisor" son **los individuos de 25 a 44 años (57')** y los **niños de 4 a 12 años (50')**.

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 **2.391.000** espectadores.

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

**3:47** +5' 2%

\*Dif. may-23 vs. may-

# RÁNKING CADENAS ABIERTO

**Antena 3 (13,5%) líder durante 19 meses consecutivos.**

**Los espectadores únicos del total de las cadenas en Abierto son 43,5 millones, el 94% de cobertura.**

- ▶ T5 (11,5%) ocupa la segunda posición en el ránking de cadenas, con su mejor resultado de los últimos seis meses y el mes de mayo más bajo de su historia.
- ▶ En tercera posición se sitúa La1 (9,9%), con su mejor mayo de los últimos cinco años.
- ▶ En cuarto lugar, AUT (8,7%), con su mejor mayo de los últimos diez años.
- ▶ Seguida de LA SEXTA (6,2%), CUATRO (4,7%), ENERGY (3,1%), La2 (2,8%), FDF (2,6%) y DIVINITY (2,2%), entre las diez primeras.
- ▶ Nuevo máximo mensual de BemadTv.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,5%)** firman su mejor mayo de la historia y se analizan en un epígrafe independiente.

# RÁNKING

## CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. may-23 vs. may-	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,5%	-0,1	34,9 mill.	75,5%
2	T5	11,5%	-1,6	31,9 mill.	69,1%
3	La1	9,9%	+0,4	★ 35,5 mill.	76,7%
4	AUT	8,7%	+0,5	29,5 mill.	63,7%
5	LA SEXTA	6,2%	+0,2	31,9 mill.	69,0%
6	CUATRO	4,7%	-0,2	32,4 mill.	70,1%
7	ENERGY	3,1%	+0,6	15,3 mill.	33,0%
8	La2	2,8%	-0,2	27,8 mill.	60,2%
9	FDF	2,6%	0,0	20,1 mill.	43,4%
10	DIVINITY	2,2%	+0,1	14,3 mill.	31,0%
11	NOVA	2,1%	-0,2	11,8 mill.	25,6%
12	TRECE	2,0%	-0,1	15,1 mill.	32,6%
13	NEOX	1,9%	+0,2	19,7 mill.	42,7%
14	DMAX	1,5%	-0,1	17,5 mill.	37,9%
15	MEGA	1,5%	0,0	16,3 mill.	35,2%
16	BEMADtv	1,4%	+0,9	14,6 mill.	31,6%
17	ATRESERIES	1,4%	-0,3	12,9 mill.	27,9%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,5	16,9 mill.	36,5%
19	DKISS	1,1%	-0,1	12,5 mill.	27,0%
20	GOL PLAY	1,0%	-0,2	14,9 mill.	32,2%
21	24H	1,0%	0,0	16,1 mill.	34,8%
22	CLAN	0,9%	0,0	12,9 mill.	28,0%
23	BOING	0,8%	0,0	12,0 mill.	25,9%
24	TEN	0,8%	0,0	9,2 mill.	19,8%
25	TELEDEPORTE	0,7%	-0,1	14,1 mill.	30,5%
26	DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,2	10,2 mill.	22,1%
27	REAL MADRID HD	0,5%	-0,1	10,8 mill.	23,3%
28	BOM Cine	0,4%	0,0	7,5 mill.	16,1%
29	AUT PRIV	0,4%	0,0	8,4 mill.	18,1%
30	VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,4 mill.	3,0%

# LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

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

Por regiones Antena 3 es la cadena líder en Andalucía, Aragón, Baleares, C. Valenciana, Castilla La Mancha, Castilla León, Galicia, Madrid, Murcia. Por su parte, Telecinco lidera en País Vasco, Asturias y Canarias. La1 en Resto y TV3 es la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, Antena 3 lidera la sobremesa, la tarde, el “prime-time”, mientras que Telecinco es la cadena más vista en la mañana y “late-night” 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	T5	La1
T.COMERCIAL	T5	A3	La1
ANDALUCÍA	A3	T5	C.SUR
CATALUÑA	TV3	A3	La1
PAÍS VASCO	T5	A3	La1
GALICIA	A3	T5	TVG
MADRID	A3	T5	La1
C. VALENCIANA	A3	La1	T5
CASTILLA LA MANCHA	A3	T5	La1
CANARIAS	T5	A3	La1
ARAGÓN	A3	ARAGON TV	La1
ASTURIAS	T5	A3	La1
BALEARES	A3	T5	La1
MURCIA	A3	La1	T5
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	T5	ENERGY

## CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
A3	A3	A3	A3	A3	La1	T5

## CADENA LÍDER DÍA A DÍA





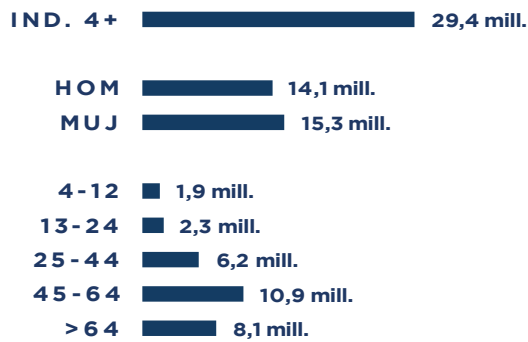
# ESPECTADORES ÚNICOS

**29,4 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 63,7% de la población.**

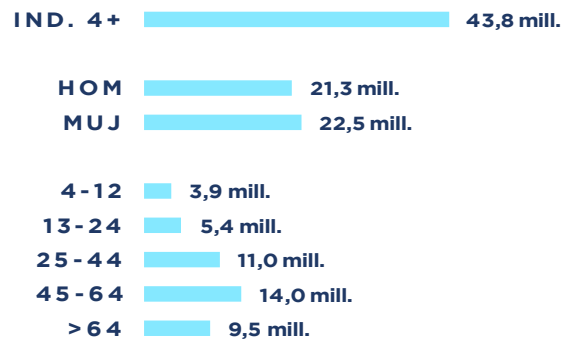
Los **ESPECTADORES ÚNICOS** acumulados en el mes alcanzan la cifra de **43,8 millones, que representa el 94,7%** de la población, que sí contacta con el medio televisivo en mayo 2023.

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

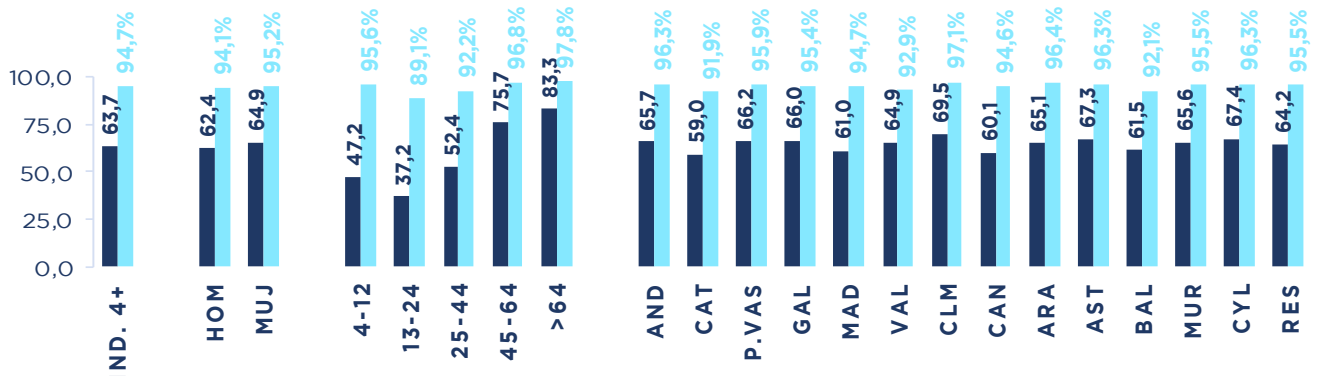
## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



## COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES



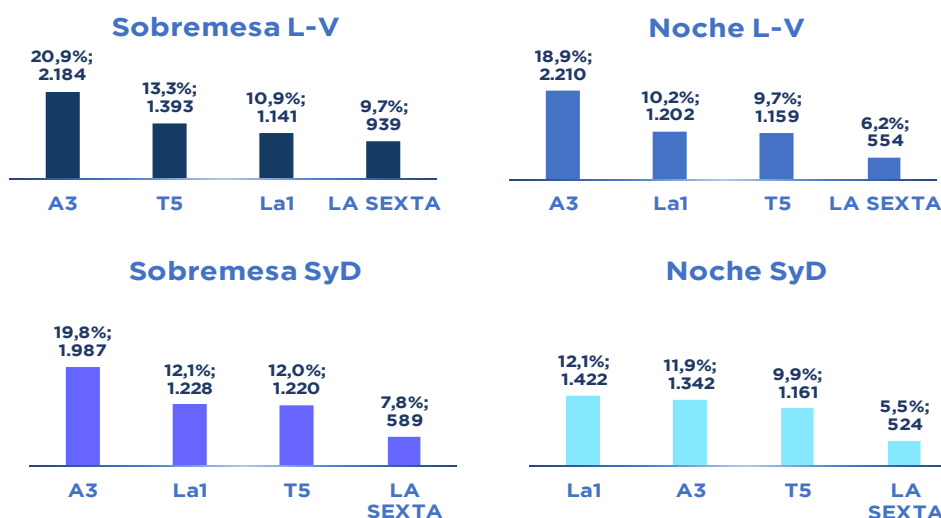
# INFORMATIVOS DIARIOS

**Los informativos de Antena3 (2.060.000 de audiencia media y 18,9% de cuota) son los más vistos desde hace 41 meses consecutivos,** en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de Telecinco (1.259.000 de audiencia media y 11,3% de cuota) son la segunda opción más vista y los de La1 (1.203.000 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	61	2.060	18,9%	24,5 Mill.	53%
	T5	62	1.259	11,3%	19,5 Mill.	42%
	La1	62	1.203	10,9%	24,6 Mill.	53%
	LA SEXTA	61	676	7,5%	17,8 Mill.	39%
Lunes a Viernes	A3	46	2.196	19,9%	21,3 Mill.	46%
	T5	46	1.286	11,5%	16,4 Mill.	36%
	La1	46	1.171	10,5%	19,9 Mill.	43%
	LA SEXTA	46	722	7,8%	14,4 Mill.	31%
Sábado y Domingo	A3	15	1.682	15,8%	15,5 Mill.	33%
	La1	16	1.303	12,1%	17,5 Mill.	38%
	T5	16	1.189	10,8%	12,0 Mill.	26%
	LA SEXTA	15	561	6,7%	10,2 Mill.	22%

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



# CADENAS AUTONÓMICAS

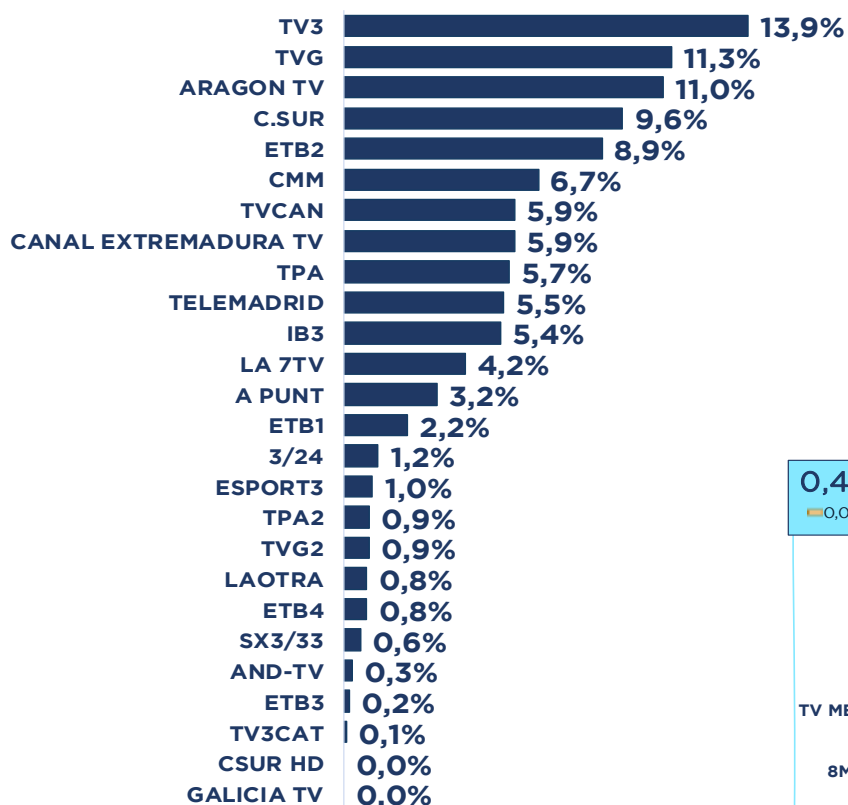
\*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

**El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,7 % de cuota de pantalla, su mejor mes de mayo de los últimos 10 años (2013).**

**El número de espectadores únicos acumulados es de 29,5 millones, el 63,7 % de cobertura.**

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (13,9%), TVG (11,3%), ARAGON TV (11%), C.SUR (9,6%), ETB2 (8,9%), CMM (6,7%), TVCAN (5,9%), CANAL EXTREMADURA TV (5,9%), TPA (5,7%) y TELEMADRID (5,5%), entre las 10 primeras.

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

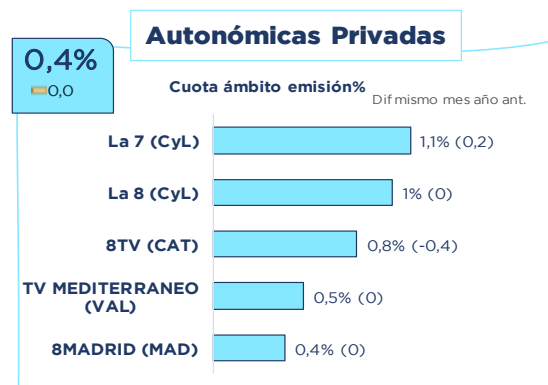


★ C.SUR (Andalucía): Mejor mes de mayo desde 2017.

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

★ TVG (Galicia): Mejor mes de mayo desde 2011.

★ Canal Extremadura TV (EXT): Mejor mes de mayo desde 2020.



# CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

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



# INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	25,2%	→	3.309	44,0%
▶ ARAGON TV	24,6%	→	689	53,8%
▶ ETB2	18,1%	→	993	46,8%
▶ TVG	14,2%	→	1.200	45,6%
▶ IB3	11,1%	→	337	27,8%
▶ C.SUR	10,8%	→	3.262	39,3%
▶ TVCAN	10,3%	→	955	42,9%
▶ TPA	10,0%	→	392	39,9%
▶ CMM	10,0%	→	725	36,3%
▶ TELEMADRID	9,9%	→	2.119	31,9%
▶ LA 7TV	8,8%	→	558	37,6%



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 (10,5%) logran el mejor mes de mayo de su historia.**

**Los espectadores únicos ascienden a 21,6 millones, el 46,6% de cobertura poblacional.**

El ránking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,4%), DAZN LaLiga (0,4%), LALIGATV por M+ (0,3%), FOX (0,3%), AXN (0,2%), CALLE 13 (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), WARNER TV (0,2%), EUROSPORT (0,2%) y COMEDY CENTRAL (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	<b>TEMATICAS PAGO</b>	<b>10,5%</b>	<b>+1,0</b>	<b>21,6 mill.</b>	<b>46,6%</b>
1	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,4%	+0,1	5,3 mill.	11,4%
2	DAZN LaLiga	0,4%	-	5,1 mill.	10,9%
3	LALIGATV por M+	0,3%	-0,1	4,9 mill.	10,6%
4	FOX	0,3%	0,0	5,0 mill.	10,9%
5	AXN	0,2%	-0,1	4,2 mill.	9,0%
6	CALLE 13	0,2%	0,0	3,6 mill.	7,7%
7	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,4 mill.	9,6%
8	WARNER TV	0,2%	0,0	4,4 mill.	9,5%
9	EUROSPORT	0,2%	-0,3	3,2 mill.	6,9%
10	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,1 mill.	9,0%
11	CANAL HISTORIA	0,2%	+0,1	3,3 mill.	7,1%
12	#VAMOS por M+	0,2%	0,0	4,0 mill.	8,6%
13	DAZN F1	0,2%	0,0	2,7 mill.	5,7%
14	SOMOS	0,1%	0,0	2,7 mill.	5,9%
15	#0 por M+	0,1%	0,0	3,3 mill.	7,2%
16	AMC BREAK	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,9%
17	DAZN 1	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,9%
18	TCM	0,1%	0,0	3,8 mill.	8,3%
19	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,3 mill.	5,0%
20	AMC	0,1%	0,0	3,6 mill.	7,9%
21	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,8 mill.	6,1%
22	AXN MOVIES	0,1%	-	2,7 mill.	5,8%
23	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,4%
24	XTRM	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,8%
25	SYFY	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,8%



# GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

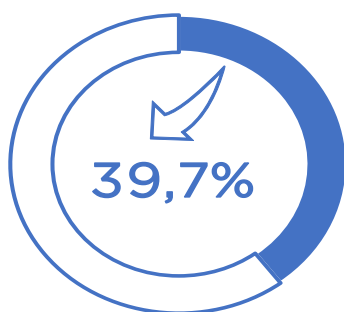
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,5%	10,7 Mill.	23,2%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL IBERIA	1,3%	9,6 Mill.	20,7%
③	DAZN	0,7%	7,0 Mill.	15,1%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,5%	7,1 Mill.	15,3%
⑤	DISCOVERY NETWORKS	0,4%	5,0 Mill.	10,9%
⑥	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,3%	4,9 Mill.	10,7%
⑦	TURNER	0,3%	6,0 Mill.	12,9%
⑧	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,9 Mill.	10,6%
⑨	VIACOM	0,3%	5,4 Mill.	11,8%

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

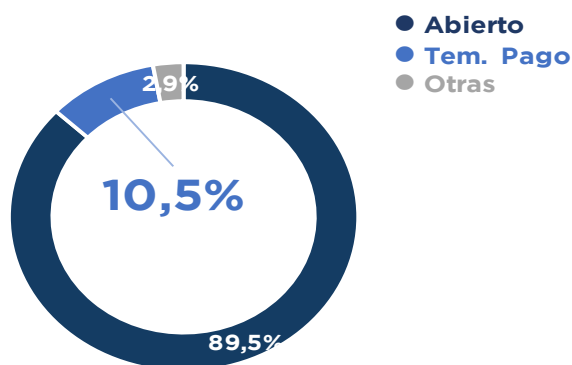
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,8%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **39,7%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **60,3%** 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  
FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-OSASUNA (La1):  
5.326.000 y 39,5%**

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-OSASUNA	La1	06-may-23	39,5%	5.326	9,9 mill.
2	EUROVISION:VOTACIONES	La1	13-may-23	47,6%	5.134	8,6 mill.
3	EUROVISION	La1	13-may-23	39,7%	4.839	12,8 mill.
4	LA GRAN NOCHE DE EUROVISION	La1	13-may-23	39,5%	4.796	12,9 mill.
5	PREVIO FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-OSASUNA	La1	06-may-23	24,8%	2.849	6,0 mill.
6	EL HORMIGUERO / LEO HARLEM	A3	22-may-23	18,8%	2.742	5,6 mill.
7	EL HORMIGUERO / CHANEL	A3	30-may-23	18,4%	2.693	5,8 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	30-may-23	21,3%	2.628	3,8 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	29-may-23	20,8%	2.600	3,8 mill.
10	EL HORMIGUERO / ENRIQUE PONCE Y ANA SORIA	A3	23-may-23	17,4%	2.554	5,5 mill.
11	EL HORMIGUERO / FRANK CUESTA	A3	31-may-23	18,3%	2.551	5,4 mill.
12	EL HORMIGUERO / ONA CARBONELL	A3	29-may-23	17,3%	2.488	5,4 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	11-may-23	20,8%	2.475	3,9 mill.
14	EL HORMIGUERO / ESTHER CAÑADAS	A3	11-may-23	17,5%	2.457	5,2 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	18-may-23	19,9%	2.449	3,9 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	27-may-23	23,2%	2.415	3,6 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	23-may-23	19,0%	2.396	3,9 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	31-may-23	22,6%	2.388	3,6 mill.
19	EL HORMIGUERO / HOMBRES G	A3	25-may-23	17,0%	2.354	5,1 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-may-23	21,4%	2.345	3,5 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	22-may-23	18,5%	2.333	4,1 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	08-may-23	20,5%	2.322	3,7 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	22-may-23	20,0%	2.310	3,6 mill.
24	PASAPALABRA	A3	30-may-23	22,1%	2.300	4,1 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	02-may-23	22,4%	2.292	3,7 mill.



# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS ABIERTO



### CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / ROBIN HOOD(2010) (La1, 07-may-23): 1.515.000 y 12,1%
- 2 MULTICINE / BAJO SU INFLUENCIA (A3, 20-may-23): 1.402.000 y 14%
- 3 MULTICINE / INTOCABLE DE ERIC TOLEDANO Y OLIVIER NAKACHE (A3, 01-may-23): 1.362.000 y 13,4%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 EUROVISION:VOTACIONES (La1, 13-may-23): 5.134.000 y 47,6%
- 2 EUROVISION (La1, 13-may-23): 4.839.000 y 39,7%
- 3 LA GRAN NOCHE DE EUROVISION (La1, 13-may-23): 4.796.000 y 39,5%



### SERIES

- 1 4 ESTRELLAS (La1, 08-may-23): 1.446.000 y 10,2%
- 2 HERMANOS (A3, 30-may-23): 1.379.000 y 13,2%
- 3 4 ESTRELLAS (La1, 29-may-23): 1.353.000 y 9,3%



### INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 30-may-23): 2.628.000 y 21,3%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 29-may-23): 2.600.000 y 20,8%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 11-may-23): 2.475.000 y 20,8%



### CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SOPA RAPIDA DE FIDEOS Y GAMBAS (A3, 22-may-23): 1.216.000 y 20,8%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SALMONETES CON ESPARRAGOS FRESCOS (A3, 12-may-23): 1.058.000 y 19,4%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / VIEIRAS GRATINADAS (A3, 08-may-23): 1.046.000 y 20,6%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-OSASUNA (La1, 06-may-23): 5.326.000 y 39,5%
- 2 PREVIO FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-OSASUNA (La1, 06-may-23): 2.849.000 y 24,8%
- 3 TENIS:MASTERS 1000 / C.ALCARAZ-J.L.STRUFF:MADRID (La1, 07-may-23): 2.260.000 y 22%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 06-may-23): 266.000 y 2,5%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 01-may-23): 265.000 y 2,9%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 03-may-23): 254.000 y 2,5%

# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS TEMÁTICAS PAGO



### CINE

- 1 CINE / EL RETORNO DEL JEDI (FOX, 01-may-23): 107.000 y 1%
- 2 CINE / EL IMPERIO CONTRAATAACA (FOX, 01-may-23): 107.000 y 1,2%
- 3 CINE / STAR WARS EPISODIO IV:UNA NUEVA ESPERANZA (FOX, 01-may-23): 102.000 y 1%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 SHOWRIANO (#0 por M+, 24-may-23): 50.000 y 0,4%
- 2 ILUSTRES IGNORANTES (#0 por M+, 07-may-23): 49.000 y 0,4%
- 3 LA RESISTENCIA (#0 por M+, 03-may-23): 48.000 y 0,6%



### SERIES

- 1 FBI (WARNER TV, 25-may-23): 97.000 y 0,7%
- 2 FBI INTERNACIONAL (WARNER TV, 30-may-23): 76.000 y 0,5%
- 3 CHICAGO P.D. / EL PUNTO MUERTO (CALLE 13, 03-may-23): 71.000 y 0,5%



### INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.FRANCIA (DAZN 1, 14-may-23): 43.000 y 0,4%
- 2 FUGITIVOS:LA PACIENCIA DEL CAZADOR (SUPERAGENTES por M+, 03-may-23): 7.000 y 0,1%
- 3 INFORME LOBATON / UNA HERIDA ABIERTA:CASTERINA CASTILLO (AMC CRIME, 02-may-23): 7.000 y 1%



### CULTURALES

- 1 ALIENIGENAS / PUNTOS CALIENTES (CANAL HISTORIA, 27-may-23): 72.000 y 0,7%
- 2 ALIENIGENAS / IMPACTOS COSMICOS (CANAL HISTORIA, 27-may-23): 66.000 y 1%
- 3 ALIENIGENAS / EL FENOMENO ALIEN (CANAL HISTORIA, 27-may-23): 59.000 y 1,7%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / MANCHESTER CITY-R.MADRID (LIGA DE CAMPEONES por M+, 17-may-23): 1.815.000 y 13,4%
- 2 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-MANCHESTER CITY (LIGA DE CAMPEONES por M+, 09-may-23): 1.769.000 y 12,9%
- 3 PENALTIS FUTBOL:EUROPA LEAGUE / SEVILLA-ROMA (LIGA DE CAMPEONES por M+, 31-may-23): 1.052.000 y 10,2%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 01-may-23): 60.000 y 0,7%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 01-may-23): 59.000 y 0,8%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 02-may-23): 53.000 y 0,5%



# LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

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

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



### C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 17-may-23): 367.000 y 13%
- 2 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 22-may-23): 366.000 y 12,8%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 01-may-23): 357.000 y 13,8%



### ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 29-may-23): 116.000 y 42,5%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 23-may-23): 112.000 y 37,9%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 31-may-23): 112.000 y 42,2%



### TPA (Asturias)

- 1 ELECCIONES 28M (TPA, 28-may-23): 63.000 y 18,3%
- 2 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 28-may-23): 59.000 y 21,8%
- 3 EL PICU (TPA, 08-may-23): 46.000 y 13,3%



### IB3 (Balears)

- 1 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 28-may-23): 51.000 y 20,9%
- 2 28M ELECCIONS 2023 (IB3, 28-may-23): 47.000 y 16,4%
- 3 PENALS FUTBOL SALA:LIGA DE CAMPIONS / PALMA FUTSAL-SPORTING CP (IB3, 07-may-23): 47.000 y 14,3%



### TVCAN (Canarias)

- 1 28 MAYO:ESPECIAL ELECCIONES (TVCAN, 28-may-23): 118.000 y 20,6%
- 2 TELENOTICIAS (TVCAN, 29-may-23): 93.000 y 21,9%
- 3 DEPORTES (TVCAN, 27-may-23): 82.000 y 16,6%



### CMM (Castilla La Mancha)

- 1 CASTILLA-LA MANCHA VOTA 28M (CMM, 28-may-23): 87.000 y 15,2%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 16-may-23): 76.000 y 17,3%
- 3 TIEMPO 1 (CMM, 25-may-23): 68.000 y 11,9%



### TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 15-may-23): 606.000 y 27,7%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 08-may-23): 596.000 y 29%
- 3 E23:ELS RESULTATS:ELECCIONS MUNICIPALS (TV3, 28-may-23): 576.000 y 25,6%



### TVG (Galicia)

- 1 ELECCIONS 28M (TVG, 28-may-23): 194.000 y 26%
- 2 DEPORTES (TVG, 08-may-23): 162.000 y 24,2%
- 3 TELEXORNAL 1 (TVG, 08-may-23): 153.000 y 24,4%



### TELEMADRID (Madrid)

- 1 28M:MADRID DECIDE (TELEMADRID, 28-may-23): 183.000 y 10,3%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 22-may-23): 168.000 y 14,5%
- 3 28M:EL DEBATE (TELEMADRID, 16-may-23): 164.000 y 9,7%



### LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 23-may-23): 67.000 y 19,9%
- 2 28M ELECCIONES AUTONOMICAS Y MUNICIPALES:ESPECIAL ELECCIONES (LA 7TV, 28-may-23): 53.000 y 13,6%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 24-may-23): 50.000 y 15%



### ETB2 (País Vasco)

- 1 28M ELECCIONES (ETB2, 28-may-23): 190.000 y 27,5%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 16-may-23): 147.000 y 22,4%
- 3 TELEBERRI 1 (ETB2, 14-may-23): 131.000 y 24,5%



### A PUNT (Valencia)

- 1 E23:28M,EL RESULTAT (A PUNT, 28-may-23): 218.000 y 11,8%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 23-may-23): 169.000 y 14,1%
- 3 ESPORTS 1 (A PUNT, 23-may-23): 136.000 y 10,5%









**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

**Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking de grupos editoriales con el 26,5% de cuota.**

- ▶ Mediaset (26,2%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ Grupo Rtve (15,2%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,5%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,4%) con tres cadenas.

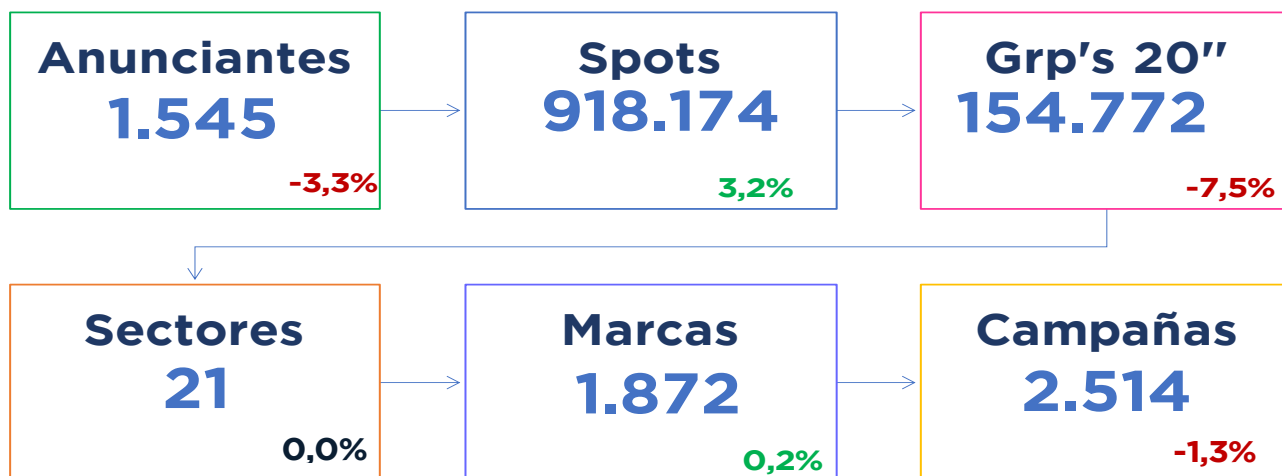
	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	26,5%	39,4 mill.	85,2%
	MEDIASET	26,2%	39,3 mill.	85,1%
	GRUPO RTVE	15,2%	39,0 mill.	84,3%
	FORTA	8,5%	28,7 mill.	62,1%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,5%	23,3 mill.	50,5%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,4%	23,2 mill.	50,1%

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 **-7,5%** y el número de campañas activas un **-1,3%**.



\*Diferencias may-23 vs. may-22

El spot más visto corresponde a la campaña "BANKINTER/BANCO" en A3, con 46 Grp's 20" ('ANTENA 3 NOTICIAS 2', 11 mayo).

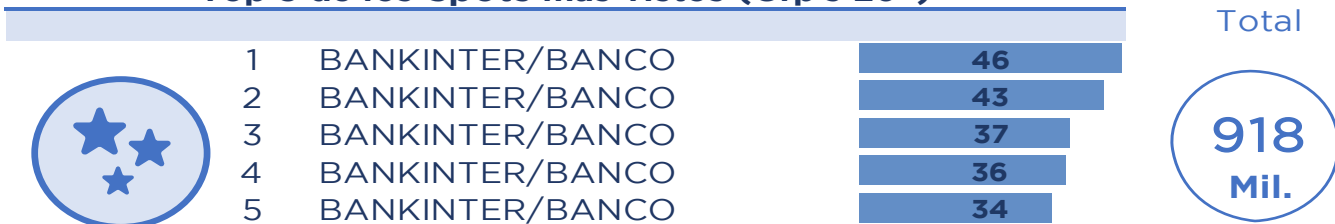
Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** "SECURITAS DIRECT/ALARMAS" con 1.764 Grp's 20".
- **ANUNCIANTE:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 4.633 Grp's 20".
- **MARCA:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 4.633 Grp's 20".
- **SECTOR:** "DISTRIBUCION Y RESTAURACION" con el 16% de la presión publicitaria.

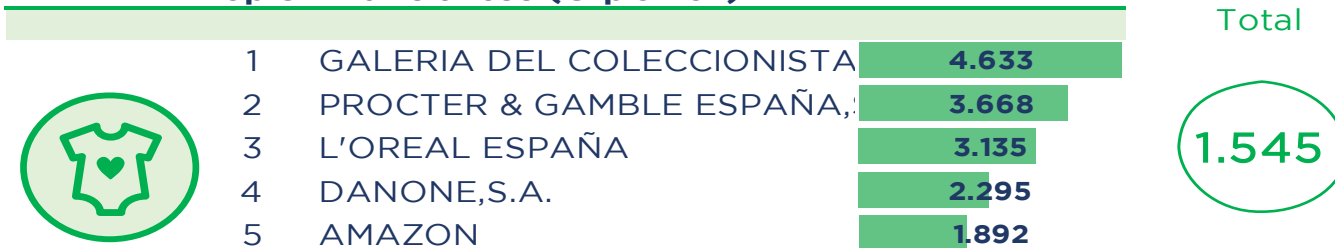
# ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

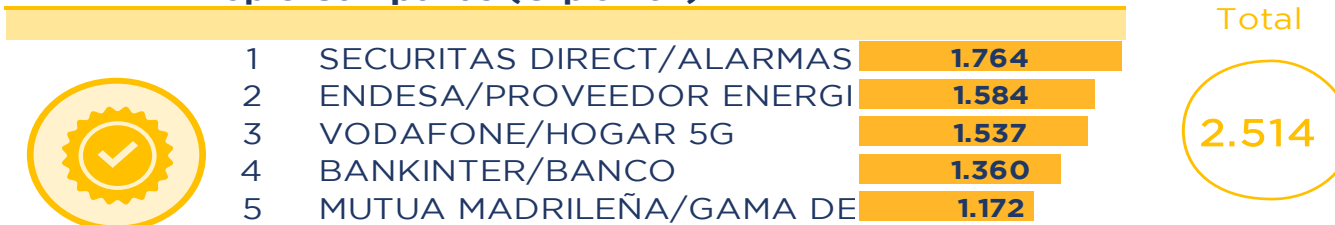
## Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



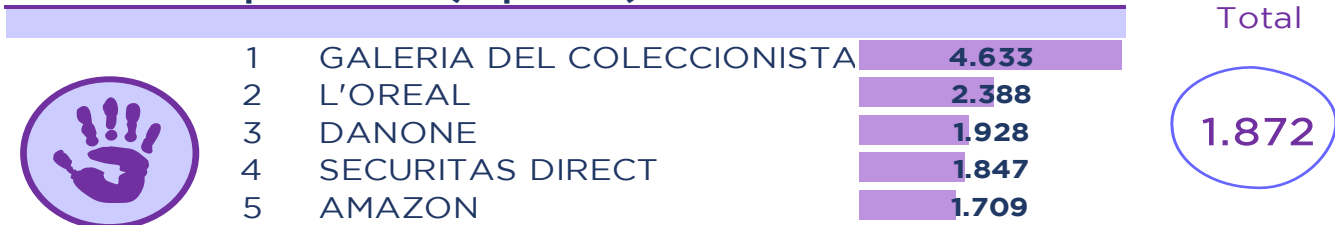
## Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



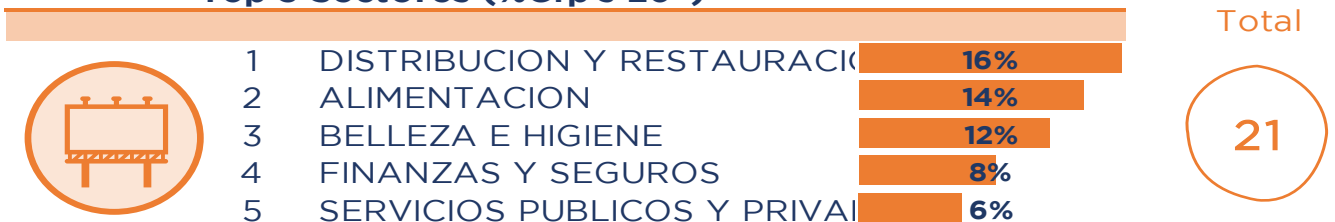
## Top 5 Campañas (Grp's 20'')



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



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



# 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 mayo 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: mayo-2023

# CONTÁCTENOS

## BARLOVENTO COMUNICACIÓN

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

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS