



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

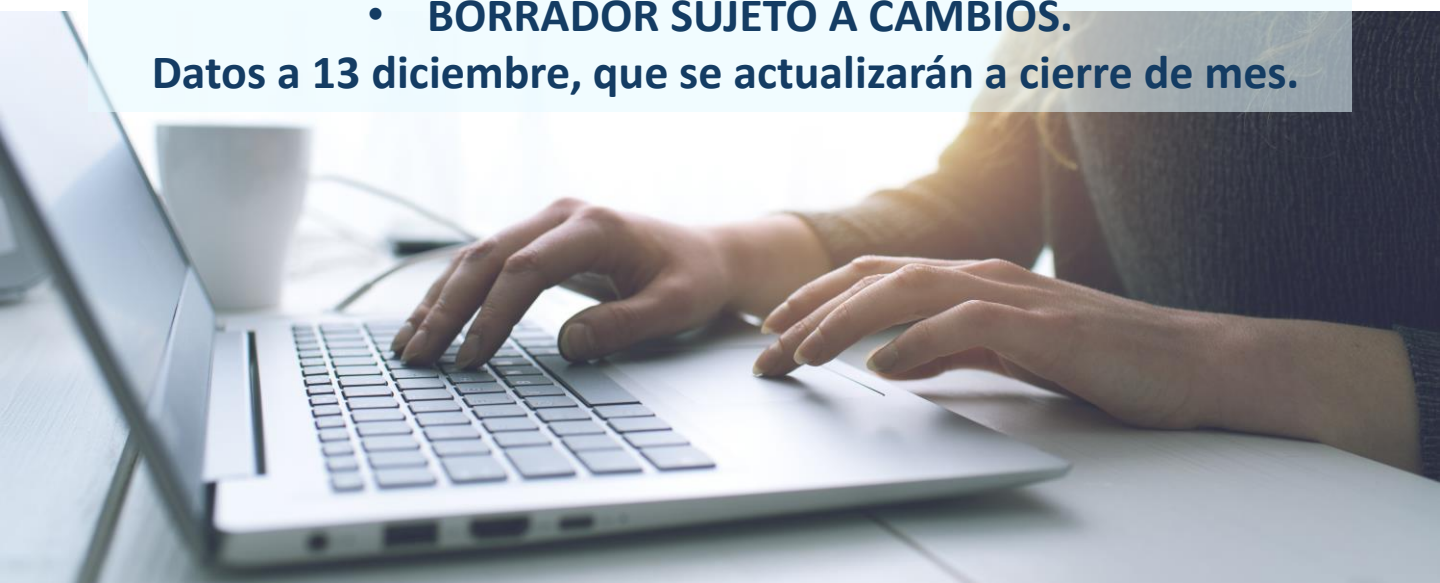
*Informe Anual*

# ANÁLISIS AUDIENCIA TV

# 2023

- **BORRADOR SUJETO A CAMBIOS.**

**Datos a 13 diciembre, que se actualizarán a cierre de mes.**





# Índice

- Espectadores únicos del televisor
- Espectadores únicos lineal + diferido
- Espectadores únicos “híbrido”
- Consumo del total televisor (total uso televisor)
- Consumo de televisión
- Consumo de otros usos tv “híbrido”
- Otros usos del tv “híbrido”
- Termómetro del televisor
- Termómetro tv por espectador y targets
- Termómetro tv por persona y targets
- Consumo diferido
- Ranking cadenas
- Ganancias / pérdidas
- Liderazgos cuotas
- Cadenas autonómicas
- Autonómicas privadas
- Ránking temáticas pago
- Grupos comunicación
- Desglose sistemas de distribución
- Emisiones más vistas top-30 total
- Emisiones más vistas top-30 sin deportes ni informativos
- Ranking por géneros
- Top 10 programas por cadenas
- Ocupación de géneros
- Minuto de oro
- Informativos diarios
- Informativos autonómicas
- Presión publicitaria
- Inversión publicitaria



# ESPECTADORES ÚNICOS DEL TELEVISOR

## Tradicional + Híbrida

Kantar | Ind.4+inv | Lineal+ Diferido | +2R | ESPAÑA | 1 ene.-13 dic. 2023

*Acumulado anual*

**46,1 Mill.**

vs. 2022

**+478 mil**  
**+1,0%**

Número de personas de 4 y más años de edad que ha hecho uso del televisor (tradicional + "otros usos" / híbrido) a lo largo del año 2023.

**99,8%**

**Cobertura anual** (Ind. 4+)

*Promedio diario*

**30,6 Mill.**

vs. 2022

**+3 mil**  
**+0,0%**

Número de personas de 4 y más años de edad que ha hecho uso del televisor (tradicional + "otros usos" / híbrido) de promedio diario.

**66,3%**

**Cobertura diaria** (Ind. 4+)

**Mínimo anual**



# ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

Kantar | Ind.4+inv | Lineal+ Diferido | +2R | ESPAÑA | 1 ene.-13 dic. 2023

Acumulado anual

46,0 Mill.

vs. 2022

+367 mil  
+0,8%

Número de personas de 4 y más años de edad que han visto la televisión tradicional, al menos un minuto, a lo largo del año 2023.

Esto supone una cobertura del total de población de España del:

99,5%

Promedio diario

28,2 Mill.

vs. 2022

-620 mil  
-2,2%

Número de personas que han visto la televisión tradicional **diariamente**, al menos un minuto, durante el año 2023.

61%

Porcentaje de la población de España de 4 o más años de edad que contacta con la televisión tradicional diariamente de promedio en el 2023.

 **Mínimo anual**

La cifra de “telefónicos”, los individuos que no ven la televisión diariamente es de 18 millones, es decir, el 39% de la población de España. En el acumulado anual, el número de “telefónicos” es de 229.000, el 0,5% del total población.



# ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN "HÍBRIDA"

## OTROS USOS TELEVISOR

Kantar | Ind.4+inv | Lineal+ Diferido | +2R | ESPAÑA | 1 ene.-13 dic. 2023

*Acumulado anual*

**43,7 Mill.**

vs. 2022

**+434 mil**  
**+1,0%**

Número de personas de 4 y más años de edad que ha hecho uso del televisor para "Otros usos" (televisión híbrida) a lo largo del año.

**94,4%**

**Cobertura anual** (Ind. 4+)

**Máximo anual**

*Promedio diario*

**11,8 Mill.**

vs. 2022

**1,3 mil**  
**+12,6%**

Número de personas de 4 y más años de edad que ha hecho uso del televisor para "Otros usos" (televisión híbrida) a lo largo del año.

**25,5%**

**Cobertura diaria** (Ind. 4+)

**Máximo anual**



# CONSUMO TOTAL USO TELEVISOR TRADICIONAL + HÍBRIDA

Kantar | Ind.4+inv | Lineal+ Diferido | +2R | ESPAÑA | 1 ene.-13 dic. 2023

## TIEMPO DIARIO DE TOTAL USO TELEVISOR

POR ESPECTADOR

**339'** **5h:39m**

vs. 2022  
**+2'**  
**+0,6%**

POR PERSONA 4+

**225'** **3h:45m**

vs. 2022  
**-1'**  
**-0,4%**

TV TRADICIONAL

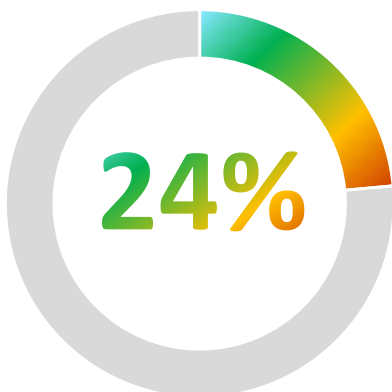


OTROS USOS "HÍBRIDA"

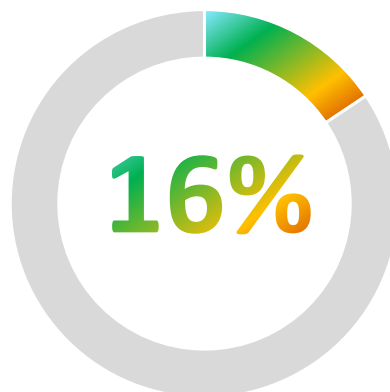


*Consumo Ocio Audiovisual*

OCIO TELEVISIVO SOBRE EL TOTAL DÍA  
POR ESPECTADOR



OCIO TELEVISIVO SOBRE EL TOTAL DÍA  
POR PERSONA 4+





## CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

Kantar | Ind.4+inv | Lineal+ Diferido | +2R | ESPAÑA | 1 ene.-13 dic. 2023

MINUTOS DIARIOS POR  
**ESPECTADOR**

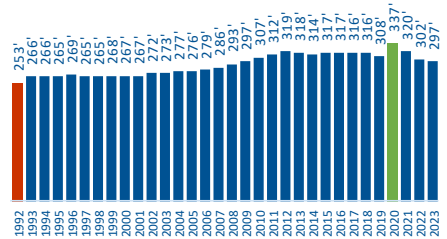
**297'**  
4h:57m

vs. 2022

**-5'**  
**-1,7%**

Promedio diario de tiempo de consumo de televisión tradicional de aquellos que cumplen la condición de ser espectadores.

evolución anual



MINUTOS DIARIOS POR

**PERSONA** **Mínimo anual**

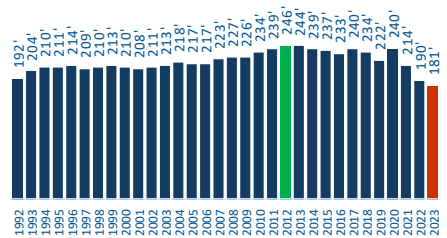
**181'**  
3h:01m

vs. 2022

**-9'**  
**-4,7%**

Promedio diario de tiempo de consumo de televisión tradicional de las personas de 4 o más años de edad de España.

evolución anual



## Media edad

La edad media del espectador de televisión en España es de:

**57 años**

**Máximo anual**

Evolución anual 1997-2023





# CONSUMO DE OTROS USOS TV "HÍBRIDO"

Kantar | Ind.4+inv | Lineal+ Diferido | +2R | ESPAÑA | 1 ene.-13 dic. 2023

En este epígrafe Kantar recoge los consumos en el televisor que no se consideran estrictamente televisión y que por lo tanto no se incorporan en el consumo general de televisión. Es decir, se incluye aquí uso del televisor para otras actividades que no son el visionado tradicional de cadenas TV: Internet (OTTs, plataformas vídeo), Radio, Videojuegos...

## TIEMPO DIARIO DE CONSUMO

### MINUTOS POR ESPECTADOR

**170'** 2h:50m

vs. 2022  
**+15'**  
**+9,7%**

**Máximo anual**

### MINUTOS POR PERSONA 4+

**43'** 0h:43m

vs. 2022  
**+7'**  
**+19,4%**

**Máximo anual**

**19%**

Peso consumo de "Otros Usos" sobre el total Televisor

**2,4 MILL.**

Espectadores únicos diarios exclusivos de "Otros Usos Televisor"





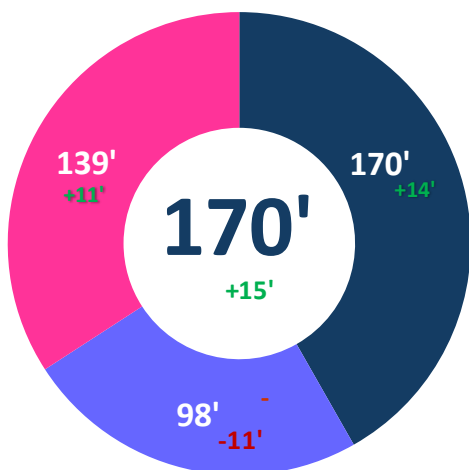
# OTROS USOS TELEVISOR

Kantar | Ind.4+inv | Lineal+ Diferido | +2R | ESPAÑA | 1 ene.-13 dic. 2023

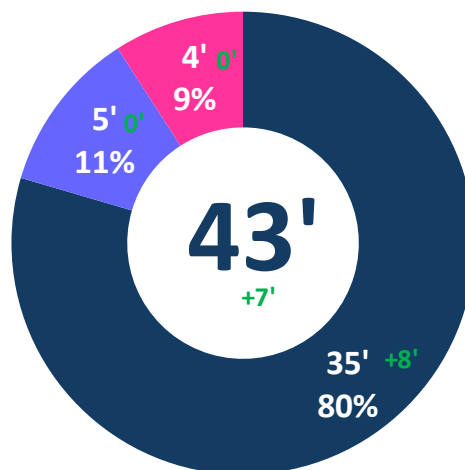
## ¿Qué mide Kantar en esta actividad?



MEDIA MINUTOS DIARIOS POR ESPECTADOR



MEDIA MINUTOS DIARIOS POR PERSONA

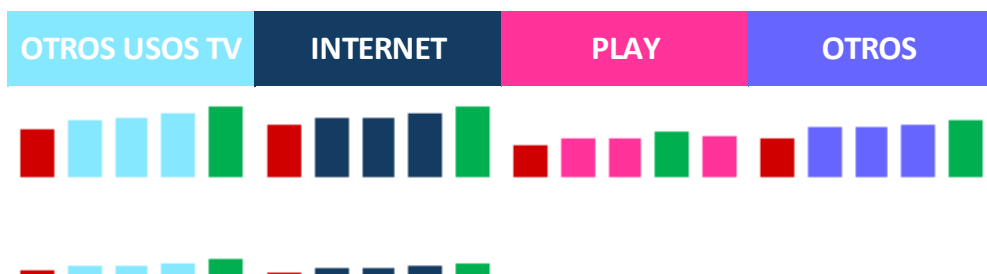


- ▶ **Internet:** Streaming y consumo de video cuyo origen es Internet, OTT's, YouTube...
- ▶ **Play:** Reproducción de contenidos grabados (y no emitidos los 7 días previos).
- ▶ **Otros Consumos:** uso del televisor dedicado a Videojuego y Radio TDT.

EVO. ÚLTIMOS 5 AÑOS MIN/ DÍA

ESPECTADOR →

PERSONA →





# TERMÓMETRO TV

Kantar | Ind.4+inv | Lineal+ Diferido | +2R | ESPAÑA | 1 ene.-13 dic. 2023

## Individuos 4+

	TELEVISIÓN TRADICIONAL	*Dif. 2023 vs. 2022	OTROS USOS DEL TELEVISOR (Híbrido)	*Dif. 2023 vs. 2022	TOTAL TELEVISOR	*Dif. 2023 vs. 2022
Minutos diarios por persona	181' 3h:01m	-9' -4,7%	43' 0h:43m	+7' +19,4%	225' 3h:45m	-1' -0,4%
Minutos diarios por espectador	297' 4h:57m	-5' -1,7%	170' 2h:50m	+15' +9,7%	339' 5h:39m	+2' +0,6%
Espectadores únicos diarios (000)	28.209	-620 -2,2%	11.782	+1.317 +12,6%	30.646	+3 +0,0%
Cobertura diaria total población%	61%	-2 -3,2%	25,5%	+3 +11,4%	66,3%	-1 -1,0%
Espectadores únicos totales (000)	45.986	+367 +0,8%	43.658	+434 +1,0%	46.120	+478 +1,0%
Cobertura mensual total población%	99,5%	-0,2 -0,2%	94,4%	-0,1 -0,1%	99,8%	0,0 0,0%

BAJA EL CONSUMO TRADICIONAL, PERO SUBE EL TOTAL USO TELEVISOR



# Targets TERMÓMETRO TV POR ESPECTADOR

\*Espectador: Sobre los que ven cada día la televisión

Minutos de consumo diario <b>por espectador</b>	TELEVISIÓN TRADICIONAL			OTROS USOS DEL TELEVISOR (híbrido)			TOTAL TELEVISOR		
			*Dif. 2023 vs. 2022			*Dif. 2023 vs. 2022			*Dif. 2023 vs. 2022
Ind. 4+ (inv)	296'	4h:56m	-6' -2%	170'	2h:50m	+15' 10%	339'	5h:39m	+2' 1%
HOM	279'	4h:39m	-4' -1%	171'	2h:51m	+16' 10%	325'	5h:25m	+4' 1%
MUJ	313'	5h:13m	-7' -2%	169'	2h:49m	+13' 8%	352'	5h:52m	0' 0%
4-12	160'	2h:40m	-4' -2%	163'	2h:43m	+13' 9%	230'	3h:50m	+5' 2%
13-24	178'	2h:58m	-12' -6%	168'	2h:48m	+11' 7%	234'	3h:54m	-2' -1%
25-44	209'	3h:29m	-11' -5%	182'	3h:02m	+17' 10%	279'	4h:39m	+1' 0%
45-64	309'	5h:09m	-8' -3%	169'	2h:49m	+15' 10%	355'	5h:55m	0' 0%
>64	409'	6h:49m	-5' -1%	147'	2h:27m	+13' 10%	431'	7h:11m	0' 0%
ANDALUCIA	308'	5h:08m	-6' -2%	171'	2h:51m	+18' 12%	351'	5h:51m	+2' 1%
CATALUÑA	287'	4h:47m	0' 0%	179'	2h:59m	+13' 8%	337'	5h:37m	+6' 2%
PAÍS VASCO	300'	5h:00m	-3' -1%	157'	2h:37m	+13' 9%	330'	5h:30m	+1' 0%
GALICIA	290'	4h:50m	-13' -4%	157'	2h:37m	+20' 15%	318'	5h:18m	-4' -1%
MADRID	292'	4h:52m	+1' 0%	174'	2h:54m	+8' 5%	343'	5h:43m	+5' 1%
C. VALENCIANA	307'	5h:07m	-6' -2%	172'	2h:52m	+12' 8%	354'	5h:54m	+2' 1%
CASTILLA LA MANCHA	296'	4h:56m	-12' -4%	163'	2h:43m	+16' 11%	339'	5h:39m	-2' -1%
CANARIAS	306'	5h:06m	-10' -3%	171'	2h:51m	+15' 10%	346'	5h:46m	-4' -1%
ARAGÓN	302'	5h:02m	+1' 0%	167'	2h:47m	+25' 18%	338'	5h:38m	+7' 2%
ASTURIAS	317'	5h:17m	+1' 0%	166'	2h:46m	+24' 17%	341'	5h:41m	+9' 3%
BALEARES	286'	4h:46m	-8' -3%	151'	2h:31m	+9' 6%	323'	5h:23m	0' 0%
MURCIA	290'	4h:50m	-5' -2%	176'	2h:56m	+12' 7%	337'	5h:37m	-2' -1%
CASTILLA LEÓN	281'	4h:41m	-14' -5%	143'	2h:23m	+19' 15%	307'	5h:07m	-9' -3%
RESTO	282'	4h:42m	-19' -6%	167'	2h:47m	+31' 23%	321'	5h:21m	-5' -2%
T.COMERCIAL	235'	3h:55m	-9' -4%	172'	2h:52m	+14' 9%	292'	4h:52m	-1' 0%



# Target's TERMÓMETRO TV POR PERSONA

\*Persona: Sobre el total de universo de consumo: 46,2 millones de personas 4+).

Minutos de consumo diario <b>por persona</b>	TELEVISIÓN TRADICIONAL		*Dif. 2023 vs. 2022		OTROS USOS DEL TELEVISOR (híbrido)		*Dif. 2023 vs. 2022		TOTAL TELEVISOR		*Dif. 2023 vs. 2022	
Ind. 4+ (inv)	181'	3h:01m	-9'	-5%	43'	0h:43m	+7'	19%	225'	3h:45m	-1'	0%
HOM	167'	2h:47m	-8'	-5%	46'	0h:46m	+9'	24%	212'	3h:32m	0'	0%
MUJ	195'	3h:15m	-11'	-5%	41'	0h:41m	+7'	21%	236'	3h:56m	-4'	-2%
4-12	71'	1h:11m	-5'	-7%	55'	0h:55m	+7'	15%	126'	2h:06m	+1'	1%
13-24	62'	1h:02m	-8'	-11%	32'	0h:32m	+6'	23%	93'	1h:33m	-3'	-3%
25-44	103'	1h:43m	-14'	-12%	59'	0h:59m	+9'	18%	162'	2h:42m	-5'	-3%
45-64	224'	3h:44m	-12'	-5%	47'	0h:47m	+10'	27%	271'	4h:31m	-2'	-1%
>64	334'	5h:34m	-4'	-1%	21'	0h:21m	+5'	31%	355'	5h:55m	+1'	0%
ANDALUCIA	194'	3h:14m	-9'	-4%	43'	0h:43m	+7'	19%	237'	3h:57m	-2'	-1%
CATALUÑA	163'	2h:43m	-7'	-4%	50'	0h:50m	+6'	14%	213'	3h:33m	-1'	0%
PAÍS VASCO	189'	3h:09m	-2'	-1%	34'	0h:34m	+7'	26%	222'	3h:42m	+5'	2%
GALICIA	189'	3h:09m	-10'	-5%	27'	0h:27m	+7'	35%	216'	3h:36m	-2'	-1%
MADRID	168'	2h:48m	-4'	-2%	53'	0h:53m	+7'	15%	221'	3h:41m	+3'	1%
C. VALENCIANA	189'	3h:09m	-13'	-6%	47'	0h:47m	+9'	24%	236'	3h:56m	-4'	-2%
CASTILLA LA MANCHA	202'	3h:22m	-8'	-4%	42'	0h:42m	+10'	31%	244'	4h:04m	+2'	1%
CANARIAS	179'	2h:59m	-14'	-7%	41'	0h:41m	+8'	24%	220'	3h:40m	-7'	-3%
ARAGÓN	190'	3h:10m	-10'	-5%	44'	0h:44m	+11'	33%	234'	3h:54m	+1'	0%
ASTURIAS	206'	3h:26m	-5'	-2%	28'	0h:28m	+9'	47%	234'	3h:54m	+4'	2%
BALEARES	168'	2h:48m	-5'	-3%	39'	0h:39m	+8'	26%	207'	3h:27m	+3'	1%
MURCIA	173'	2h:53m	-9'	-5%	49'	0h:49m	+5'	11%	221'	3h:41m	-5'	-2%
CASTILLA LEÓN	187'	3h:07m	-19'	-9%	28'	0h:28m	+8'	40%	215'	3h:35m	-11'	-5%
RESTO	179'	2h:59m	-15'	-8%	36'	0h:36m	+11'	44%	215'	3h:35m	-5'	-2%
T.COMERCIAL	128'	2h:08m	-13'	-9%	52'	0h:52m	+9'	21%	180'	3h:00m	-4'	-2%



# Consumo por otros grupos:

## CONSTELACIONES

TOTAL USO TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDA)						
Unidades >>	Minutos diarios por persona		Minutos diarios por espectador		Perfil%	
Targets	2023	*Dif. 2023 vs. 2022	2023	*Dif. 2023 vs. 2022	2023	*Dif. 2023 vs. 2022
Ind. 4+	225'	-1'	339'	+1'	100,0%	0
[Solo]: Una persona	117'	+3'	273'	+7'	52,2%	1,5
[Dual]: 2 personas	78'	-2'	238'	+3'	34,9%	-0,7
[Grupo]: 3 ó más personas	29'	-2'	198'	-1'	12,9%	-0,8

\* Según los "modos de ver la televisión: solo o acompañado"

## CICLOS DE VIDA

TOTAL USO TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDA)						
Unidades >>	Minutos diarios por persona		Minutos diarios por espectador		Perfil%	
Targets	2023	*Dif. 2023 vs. 2022	2023	*Dif. 2023 vs. 2022	2023	*Dif. 2023 vs. 2022
JÓVENES INDEPENDIENTES	218'	+6'	318'	+7'	1,8%	0,1
PAREJAS JÓVENES SIN HIJOS	192'	+2'	290'	+6'	5,1%	0
PAREJAS CON HIJOS PEQUEÑOS	170'	-2'	280'	+5'	8,3%	-0,1
PAREJAS CON HIJOS MEDIANOS	167'	-6'	278'	-4'	14,6%	-1,2
PAREJAS CON HIJOS MAYORES	192'	-13'	319'	-7'	9,6%	-0,4
HOGARES MONOPARENTALES	160'	-7'	294'	-10'	12,3%	-0,2
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	300'	+7'	393'	+13'	15,3%	1,1
ADULTOS INDEPENDIENTES	316'	+2'	396'	+3'	5,3%	0
RETIRADOS	348'	+4'	422'	-1'	27,8%	0,7



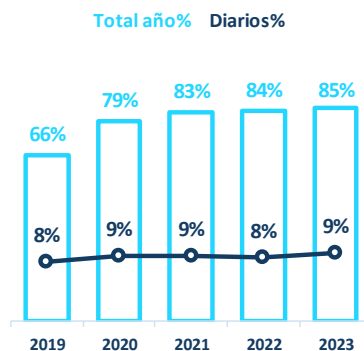
# CONSUMO DIFERIDO

Kantar | Ind.4+inv | ADV=Diferido | +2R | ESPAÑA

## Espectadores Únicos

	TOTALES	DIARIOS
TTV	39,3 Millones	4,2 Mill.
ABIERTO	37,8 Millones	3,2 Mill.
TEM. PAGO	27,7 Millones	1,7 Mill.

### Evolución anual cobertura Diferido%



Hogares con capacidad <TIMESHIFT> 19,1 mill. (96%)

evolución últimos 5 años



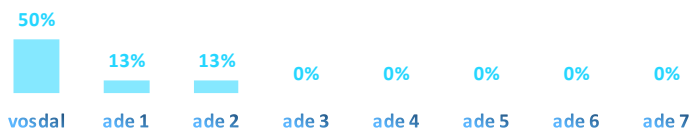
## Minutos persona/día

	Tiempo	%peso diferido
TTV	8 minutos	4%
ABIERTO	5 minutos	2%
TEM. PAGO	2 minutos	10%

### Evolución anual tiempo y peso



### Peso del consumo en Diferido por días



63%

vosdal+ ade1



- vosdal: View on the same day as live, audiencia en diferido en el día de emisión.
- ade 1: Audiencia en diferido un día después de la emisión.
- ade 2: Audiencia en diferido dos días después de la emisión. Etc.



# RÁNKING CADENAS

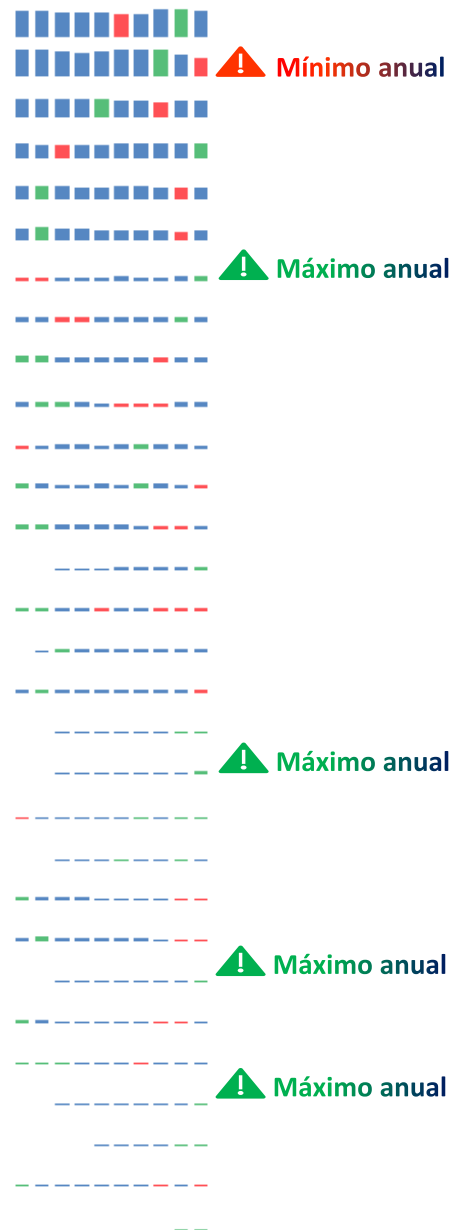
Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

Legenda cuota:

+10 10-5 5-3 <3

RNK.	cadenas	2023	vs. 2022	Esp. Únicos
1	A3	13,3	▼ -0,6	44,6 mill.
2	T5	10,4	▼ -1,9	44,0 mill.
3	La1	9,7	▲ +0,6	44,7 mill.
4	AUT	8,6	▲ +0,2	42,3 mill.
5	LA SEXTA	6,3	▲ +0,2	43,7 mill.
6	CUATRO	5,2	▲ +0,1	44,0 mill.
7	ENERGY	3,0	▲ +0,5	33,9 mill.
8	La2	2,8	▼ -0,2	42,8 mill.
9	FDF	2,6	▬ 0,0	38,1 mill.
10	DIVINITY	2,2	▲ +0,1	34,3 mill.
11	TRECE	2,0	▼ -0,2	33,3 mill.
12	NOVA	2,0	▼ -0,3	31,2 mill.
13	NEOX	2,0	▲ +0,2	38,3 mill.
14	ATRESERIES	1,8	▲ +0,1	32,2 mill.
15	DMAX	1,6	▬ 0,0	36,6 mill.
16	MEGA	1,5	▲ +0,1	35,1 mill.
17	PARAMOUNT NETWORK	1,4	▼ -0,2	35,1 mill.
18	DKISS	1,2	▬ 0,0	31,3 mill.
19	BEMADtv	1,4	▲ +0,7	33,8 mill.
20	24H	1,1	▬ 0,0	36,3 mill.
21	GOL PLAY	1,0	▼ -0,1	33,0 mill.
22	BOING	0,9	▬ 0,0	30,9 mill.
23	CLAN	0,9	▬ 0,0	32,0 mill.
24	TEN	0,9	▲ +0,1	26,3 mill.
25	DISNEY CHANNEL	0,7	▲ +0,1	28,4 mill.
26	TELEDEPORTE	0,7	▲ +0,1	34,0 mill.
27	REAL MADRID HD	0,6	▲ +0,1	27,2 mill.
28	BOM Cine	0,4	▬ 0,0	18,4 mill.
29	AUT PRIV	0,3	▼ -0,1	19,6 mill.
30	VERDI CLASSICS	0,1	▬ 0,0	3,6 mill.

Evolución cuota últimos 10 años



■	TEMATICAS PAGO	10,4	▲ +0,6	35,8 mill.
---	----------------	------	--------	------------

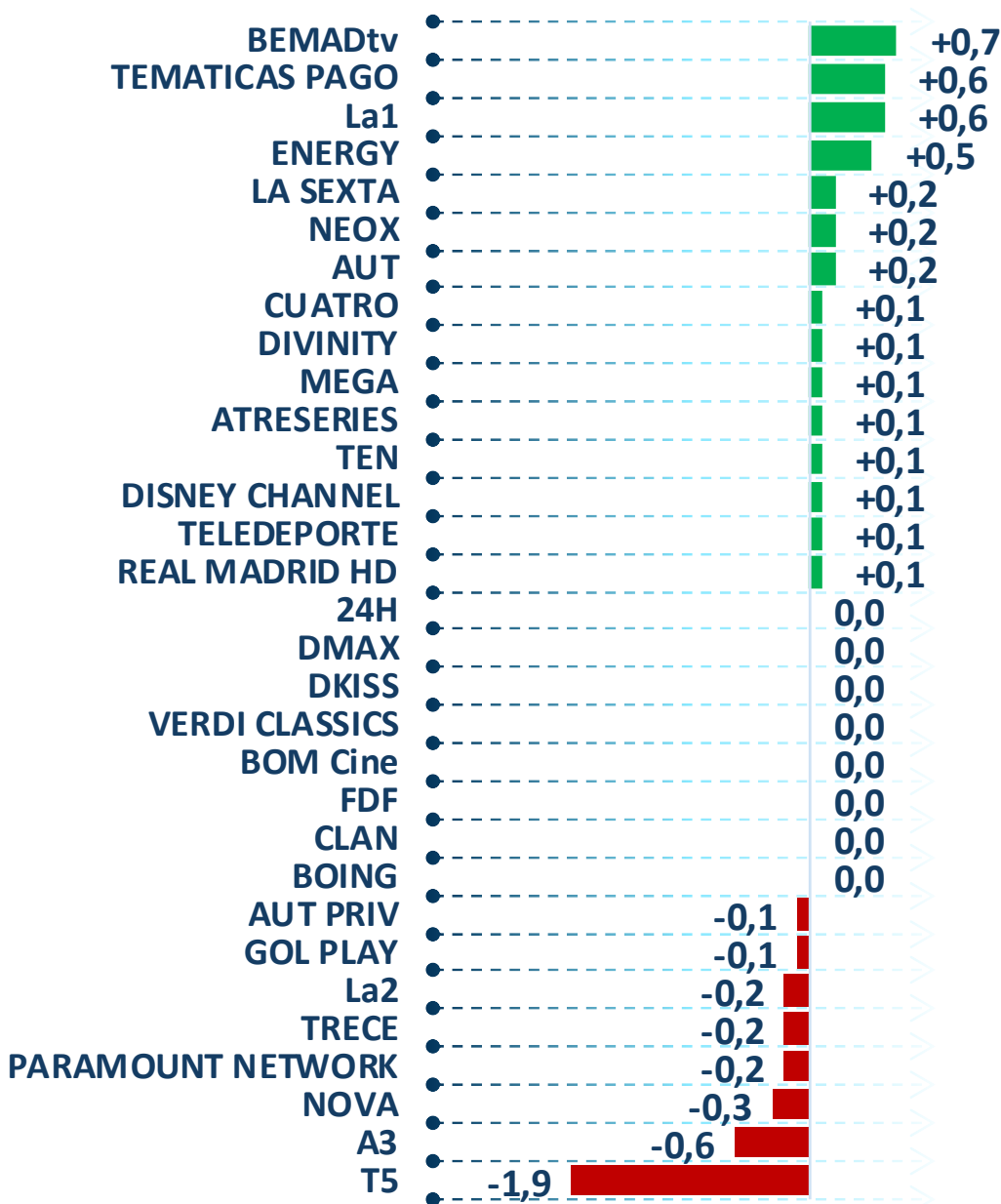




# GANANCIAS/PERDIDAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## Cuota 2023 vs. 2022







# LIDERAZGOS CUOTAS

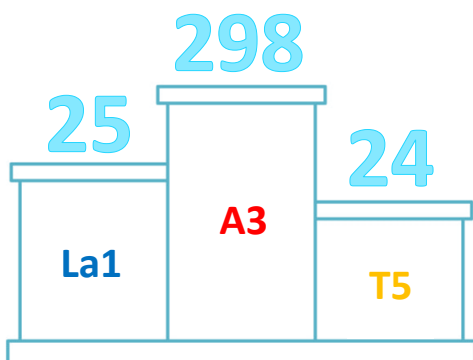
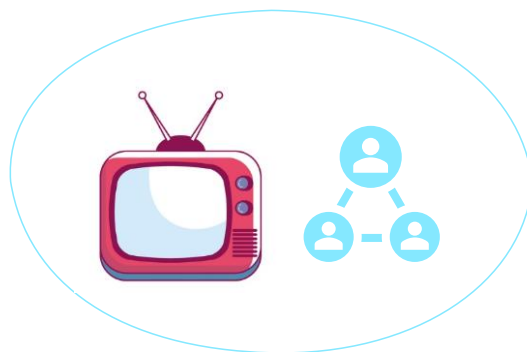
Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## Por targets, franjas y días

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

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

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



Número de días líder en el año



## CADENAS AUTONÓMICAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ÁMBITO DE EMISIÓN

Públicas

RÁNKING CUOTA DE PANTALLA EN SU ÁMBITO DE EMISIÓN:

RNK	CADENA	2023	2022	*Dif. 2023 vs. 2022
1	TV3	14,0%	14,1%	-0,1
2	ARAGON TV	11,6%	10,5%	+1,1
3	TVG	11,0%	10,5%	+0,5
4	C.SUR	9,5%	8,9%	+0,6
5	ETB2	8,3%	8,6%	-0,3
6	CMM	6,4%	6,4%	0,0
7	TVCAN	5,9%	5,6%	+0,3
8	TPA	5,6%	7,4%	-1,8
9	C.EXTREMADURA	5,5%	5,2%	+0,3
10	IB3	5,0%	5,1%	-0,1
11	TELEMADRID	4,9%	5,0%	-0,1
12	LA 7TV	3,9%	4,4%	-0,5
13	A PUNT	3,0%	3,1%	-0,1
14	ETB1	2,1%	2,2%	-0,1
15	3/24	1,3%	1,4%	-0,1
16	TPA2	1,0%	1,0%	0,0
17	ESPORT3	1,0%	0,7%	+0,3
18	LAOTRA	0,9%	0,8%	+0,1
19	ETB4	0,9%	0,8%	+0,1
20	TVG2	0,9%	0,8%	+0,1
21	SX3/33	0,6%	0,4%	+0,2
22	ETB3	0,2%	0,2%	0,0
23	GALICIA TV	0,1%	0,2%	-0,1
24	TV3CAT	0,1%	0,1%	0,0

ARAGÓN TV: Repite máximo (2013)

TVG: Mejor dato desde 2012

CSUR: Mejor dato desde 2014



# CADENAS AUTONÓMICAS

## Públicas

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ÁMBITO DE EMISIÓN

### EVOLUCIÓN CUOTA ÚLTIMOS 10 AÑOS:



**Andalucía**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	9,5%	→ 7,9 Mill.	95,2%
AND-TV	0,3%	→ 5,7 Mill.	68,4%

**Aragón**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	11,6%	→ 1,3 Mill.	101,4%

**Asturias**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	5,6%	→ 0,9 Mill.	91,9%
TPA2	1,0%	→ 0,8 Mill.	76,4%

**Baleares**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	5,0%	→ 1,1 Mill.	91,6%

**Canarias**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	5,9%	→ 2,1 Mill.	93,4%

**Castilla La Mancha**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	6,4%	→ 2,1 Mill.	103,8%

**Cataluña**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	14,0%	→ 6,6 Mill.	87,1%
SX3/33	0,6%	→ 4,4 Mill.	58,6%
3/24	1,3%	→ 5,2 Mill.	68,9%
ESPORT3	1,0%	→ 4,3 Mill.	57,3%
TV3CAT	0,1%	→ 1,1 Mill.	14,0%

**Extremadura**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	5,3%	→ 0,9 Mill.	91,8%

**Galicia**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	11,0%	→ 2,5 Mill.	95,3%
TVG2	0,9%	→ 2,3 Mill.	86,5%
GAL. TV	0,1%	→ 0,3 Mill.	10,5%

**Madrid**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	4,9%	→ 5,7 Mill.	86,3%
LAOTRA	0,9%	→ 4,7 Mill.	71,4%

**País Vasco**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	2,1%	→ 1,9 Mill.	88,5%
ETB2	8,3%	→ 2,1 Mill.	98,3%
ETB3	0,2%	→ 1,1 Mill.	51,8%
ETB4	0,9%	→ 1,5 Mill.	72,0%

**Murcia**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	3,9%	→ 1,4 Mill.	95,0%

**Valencia**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	3,0%	→ 4,4 Mill.	87,7%

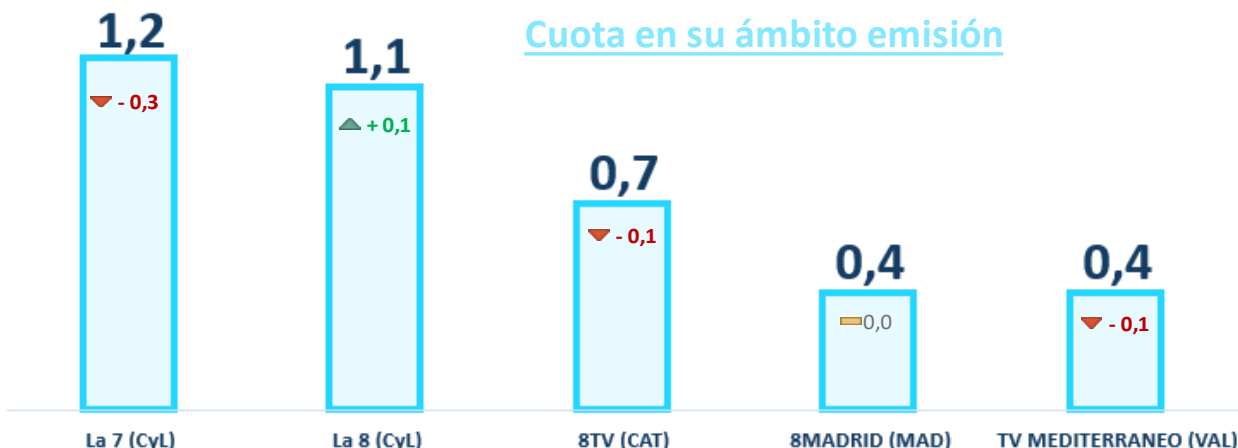


# CADENAS AUTONÓMICAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ÁMBITO DE EMISIÓN

*Privadas*

## Cuota en su ámbito emisión



\*Dif. 2023 vs. 2022



## Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
8TV	0,7%	→ 4,9 Mill.	64,8%



## Castilla y León

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
La 7	1,2%	→ 2,2 Mill.	92,9%
La 8	1,1%	→ 2,2 Mill.	97,0%



## Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
8MADRID	0,4%	→ 0,1 Mill.	41,6%



## Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV MEDITERRANEO	0,4%	→ 3,4 Mill.	68,9%



# RÁNKING TEMÁTICAS PAGO

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ÁMBITO DE EMISIÓN

RNK	TEMATICAS PAGO	Cuota TTV	vs. 2022	Cuota T.Pago	vs. 2022	Espect. Únicos	Cob%
		<b>10,4%</b>	<b>+0,6</b>	<b>100%</b>		<b>35,8 mill.</b>	<b>77,5%</b>
1	DAZN LaLiga	0,3%	+0,1	3,2%	+0,8	12,0 mill.	26,1%
2	LALIGA TV por M+	0,3%	-0,1	3,0%	-1,0	12,3 mill.	26,5%
3	FOX	0,3%	0,0	2,7%	+2,7	13,2 mill.	28,5%
4	AXN	0,3%	0,0	2,6%	+2,6	12,0 mill.	26,0%
5	WARNER TV	0,2%	0,0	2,3%	+2,3	12,8 mill.	27,8%
6	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	2,2%	+2,2	12,4 mill.	26,8%
7	CALLE 13	0,2%	0,0	1,9%	+1,9	10,1 mill.	21,8%
8	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	0,0	1,8%	+1,8	9,9 mill.	21,4%
9	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	1,7%	+1,7	12,3 mill.	26,7%
10	VAMOS por M+	0,2%	0,0	1,6%	+1,6	11,0 mill.	23,8%
11	CANAL HISTORIA	0,1%	0,0	1,4%	+1,4	9,5 mill.	20,6%
12	EUROSPORT	0,1%	-0,1	1,4%	+1,4	9,5 mill.	20,6%
13	MOVISTAR PLUS+	0,1%	-	1,3%	+1,3	6,3 mill.	13,6%
14	DAZN F1	0,1%	0,0	1,3%	+1,3	7,2 mill.	15,5%
15	TCM	0,1%	0,0	1,1%	+1,1	11,4 mill.	24,7%
16	DISCOVERY	0,1%	0,0	1,1%	+1,1	8,9 mill.	19,3%
17	SOMOS	0,1%	0,0	1,0%	+1,0	7,0 mill.	15,1%
18	AMC	0,1%	0,0	1,0%	+1,0	10,4 mill.	22,4%
19	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	1,0%	+1,0	9,2 mill.	20,0%
20	CANAL COCINA	0,1%	0,0	1,0%	+1,0	9,1 mill.	19,7%
21	SYFY	0,1%	0,0	0,9%	+0,9	10,2 mill.	22,1%
22	COSMO	0,1%	0,0	0,9%	+0,9	10,6 mill.	23,0%
23	AMC BREAK	0,1%	0,0	0,9%	+0,9	6,5 mill.	14,0%
24	NGC WILD	0,1%	0,0	0,8%	+0,8	8,1 mill.	17,6%
25	DECASA	0,1%	0,0	0,8%	+0,8	8,0 mill.	17,2%
26	#0 por M+	0,1%	0,0	0,7%	+0,7	7,4 mill.	15,9%
27	AXN MOVIES	0,1%	-	0,7%	+0,7	5,4 mill.	11,8%
28	DAZN 1	0,1%	0,0	0,7%	+0,7	6,0 mill.	13,1%
29	XTRM	0,1%	0,0	0,7%	+0,7	8,3 mill.	18,0%
30	AMC CRIME	0,1%	0,0	0,7%	+0,7	4,9 mill.	10,7%



# GRUPOS COMUNICACIÓN

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ÁMBITO DE EMISIÓN

## Abierto

Ránking grpos editores en ABIERTO	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
ATRESMEDIA	26,8%	45,5 mill.	98,4%
MEDIASET	25,6%	45,3 mill.	98,1%
GRUPO RTVE	15,3%	45,3 mill.	98,1%
FORTA	8,4%	41,5 mill.	89,9%
GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,6%	40,5 mill.	87,7%
GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,5%	40,5 mill.	87,6%

## Pago

Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
MOVISTAR	1,2%	23,6 mill.	51,0%
AMC NETWORKS	1,2%	23,3 mill.	50,4%
DAZN	0,6%	15,8 mill.	34,2%
FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,5%	18,6 mill.	40,3%
TURNER	0,4%	16,3 mill.	35,3%
SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,3%	12,7 mill.	27,6%
UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	14,1 mill.	30,5%
DISCOVERY NETWORKS	0,3%	15,3 mill.	33,1%

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

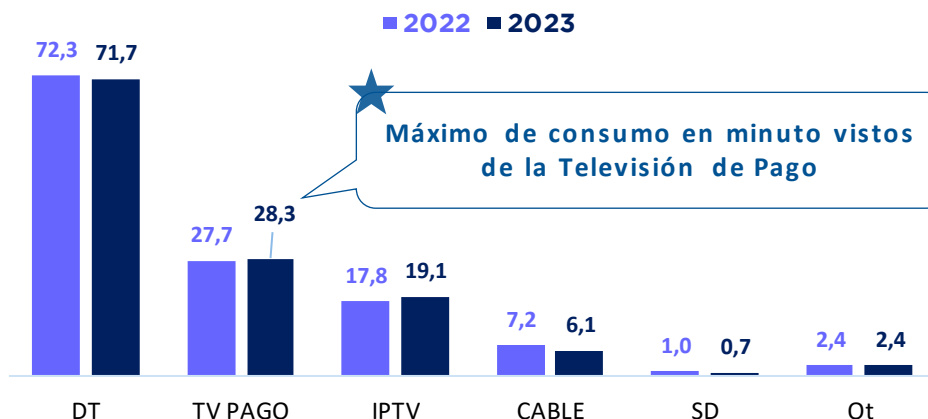


# SISTEMAS DISTRIBUCIÓN

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ÁMBITO DE EMISIÓN

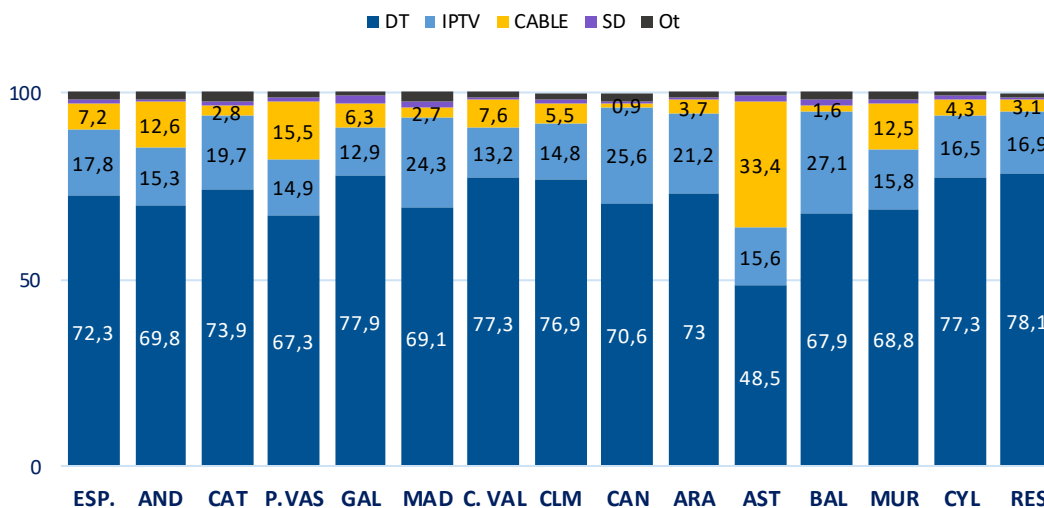
Fecha	DT	TV PAGO	IPTV	CABLE	SD	Ot
2022	72,3%	27,7%	→ 18%	7%	1%	2%
2023	71,7%	28,3%	→ 19%	6%	1%	2%
Dif>	-0,6	+0,6	+1,3	-1,1	-0,3	0

Cuota% Sistemas Distribución (Lineal+Diferido)



**IPTV:** Incluye MovistarTV, Vodafone, Orange TV, ... | **Cable:** Vodafone, Ono, Euskaltel, MundoR, Telecable... | **Satélite Digital (SD):** Canal+ | **Ot:** Movistar, VF, Orange, Edonon, HBO, Netflix, Amazon Prime, Sky...

Cuota Sistemas Distribución por Regiones





# EMISIONES MÁS VISTAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

Top 30

RNK	CADENA	TÍTULO / FECHA/ AUDIENCIA MEDIA / CUOTA	AUDIENCIA MEDIA
1	La1	PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA (18-jun-23): 7.261.000 y 48,4%	
2	La1	PRORROGA FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA (18-jun-23): 6.417.000 y 41,7%	
3	La1	POST FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL (20-ago-23): 6.226.000 y 59,6%	
4	La1	FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-BARCELONA (02-mar-23): 6.000.000 y 36,3%	
5	La1	FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL (20-ago-23): 5.599.000 y 65,7%	
6	La1	FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-R.MADRID (05-abr-23): 5.507.000 y 40,7%	
7	La1	PRORROGA FUTBOL:C.REY / R.MADRID-AT.MADRID (26-ene-23): 5.467.000 y 36,5%	
8	La1	FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-OSASUNA (06-may-23): 5.326.000 y 39,5%	
9	La1	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA (18-jun-23): 5.230.000 y 37,7%	
10	La1	FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-AT.MADRID (26-ene-23): 5.142.000 y 32,1%	
11	La1	EUROVISION:VOTACIONES (13-may-23): 5.134.000 y 47,6%	
12	La1	EUROVISION (13-may-23): 4.839.000 y 39,7%	
13	La1	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / NORUEGA-ESPAÑA (15-oct-23): 4.839.000 y 33,1%	
14	La1	LA GRAN NOCHE DE EUROVISION (13-may-23): 4.796.000 y 39,5%	
15	A3	PASAPALABRA (16-mar-23): 4.578.000 y 37,4%	
16	La1	EUROPEAN QUALIFIERS / NORUEGA-ESPAÑA (15-oct-23): 4.316.000 y 30,5%	
17	La1	FIFA WOMEN'S WORLD CUP (20-ago-23): 4.157.000 y 40,8%	
18	La1	POST FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA (18-jun-23): 4.062.000 y 33,3%	
19	La1	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESCOCIA-ESPAÑA (28-mar-23): 3.855.000 y 27,3%	
20	La1	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA (19-nov-23): 3.812.000 y 26%	
21	La1	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-ESCOCIA (12-oct-23): 3.746.000 y 30,1%	
22	La1	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-NORUEGA (25-mar-23): 3.728.000 y 29,8%	
23	La1	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-ITALIA (15-jun-23): 3.708.000 y 30,3%	
24	La1	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / MANCHESTER CITY-INTER (10-jun-23): 3.629.000 y 31,6%	
25	A3	EL HORMIGUERO / EL DESAFIO (16-mar-23): 3.522.000 y 23,5%	
26	La1	23J EL DEBATE FINAL (24-may-22): 2.393.000 y 28,8%	
27	A3	ANTENA 3 NOTICIAS 2 (16-may-22): 2.376.000 y 23,3%	
28	T5	FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES / R.MADRID-AL HILAL (23-may-22): 2.376.000 y 25,6%	
29	A3	ANTENA 3 NOTICIAS 2 (12-may-22): 2.376.000 y 22,3%	
30	A3	ANTENA 3 NOTICIAS 2 (19-may-22): 2.364.000 y 23,1%	

Legenda:







# EMISIONES MÁS VISTAS

## SIN DEPORTES NI INFORMATIVOS DIARIOS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal| +2R | ESPAÑA

Top 30

RNK	CADENA	TÍTULO / FECHA/ AUDIENCIA MEDIA / CUOTA	AUDIENCIA MEDIA
1	La1	EUROVISION:VOTACIONES (13-may-23): 5.134.000 y 47,6%	
2	La1	EUROVISION (13-may-23): 4.839.000 y 39,7%	
3	La1	LA GRAN NOCHE DE EUROVISION (13-may-23): 4.796.000 y 39,5%	
4	A3	PASAPALABRA (16-mar-23): 4.578.000 y 37,4%	
5	A3	EL HORMIGUERO / EL DESAFIO (16-mar-23): 3.522.000 y 23,5%	
6	La1	23J EL DEBATE FINAL (19-jul-23): 3.460.000 y 28,8%	
7	A3	CARA A CARA:EL DEBATE:ATRESMEDIA (10-jul-23): 3.194.000 y 25,1%	
8	A3	PASAPALABRA / ORESTES Y RAFA:EL GRAN DUELO (16-mar-23): 3.189.000 y 27,2%	
9	A3	PASAPALABRA (15-mar-23): 3.145.000 y 28,2%	
10	A3	PASAPALABRA (01-mar-23): 3.131.000 y 26%	
11	A3	PASAPALABRA (14-mar-23): 3.126.000 y 27,1%	
12	A3	PASAPALABRA (13-mar-23): 3.103.000 y 26,4%	
13	A3	PASAPALABRA (16-ene-23): 3.086.000 y 24,7%	
14	A3	EL HORMIGUERO / ALBERTO NUÑEZ FEIJOO (28-jun-23): 3.079.000 y 25,9%	
15	A3	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES (23-ene-23): 3.063.000 y 23,7%	
16	A3	PASAPALABRA (18-ene-23): 3.058.000 y 24,2%	
17	A3	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES (30-ene-23): 3.052.000 y 24,9%	
18	A3	PASAPALABRA (07-feb-23): 3.041.000 y 24,2%	
19	A3	PASAPALABRA (01-feb-23): 3.040.000 y 24,7%	
20	A3	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES (31-ene-23): 3.038.000 y 25,2%	
21	A3	PASAPALABRA (14-feb-23): 3.003.000 y 24,7%	
22	A3	EL HORMIGUERO / JOAQUIN SANCHEZ Y SUSANA SABORIDO (06-feb-23): 2.990.000 y 19,4%	
23	A3	PASAPALABRA (10-ene-23): 2.990.000 y 24,9%	
24	A3	PASAPALABRA (06-mar-23): 2.989.000 y 24,6%	
25	A3	EL HORMIGUERO / KAROL G (28-feb-23): 2.989.000 y 19,7%	
26	A3	PASAPALABRA (24-may-22): 2.393.000 y 25%	
27	A3	EL HORMIGUERO / MIGUEL ANGEL REVILLA (16-may-22): 2.376.000 y 19,1%	
28	A3	PASAPALABRA (23-may-22): 2.376.000 y 24%	
29	A3	PASAPALABRA (12-may-22): 2.376.000 y 24,2%	
30	A3	PASAPALABRA (19-may-22): 2.364.000 y 24,6%	

Legenda:





# RÁNKING POR GÉNEROS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

SERIES		
1	2	3
<b>PECADO ORIGINAL</b>	<b>HERMANOS</b>	<b>HERMANOS</b>
A3   19-feb-23	A3   07-feb-23	A3   06-feb-23
<b>1.650.000</b>	<b>1.583.000</b>	<b>1.572.000</b>
12,1% cuota	15,6% cuota	14,8% cuota

PELÍCULA		
1	2	3
<b>CINE / OPERACION CAMARON</b>	<b>EL PELICULON / PADRE NO HAY... 2</b>	<b>MULTICINE / PADRE NO HAY</b>
T5   26-feb-23	A3   04-ene-23	A3   01-ene-23
<b>2.549.000</b>	<b>2.235.000</b>	<b>2.091.000</b>
19,4% cuota	22,0% cuota	20,3% cuota

INFORMACIÓN		
1	2	3
<b>23J EL DEBATE FINAL</b>	<b>ANTENA 3 NOTICIAS 2</b>	<b>ANTENA 3 NOTICIAS 2</b>
La1   19-jul-23	A3   18-ene-23	A3   01-mar-23
<b>3.412.000</b>	<b>3.238.000</b>	<b>3.238.000</b>
28,8% cuota	23,3% cuota	22,3% cuota

CULTURAL		
1	2	3
<b>JOAQUIN:LA PENULTIMA Y ME</b>	<b>JOAQUIN:LA PENULTIMA Y ME</b>	<b>CUENTAME COMO FUE</b>
A3   02-feb-23	A3   09-feb-23	La1   29-nov-23
<b>2.221.000</b>	<b>2.176.000</b>	<b>1.539.000</b>
18,6% cuota	19,0% cuota	11,1% cuota

ENTRETENIMIENTO		
1	2	3
<b>EL HORMIGUERO / EL DESAFIO</b>	<b>EL HORMIGUERO / ALBERTO NUÑEZ</b>	<b>EL HORMIGUERO / JOAQUIN</b>
A3   16-mar-23	A3   28-jun-23	A3   06-feb-23
<b>3.522.000</b>	<b>3.079.000</b>	<b>2.990.000</b>
23,5% cuota	25,9% cuota	19,4% cuota

CONCURSO		
1	2	3
<b>PASAPALABRA</b>	<b>PASAPALABRA / ORESTES Y RAFA</b>	<b>PASAPALABRA</b>
A3   16-mar-23	A3   16-mar-23	A3   15-mar-23
<b>4.578.000</b>	<b>3.189.000</b>	<b>3.145.000</b>
37,4% cuota	27,2% cuota	28,2% cuota

FACTUAL		
1	2	3
<b>UNA VIDA BARBARA</b>	<b>UNA VIDA BARBARA</b>	<b>UNA VIDA BARBARA</b>
A3   12-abr-23	A3   03-may-23	A3   19-abr-23
<b>1.654.000</b>	<b>1.437.000</b>	<b>1.404.000</b>
14,6% cuota	13,5% cuota	13,5% cuota

DEPORTE		
1	2	3
<b>PENALTIS FUTBOL:UEFA</b>	<b>PRORROGA FUTBOL:UEFA</b>	<b>POST FUTBOL:CAMPEON</b>
La1   18-jun-23	La1   18-jun-23	La1   20-ago-23
<b>7.261.000</b>	<b>6.417.000</b>	<b>6.226.000</b>
48,4% cuota	41,7% cuota	59,6% cuota



# RÁNKING POR GÉNEROS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## SERIES

### RÁNKING PROGRAMAS MÁS VISTOS EN EL AÑO

\* Se promedian independientemente emisiones con hora de inicio diferente en 120 min.

RNK	Título	Cadena	Franja	Especialidad	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	PECADO ORIGINAL / A3	A3	PT	TELENOVELAS	1	12,1	1.650	3.560
2	TIERRA AMARGA / A3	A3	Tar	TELENOVELAS	49	14,6	1.322	13.620
3	SECRETOS DE FAMILIA / A3	A3	PT	TELENOVELAS	48	11,4	1.175	22.732
4	PECADO ORIGINAL / A3	A3	Tar-Sob	TELENOVELAS	206	12,7	1.078	23.888
5	AMAR ES PARA SIEMPRE / A3	A3	Sob	TELENOVELAS	240	11	1.057	29.967
6	BOSE / T5	T5	PT	SERIES	4	9,7	996	6.052
7	CRISTO Y REY / A3	A3	PT-LT	SERIES	8	10,9	987	8.312
8	HERMANOS / A3	A3	PT-LT	TELENOVELAS	144	12,7	963	25.212
9	LO QUE ESCONDIAN SUS OJOS / T5	T5	PT	MINISERIES	1	9,5	960	3.985
10	ESCANDALO:RELATO DE UNA OBSESION / T5	T5	PT	SERIES	8	8,1	936	10.147
11	HERIDAS / A3	A3	PT-LT	SERIES	21	9	830	11.457
12	LA QUE SE AVECINA / T5	T5	PT	SITCOM	10	9,5	829	10.942
13	SECRETOS DE FAMILIA:PRESENTACION / A3	A3	PT	TELENOVELAS	2	7,9	818	2.319
14	EL PUEBLO / T5	T5	PT-LT	SERIES	11	8,9	803	11.334
15	MIA ES LA VENGANZA / T5	T5	Sob	SERIES	25	7,9	801	10.540
16	DESAPARECIDOS.LA SERIE / T5	T5	PT	SERIES	8	7,9	743	8.749
17	ENTREVIAS / T5	T5	PT-LT	SERIES	16	9,3	651	9.370
18	ACI:ALTA CAPACIDAD INTELLECTUAL / A3	A3	PT-LT	SERIES	14	8,5	612	8.338
19	VIOLETA COMO EL MAR / A3	A3	PT-LT	SERIES	12	8,2	585	6.452
20	SISSI / T5	T5	PT-LT	MINISERIES	3	7,5	583	4.236



# RÁNKING POR GÉNEROS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## PELÍCULAS

### RÁNKING PELÍCULAS MÁS VISTAS EN EL AÑO

\* Se promedian independientemente emisiones con hora de inicio diferente en 120 min.

RNK	Título	Cadena	Fecha	Franja	Subespecialidad	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	CINE / OPERACION CAMARON	T5	26/02/2023	PT	COMEDIA	19,4	2.549	5.703
2	EL PELICULON / PADRE NO HAY... 2	A3	04/01/2023	PT	COMEDIA	22	2.235	5.293
3	MULTICINE / PADRE NO HAY MAS QUE UNO	A3	01/01/2023	PT	COMEDIA	20,3	2.091	4.918
4	PELICULA DE LA SEMANA / DESPIERTA LA FURIA	La1	26/03/2023	PT	COMEDIA	14,3	1.911	5.227
5	PELICULA DE LA SEMANA / UNCHARTED	La1	03/09/2023	PT	COMEDIA	15,7	1.877	5.055
6	PELICULA DE LA SEMANA / EL BUEN PATRON	La1	11/06/2023	PT	COMEDIA	14,4	1.855	5.366
7	PELICULA DE LA SEMANA / THE EQUALIZER 2	La1	12/02/2023	PT	COMEDIA	13,4	1.822	4.950
8	PELICULA DE LA SEMANA / THE EQUALIZER:EL PROTECTOR	La1	10/09/2023	PT	COMEDIA	15,9	1.774	5.269
9	PELICULA DE LA SEMANA / GEOSTORM	La1	26/11/2023	PT	COMEDIA	13,7	1.741	5.123
10	PELICULA DE LA SEMANA / EL JUSTICIERO(DEATH WISH)	La1	12/11/2023	PT	COMEDIA	13,7	1.731	4.645
11	PELICULA DE LA SEMANA / DESPIERTA LA FURIA	La1	17/09/2023	PT	COMEDIA	14,4	1.726	4.861
12	PELICULA DE LA SEMANA / EL JUSTICIERO(DEATH WISH)	La1	12/03/2023	PT	COMEDIA	12,1	1.656	4.583
13	EL PELICULON / EN GUERRA CON MI ABUELO	A3	07/01/2023	PT	COMEDIA	12,4	1.625	4.291
14	MULTICINE / LA DESAPARICION DE HORTENSE	A3	08/01/2023	PT	COMEDIA	13,2	1.594	3.538
15	PELICULA DE LA SEMANA / AVA	La1	05/02/2023	PT	COMEDIA	11,2	1.584	4.970
16	PELICULA DE LA SEMANA / THE EQUALIZER:EL PROTECTOR	La1	29/01/2023	PT	COMEDIA	11,9	1.577	5.102
17	MULTICINE / LAS DESAPARICIONES DE APPLE SPRINGS	A3	22/01/2023	PT	COMEDIA	14,2	1.563	3.518
18	MULTICINE / INTENTA RECORDAR(2020)	A3	29/01/2023	PT	COMEDIA	13,5	1.550	3.369
19	PELICULA DE LA SEMANA / SPECTRE	La1	03/12/2023	PT	COMEDIA	13	1.536	4.918
20	EL PELICULON / EL MEJOR VERANO DE MI VIDA	A3	18/03/2023	PT	COMEDIA	12,8	1.521	4.298



# RÁNKING POR GÉNEROS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## INFORMACIÓN

### RÁNKING PROGRAMAS MÁS VISTOS EN EL AÑO

\* Se promedian independientemente emisiones con hora de inicio diferente en 120 min.

RNK	Título	Cadena	Franja	Especialidad	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	CARA A CARA:EL DEBATE:ATRESMEDIA / A3	A3	PT	ELECTORALES	1	25,1	3.194	6.820
2	CARA A CARA:EL DEBATE:ATRESMEDIA / LA SEXTA	LA SEXTA	PT	ELECTORALES	1	21,4	2.716	6.004
3	23J EL DEBATE FINAL / La1	La1	PT	ELECTORALES	2	24,6	2.711	7.203
4	ESPECIAL CARA A CARA / A3	A3	PT	ELECTORALES	1	20,4	2.243	3.741
5	DIA FIESTA NACIONAL / La1	La1	Mañ	EVENTOS ESPECIALES	1	42,9	2.236	4.290
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2 / A3	A3	PT	DIARIA	248	19	2.219	34.440
7	ANTENA 3 NOTICIAS 1 / A3	A3	Sob	DIARIA	248	21,1	2.146	31.934
8	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA / A3	A3	Sob	DIARIA	99	20,1	1.970	29.002
9	23J:TU DECIDES / La1	La1	PT	ELECTORALES	1	18,2	1.954	4.484
10	HABLANDO EN PLATA:EL ESCANDALO DE LAS RESIDENCIAS / A3	A3	PT	REPORTAJES ACTUALIDAD	1	15,9	1.935	3.915
11	ARV:MONCLOA:LOS RESULTADOS / LA SEXTA	LA SEXTA	PT	ELECTORALES	1	13,4	1.821	6.618
12	SORTEO LOTERIA DEL NIÑO / La1	La1	Mañ	ESPECIALIZADA	1	34,7	1.817	2.589
13	DEPORTES / A3	A3	Sob	ESPECIALIZADA	3	16,9	1.681	4.121
14	23J:A DEBATE / La1	La1	PT	ELECTORALES	1	16,4	1.672	5.014
15	23J:TU DECIDES / La1	La1	Tar-PT	ELECTORALES	2	13,7	1.645	9.184
16	¡BIENVENIDAS,CAMPEONAS! / La1	La1	PT	EVENTOS ESPECIALES	1	18,4	1.597	6.044
17	ELECCIONES GENERALES:JULIO 2023 / A3	A3	Tar-PT	ELECTORALES	2	12,7	1.528	9.187
18	LA NOCHE EN 24H:EL POSTDEBATE / La1	La1	PT	ELECTORALES	1	19,5	1.523	4.849
19	ANTENA 3 NOTICIAS 2 FIN DE SEMANA / A3	A3	PT	DIARIA	97	12,5	1.412	28.676
20	DEPORTES 2 / A3	A3	PT	ESPECIALIZADA	8	14,7	1.411	6.505



# RÁNKING POR GÉNEROS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## ENTRETENIMIENTO

### RÁNKING PROGRAMAS MÁS VISTOS EN EL AÑO

\* Se promedian independientemente emisiones con hora de inicio diferente en 120 min.

RNK	Título	Cadena	Franja	Especialidad	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	LOS GOYA / La1	La1	PT	GALA / FESTIVAL	1	23,4	2.684	7.572
2	EL HORMIGUERO / A3	A3	PT	HUMOR	156	16,4	2.286	35.168
3	LATIN GRAMMY 2023 / La1	La1	PT	GALA / FESTIVAL	1	21,5	1.990	6.108
4	EL DESAFIO / A3	A3	PT	OTROS	10	16,5	1.901	16.776
5	TU CARA ME SUENA:ESPECIAL REYES / A3	A3	PT	OTROS	1	16,5	1.832	5.358
6	TU CARA ME SUENA / A3	A3	PT	OTROS	16	19,1	1.787	20.068
7	LATIN GRAMMY 2023:NOCHE DE ESTRELLAS / La1	La1	PT	GALA / FESTIVAL	1	12,3	1.736	4.359
8	EL HORMIGUERO 16 AÑOS JUNTOS / A3	A3	PT	HUMOR	4	12,3	1.703	11.255
9	SUPERVIVIENTES / T5	T5	PT	REALITY-SHOW	18	17,4	1.617	17.349
10	EL DESAFIO:CALENTANDO MOTORES / A3	A3	PT	OTROS	10	11,5	1.562	9.619
11	TU CARA ME SUENA:CALENTANDO MOTORES / A3	A3	PT	OTROS	17	13,3	1.522	13.857
12	SUPERVIVIENTES:CONEXION HONDURAS / T5	T5	PT	REALITY-SHOW	17	15,1	1.457	17.256
13	MASK SINGER:ADIVINA QUIEN CANTA / A3	A3	PT-LT	OTROS	9	16,9	1.450	11.893
14	SUPERVIVIENTES:TIERRA DE NADIE / T5	T5	PT	REALITY-SHOW	16	14,7	1.404	16.134
15	LA ISLA DE LAS TENTACIONES / T5	T5	PT	REALITY-SHOW	18	12,8	1.351	15.502
16	LA ALFOMBRA DE LOS GOYA / La1	La1	Tar	GALA / FESTIVAL	1	11,1	1.317	4.349
17	CM:EL REENCUENTRO / T5	T5	PT	MAGAZINE	1	14,2	1.296	4.283
18	SUPERVIVIENTES:EL DEBATE FINAL / T5	T5	PT	DEBATE SHOW	1	14,7	1.271	4.358
19	¡DE VIERNES! / T5	T5	PT	DEBATE SHOW	3	14,3	1.245	8.337
20	SUPERVIVIENTES:ULTIMA HORA / T5	T5	PT	REALITY-SHOW	15	8,9	1.243	12.156



# RÁNKING POR GÉNEROS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## CONCURSOS

### RÁNKING PROGRAMAS MÁS VISTOS EN EL AÑO

\* Se promedian independientemente emisiones con hora de inicio diferente en 120 min.

RNK	Título	Cadena	Franja	Especialidad	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	PASAPALABRA / A3	A3	PT	CONOCIMIENTO	1	37,4	4.578	6.715
2	PASAPALABRA / A3	A3	Tar	CONOCIMIENTO	242	21,2	2.080	33.802
3	GRAND PRIX / La1	La1	PT	HABILIDAD	7	19,4	1.689	14.788
4	LA VOZ:AUDICIONES / A3	A3	PT	HABILIDAD	6	18	1.575	11.726
5	LA RULETA DE LA SUERTE / A3	A3	Mañ-Sob	CONOCIMIENTO	355	19,4	1.483	35.477
6	LA VOZ:ASALTOS / A3	A3	PT	HABILIDAD	3	15,5	1.440	8.247
7	MASTERCHEF / La1	La1	PT	HABILIDAD	25	13,2	1.350	20.179
8	LA VOZ:DIRECTOS / A3	A3	PT	HABILIDAD	2	15,6	1.342	6.434
9	LA VOZ KIDS:AUDICIONES / A3	A3	PT	HABILIDAD	6	12,9	1.340	12.284
10	V:LA VOZ A PUNTO DE EMPEZAR / A3	A3	PT	HABILIDAD	13	11,1	1.317	9.864
11	LA VOZ KIDS:FINAL / A3	A3	PT	HABILIDAD	1	17,2	1.253	3.877
12	LA VOZ:BATALLA FINAL / A3	A3	PT	HABILIDAD	1	16,3	1.241	4.694
13	MASTERCHEF CELEBRITY / La1	La1	PT	HABILIDAD	12	15,9	1.176	14.427
14	GOT TALENT:ALL STARS / T5	T5	PT	HABILIDAD	7	10,5	1.149	12.722
15	GOT TALENT ESPAÑA / T5	T5	PT	HABILIDAD	14	12,3	1.141	16.730
16	LA VOZ KIDS:BATALLAS / A3	A3	PT	HABILIDAD	2	12,7	1.117	6.361
17	LA VOZ KIDS:ULTIMO ASALTO / A3	A3	PT	HABILIDAD	2	13,4	1.111	6.040
18	GH VIP:EXPRESS / T5	T5	PT	OTROS	12	8,1	1.069	9.634
19	MASTERCHEF ESPECIAL NAVIDAD / La1	La1	PT	HABILIDAD	3	10,1	1.016	9.000
20	25 PALABRAS / T5	T5	PT	CONOCIMIENTO	2	7,9	965	5.427



# RÁNKING POR GÉNEROS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

El “factual” es un género de programación de entretenimiento basado en hechos reales.

## FACTUAL

### RÁNKING PROGRAMAS MÁS VISTOS EN EL AÑO

\* Se promedian independientemente emisiones con hora de inicio diferente en 120 min.

RNK	Título	Cadena	Franja	Especialidad	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	UNA VIDA BARBARA / A3	A3	PT-LT	DOCUDRAMA	11	12,1	904	9.527
2	TE FALTA UN VIAJE / CUATRO	CUATRO	PT	DOCUSHOW	1	8,5	840	2.650
3	ESPAÑOLES EN EL MUNDO // La1	La1	Sob	DOCUSHOW	1	7,4	575	1.324
4	DOS BODAS GIPSY / CUATRO	CUATRO	PT	DOCUSHOW	6	5,8	496	6.965
5	VOLANDO VOY / CUATRO	CUATRO	PT-LT	DOCUSHOW	14	6,2	427	8.535
6	VIAJEROS CUATRO / CUATRO	CUATRO	PT-LT	DOCUSHOW	20	6,1	424	11.565
7	CRIMS / TV3	TV3	PT	DOCUDRAMA	12	20,3	384	1.711
8	VIAJEROS CUATRO / CUATRO	CUATRO	Mañ	DOCUSHOW	212	7,3	315	24.320
9	RURALITAS / La2	La2	Tar	DOCUSHOW	13	3,1	311	6.968
10	CALLEJEROS VIAJEROS PARAISOS / CUATRO	CUATRO	Sob	DOCUSHOW	3	3	310	1.602
11	CALLEJEROS VIAJEROS / CUATRO	CUATRO	Sob	DOCUSHOW	63	3	305	14.296
12	VIAJEROS CUATRO / CUATRO	CUATRO	Sob-Mañ	DOCUSHOW	8	3,6	294	5.877
13	ESPAÑOLES EN EL MUNDO / La1	La1	Mañ	DOCUSHOW	84	7,3	290	16.377
14	ENCARCELADOS / LA SEXTA	LA SEXTA	PT	DOCUDRAMA	9	3,5	273	7.263
15	VIAJEROS CUATRO / CUATRO	CUATRO	Mañ	DOCUSHOW	3	4	272	2.883
16	ESPAÑOLES EN EL MUNDO / La1	La1	PT-LT	DOCUSHOW	14	6	264	5.766
17	BRETON, LA MIRADA DEL DIABLO / C.SUR	C.SUR	PT	DOCUDRAMA	3	12,5	245	761
18	CALLEJEROS VIAJEROS PARAISOS / CUATRO	CUATRO	Mañ	DOCUSHOW	9	7,1	231	3.514
19	CALLEJEROS VIAJEROS / CUATRO	CUATRO	Mañ	DOCUSHOW	9	6,4	230	3.459
20	RURALITAS / La2	La2	Sob	DOCUSHOW	13	2,3	229	4.429





# RÁNKING POR GÉNEROS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## CULTURALES

### RÁNKING PROGRAMAS MÁS VISTOS EN EL AÑO

\* Se promedian independientemente emisiones con hora de inicio diferente en 120 min.

RNK	Título	Cadena	Franja	Especialidad	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	CUENTAME COMO FUE / La1	La1	PT	DIVULGATIVOS/OTROS	1	11,1	1.539	0
2	JOAQUIN:LA PENULTIMA Y ME VOY / A3	A3	PT-LT	DOCUMENTALES	14	11,2	1.032	0
3	ANTENA 3 PRESENTA / A3	A3	PT	DIVULGATIVOS/OTROS	66	8,3	997	0
4	MI MUNDO ES OTRO / LA SEXTA	LA SEXTA	PT	DOCUMENTALES	2	6,8	854	0
5	NINO BRAVO:VIVIR / La2	La2	PT	DOCUMENTALES	1	5,7	825	0
6	CINE DE BARRIO PRESENTACION / La1	La1	Tar	DIVULGATIVOS/OTROS	38	9	814	0
7	HISTORIA DE NUESTRO CINE:PRESENTACION / La1	La1	PT	DIVULGATIVOS/OTROS	1	6,7	784	0
8	LAZOS DE SANGRE / La1	La1	PT-LT	DOCUMENTALES	16	9	762	0
9	LAZOS DE SANGRE:PRESENTACION / La1	La1	PT	DIVULGATIVOS/OTROS	11	9,3	751	0
10	COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / A3	A3	Mañ	DIVULGATIVOS/OTROS	415	14,2	710	0
11	EL CHOFER DE RUIZ-MATEOS / CUATRO	CUATRO	PT	DOCUMENTALES	1	5,9	679	0
12	TRICICLE 40 / La2	La2	PT	DOCUMENTALES	1	3,9	604	0
13	ANGLES:HISTORIA DE UNA FUGA / LA SEXTA	LA SEXTA	PT	DOCUMENTALES	4	5,1	585	0
14	VOLVER A SER UN NIÑO / La2	La2	PT	DOCUMENTALES	1	3,6	565	0
15	LA CORTE DE ANA / La2	La2	PT	DOCUMENTALES	1	3,5	528	0
16	MIGUEL FLETA:TENOR,MITO / La2	La2	PT	DOCUMENTALES	1	3,4	527	0
17	FREDDIE MERCURY:EL ULTIMO ACTO / La2	La2	PT	DOCUMENTALES	1	4,5	521	0
18	CACHITOS DE HIERRO Y CROMO / La2	La2	PT-Tar	DIVULGATIVOS/OTROS	18	3,9	508	0
19	OLE,OLE,LOLA FLORES / La2	La2	PT	DOCUMENTALES	1	3,2	506	0
20	CONCHA VELASCO,MEMORIA VIVA / La2	La2	PT	DOCUMENTALES	1	3,4	490	0



# TOP 10 PROGRAMAS POR CADENAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## La1

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	La1	PENALTI'S FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE	PT	DEPORTES	FUTBOL	1	48,4	7.261	8.110
2	La1	POST FUTBOL:CAMPEONATO DEL MUNDO FEMENINO	Sob	DEPORTES	FUTBOL	1	59,6	6.226	8.672
3	La1	EUROVISION:VOTACIONES	PT	MUSICA	CONCIERTO/ACTUACIONES	1	47,6	5.134	8.576
4	La1	LA GRAN NOCHE DE EUROVISION	PT	MUSICA	PROGRAMAS	1	39,5	4.796	12.869
5	La1	EUROPEAN QUALIFIERS	Tar	DEPORTES	FUTBOL	1	30,5	4.316	10.659
6	La1	FIFA WOMEN'S WORLD CUP	Sob	DEPORTES	FUTBOL	1	40,8	4.157	5.484
7	La1	POST FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE	PT	DEPORTES	FUTBOL	1	33,3	4.062	8.367
8	La1	PRORROGA FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE	PT	DEPORTES	FUTBOL	2	28,7	4.046	10.077
9	La1	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA	PT	DEPORTES	FUTBOL	6	28,5	3.851	19.916
10	La1	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE	PT	DEPORTES	FUTBOL	1	31,6	3.629	7.516

## T5

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	T5	FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES	Tar	DEPORTES	FUTBOL	2	22,8	3.072	10.263
2	T5	POST FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES	PT	DEPORTES	FUTBOL	1	18	2.660	4.641
3	T5	FORMULA 1	Sob	DEPORTES	AUTOMOVILISMO	1	20,9	2.250	4.399
4	T5	PREVIO FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES	Tar	DEPORTES	FUTBOL	1	14,6	1.640	3.209
5	T5	SUPERVIVIENTES	PT	ENTRETENIMIENTO	REALITY-SHOW	18	17,4	1.617	17.349
6	T5	POST FORMULA 1	Sob	DEPORTES	AUTOMOVILISMO	1	15,1	1.582	2.794
7	T5	SUPERVIVIENTES:CONEXION HONDURAS	PT	ENTRETENIMIENTO	REALITY-SHOW	17	15,1	1.457	17.256
8	T5	PREVIO FORMULA 1	Sob	DEPORTES	AUTOMOVILISMO	1	15,7	1.433	2.955
9	T5	SUPERVIVIENTES:TIERRA DE NADIE	PT	ENTRETENIMIENTO	REALITY-SHOW	16	14,7	1.404	16.134
10	T5	LA ISLA DE LAS TENTACIONES	PT	ENTRETENIMIENTO	REALITY-SHOW	18	12,8	1.351	15.502

## A3

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	A3	PASAPALABRA	PT	CONCURSOS	CONOCIMIENTO	1	37,4	4.578	6.715
2	A3	CARA A CARA:EL DEBATE:ATRESMEDIA	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	25,1	3.194	6.820
3	A3	EL HORMIGUERO	PT	ENTRETENIMIENTO	HUMOR	156	16,4	2.286	35.168
4	A3	ESPECIAL CARA A CARA	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	20,4	2.243	3.741
5	A3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	PT	INFORMACIÓN	DIARIA	248	19	2.219	34.440
6	A3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	Sob	INFORMACIÓN	DIARIA	248	21,1	2.146	31.934
7	A3	PASAPALABRA	Tar	CONCURSOS	CONOCIMIENTO	242	21,2	2.080	33.802
8	A3	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	Sob	INFORMACIÓN	DIARIA	99	20,1	1.970	29.002
9	A3	HABLANDO EN PLATA:EL ESCANDALO DE LAS RESIDENCIAS	PT	INFORMACIÓN	REPORTAJES ACTUALIDAD	1	15,9	1.935	3.915
10	A3	EL DESAFIO	PT	ENTRETENIMIENTO	OTROS	10	16,5	1.901	16.776



# TOP 10 PROGRAMAS POR CADENAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## CUATRO

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	CUATRO	ESTAN AQUI	PT	FICCIÓN	LARGOMETRAJES	1	12,3	1.266	4.203
2	CUATRO	100 AÑOS DISNEY	Sob	FICCIÓN	LARGOMETRAJES	2	10,6	1.049	5.278
3	CUATRO	LOS CLASICOS DE DISNEY COBRAN VIDA	PT	FICCIÓN	LARGOMETRAJES	2	9,5	1.041	6.138
4	CUATRO	OBJETIVO CUATRO	PT	FICCIÓN	LARGOMETRAJES	2	8,1	991	5.853
5	CUATRO	STATHAM IT'S A MATCH	PT	FICCIÓN	LARGOMETRAJES	6	7,7	960	11.168
6	CUATRO	DENZEL WASHINGTON COLLECTION	PT	FICCIÓN	LARGOMETRAJES	3	7,5	906	7.635
7	CUATRO	FAST & FURIOUS LA SAGA	PT	FICCIÓN	LARGOMETRAJES	5	7,9	873	10.257
8	CUATRO	ESTAN AQUI	Sob	FICCIÓN	LARGOMETRAJES	2	8,5	858	5.114
9	CUATRO	FIRST DATES	PT	ENTRETENIMIENTO	REALITY-SHOW	546	6,7	844	37.572
10	CUATRO	TE FALTA UN VIAJE	PT	FACTUAL	DOCUSHOW	1	8,5	840	2.650

## LA SEXTA

RNK	LA SEXTA	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	LA SEXTA	CARA A CARA:EL DEBATE:ATRESMEDIA	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	21,4	2.716	6.004
2	LA SEXTA	ARV:MONCLOA:LOS RESULTADOS	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	13,4	1.821	6.618
3	LA SEXTA	FUTBOL:AMISTOSO	PT	DEPORTES	FUTBOL	1	10,8	1.487	5.277
4	LA SEXTA	ARV:OBJETIVO:CARA A CARA	PT	INFORMACIÓN	OPINIÓN	1	19	1.311	4.127
5	LA SEXTA	LO DE EVOLE	PT	INFORMACIÓN	REPORTAJES ACTUALIDAD	13	8,3	1.179	15.025
6	LA SEXTA	ARV:MONCLOA:EL ANALISIS	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	15	1.169	4.207
7	LA SEXTA	PREVIO FUTBOL:AMISTOSO	PT	DEPORTES	FUTBOL	1	9,9	1.156	2.425
8	LA SEXTA	ARV:OBJETIVO ELECCIONES:LOS RESULTADOS	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	7,4	1.109	5.642
9	LA SEXTA	RUEDA DE PRENSA	Sob	INFORMACIÓN	EVENTOS ESPECIALES	1	11,8	1.034	1.674
10	LA SEXTA	EL INTERMEDIO	PT	ENTRETENIMIENTO	HUMOR	164	7,2	988	30.314

## C.SUR

RNK	TV3	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	C.SUR	ENTREVISTA	Sob	INFORMACIÓN	OPINIÓN	1	17,5	352	455
2	C.SUR	28M ANDALUCIA DECIDE:ELECCIONES MUNICIPALES	Tar	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	14,1	351	1.968
3	C.SUR	ATRAPAME SI PUEDES:CHRISTMAS EDITION	PT	CONCURSOS	CONOCIMIENTO	13	12,2	316	1.941
4	C.SUR	ATRAPAME SI PUEDES	PT	CONCURSOS	CONOCIMIENTO	234	11,8	286	6.097
5	C.SUR	ATRAPAME SI PUEDES:CELEBRITY	PT	CONCURSOS	CONOCIMIENTO	21	10,2	278	3.118
6	C.SUR	TOROS	Tar	TOROS	CORRIDA	2	15,3	268	999
7	C.SUR	28F	PT	ENTRETENIMIENTO	VARIETADES	1	13,9	252	754
8	C.SUR	LA TARDE,AQUI Y AHORA	Sob	ENTRETENIMIENTO	MAGAZINE	248	12,7	250	5.861
9	C.SUR	CALLEJEANDO	PT	INFORMACIÓN	REPORTAJES ACTUALIDAD	3	9,7	246	743
10	C.SUR	BRETON,LA MIRADA DEL DIABLO	PT	FACTUAL	DOCUDRAMA	3	12,5	245	761



# TOP 10 PROGRAMAS POR CADENAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## TV3

RNK	ETB2	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	TV3	PIROMUSICAL	PT	ENTRETENIMIENTO	VARIEDADES	1	31,2	641	993
2	TV3	E23:ELS RESULTATS:ELECCIONS MUNICIPALS	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	25,6	576	1.482
3	TV3	E23:ELS RESULTATS:ELECCIONS GENERALS	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	27	563	1.234
4	TV3	E23:LES REACCIONS:ELECCIONS GENERALS	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	24,5	489	1.058
5	TV3	FUTBOL:TROFEU JOAN GAMPER	Tar	DEPORTES	FUTBOL	1	33,6	466	930
6	TV3	TELENOTICIES VESPRE	PT	INFORMACIÓN	DIARIA	247	24	464	4.712
7	TV3	FUTBOL:SOCCER CHAMPIONS TOUR	PT	DEPORTES	FUTBOL	1	35,7	462	838
8	TV3	POST FUTBOL:TROFEU JOAN GAMPER	PT	DEPORTES	FUTBOL	1	28,1	459	841
9	TV3	FUTBOL:LLIGA DE CAMPIONS FEMENI	Sob	DEPORTES	FUTBOL	1	28,6	455	831
10	TV3	PREVI FUTBOL:LLIGA DE CAMPIONS FEMENI	Sob	DEPORTES	FUTBOL	1	24,2	419	542

## ETB2

RNK	TVG	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	ETB2	28M ELECCIONES	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	27,5	190	588
2	ETB2	AVANCE NOTICIAS	PT	INFORMACIÓN	DIARIA	1	26	159	180
3	ETB2	2022 DE LA PANDEMIA A LA GUERRA	PT	INFORMACIÓN	EVENTOS ESPECIALES	1	16,5	119	150
4	ETB2	EL CONQUISTADOR DEL CARIBE:CAMPAMENTOS	PT	ENTRETENIMIENTO	REALITY-SHOW	12	17,2	109	519
5	ETB2	28M ELECCIONES:EL SONDEO	Tar	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	18,6	99	315
6	ETB2	23J ELECCIONES GENERALES:ELECCIONES	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	16,5	98	398
7	ETB2	TELEBERRI 2	PT	INFORMACIÓN	DIARIA	345	17,2	95	1.606
8	ETB2	TELEBERRI 1	Sob	INFORMACIÓN	DIARIA	347	19,7	90	1.566
9	ETB2	EL CONQUISTADOR DEL CARIBE	PT-LT	ENTRETENIMIENTO	REALITY-SHOW	32	20,7	90	873
10	ETB2	REVIEW:AITA MARI	PT	INFORMACIÓN	REPORTAJES ACTUALIDAD	4	13,3	87	279

## TVG

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	TVG	ELECCIONS 28M	Tar	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	26	194	877
2	TVG	ATRAPAME SE PODES:EDICION NADAL	PT	CONCURSOS	CONOCIMIENTO	5	13,5	111	464
3	TVG	O TEMPO	PT	INFORMACIÓN	ESPECIALIZADA	59	13,9	108	936
4	TVG	TELEXORNAL 1	Sob	INFORMACIÓN	DIARIA	347	18,1	105	1.902
5	TVG	PUCHO BOEDO O SUCESOR	PT	MUSICA	PROGRAMAS	1	14,6	100	284
6	TVG	O TEMPO	Sob	INFORMACIÓN	ESPECIALIZADA	44	15,5	97	906
7	TVG	ATRAPAME SE PODES	PT	CONCURSOS	CONOCIMIENTO	236	12,2	97	1.695
8	TVG	DEPORTES	Sob	.....	.....	336	15,6	96	1.693
9	TVG	A LIGA DOS CANTANTES EXTRAORDINARIOS	PT	CONCURSOS	HABILIDAD	13	14,5	93	885
10	TVG	LAND ROBER TUNAI SHOW	PT	ENTRETENIMIENTO	VARIEDADES	37	13	91	1.303



# TOP 10 PROGRAMAS POR CADENAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## TELEMADRID

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	TELEMADRID	28M:MADRID DECIDE	Tar	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	10,3	183	1.110
2	TELEMADRID	28M:EL DEBATE	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	2	8,2	142	727
3	TELEMADRID	RUEDA DE PRENSA	Sob	INFORMACIÓN	EVENTOS ESPECIALES	1	11,5	136	166
4	TELEMADRID	ESPECIAL INFORMATIVO	Mañ	INFORMACIÓN	EVENTOS ESPECIALES	3	17,9	117	569
5	TELEMADRID	TOROS:FERIA DE SAN ISIDRO	Tar	TOROS	CORRIDA	11	9	112	1.133
6	TELEMADRID	TELENOTICIAS 1	Sob-Mañ	INFORMACIÓN	DIARIA	248	12,8	111	2.999
7	TELEMADRID	28M:MADRID DECIDE	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	2	6,2	108	337
8	TELEMADRID	EL TIEMPO 2	PT	INFORMACIÓN	ESPECIALIZADA	1	6,6	107	161
9	TELEMADRID	LEONOR:18 AÑOS EN 18 MOMENTOS	PT	CULTURALES	DOCUMENTALES	1	6,6	100	218
10	TELEMADRID	PREVIO TOROS:FERIA DE SAN ISIDRO	Tar	TOROS	CORRIDA	10	8,6	100	521

## TVCAN

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	TVCAN	GALA DRAG DEL CARNAVAL 2023	PT	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	26,4	151	309
2	TVCAN	GALA DE LA REINA DEL CARNAVAL 2023	PT	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	19,5	119	262
3	TVCAN	GRACIAS,MAESTRO	PT	ENTRETENIMIENTO	HUMOR	1	20,5	116	208
4	TVCAN	GALA DE ELECCION DE LA REINA DEL CARNAVAL DE SANTA CRUZ DE T	PT	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	20,7	115	264
5	TVCAN	28 MAYO:ESPECIAL ELECCIONES	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	2	19,7	114	596
6	TVCAN	TELENOTICIAS ESPECIAL INFORMATIVO	PT	INFORMACIÓN	EVENTOS ESPECIALES	2	20,6	113	391
7	TVCAN	RUEDA DE PRENSA	Sob	INFORMACIÓN	EVENTOS ESPECIALES	2	30,2	109	232
8	TVCAN	EL MUNDO QUE VIENE	PT	CULTURALES	DIVULGATIVOS/OTROS	1	16,7	107	136
9	TVCAN	RUEDA DE PRENSA	PT	INFORMACIÓN	EVENTOS ESPECIALES	4	18,7	102	446
10	TVCAN	TELENOTICIAS 2	PT	INFORMACIÓN	DIARIA	2	16	95	296

## CMM

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	CMM	CASTILLA-LA MANCHA VOTA 28M	Tar	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	15,2	87	573
2	CMM	CASTILLA-LA MANCHA VOTA 28M:EL DEBATE	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	10,7	67	212
3	CMM	EN COMPAÑIA	Sob	ENTRETENIMIENTO	MAGAZINE	244	12,2	55	1.486
4	CMM	NOVILLADA	Tar-PT	TOROS	NOVILLADA	3	13,6	50	246
5	CMM	TOROS	Tar	TOROS	CORRIDA	24	11,9	49	695
6	CMM	NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2	Sob-Mañ	INFORMACIÓN	DIARIA	248	12,7	48	1.205
7	CMM	FUTBOL:COPA DEL REY	Tar	DEPORTES	FUTBOL	1	8,4	47	148
8	CMM	REJONES	Tar	TOROS	REJONES	8	10,9	47	336
9	CMM	ESPECIAL INFORMATIVO	PT	INFORMACIÓN	EVENTOS ESPECIALES	1	7,4	43	85
10	CMM	TOROS	Tar-PT	TOROS	CORRIDA	3	11,9	43	254



# TOP 10 PROGRAMAS POR CADENAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## ARAGON TV

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	ARAGON TV	FIESTAS DEL PILAR:OFRENDA DE FLORES	Sob	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	33,6	90	307
2	ARAGON TV	ARAGON NOTICIAS 1	Sob	INFORMACIÓN	DIARIA	347	36	87	1.043
3	ARAGON TV	FIESTAS DEL PILAR:PREGON	Tar	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	32,9	82	249
4	ARAGON TV	E28M ESCRUTINIO	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	21,3	81	339
5	ARAGON TV	FIESTAS DEL PILAR:FIN DE FIESTAS	PT	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	19,4	80	167
6	ARAGON TV	E28M	Tar	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	20,6	75	395
7	ARAGON TV	E28M SONDEO	Tar	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	20,6	71	217
8	ARAGON TV	BALONCESTO:COPA REINA	PT	DEPORTES	BALONCESTO	1	16,7	71	206
9	ARAGON TV	ARAGON DEPORTES	Sob	INFORMACIÓN	ESPECIALIZADA	345	24,3	71	1.015
10	ARAGON TV	FIESTAS DEL PILAR:ROSARIO DE CRISTAL	Tar	RELIGIOSOS	ACONTECIMIENTOS:	1	24,5	70	177

## TPA

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	TPA	ELECCIONES 28M	Tar-PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	2	17,9	60	250
2	TPA	PREMIOS PRINCESA DE ASTURIAS	PT	INFORMACIÓN	EVENTOS ESPECIALES	1	12,6	38	77
3	TPA	PREMIOS PRINCESA DE ASTURIAS	Tar	INFORMACIÓN	EVENTOS ESPECIALES	1	15,6	37	114
4	TPA	EL PICU	PT	CONCURSOS	CONOCIMIENTO	222	8,6	27	499
5	TPA	CICLISMO:VUELTA CICLISTA A ASTURIAS RESUMEN	PT	DEPORTES	CICLISMO	3	9,9	27	94
6	TPA	CONEXION ASTURIAS	Tar	INFORMACIÓN	REPORTAJES ACTUALIDAD	3	12,1	26	157
7	TPA	EL TIEMPO 2	PT	INFORMACIÓN	ESPECIALIZADA	7	7,8	24	79
8	TPA	EL TIEMPO 1	Sob	INFORMACIÓN	ESPECIALIZADA	14	10	23	144
9	TPA	DAME TIRA,COMPAÑERA #8M	Sob	CULTURALES	DOCUMENTALES	1	8,7	23	35
10	TPA	TPA NOTICIAS 2	PT-Tar	INFORMACIÓN	DIARIA	346	8,9	22	638

## IB3

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	IB3	EL TEMPS 2	PT	INFORMACIÓN	ESPECIALIZADA	2	14,7	52	88
2	IB3	PENALS FUTBOL SALA:LLIGA DE CAMPIONS	PT	DEPORTES	FUTBOL SALA	1	14,3	47	50
3	IB3	PRORROGA FUTBOL SALA:LLIGA DE CAMPIONS	PT	DEPORTES	FUTBOL SALA	1	12,4	42	57
4	IB3	28M ELECCIONS 2023	Tar-PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	2	14,1	41	280
5	IB3	VISCA SANT ANTONI	PT	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	2	11,5	40	162
6	IB3	POST FUTBOL SALA:LLIGA DE CAMPIONS	PT	DEPORTES	FUTBOL SALA	1	12,3	38	60
7	IB3	EL TEMPS 1	Sob	INFORMACIÓN	ESPECIALIZADA	51	14,6	35	312
8	IB3	SANT ANTONI	Sob	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	10,3	29	83
9	IB3	IB3 NOTICIES MIGDIA	Mañ-Sob	INFORMACIÓN	DIARIA	248	15	28	632
10	IB3	IB3 ESPORTS 1	Sob	INFORMACIÓN	ESPECIALIZADA	341	12,7	28	585



# TOP 10 PROGRAMAS POR CADENAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## LA 7TV

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	LA 7TV	28M ELECCIONES AUTONOMICAS Y MUNICIPALES:ESPECIAL ELECCIONES	Tar	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	13,6	53	357
2	LA 7TV	ENTIERRO DE LA SARDINA	PT	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	15,5	49	152
3	LA 7TV	MURCIA CONECTA	Tar	INFORMACIÓN	REPORTAJES ACTUALIDAD	1	13,1	33	41
4	LA 7TV	ROMERIA DE LA VIRGEN DE LA FUENSANTA	Mañ	RELIGIOSOS	ACONTECIMIENTOS:	1	17,7	33	105
5	LA 7TV	CARNAVAL DE AGUILAS	Tar	ENTRETENIMIENTO	OTROS	1	7,3	31	183
6	LA 7TV	SEMANA SANTA	Tar	RELIGIOSOS	ACONTECIMIENTOS:	2	9,3	31	207
7	LA 7TV	BANDO DE LA HUERTA	Tar	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	13,2	29	81
8	LA 7TV	ENTREVISTA	Sob-Mañ	INFORMACIÓN	OPINIÓN	11	9,6	28	183
9	LA 7TV	LA 7 NOTICIAS	Mañ-Sob	INFORMACIÓN	DIARIA	348	9,8	25	1.022
10	LA 7TV	ENTIERRO DE LA SARDINA INFANTIL:FIESTAS DE PRIMAVERA	PT	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	5,8	25	93

## A PUNT

RNK	Cadena	Título	Franja	Género	Especialidad.	Nº emisiones	Cuota%	Audiencia Media (000)	Espectadores únicos (000)
1	A PUNT	E23:28M,EL RESULTAT	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	11,8	218	799
2	A PUNT	LA CRIDA	Tar	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	1	9,1	132	275
3	A PUNT	MR.BEAN	PT-LT	FICCIÓN	SERIES	2	12	125	227
4	A PUNT	PRORROGA FUTBOL:LLIGA ESPANYOLA 1RFEF	Tar-PT	DEPORTES	FUTBOL	2	8	118	375
5	A PUNT	L'ORATGE 2	PT	INFORMACIÓN	ESPECIALIZADA	2	6,9	109	217
6	A PUNT	POST FUTBOL:LLIGA ESPANYOLA 1RFEF	PT	DEPORTES	FUTBOL	1	6,1	104	189
7	A PUNT	FUTBOL:LLIGA ESPANYOLA 1RFEF	Tar	DEPORTES	FUTBOL	2	8,4	101	351
8	A PUNT	E23:ELECCIONS AUTONOMIQUES:CAMI AL PALAU:EL DEBAT FINAL	PT	INFORMACIÓN	ELECTORALES	1	6,3	87	255
9	A PUNT	DESPRES DE TU	PT	FICCIÓN	SERIES	18	5,3	85	603
10	A PUNT	FALLES	PT-Tar	ENTRETENIMIENTO	VARIOS	5	7,1	81	1.114



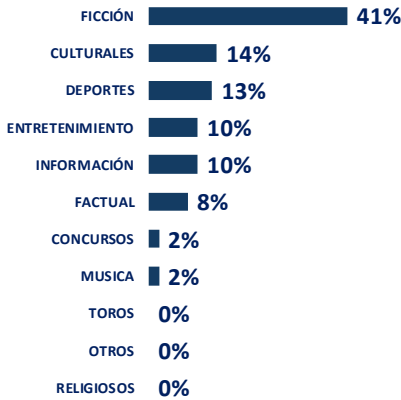
# OCUPACIÓN POR GÉNEROS

Kantar | Ind.4+inv | Nivel 1| +10 min.| Lineal| +2R | ESPAÑA

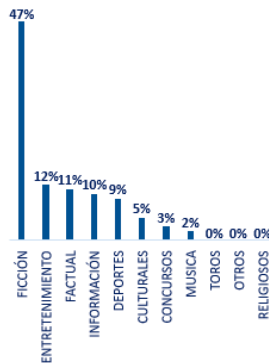
Doble análisis de los pesos de los géneros de programación:

- Porcentaje de duración que cada género de programación tiene sobre el total.
- Porcentaje de aportación de audiencia media que cada género de programación consigue sobre el total.

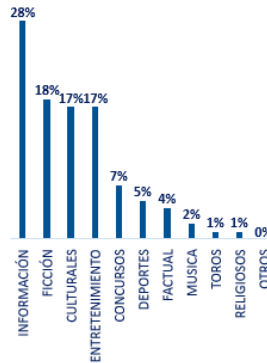
## Peso Duración géneros TTV



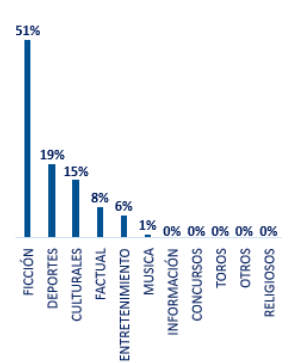
### %Duración géneros Nacionales en Abierto



### %Duración géneros cadenas Autómicas



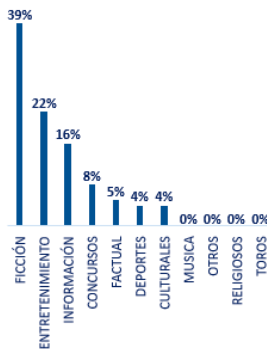
### %Duración géneros cadenas Temáticas Pago



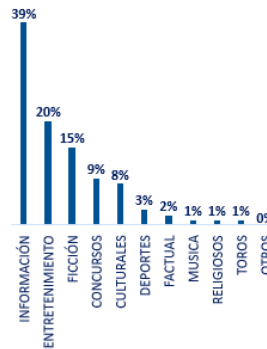
## Peso Audiencia géneros TTV



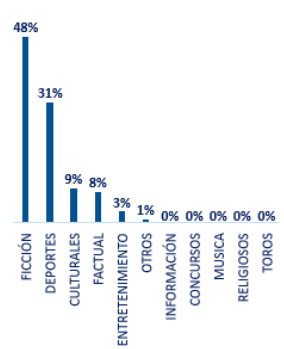
### %Audiencia géneros Nacionales en Abierto



### %Audiencia géneros cadenas Autómicas



### %Audiencia géneros cadenas Temáticas Pago







# MINUTO DE ORO

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ESPAÑA

## 7,7 millones de espectadores

## 51,3% cuota de pantalla

### ESPAÑA-CROACIA

### PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE

### La1 | 18 junio 2023 | 23:29h

#### CIFRAS GENERALES

Cadena	Ámbito	Fecha	Día	Inicio	Fin	AM%	MAA (000)	FidM	Consumo (000)
La1 <b>1</b>	T.NAC	18/06/2023	Domingo	23:16:14	23:29:38	15.7	8.110	89.5	15.016

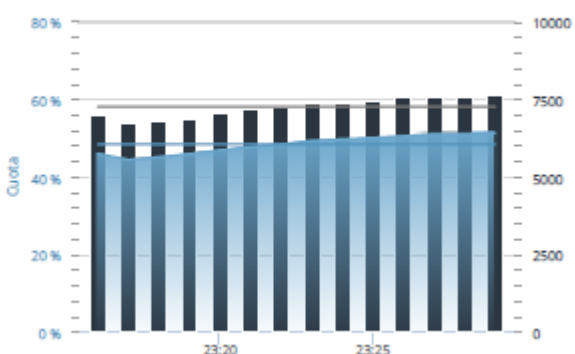


(000: Cifras en miles)

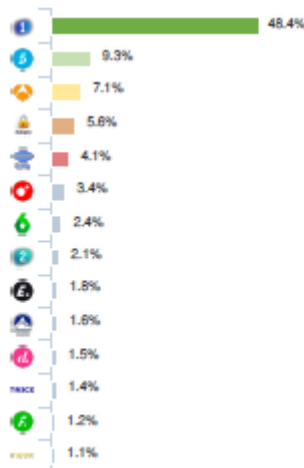
#### CADENA TOTAL DÍA

**17.9%**

• Diferencial:  
+30.5 puntos  
IAG: 170%



#### RÁNKING COMPETENCIA - FRANJA



Posición

1  
2  
3  
4  
5

Posición de la cadena en la franja

**1ª**



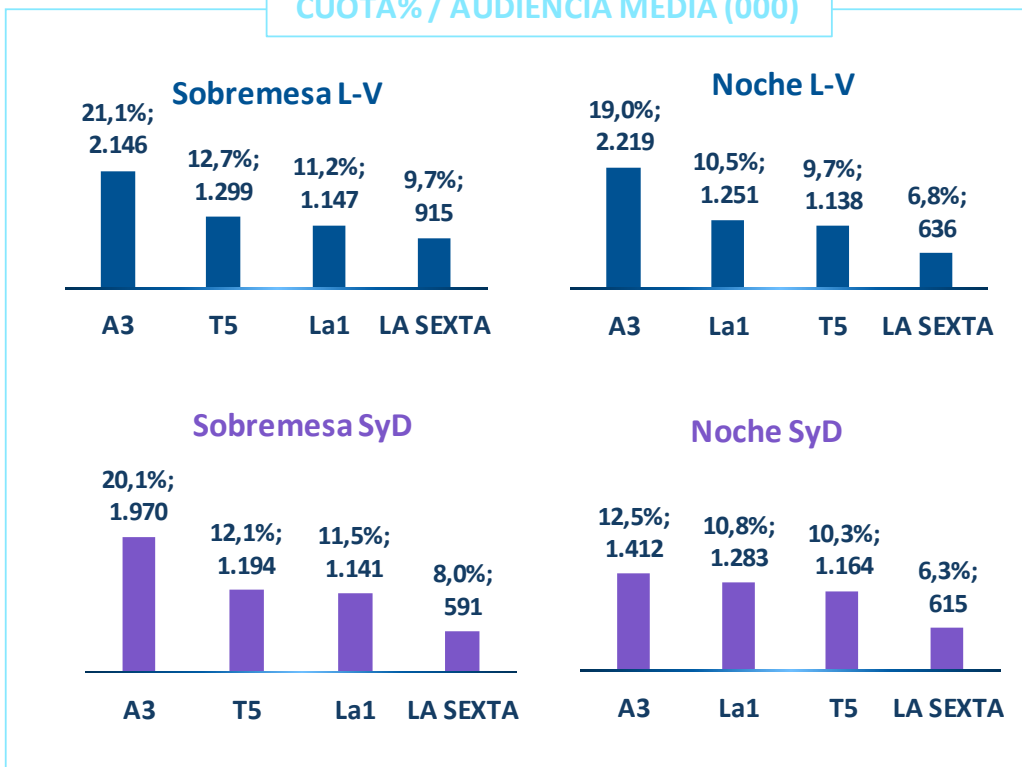
# INFORMATIVOS DIARIOS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ÁMBITO DE EMISIÓN

## Promedio ediciones sobremesa y noche

Día semana	Cadena	Nº Emis.	Audiencia media (000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	692	2.027	18,8%	40,6 Mill.	88%
	T5	691	1.208	11,1%	37,3 Mill.	81%
	La1	674	1.200	10,9%	40,9 Mill.	88%
	LA SEXTA	692	706	7,8%	36,7 Mill.	79%
Lunes a Viernes	A3	496	2.181	20,0%	38,3 Mill.	83%
	T5	496	1.221	11,1%	34,3 Mill.	74%
	La1	483	1.200	10,8%	38,4 Mill.	83%
	LA SEXTA	496	757	8,1%	32,8 Mill.	71%
Sábado y Domingo	A3	196	1.691	16,0%	34,7 Mill.	75%
	La1	191	1.200	11,2%	35,7 Mill.	77%
	T5	195	1.179	11,1%	30,0 Mill.	65%
	LA SEXTA	196	602	7,1%	29,7 Mill.	64%

CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)





# INFORMATIVOS DIARIOS CON SIMULCAST LA1

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ÁMBITO DE EMISIÓN

*Promedio ediciones sobremesa y noche*

Día semana	Fecha >> Cadena	2023			*Dif. 2023 vs. 2022
		Emisiones	AM(000)	Cuota	Cuota
Lunes a Domingo	A3	692	2.027	18,8%	-0,5
	La1 simultáneo	674	1.295	11,8%	+0,6
	T5	691	1.208	11,1%	-1,4
	LA SEXTA	692	706	7,8%	+0,1
Lunes a Viernes	A3	496	2.181	20,0%	-0,7
	La1 simultáneo	483	1.293	11,7%	+0,7
	T5	496	1.221	11,1%	-1,5
	LA SEXTA	496	757	8,1%	+0,1
Sábado y Domingo	A3	196	1.691	16,0%	0,0
	La1 simultáneo	191	1.301	12,1%	+0,1
	T5	195	1.179	11,1%	-1,2
	LA SEXTA	196	602	7,1%	0,0





# INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

Kantar | Ind.4+inv | Lineal | +2R | ÁMBITO DE EMISIÓN

## Promedio ediciones sobremesa y noche

1as cadenas AUTO	Cuota% en ámbito		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	25,0%	→	5.793	77,0%
▶ ARAGON TV	24,6%	→	1.174	91,7%
▶ ETB2	18,4%	→	1.816	85,6%
▶ TVG	14,1%	→	2.202	83,7%
▶ TVCAN	10,9%	→	1.818	81,6%
▶ C.SUR	10,7%	→	6.816	82,2%
▶ IB3	10,4%	→	798	66,0%
▶ TPA	9,9%	→	716	72,9%
▶ CMM	9,7%	→	1.574	78,9%
▶ TELEMADRID	9,0%	→	4.473	67,3%
▶ LA 7TV	8,2%	→	1.199	80,8%
▶ A PUNT	5,9%	→	3.281	65,9%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



La 7 TV Murcia



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



# PRESIÓN PUBLICITARIA

Kantar | Ind.4+inv | Lineal + Diferido | +2R | ESPAÑA

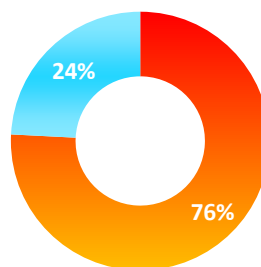
## GRP's 20"

GROSS RATING POINT

**1,8 Mill.**

vs. 2022

**-14%**



Atresmedia + Mediaset

Resto TTV

## CONTACTOS

NÚMERO ACUMULADO DE IMPACTOS PUBLICITARIOS

**921.178 Mill.**

vs. 2022

**-12%**

**4.583** ANUNCIANTES

**5.958** MARCAS

**9.487** CAMPAÑAS

**707** PRODUCTOS

*Spot más visto*

Campaña

**1906/CERVEZA**

A3 | EL HORMIGUERO

23-oct-23 | 22:56

**56,7 Grp's 20"**



# INVERSIÓN PUBLICITARIA TV

Fuente: Estudio Estimado de Infoadex (Infoio)

Ene-Oct 2023

**1.297**  
MILLONES €

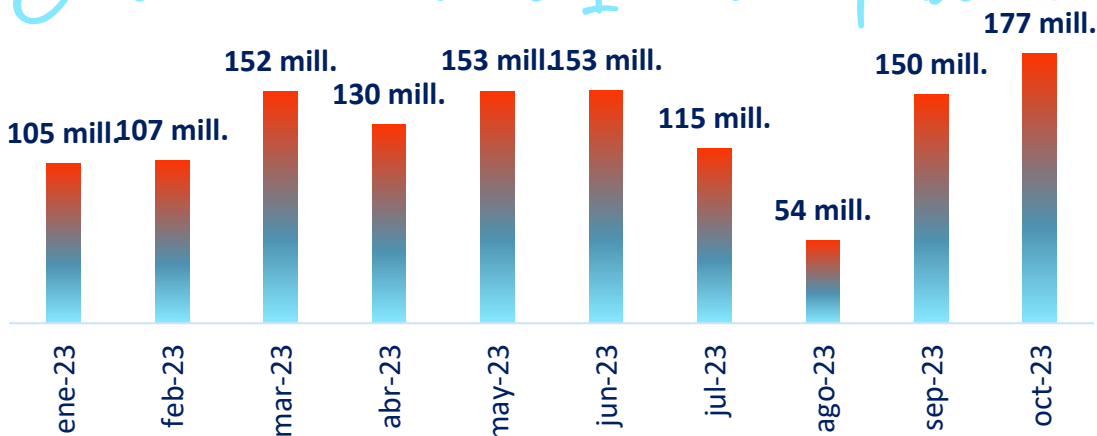
**-1,8 %**

Mismo periodo  
año anterior

**852 €**

**Coste Grp Ind. 4+**  
(Kantar/Infoadex)

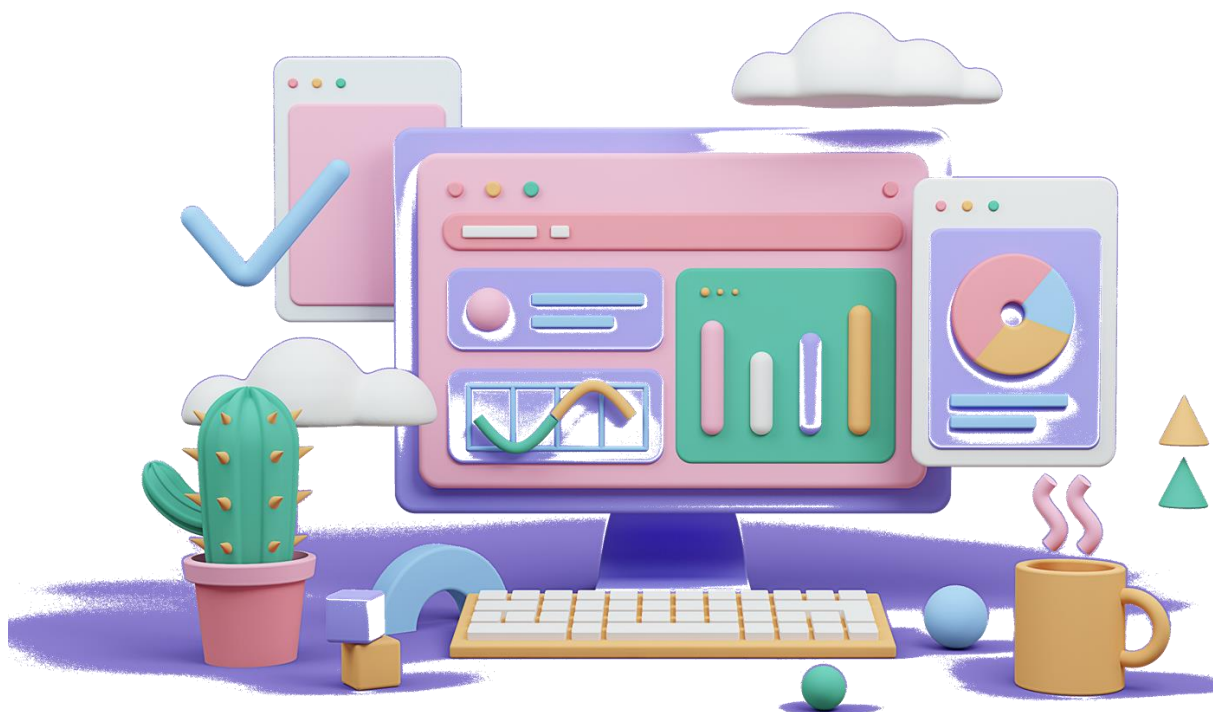
## Evolución mensual Inversión publicitaria





# FICHA TÉCNICA

- Fuente 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).
- Los resultados de cadenas y programas son en base a consumo lineal, por consenso habitual del mercado.
- Se incluye la audiencia de las 2ª residencias totales, que se mide desde 2020.
- Parámetros extracción de datos: Ind.4+ (inv) | Lineal | TSD | España (+2r Total).





**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

*Comscore*

# CONSUMO INTERNET

# 2023

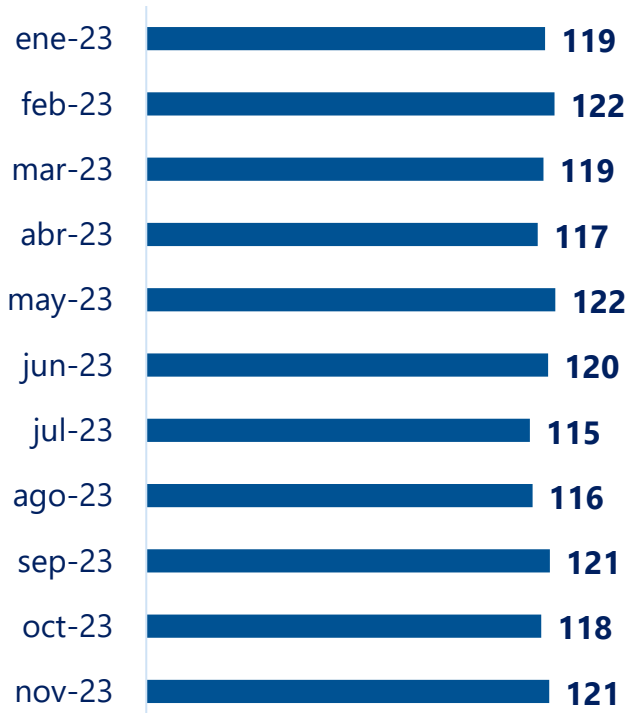






# Consumo Internet

©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore MMX® Multi-Plataforma, Total Audiencia, España



En los once primeros meses del año, el promedio mensual de consumo de Internet es de **119 minutos por persona al día**, dos minutos menos que el mismo periodo del año pasado.

**37,4 mill.**  
**Usuarios únicos mensuales**



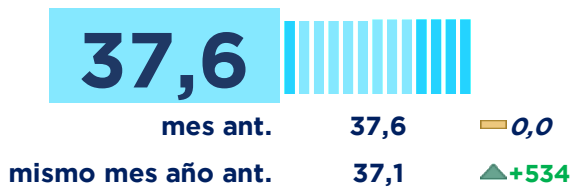
- Los dominios con más número de visitantes únicos en noviembre de 2023 son YOUTUBE.COM (36 millones), GOOGLE.COM (35,3 millones) y FACEBOOK.COM (28,7 millones).
- Por edades, el grupo de 25 a 34 años son los que más tiempo dedican a navegar por Internet, con 159 minutos de media diaria.



# Consumo Internet Nov.-2023

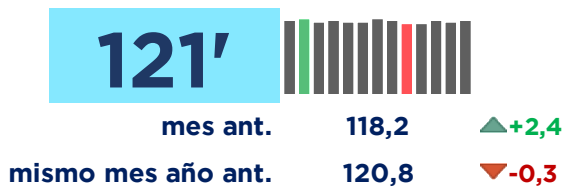
©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore MMX® Multi-Plataforma, Total Audiencia, España

## Visitantes únicos (Millones)



En el mes de noviembre de 2023 el número de visitantes únicos a Internet es de 37,6 millones, lo que supone 534.000 de visitantes más que el mismo mes del año pasado, un 1% más.

## Minutos persona/día\*

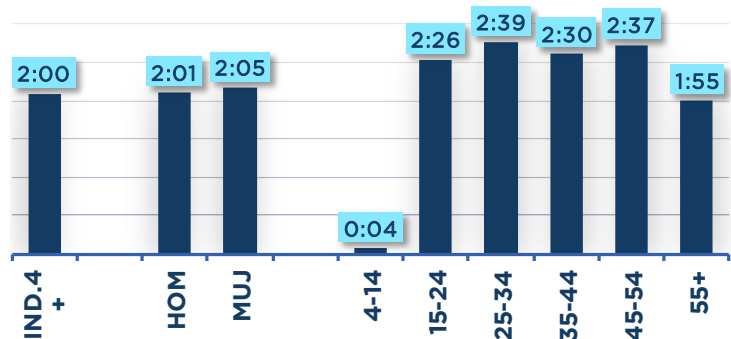


Tiempo consumo Internet: el promedio diario de consumo por persona es de 121\* minutos, -0,3 minutos menos que durante el mes de noviembre del 2022.

\*Cálculo propio de Barlovento Comunicación

## Tiempo (hh:mm) persona/día uso de Internet Noviembre de 2023

Por edades, el grupo de 25 a 34 años son los que más tiempo dedican a navegar por Internet.



Los dominios con más número de visitantes únicos en noviembre de 2023 son YOUTUBE.COM (36 millones), GOOGLE.COM (35,3 millones) y FACEBOOK.COM (28,7 millones).



# RÁNKING PROPIEDADES NOV.23

## VISITANTES ÚNICOS Y MINUTOS

©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore MMX® Multi-Plataforma, Total Audiencia, España

RK	Ránking propiedades	Visitantes únicos (000)
1	Google Sites	37.430
2	Facebook	34.654
3	Microsoft Sites	31.263
4	Amazon	29.382
5	Prensa Ibérica	26.364
6	RCS MediaGroup - Unidad Editorial	25.710
7	Atresmedia	24.600
8	Prisa	23.773
9	Grupo Godo	22.357
10	Webedia Sites	21.671
11	Bytedance Inc.	21.515
12	ElEspañol Sites	18.419
13	Gobierno De España	18.317
14	Henneo	17.797
15	Samsung Group	16.864
16	Twitter	16.765
17	Wikimedia Foundation Sites	16.588
18	Spotify	16.490
19	Alibaba.com Corporation	16.232
20	Hearst	15.909
21	Adevinta Spain	14.998
22	Grupo RBA	14.077
23	ELCONFIDENCIAL.COM	13.642
24	GOOGLEAPIS.COM	13.490
25	Axel Springer SE	13.021
26	La Caixa	12.861
27	ABC.ES*	12.179
28	Okdiario.com Sites	11.857
29	MIRAVIA.ES	11.855
30	El Corte Ingles Group	11.699
31	She In Group	11.376
32	Pinterest	11.180
33	Eldiario.es Sites	10.987
34	TEMU.COM	10.908
35	Mediaset España	10.653
36	WALLAPOP.COM	10.618
37	Netflix Inc.	10.566
38	Buzzfeed, Inc.	10.401
39	Yahoo	10.133
40	Carrefour Group	10.102
41	INFOBAE.COM	9.952
42	RTVE	9.893
43	Hola - Hello! Sites	9.589
44	Agencia Europa Press	9.505
45	Adobe Sites	9.344
46	Ziff Davis	9.301
47	TELEGRAM.ORG	9.198
48	Linkedin	9.020
49	Grupo BBVA	8.954
50	Grupo Alpred	8.787

RK	Ránking propiedades	Minutos persona/día
1	Google Sites	23,3
2	Facebook	22,7
3	Spotify	9,0
4	Bytedance Inc.	5,8
5	Amazon	3,8
6	Microsoft Sites	2,1
7	Netflix Inc.	1,9
8	Activision Blizzard	1,5
9	Twitter	1,3
10	Samsung Group	1,2
11	Atresmedia	1,1
12	Lenovo Group	1,0
13	Alibaba.com Corporation	0,8
14	RCS MediaGroup - Unidad Editorial	0,8
15	Prisa	0,8
16	COPE Sites	0,6
17	She In Group	0,6
18	LISTONIC.COM	0,5
19	TELEGRAM.ORG	0,5
20	TEMU.COM	0,5
21	Prensa Ibérica	0,5
22	PLAYRIX.COM	0,4
23	WALLAPOP.COM	0,4
24	Adevinta Spain	0,4
25	RTVE	0,4
26	La Caixa	0,4
27	XHCDN.COM	0,3
28	Yahoo	0,3
29	Supercell	0,3
30	Q.Digital Network	0,3
31	ROBLOX.COM	0,3
32	Grupo Godo	0,3
33	Vinted.com Sites	0,3
34	DUOLINGO.COM	0,3
35	Embracer Group	0,3
36	The Walt Disney Company	0,3
37	WAZE.COM	0,3
38	DISCORD.COM	0,3
39	PORNHUB.COM	0,3
40	GAMEBERRYLABS.COM	0,2
41	Apple Inc.	0,2
42	NHN Corporation	0,2
43	Gobierno De España	0,2
44	TRIPLEDOTSTUDIOS.COM	0,2
45	Mediaset España	0,2
46	HEYTAP.COM	0,2
47	DREAMGAMES.COM	0,2
48	Webedia Sites	0,2
49	XVIDEOS.COM	0,2
50	Pinterest	0,2

\* Datos Mediaset y RTVE Comscore Panel Only



## RÁNKING DOMINIOS NOV.23

### VISITANTES ÚNICOS Y MINUTOS

©Barlovento Comunicación. Fuente: Comscore MMX® Multi-Plataforma, Total Audiencia, España

RK	Ránking dominios*	Visitantes únicos (000)
1	YOUTUBE.COM	36.028
2	GOOGLE.COM	35.267
3	FACEBOOK.COM	28.718
4	ANDROID.COM	26.874
5	INSTAGRAM.COM	25.718
6	AMAZON.ES	21.363
7	TIKTOK.COM	21.337
8	ELESPANOL.COM	18.373
9	ELMUNDO.ES	17.659
10	LAVANGUARDIA.COM	16.941
11	SAMSUNG.COM	16.843
12	TWITTER.COM	16.765
13	ELPAIS.COM	16.466
14	WIKIPEDIA.ORG	16.448
15	MARCA.COM	16.011
16	ALIEXPRESS.COM	15.911
17	MICROSOFT.COM	15.504
18	20MINUTOS.ES	15.366
19	MUNDODEPORTIVO.COM	14.903
20	AS.COM	14.715
21	AMAZON.COM	14.598
22	BING.COM	14.222
23	GOOGLE.ES	14.052
24	ELCONFIDENCIAL.COM	13.642
25	GOOGLEAPIS.COM	13.490
26	ABC.ES	13.365
27	MSN.COM	13.262
28	ELPERIODICO.COM	12.255
29	OKDIARIO.COM	11.857
30	MIRAVIA.ES	11.855
31	LIVE.COM	11.633
32	CAIXABANK.ES	11.404
33	SHEIN.COM	11.368
34	SPORT.ES	11.212
35	LARAZON.ES	11.099
36	MESSENGER.COM	11.087
37	TEMU.COM	10.908
38	ELCORTEINGLES.ES	10.847
39	WALLAPOP.COM	10.618
40	ELDIARIO.ES	10.599
41	NETFLIX.COM	10.560
42	CARREFOUR.ES	10.068
43	INFOBAE.COM	9.952
44	HUFFINGTONPOST.ES	9.860
45	RTVE.ES	9.833
46	XATAKA.COM	9.674
47	HOLA.COM	9.571
48	TELEGRAM.ORG	9.198
49	EUROPAPRESS.ES	8.887
50	LASEXTA.COM	8652,772

RK	Ránking dominios*	Minutos persona/día
1	YOUTUBE.COM	13,8
2	FACEBOOK.COM	7,6
3	TIKTOK.COM	5,7
4	INSTAGRAM.COM	5,7
5	GOOGLE.COM	3,6
6	NETFLIX.COM	1,9
7	KING.COM	1,4
8	TWITTER.COM	1,3
9	SAMSUNG.COM	1,2
10	MOTOROLA.COM	1,0
11	ALIEXPRESS.COM	0,8
12	MESSENGER.COM	0,7
13	COPE.ES	0,6
14	SHEIN.COM	0,6
15	MSN.COM	0,6
16	AMAZON.ES	0,5
17	LISTONIC.COM	0,5
18	TELEGRAM.ORG	0,5
19	GOOGLE.ES	0,5
20	MARCA.COM	0,5
21	TEMU.COM	0,5
22	PLAYRIX.COM	0,4
23	WALLAPOP.COM	0,4
24	RTVE.ES	0,4
25	AS.COM	0,4
26	AMAZON.COM	0,4
27	XHCDN.COM	0,3
28	GRINDR.COM	0,3
29	ROBLOX.COM	0,3
30	CAIXABANK.ES	0,3
31	ATRESPLAYER.COM	0,3
32	DUOLINGO.COM	0,3
33	EASYBRAIN.COM	0,3
34	ONDACERO.ES	0,3
35	WAZE.COM	0,3
36	DISCORD.COM	0,3
37	PORNHUB.COM	0,3
38	GAMEBERRYLABS.COM	0,2
39	TRIPLEDOTSTUDIOS.COM	0,2
40	LIVE.COM	0,2
41	ELPAIS.COM	0,2
42	HEYTAP.COM	0,2
43	DREAMGAMES.COM	0,2
44	BING.COM	0,2
45	XVIDEOS.COM	0,2
46	ELMUNDO.ES	0,2
47	IVOOX.COM	0,2
48	XHAMSTER.COM	0,2
49	BBVA.ES	0,2
50	ANDROID.COM	0,2

\* Incluye apps. Bajo la audiencia de estos dominios están presentes diferentes aplicaciones móviles como "YouTube" (YOUTUBE.COM), "Google Play" (ANDROID.COM), "Instagram" (INSTAGRAM.COM), "Samsung Calculator" (SAMSUNG.COM), etc.

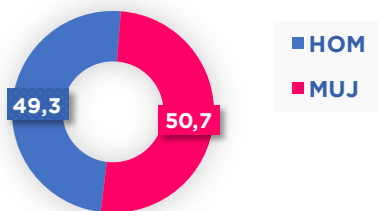


## COMPOSICIÓN POR TARGETS NOV.23

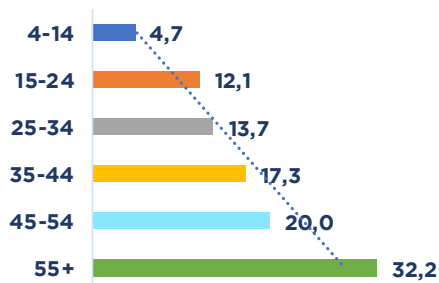
		Visitantes únicos (000)	% Composición VU	Minutos persona/día *
<b>Ind.4+</b>		<b>37.618</b>	<b>100,0</b>	<b>121</b>
<b>HOM</b>		<b>18.543</b>	<b>49,3</b>	<b>121</b>
<b>MUJ</b>		<b>19.075</b>	<b>50,7</b>	<b>125</b>
<b>4-14</b>		<b>1.786</b>	<b>4,7</b>	<b>4</b>
<b>15-24</b>		<b>4.564</b>	<b>12,1</b>	<b>146</b>
<b>25-34</b>		<b>5.144</b>	<b>13,7</b>	<b>159</b>
<b>35-44</b>		<b>6.495</b>	<b>17,3</b>	<b>150</b>
<b>45-54</b>		<b>7.527</b>	<b>20,0</b>	<b>157</b>
<b>55+</b>		<b>12.102</b>	<b>32,2</b>	<b>115</b>

\*Cálculo propio de Barlovento Comunicación

% Composición VU sexos



% Composición VU edades





**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

*Comscore + Kantar*

**EL ROSCO**

**DEL CONSUMO AUDIOVISUAL  
DE LOS GRANDES GRUPOS  
AUDIOVISUALES**

**2023**



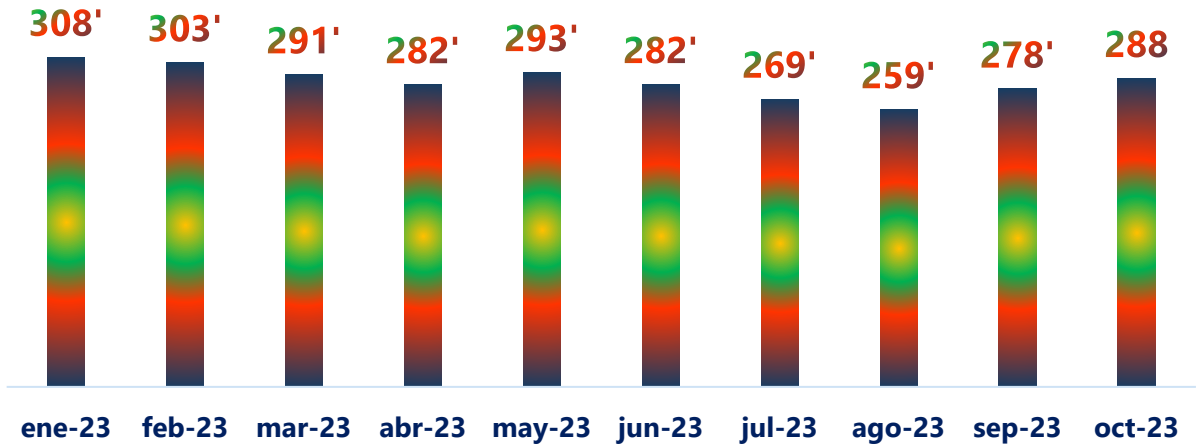


# EL ROSCO

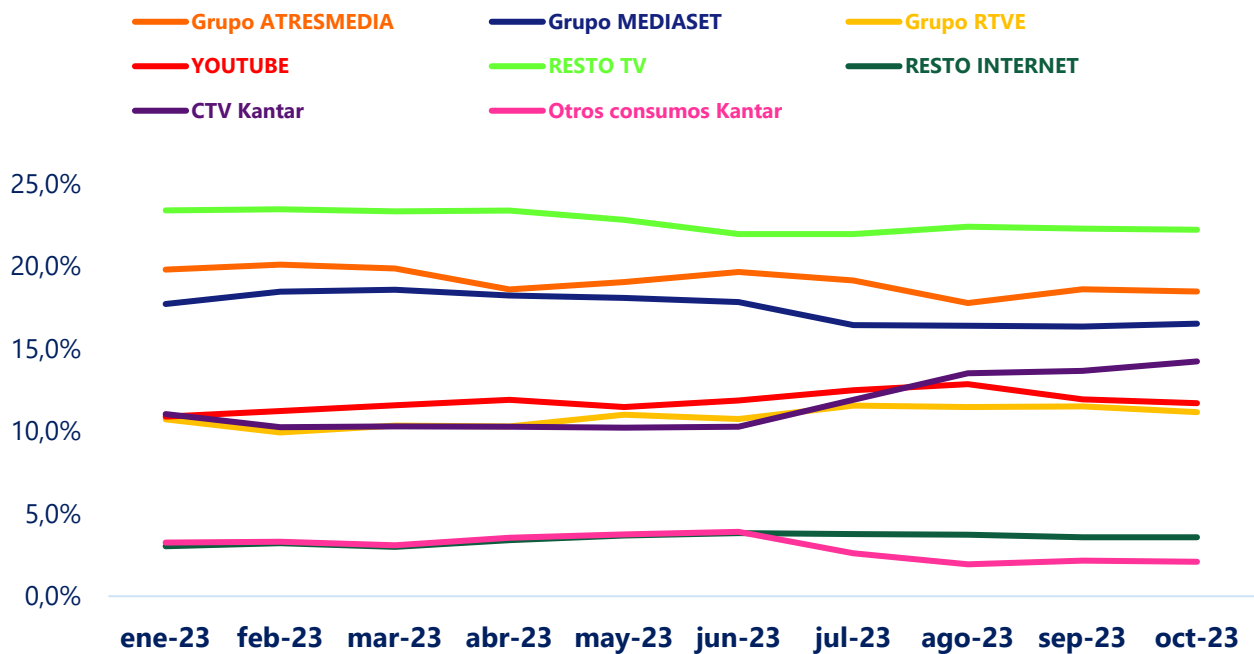
## DEL CONSUMO AUDIOVISUAL

© Informe elaborado por Barlovento Comunicación con datos de Kantar y Comscore (VMX® VideoMetrix Multi-Plataforma, España) Individuos 18+ años de edad. \*Datos Mediaset y RTVE: Kantar+Comscore Panel Only.

Evolución mensual Total Consumo Audiovisual | Minutos Ind. 18+ al día



Evolución mensual "Share audiovisual agregado" | %Tiempo Ind. 18+ al día





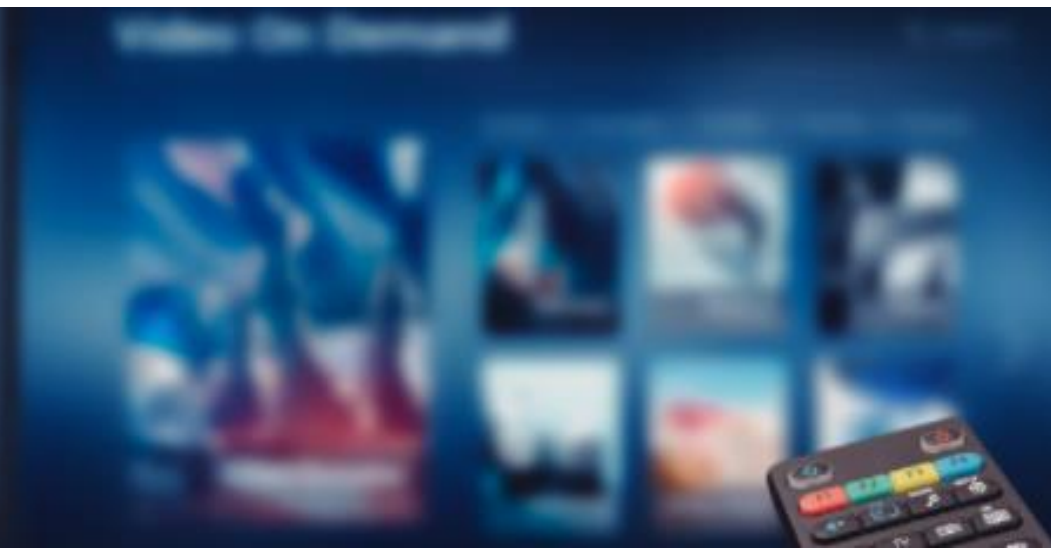
**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# BARÓMETRO TV-OTT ESTUDIO DE LAS PLATAFORMAS DE PAGO Y OTT'S EN ESPAÑA

## 3<sup>a</sup> OLA

### DICIEMBRE 2023







# Investigación propia

## Ficha técnica

TRABAJO DE CAMPO: 10 al 20 DE NOVIEMBRE DE 2023 | MUESTRA: 2.505 | CUOTAS: Sexo, Edad y CC.AA

ERROR:  $\pm 2,1\%$ . Nivel de confianza: 95%

## Objetivo

Un estudio tracking permanente durante todo el año y de publicación cuatrimestral para profundizar en el conocimiento del mercado de la Televisión de Pago y de las OTT's en España, así como las tendencias actuales más destacadas de las plataformas VOD.

El estudio consta de 7.500 entrevistas ( $\pm 2,1\%$  de error) distribuidas en tres oleadas al año.

## Metodología

Metodología de cuestionario Ad-hoc sobre panel online, con una captación muestral de rigurosa representatividad estadística por variables de sexo, edad y zona geográfica.

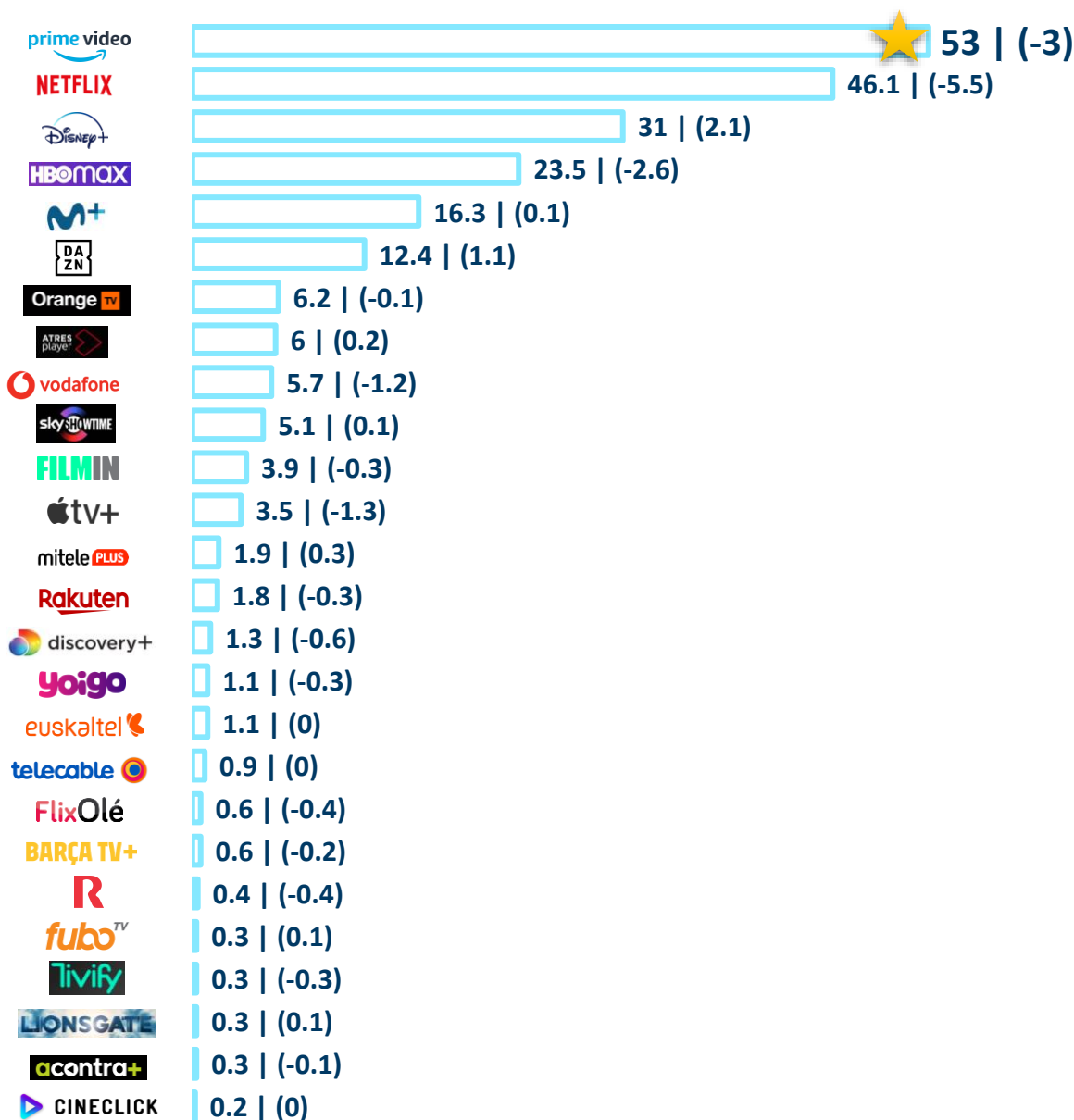




# RÁNKING DE ACCESO

% de la población con acceso a...

Total individuos

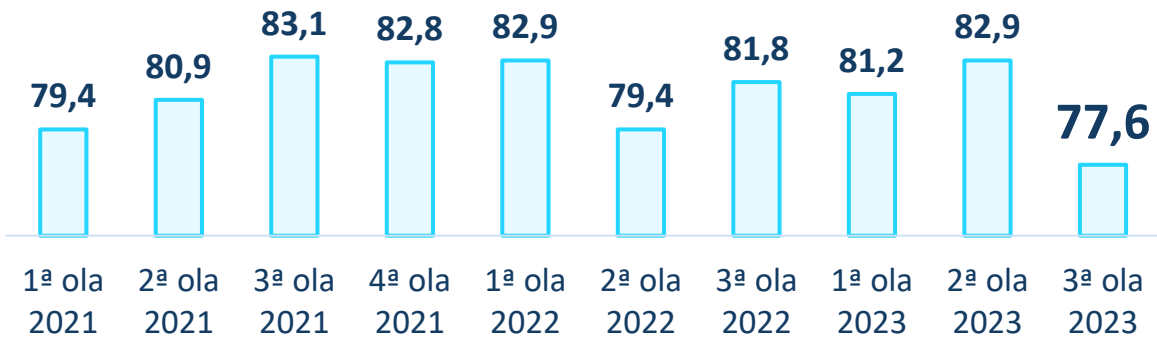




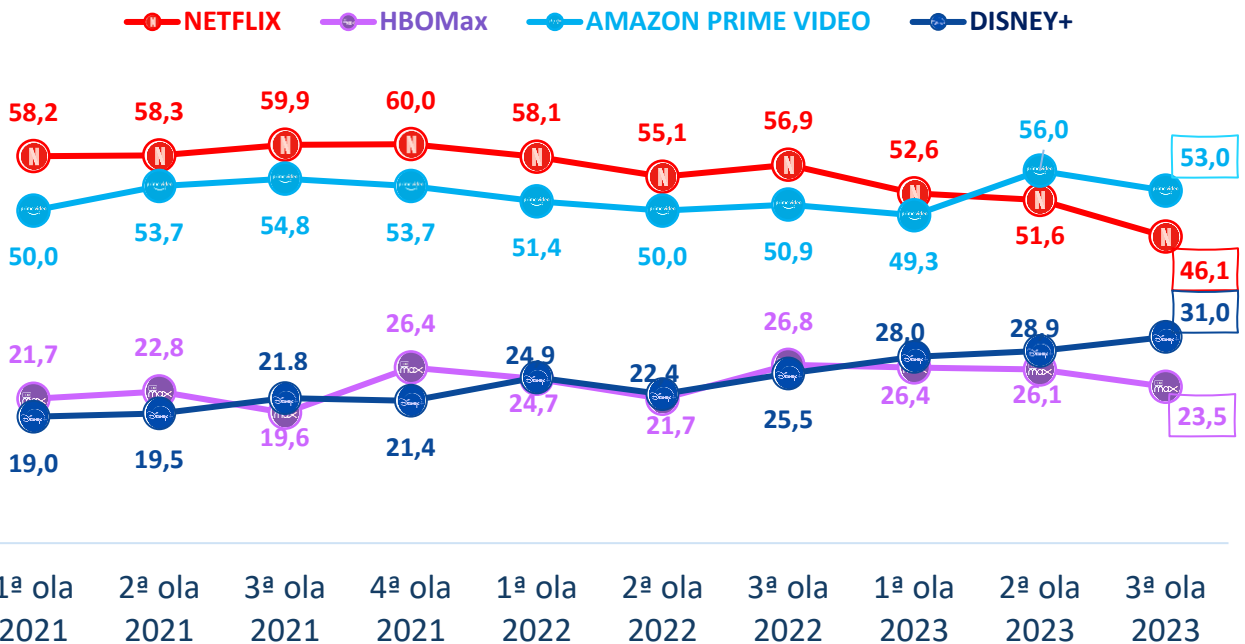
# EVOLUCIÓN ACCESO

% de la población con acceso

## Total individuos



## Principales plataformas

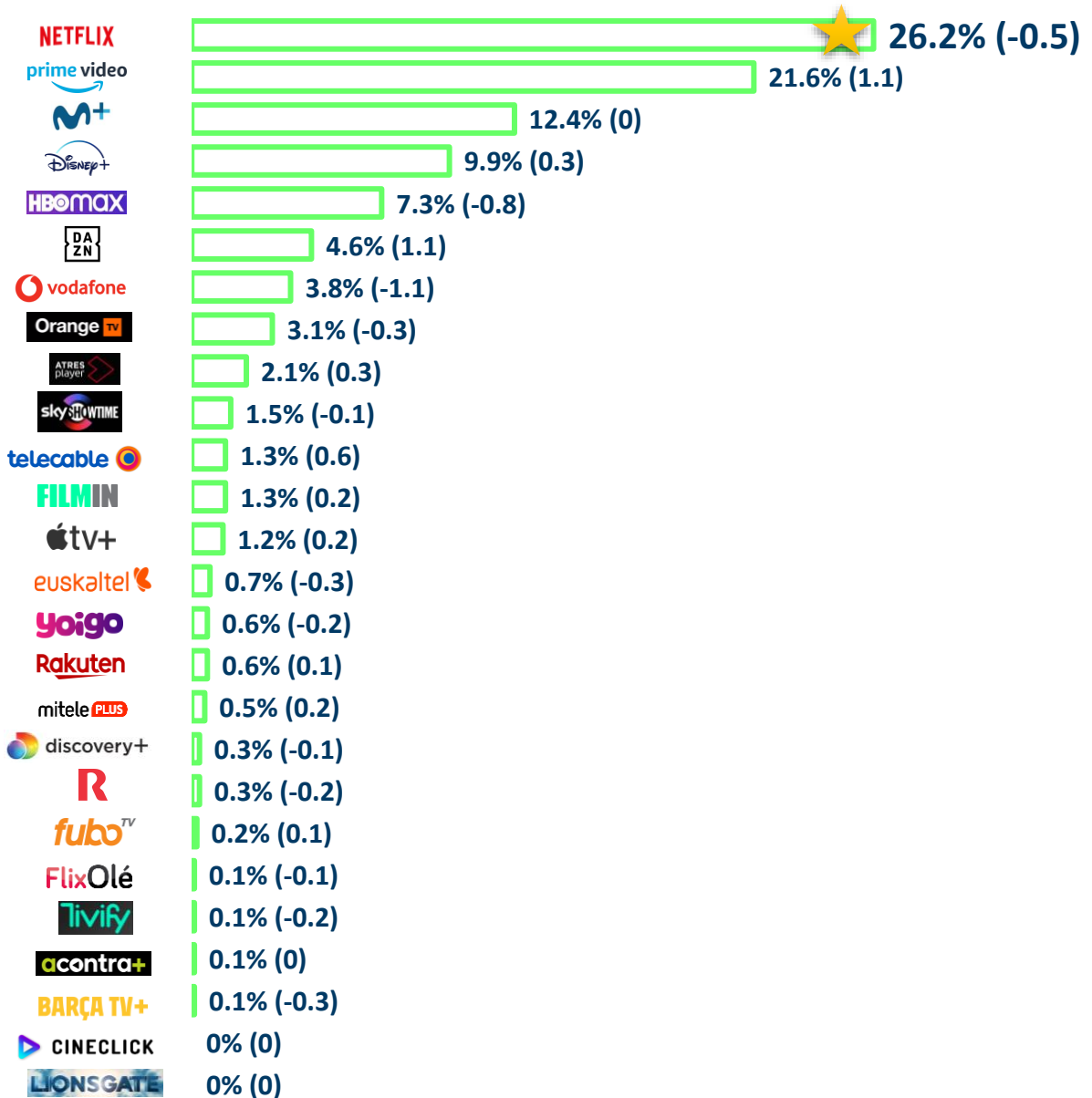




# CUOTA DE PANTALLA

## Consumo - tiempo de visionado

### Total individuos



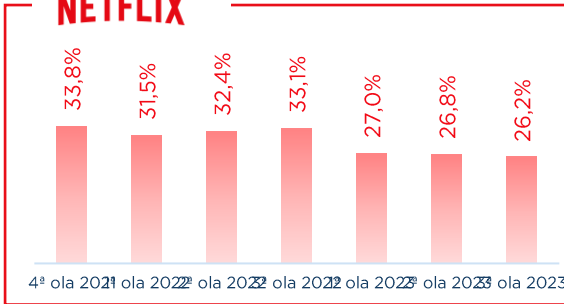


# EVOLUCIÓN CONSUMO

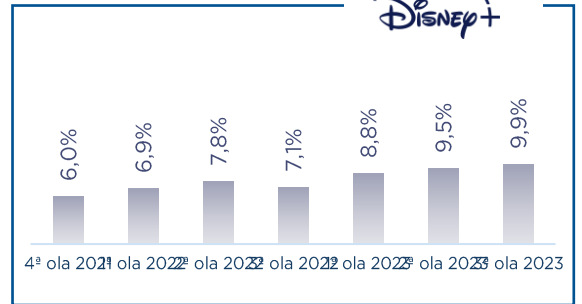
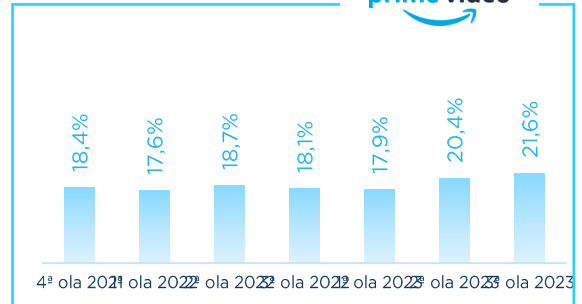
## CUOTA DE PANTALLA DE OTT'S

### TOTAL INDIVIDUOS

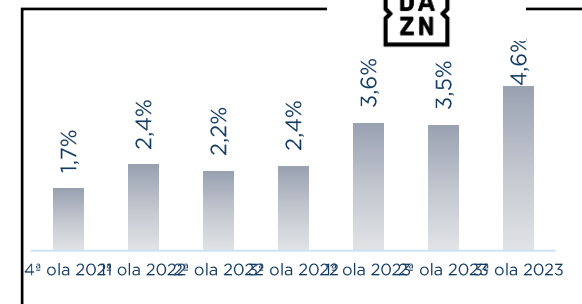
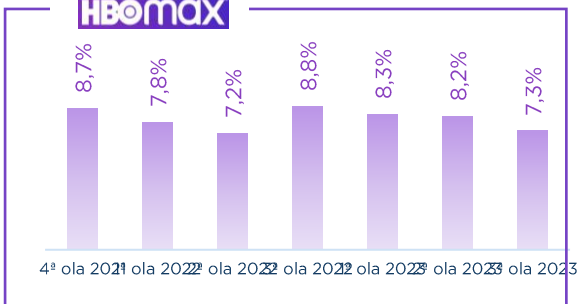
#### NETFLIX



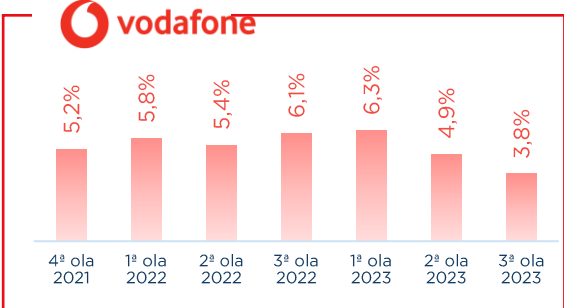
#### prime video



#### HBOMAX



#### vodafone



#### FILMIN





# PERFILES OTTs

PESO (%) de cada target sobre el total de cada OTT



	HOM	MUJ	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-70	>70	
prime video	50,4%	49,6%	11,4%	15,8%	21,5%	22,2%	13,4%	11,0%	4,5%	1º
NETFLIX	47,7%	52,3%	12,2%	18,4%	20,4%	18,4%	15,1%	11,2%	4,3%	2º
Disney+	48,2%	51,8%	14,0%	21,8%	23,5%	17,7%	10,9%	9,4%	2,7%	3º
HBO MAX	50,6%	49,4%	13,1%	21,3%	21,6%	17,5%	13,8%	10,4%	2,3%	
M+	49,4%	50,6%	9,1%	13,4%	18,9%	17,5%	18,2%	16,1%	6,9%	
DAZN	64,3%	35,7%	13,3%	16,8%	17,8%	19,9%	13,6%	13,7%	5,0%	
Orange tv	55,5%	44,5%	7,4%	11,6%	13,0%	23,8%	19,4%	14,1%	10,7%	
ATRES Player	42,9%	57,1%	8,6%	10,9%	20,5%	16,3%	24,2%	15,8%	3,7%	
vodafone	60,4%	39,6%	5,0%	13,7%	16,7%	17,8%	22,4%	16,0%	8,3%	
sky SHOWTIME	60,9%	39,1%	6,7%	11,4%	28,3%	23,8%	11,2%	16,4%	2,2%	
FILMIN	50,0%	50,0%	10,1%	24,3%	15,5%	13,4%	6,3%	24,0%	6,5%	
apple tv+	60,6%	39,4%	14,5%	23,8%	20,4%	18,3%	11,7%	10,3%	1,1%	
mitele PLUS	42,3%	57,6%	8,9%	15,3%	19,7%	19,0%	10,7%	9,4%	16,9%	
Rakuten	56,4%	43,6%	9,7%	12,8%	27,9%	25,2%	16,1%	6,2%	2,1%	
discovery+	50,9%	49,1%	8,7%	15,6%	8,7%	21,6%	15,6%	16,4%	13,7%	
yoigo	57,8%	42,2%	0,0%	9,8%	19,8%	21,2%	14,2%	15,9%	18,9%	
euskaltel	52,7%	47,3%	5,2%	13,1%	14,1%	18,8%	15,1%	20,3%	13,4%	
telecable	72,6%	27,4%	12,5%	12,2%	20,7%	13,1%	17,8%	7,9%	15,7%	
FlixOlé	36,4%	63,6%	18,6%	13,9%	30,7%	13,0%	0,0%	6,1%	17,7%	
BARÇA TV+	29,8%	69,8%	20,0%	0,0%	33,0%	7,0%	14,4%	25,1%	0,0%	
R	71,5%	28,5%	0,0%	13,9%	56,3%	29,8%	0,0%	0,0%	0,0%	
fubo TV	84,8%	16,2%	43,4%	0,0%	14,1%	0,0%	16,2%	14,1%	14,1%	
Tivify	58,6%	41,4%	18,1%	19,0%	24,1%	25,9%	0,0%	0,0%	12,1%	
LIONSGATE	31,8%	68,2%	39,1%	10,0%	39,1%	0,0%	0,0%	12,7%	0,0%	
acontrá+	52,3%	47,7%	0,0%	9,9%	38,7%	13,5%	13,5%	24,3%	0,0%	
CINECLICK	17,9%	82,1%	26,9%	0,0%	55,1%	0,0%	0,0%	17,9%	0,0%	



# PRINCIPALES RESULTADOS

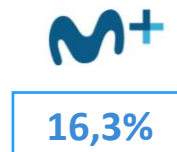
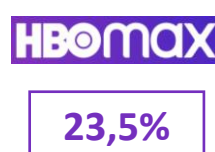
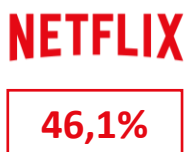
## Acceso a TV Pago

El **77,6%** de los españoles tienen acceso a contenidos de Pago. **(29 millones)**



## Ranking de OTT's

**Prime Video** encabeza el ranking de OTT's con un **53,0% de acceso** (penetración de hogares).



## Lo más visto

### Lupin (Netflix)

es el contenido más visto.

**5,1 millones** de espectadores únicos han visto la serie en algún momento.

## Evolución de OTT's



Disney+ **(+2,3 puntos)** es la OTT que más crece y marca nuevo récord.

Netflix **(-5,5 puntos)** es, por el contrario, la OTT que más alcance pierde y registra su mínimo.



## Titulares

- El número de usuarios de OTT's es de 29 millones. El 77,6% de los españoles tienen acceso a contenidos de pago (Ola de menor acceso a plataformas desde 2021).
- Se registran 4,4 millones de bajas de suscripción en el último cuatrimestre. El motivo principal se debe a que las plataformas han incrementado los precios mensuales.
- Prime Video supera por segunda Ola consecutiva a Netflix. Encabeza el ranking de OTT's con el 53,0% de acceso (penetración de hogares) a pesar de registrar una merma de 3 puntos respecto a la ola anterior.
- Sin embargo, en términos de consumo (tiempo de visionado), Netflix repite liderazgo en cuota de pantalla con el 26,2% del share de OTT's.
- Máximos de Disney+ (31,0%), DAZN (12,4%) y Skyshowtime (5,1%).
- 'Lupin' (Netflix) es la serie más vista con 5,1 millones de espectadores únicos.
- MERCADO OTT'S GRATUITAS: RTVE Play es la plataforma gratuita con mayor penetración entre los hogares españoles (21,7%), seguida muy de cerca por Atresplayer (21,4%).
- La combinación más frecuente de OTT's DE PAGO entre los españoles es Netflix + Prime Video. El 31,9% de los usuarios tienen acceso a ambas plataformas (11,9 millones).
- El 66,5% de los españoles confiesa que no estaría dispuesto a consumir contenidos con publicidad a cambio de una reducción de la tarifa de suscripción a su OTT.
- El 40,9% de los usuarios que se han suscrito a una plataforma han declarado que lo han hecho para ver una serie, película o programa en concreto.
- 1 de cada 3 usuarios de OTT's asegura que la mayoría de las series que empieza las termina.
- Cerca de la mitad de los españoles (42,8%) ve videos de YouTube a través del televisor.
- 6 de cada 10 españoles aseguran que utilizan el móvil mientras ven la televisión.
- Cada español gasta una media de casi 38 euros mensuales en OTT's.



# Síguenos en Redes: @blvcom

📞 914461757

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

## ¿Qué es Barlovento Comunicación?



Somos una Consultora Audiovisual y Digital especializada en **estrategia, marketing e investigación cualitativa y cuantitativa** del Ecosistema Audiovisual, con atención preferente al análisis de la industria televisiva y las audiencias.

## ¿Cómo contactarnos?

**Email o web**  
Escribenos un email o búscanos en nuestra página web:  
[barloventocomunicacion.es](http://barloventocomunicacion.es)

**Llámanos**  
Y una persona del equipo comercial hablará contigo.  
914 46 17 57

**Redes sociales**  
Siempre puedes buscarnos en nuestros perfiles sociales  
@blvcom

## ¿Qué servicios ofrecemos?

Disponemos de una completa publicación electrónica de Análisis de Audiencias: **"AUDÍMETRO TV"**, así como un Big-Data de contenidos **"BLV ANALYTICS"**, un Desarrollador de Programación y Audiencias: **"OPTIMIZADOR DE CONTENIDOS"**, y una aplicación propia que focaliza su servicio en el sector cinematográfico de la televisión. **"BUSCAPELIS"**



Igualmente analizamos el panorama del Consumo y Ocio Digital y las tendencias más relevantes de los nuevos actores de las plataformas de streaming (OTT's) mediante investigación cualitativa ad-hoc para el suscriptor del servicio **"BARÓMETRO TV-OTT"**.

# Suscríbete a nuestra Newsletter

