

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

agosto 2023



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

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

Visión Global

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

41,9 Millones

Cobertura mes

90,6 %

PROMEDIO DIARIO

24,6 Millones

Cobertura día

53,2 %

ago-23



Cadena líder

A3

11,9%

CONSUMO TELEVISIÓN

299'
espectador/día

+5' 2%

*Dif. ago-23 vs. ago-22

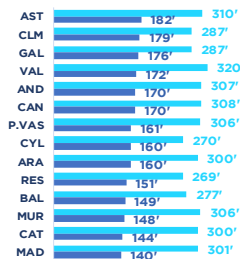
159'
persona/día

+4' 3%

*Dif. ago-23 vs. ago-22

Consumo TV por Regiones

■ Min espectador/día ■ Min persona/día



TIEMPO TOTAL USO TELEVISOR

(televisión tradicional+otros usos):

3:21

persona/día

+13' 7%

*Dif. ago-23 vs. ago-22

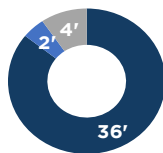
OTROS USOS TELEVISOR

41'
persona/día

+8' 24%

*Dif. ago-23 vs. ago-22

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



EMISIÓN MÁS VISTA

La1

POST FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL

6,2 millones y 59,6%

RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	Dif. ago-23 vs. ago-22	Espectadores Únicos
A3	11,9%	-1,5	32,2 mill.
La1	10,2%	+2,1	33,7 mill.
T5	9,0%	-2,0	29,7 mill.
AUT	8,3%	-0,3	27,3 mill.
LA SEXTA	5,8%	+0,6	29,7 mill.
CUATRO	5,3%	+0,4	30,3 mill.
La2	3,2%	-0,2	26,3 mill.
ENERGY	3,1%	+0,2	14,5 mill.
FDF	2,7%	0,0	19,0 mill.
DIVINITY	2,2%	-0,4	13,9 mill.
NOVA	2,2%	-0,1	11,7 mill.
NEOX	2,1%	+0,1	18,6 mill.
TRECE	2,1%	-0,2	14,5 mill.
ATRESERIES	2,0%	0,0	13,5 mill.
DMAX	1,8%	+0,1	17,0 mill.
MEGA	1,7%	+0,2	16,2 mill.
BEMADtv	1,6%	+0,8	14,7 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	-0,1	16,3 mill.
DKISS	1,3%	-0,1	11,9 mill.
GOL PLAY	1,2%	0,0	13,5 mill.
TELEDEPORTE	1,2%	+0,1	14,9 mill.
24H	1,2%	+0,3	16,5 mill.
TEN	1,0%	0,0	9,0 mill.
CLAN	1,0%	+0,1	12,5 mill.
BOING	0,9%	0,0	11,3 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	0,0	9,6 mill.
REAL MADRID HD	0,5%	-0,1	9,9 mill.
AUT PRIV	0,3%	0,0	7,1 mill.
BOM Cine	0,3%	-0,1	5,5 mill.
VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,7 mill.

Temáticas Pago -> 10,4% (+0,4)

*Dif. ago-23 vs. ago-22

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

7,4 millones

POST FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL

La1, 20-ago, 14:02h



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

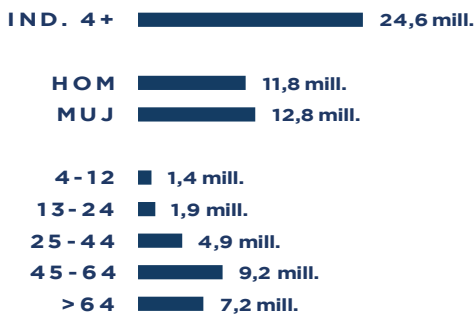
ESPECTADORES ÚNICOS

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de 41,9 millones, que representa el 90,6% de la población, que sí contacta con el medio televisivo en agosto 2023.

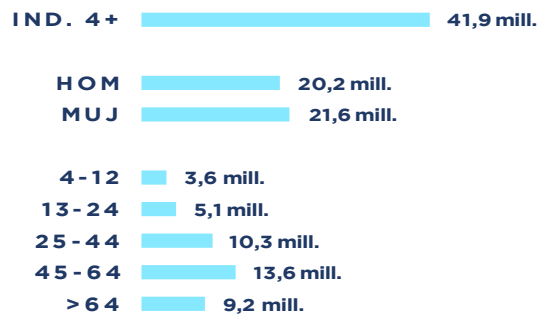
24,6 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 53,2% de la población.

Por el contrario, hay 4,4 millones de “telefónicos”, el 9% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

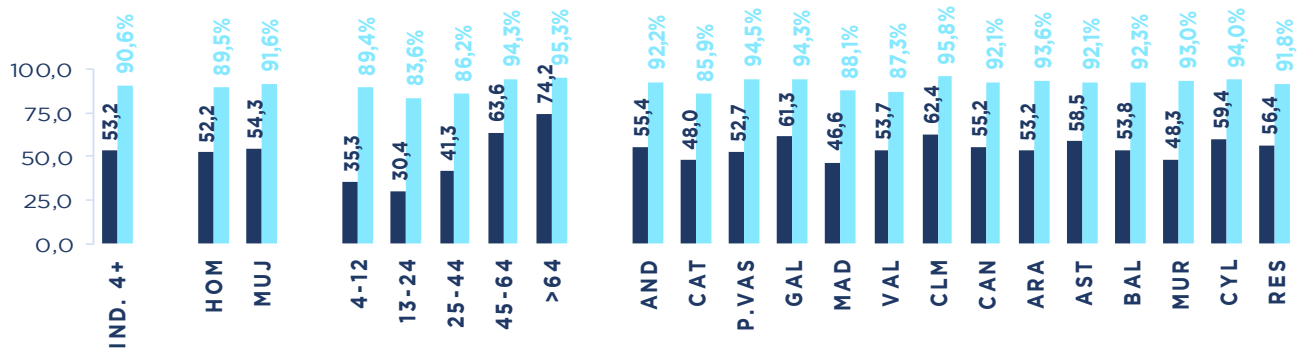
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES



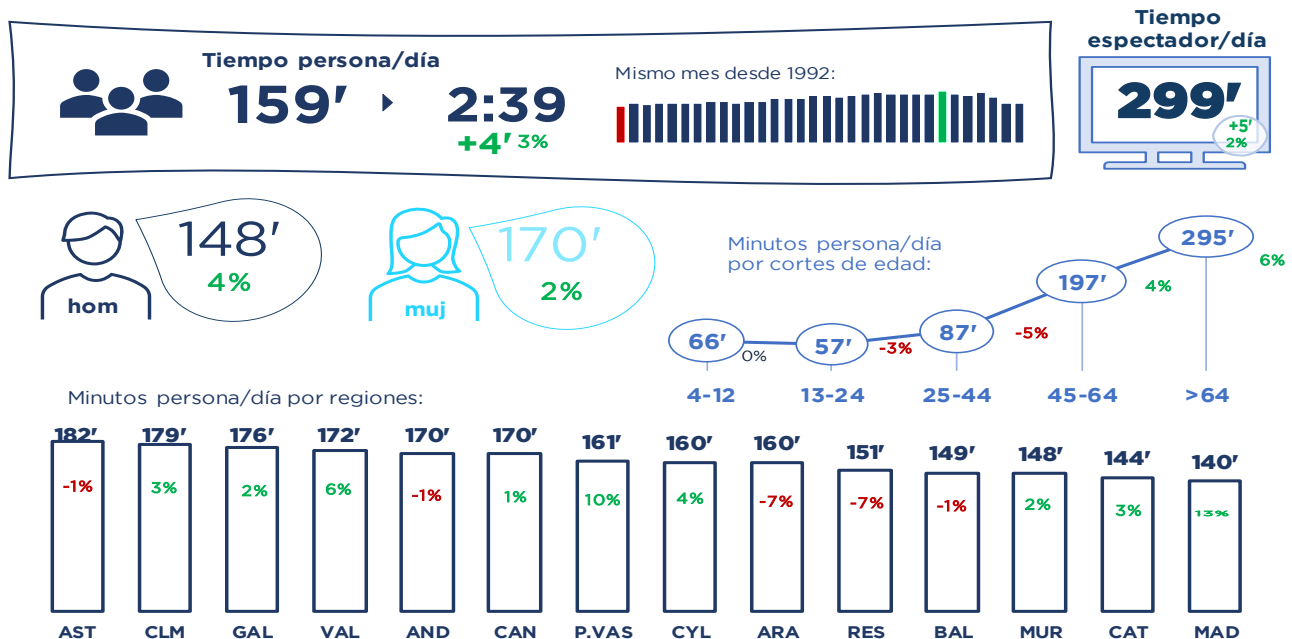
CONSUMO TV

Crece el consumo tradicional en 4' (+3 %) respecto al año pasado. No había tenido lugar un incremento interanual desde febrero 2021 (abril 2018, si se elimina el 'efecto de la Pandemia de Covid')

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **299 minutos** (+5' que el mes de agosto del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,2 millones) ha dedicado un promedio de **2 horas y 39 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone **+4' (3%)** con respecto al mes de agosto 2022.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (170') y los mayores de 64 años (295') y, por regiones, Asturias (182'), Castilla La Mancha (179') y Galicia (176').



*Diferencias ago-23 vs. ago-22

TOTAL USO TELEVISOR

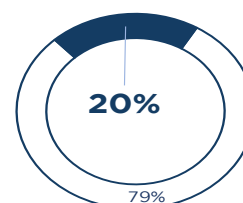
El tiempo total de uso del televisor (tradicional + otros usos) es de 3:21 por persona al día.

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. ago-23 vs. ago-22
Total Individuos 4+	3:21	+13' 7%
Hombres	3:11	+13' 7%
Mujeres	3:30	+13' 7%
4-12	2:02	+9' 8%
13-24	1:31	+7' 8%
25-44	2:20	+3' 2%
45-64	4:03	+19' 8%
>64	5:13	+21' 7%
Andalucía	3:33	+8' 4%
Cataluña	3:12	+12' 7%
País Vasco	3:15	+24' 14%
Galicia	3:21	+10' 5%
Madrid	3:09	+25' 15%
C. Valenciana	3:34	+15' 8%
Castilla La Mancha	3:44	+20' 10%
Canarias	3:34	+12' 6%
Aragón	3:22	+1' 0%
Asturias	3:27	+8' 4%
Baleares	3:09	+11' 6%
Murcia	3:13	+8' 4%
Castilla León	3:06	+13' 8%
Resto	3:07	+3' 2%

Tiempo total uso televisor

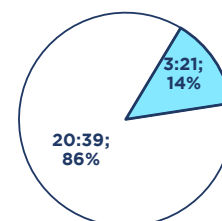
- Ver la televisión tradicional
- Otros usos televisor



En el mes de agosto 2023 el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:21**, que sobre las 24 horas del día, supone el 14% del total.

Tiempo total uso televisor sobre el total del día

- Usando el televisor
- Resto del día



OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de 41 minutos por persona al día, +8’ (24%) que en agosto 2022.

El 20% del total uso del televisor es para “Otros Usos” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Plataformas de streaming y plataformas de vídeo, 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 2.447.000 espectadores.



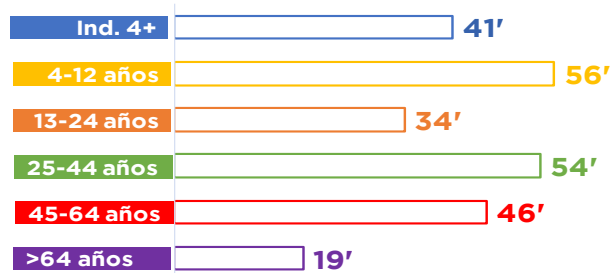
Streaming y consumo de video cuyo origen es Internet, ejemplo YouTube.

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

Videojuego 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 (54’)** y los **niños de 4 a 12 años (56’)**.

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



RÁNKING

CADENAS ABIERTO

Antena 3 (11,9%) líder durante 22 meses consecutivos.

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 41,5 millones, el 90% de cobertura.

- ▶ La1 (10,2%) repite como la segunda cadena más vista, es la cadena que más crece este mes y es su mejor agosto de los últimos seis años. Los partidos del Mundial de Fútbol Femenino aportan 7 décimas de cuota a su resultado mensual.
- ▶ En tercera posición se sitúa T5 (9,0%), con su mínimo histórico mensual.
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (8,3%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (5,8%) firma su mejor agosto de los últimos tres años.
- ▶ Les siguen CUATRO (5,3%), La2 (3,2%), ENERGY (3,1%), FDF (2,7%) y DIVINITY (2,2%), entre las diez primeras.
- ▶ Máximo de Bemadtv.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,4%)** firman su mejor agosto y se analizan en un epígrafe independiente.



RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. ago-23 vs. ago-	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	11,9%	-1,5	32,2 mill.	69,6%
2	La1	10,2%	+2,1	★ 33,7 mill.	73,0%
3	T5	9,0%	-2,0	29,7 mill.	64,3%
4	AUT	8,3%	-0,3	27,3 mill.	59,0%
5	LA SEXTA	5,8%	+0,6	29,7 mill.	64,4%
6	CUATRO	5,3%	+0,4	30,3 mill.	65,6%
7	La2	3,2%	-0,2	26,3 mill.	56,8%
8	ENERGY	3,1%	+0,2	14,5 mill.	31,4%
9	FDF	2,7%	0,0	19,0 mill.	41,2%
10	DIVINITY	2,2%	-0,4	13,9 mill.	30,2%
11	NOVA	2,2%	-0,1	11,7 mill.	25,3%
12	NEOX	2,1%	+0,1	18,6 mill.	40,2%
13	TRECE	2,1%	-0,2	14,5 mill.	31,4%
14	ATRESERIES	2,0%	0,0	13,5 mill.	29,2%
15	DMAX	1,8%	+0,1	17,0 mill.	36,8%
16	MEGA	1,7%	+0,2	16,2 mill.	35,0%
17	BEMADtv	1,6%	+0,8	14,7 mill.	31,7%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	-0,1	16,3 mill.	35,2%
19	DKISS	1,3%	-0,1	11,9 mill.	25,7%
20	GOL PLAY	1,2%	0,0	13,5 mill.	29,1%
21	TELEDEPORTE	1,2%	+0,1	14,9 mill.	32,3%
22	24H	1,2%	+0,3	16,5 mill.	35,7%
23	TEN	1,0%	0,0	9,0 mill.	19,5%
24	CLAN	1,0%	+0,1	12,5 mill.	27,1%
25	BOING	0,9%	0,0	11,3 mill.	24,5%
26	DISNEY CHANNEL	0,7%	0,0	9,6 mill.	20,7%
27	REAL MADRID HD	0,5%	-0,1	9,9 mill.	21,4%
28	AUT PRIV	0,3%	0,0	7,1 mill.	15,3%
29	BOM Cine	0,3%	-0,1	5,5 mill.	11,9%
30	VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,7 mill.	3,7%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en mujeres, en mayores de 45 años y en jóvenes de 13 a 24 años.**
 - ▶ **La1 líder en mujeres.**
- ▶ **Telecinco líder en adultos 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, Castilla La Mancha, Castilla León, Galicia y Resto. Por su parte, Telecinco lidera en Canarias y País Vasco y La1 en Madrid y Murcia, mientras que TV3 se mantiene como la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, Antena 3 lidera la sobremesa, la tarde, el “prime-time”. La1 es la cadena más vista en mañana y “late-night” y Energy en la madrugada.

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

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS

MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
La1	A3	A3
PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
A3	La1	ENERGY

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

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

CADENA LÍDER DÍA A DÍA



INFORMATIVOS

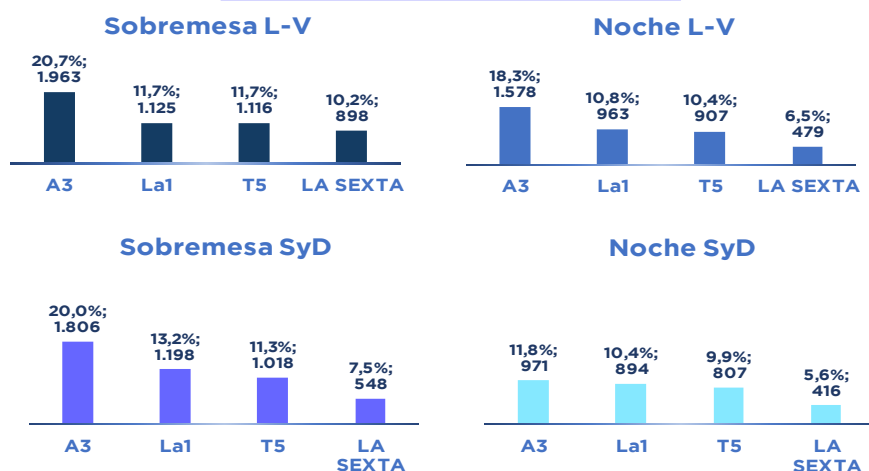
DIARIOS

Los informativos de Antena 3 (1.653.000 de audiencia media y 18,5% de cuota) son los más vistos desde hace 44 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.049.000 de audiencia media y 11,5% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (980.000 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	1.653	18,5%	21,9 Mill.	47%
	La1	62	1.049	11,5%	23,4 Mill.	51%
	T5	62	980	10,9%	17,0 Mill.	37%
	LA SEXTA	62	609	7,8%	16,4 Mill.	36%
Lunes a Viernes	A3	46	1.769	19,5%	19,3 Mill.	42%
	La1	46	1.042	11,3%	19,9 Mill.	43%
	T5	46	1.007	11,1%	14,6 Mill.	32%
	LA SEXTA	46	664	8,3%	13,8 Mill.	30%
Sábado y Domingo	A3	16	1.384	16,0%	13,5 Mill.	29%
	La1	16	1.072	12,1%	15,2 Mill.	33%
	T5	16	915	10,6%	9,5 Mill.	21%
	LA SEXTA	16	485	6,5%	9,2 Mill.	20%

RESULTADOS POR EDICIONES CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)



CADENAS AUTONÓMICAS

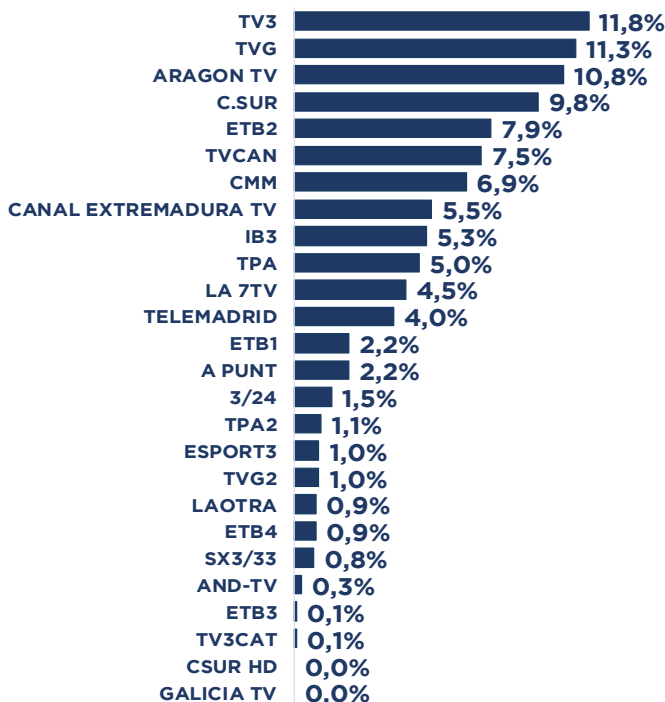
*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,3 % de cuota de pantalla.

El número de espectadores únicos acumulados es de 27,3 millones, el 59 % de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (11,8%), TVG (11,3%), ARAGON TV (10,8%), C.SUR (9,8%), ETB2 (7,9%), TVCAN (7,5%), CMM (6,9%), CANAL EXTREMADURA TV (5,5%), IB3 (5,3%) y TPA (5%), entre las 10 primeras.

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



★ Aragón TV (Aragón): Mejor mes de agosto desde 2014.

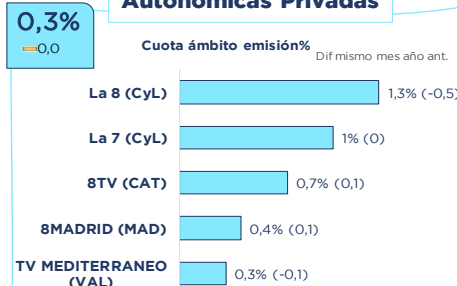
★ TVCAN (Canarias): Mejor mes de agosto desde 2019.

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

★ ETB2 (País Vasco): Mejor mes de agosto desde 2021.

★ La7TV (Murcia): Mejor mes de agosto desde 2021.

Autonómicas Privadas



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	24,1%	→	2.950	39,2%
▶ ARAGON TV	23,4%	→	605	47,3%
▶ ETB2	20,4%	→	895	42,2%
▶ TVCAN	15,4%	→	1.138	51,1%
▶ TVG	14,8%	→	1.184	45,0%
▶ IB3	11,2%	→	333	27,6%
▶ C.SUR	10,8%	→	3.119	37,6%
▶ CMM	10,3%	→	727	36,5%
▶ TPA	9,5%	→	345	35,1%
▶ TELEMADRID	8,2%	→	1.546	23,3%
▶ LA 7TV	8,1%	→	432	29,1%



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 (10,4%)
logran su mejor mes de agosto.
Los espectadores únicos ascienden a 19,5 millones,
el 42,2% de cobertura poblacional.**

El ránking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por FOX (0,3%), CANAL HOLLYWOOD (0,3%), DAZN LaLiga (0,3%), AXN (0,3%), LALIGA TV por M+ (0,3%), WARNER TV (0,3%), CALLE 13 (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%), CANAL HISTORIA (0,2%) y VAMOS por M+ (0,1%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,4%	+0,4	19,5 mill.	42,2%
1	FOX	0,3%	0,0	4,5 mill.	9,8%
2	CANAL HOLLYWOOD	0,3%	+0,1	4,5 mill.	9,7%
3	DAZN LaLiga	0,3%	0,0	3,3 mill.	7,2%
4	AXN	0,3%	0,0	4,1 mill.	8,9%
5	LALIGA TV por M+	0,3%	0,0	3,4 mill.	7,3%
6	WARNER TV	0,3%	0,0	4,2 mill.	9,2%
7	CALLE 13	0,2%	0,0	3,3 mill.	7,1%
8	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,4%
9	CANAL HISTORIA	0,2%	+0,1	2,9 mill.	6,2%
10	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,6%
11	EUROSPORT	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,4%
12	TCM	0,1%	0,0	3,9 mill.	8,4%
13	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,9 mill.	6,2%
14	MOVISTAR PLUS+	0,1%	-	2,9 mill.	6,3%
15	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,7 mill.	5,9%
16	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,7 mill.	5,9%
17	COSMO	0,1%	0,0	3,4 mill.	7,4%
18	DAZN F1	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,8%
19	SYFY	0,1%	0,0	2,9 mill.	6,2%
20	CINE por M+	0,1%	+0,1	2,4 mill.	5,2%
21	XTRM	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,3%
22	DECASA	0,1%	0,0	2,3 mill.	5,0%
23	AMC	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,3%
24	DAZN 1	0,1%	0,0	1,5 mill.	3,2%
25	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,6%



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

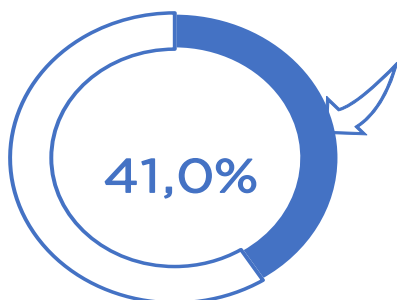
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHERN EUROPE	1,2%	9,1 Mill.	19,7%
②	MOVISTAR	1,1%	8,5 Mill.	18,3%
③	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,5%	6,7 Mill.	14,4%
④	DAZN	0,5%	4,7 Mill.	10,2%
⑤	TURNER	0,4%	5,8 Mill.	12,5%
⑥	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,4%	4,6 Mill.	10,0%
⑦	DISCOVERY NETWORKS	0,3%	4,8 Mill.	10,5%
⑧	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,5 Mill.	9,7%
⑨	VIACOM	0,3%	5,3 Mill.	11,5%

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

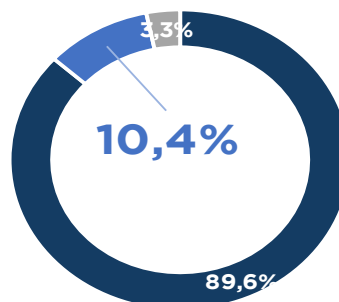
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **27,5%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **41,0%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **59,0%** 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



● Abierto
● Tem. Pago
● Otras



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a **POST FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL (La1): 6.226.000 y 59,6%**

***(sin tener en cuenta las emisiones en simulcast)**

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	POST FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL	La1	20-ago-23	59,6%	6.226	8,7 mill.
2	FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL	La1	20-ago-23	65,7%	5.599	8,9 mill.
3	FIFA WOMEN'S WORLD CUP	La1	20-ago-23	40,8%	4.157	5,5 mill.
4	TELED. FIN SEMANA 1	La1	20-ago-23	26,7%	2.676	5,3 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	10-ago-23	22,7%	2.136	3,3 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	22-ago-23	21,5%	2.089	3,1 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	21-ago-23	21,1%	2.088	3,0 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	24-ago-23	21,4%	2.070	3,0 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	09-ago-23	21,0%	2.052	3,0 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	11-ago-23	21,9%	2.046	3,2 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	28-ago-23	20,2%	2.038	3,0 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	30-ago-23	20,5%	2.032	3,0 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	25-ago-23	21,4%	2.031	2,9 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-ago-23	20,8%	2.023	3,1 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	23-ago-23	21,1%	2.021	3,0 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	01-ago-23	20,2%	1.996	3,0 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	12-ago-23	23,0%	1.996	3,1 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	07-ago-23	20,2%	1.980	3,0 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	14-ago-23	22,2%	1.959	2,9 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	02-ago-23	20,3%	1.952	3,0 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	17-ago-23	20,9%	1.933	3,0 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	31-ago-23	19,8%	1.932	3,0 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	19-ago-23	21,7%	1.929	3,0 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	03-ago-23	20,1%	1.925	2,9 mill.
25	FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO / ESPAÑA-SUECIA:SF	La1	15-ago-23	45,4%	1.921	3,8 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 SESION DE TARDE / UN VERANO EN LANGEEOG (La1, 20-ago-23): 1.283.000 y 14,1%
- 2 MULTICINE / UN ENCUENTRO PELIGROSO (A3, 27-ago-23): 1.151.000 y 11,8%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / SPIDER-MAN:NO WAY HOME (La1, 27-ago-23): 1.151.000 y 11,7%



ENTRETENIMIENTO

- 1 GRAND PRIX (La1, 07-ago-23): 1.719.000 y 20,6%
- 2 LA RULETA DE LA SUERTE (A3, 14-ago-23): 1.666.000 y 23,6%
- 3 LA RULETA DE LA SUERTE (A3, 01-ago-23): 1.658.000 y 21,5%



SERIES

- 1 HERMANOS (A3, 01-ago-23): 1.241.000 y 14,6%
- 2 HERMANOS (A3, 08-ago-23): 1.232.000 y 14,3%
- 3 HERMANOS (A3, 29-ago-23): 1.200.000 y 14,2%



INFORMACIÓN

- 1 TELED. FIN SEMANA 1 (La1, 20-ago-23): 2.676.000 y 26,7%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 10-ago-23): 2.136.000 y 22,7%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 22-ago-23): 2.089.000 y 21,5%



CULTURALES

- 1 LAZOS DE SANGRE / DE MOCEDADES A EL CONSORCIO (La1, 29-ago-23): 1.085.000 y 10,6%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / PAPAS ALIÑAS (A3, 22-ago-23): 959.000 y 18,1%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / PATATAS CON BORRAJA (A3, 11-ago-23): 957.000 y 17,9%



DEPORTES

- 1 POST FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL (La1, 20-ago-23): 6.226.000 y 59,6%
- 2 FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL (La1, 20-ago-23): 5.599.000 y 65,7%
- 3 FIFA WOMEN'S WORLD CUP (La1, 20-ago-23): 4.157.000 y 40,8%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 10-ago-23): 291.000 y 3,2%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 01-ago-23): 279.000 y 2,9%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 18-ago-23): 275.000 y 3%



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / LA MOMIA:LA TUMBA DEL EMPERADOR DRAGON (AXN, 27-ago-23): 131.000 y 1,5%
- 2 MEGATITULO / THE EQUALIZER:EL PROTECTOR (AXN, 06-ago-23): 92.000 y 1%
- 3 CINE / FAST & FURIOUS:HOBBS & SHAW (FOX, 08-ago-23): 86.000 y 1%



ENTRETENIMIENTO

- 1 LEO HARLEM,20 AÑOS NO ES NADA (MOVISTAR PLUS+, 29-ago-23): 58.000 y 0,5%
- 2 LA CASA DE MIS SUEÑOS (DECASA, 07-ago-23): 40.000 y 0,4%
- 3 ACUARIOS XXL (DISCOVERY, 13-ago-23): 38.000 y 0,9%



SERIES

- 1 NAVY:INVESTIGACION CRIMINAL / KOMPROMAT (AXN, 24-ago-23): 60.000 y 0,6%
- 2 FBI INTERNACIONAL (WARNER TV, 22-ago-23): 58.000 y 0,6%
- 3 FBI INTERNACIONAL (WARNER TV, 22-ago-23): 58.000 y 0,8%



INFORMACIÓN

- 1 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (MOVISTAR PLUS+, 08-ago-23): 18.000 y 0,2%
- 2 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (MOVISTAR PLUS+, 08-ago-23): 14.000 y 0,2%
- 3 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (ORIGINALES por M+, 30-ago-23): 7.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 PUEBLOS PARA COMERSELOS / CASARES:MALAGA (CANAL COCINA, 27-ago-23): 47.000 y 0,5%
- 2 VIAJES CON SABOR / RIVIERA NAYARIT (CANAL COCINA, 27-ago-23): 46.000 y 0,5%
- 3 COME ON FUTBOL! / ¡RESURGE!ALEX REMIRO (DAZN LaLiga, 25-ago-23): 42.000 y 0,7%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / GETAFE-BARCELONA (DAZN LaLiga, 13-ago-23): 752.000 y 8%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / CELTA VIGO-R.MADRID (DAZN LaLiga, 25-ago-23): 706.000 y 7,8%
- 3 FORMULA 1 / G.P.PAISES BAJOS (DAZN F1, 27-ago-23): 700.000 y 7,1%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 06-ago-23): 64.000 y 1%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 13-ago-23): 62.000 y 0,9%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 13-ago-23): 59.000 y 0,8%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1ªs AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 28-ago-23): 327.000 y 16,6%
- 2 ANDALUCIA DIRECTO (C.SUR, 11-ago-23): 320.000 y 18,9%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 01-ago-23): 316.000 y 15,6%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 02-ago-23): 93.000 y 37,4%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 01-ago-23): 88.000 y 39,2%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 23-ago-23): 87.000 y 42,3%



TPA (Asturias)

- 1 EL TIEMPO 1 (TPA, 29-ago-23): 25.000 y 9,9%
- 2 TPA DEPORTES 1 (TPA, 15-ago-23): 25.000 y 10,4%
- 3 TPA DEPORTES 1 (TPA, 30-ago-23): 25.000 y 13,9%



IB3 (Baleares)

- 1 IB3 NOTICIES CAP DE SETMANA 2 (IB3, 27-ago-23): 57.000 y 19,4%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 27-ago-23): 56.000 y 23%
- 3 IB3 NOTICIES CAP DE SETMANA (IB3, 27-ago-23): 52.000 y 25,4%



TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS (TVCAN, 17-ago-23): 140.000 y 36,1%
- 2 RUEDA DE PRENSA / INCENDIO TENERIFE (TVCAN, 18-ago-23): 132.000 y 36,8%
- 3 TELENOTICIAS FIN SE 2 (TVCAN, 20-ago-23): 129.000 y 25,3%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 23-ago-23): 74.000 y 17,1%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 30-ago-23): 70.000 y 14,3%
- 3 TOROS / DESDE ALCARAZ (CMM, 27-ago-23): 70.000 y 16,1%



TV3 (Cataluña)

- 1 FUTBOL:TROFEU JOAN GAMPER / BARCELONA-TOTTENHAM (TV3, 08-ago-23): 466.000 y 33,6%
- 2 POST FUTBOL:TROFEU JOAN GAMPER / BARCELONA-TOTTENHAM (TV3, 08-ago-23): 459.000 y 28,1%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 29-ago-23): 453.000 y 26,2%



TVG (Galicia)

- 1 ATRAPAME SE PODES (TVG, 30-ago-23): 136.000 y 17,5%
- 2 DEPORTES (TVG, 31-ago-23): 135.000 y 20,8%
- 3 ATRAPAME SE PODES (TVG, 14-ago-23): 134.000 y 19,8%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 02-ago-23): 140.000 y 15,6%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 08-ago-23): 119.000 y 14,1%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 30-ago-23): 117.000 y 14,8%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 22-ago-23): 42.000 y 15%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 03-ago-23): 36.000 y 16,5%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 02-ago-23): 35.000 y 14%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 1 (ETB2, 28-ago-23): 108.000 y 24%
- 2 TELEBERRI 1 (ETB2, 24-ago-23): 107.000 y 25%
- 3 TELEBERRI 1 (ETB2, 17-ago-23): 105.000 y 28,8%



A PUNT (Valencia)







- 1 ESPORTS 1 (A PUNT, 07-ago-23): 120.000 y 12,3%
- 2 ESPORTS 1 (A PUNT, 10-ago-23): 120.000 y 11,1%
- 3 NTC MIGDIA (A PUNT, 10-ago-23): 119.000 y 11,8%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 25,6% de cuota.

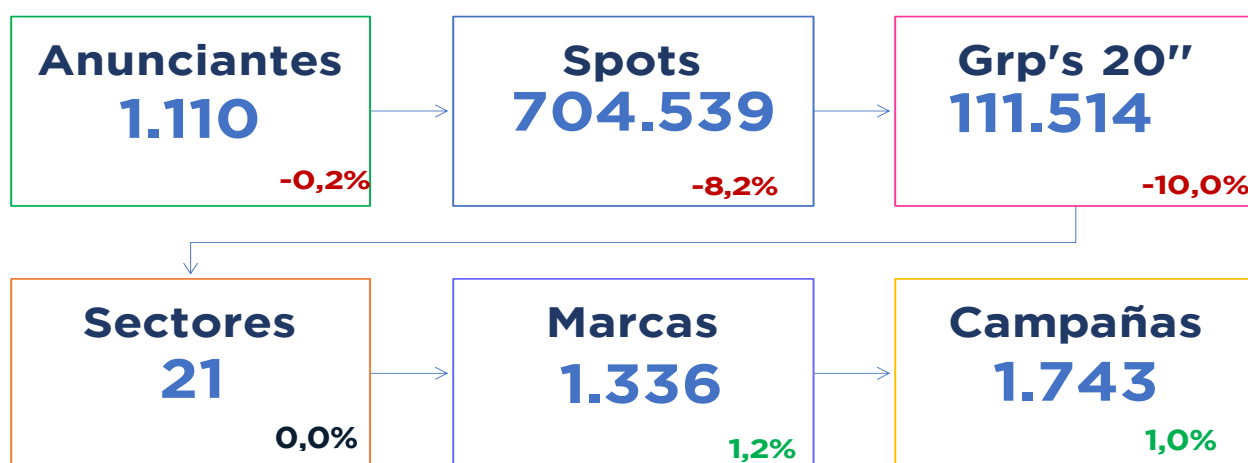
- ▶ Mediaset (24,8%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ Grupo Rtve (16,6%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (3%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,6%) con tres cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	25,6%	37,0 mill.	80,1%
	MEDIASET	24,8%	36,8 mill.	79,6%
	GRUPO RTVE	16,6%	36,8 mill.	79,5%
	FORTA	8,2%	26,6 mill.	57,6%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	3,0%	21,8 mill.	47,1%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	21,9 mill.	47,4%

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 -10,0% mientras que el número de campañas activas sube en 1,0%.



*Diferencias ago-23 vs. ago-22

El spot más visto corresponde a la campaña “FIFA” en La1, con 17 Grp’s 20” (‘FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO’, 20 agosto).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

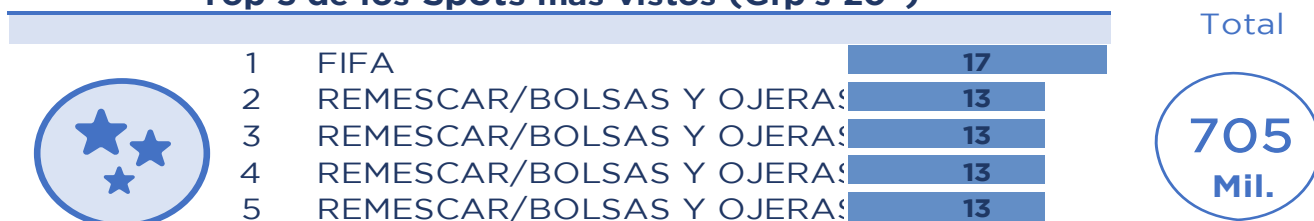
- **CAMPAÑA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA/INSTACHILL” con 2.190 Grp’s 20”.
- **ANUNCIANTE:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA con 5.690 Grp’s 20”.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 5.689 Grp’s 20”.
- **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 17% de la presión publicitaria.



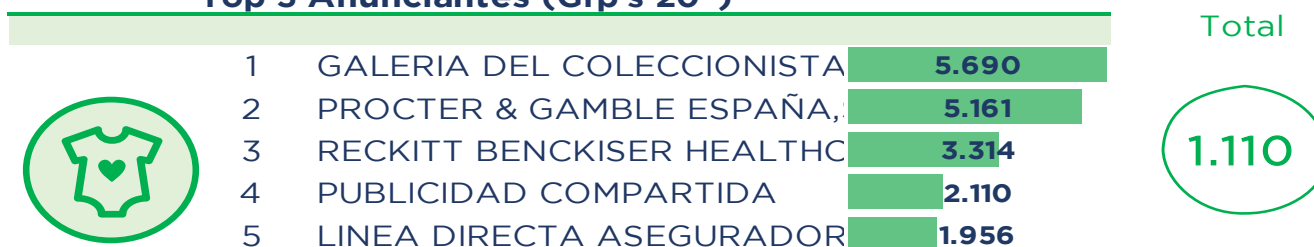
ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

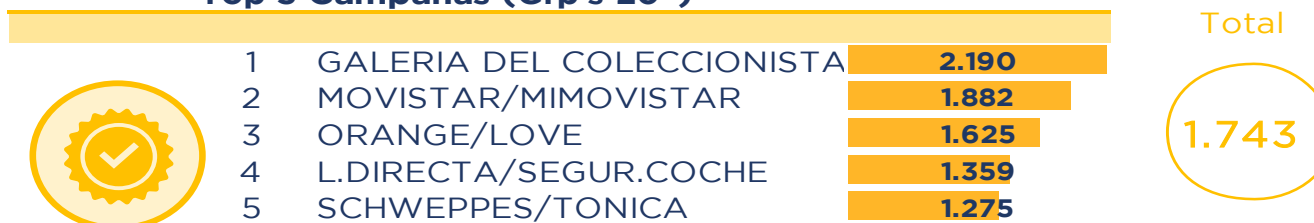
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



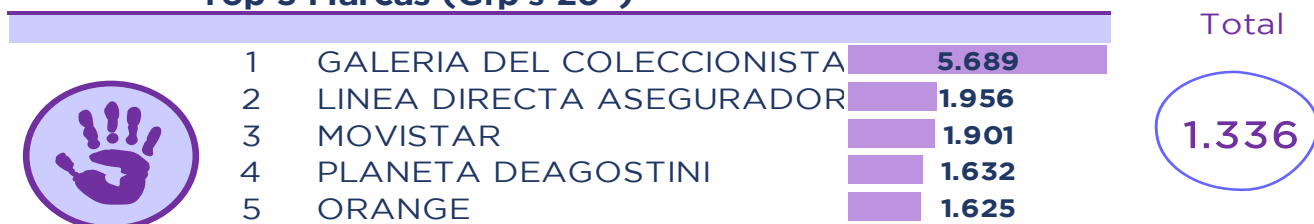
Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



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 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 2020. Desde el informe de ene-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: agosto-2023

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS