

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

Marzo 2024



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# Índice

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

# Titulares

- **ESPECTADORES ÚNICOS TOTALES:** Los Espectadores Únicos acumulados en el mes en Televisión Tradicional alcanzan la cifra de 43,7 millones (el 93,8 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 28,2 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 60,5 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor sube hasta 233 minutos por persona al día (+ 5', 2 % vs año anterior).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de Televisión Tradicional baja hasta 182 minutos por persona al día (-7', -4 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 51 minutos por persona al día (+ 12', 31 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO EXCLUSIVO:** La audiencia exclusiva del Consumo Híbrido, es decir, el número de personas que usa diariamente el televisor para otra actividad diferente a ver la Televisión Tradicional es de 2,9 millones de espectadores.
- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:** Atresmedia es el grupo líder con el 26,5 % de cuota de pantalla. Le sigue Mediaset con el 26,1 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 14,2 %.
- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 12,6 % de cuota de pantalla, es líder de forma ininterrumpida desde hace 2 años y 5 meses. Le siguen T5, 10,6 % y La1, 9,2 %, entre las tres primeras.

- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 13,2 % , seguida de ARAGON TV con el 10,8 % y ETB2 con el 8,5 % de cuota de pantalla en sus ámbitos correspondientes de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago suman el 11,4 % de cuota, **su máximo mensual**, con el siguiente top 3 de cadenas: LALIGA TV por M+ (0,5 %), DAZN LaLiga (0,4 %) y AXN (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL (La1, 26-mar-24) con 3,8 millones y 28,3% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL (La1, 26-mar, 22:17h) con una audiencia de 4,2 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 4 años y 4 meses de forma interrumpida con 2.037.000 de audiencia media y 18,5% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.527 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -5,9 % y el número de campañas activas un -1,2 %.

# Visión Global

## ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

**43,7** Millones

Cobertura mes

**93,8** %

PROMEDIO DIARIO

**28,2** Millones

Cobertura día

**60,5** %

mar-24



Cadena líder

**A3**

12,6%

## CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

**301'**  
espectador/día

+5' 2%  
\*Dif. mar-24 vs. mar-23

**182'**  
persona/día

-7' -4%  
\*Dif. mar-24 vs. mar-23

Consumo TV por Regiones

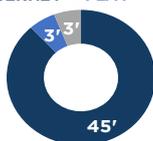


## OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

**51'**  
persona/día

+12' 31%  
\*Dif. mar-24 vs. mar-23

INTERNET PLAY OTROS



## CONSUMO TOTAL TELEVISOR

(televisión tradicional+otros consumos audiovisuales):

**233'**

persona/día

+5' 2%

**350'**

espectador/día

+19' 6%

\*Dif. mar-24 vs. mar-23

## EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL, 26-mar-24

**3,8 millones y 28,3%**

## RÁNKING CADENAS

| Cadena            | Cuota | *Dif. mar-24 vs. mar-23 | Espectadores Únicos |
|-------------------|-------|-------------------------|---------------------|
| A3                | 12,6% | -1,5                    | 33,6 mill.          |
| T5                | 10,6% | -0,6                    | 31,4 mill.          |
| La1               | 9,2%  | +0,1                    | 34,2 mill.          |
| AUT               | 8,1%  | -0,5                    | 29,3 mill.          |
| LA SEXTA          | 6,2%  | -0,1                    | 31,3 mill.          |
| CUATRO            | 5,6%  | +0,5                    | 32,4 mill.          |
| ENERGY            | 2,7%  | -0,4                    | 14,5 mill.          |
| FDf               | 2,7%  | +0,1                    | 20,2 mill.          |
| La2               | 2,5%  | -0,2                    | 27,0 mill.          |
| NOVA              | 2,2%  | +0,3                    | 12,8 mill.          |
| NEOX              | 2,0%  | 0,0                     | 21,0 mill.          |
| DIVINITY          | 1,9%  | -0,5                    | 15,5 mill.          |
| TRECE             | 1,9%  | -0,1                    | 15,9 mill.          |
| ATRESERIES        | 1,9%  | +0,3                    | 14,4 mill.          |
| BEMADtv           | 1,8%  | +0,7                    | 18,2 mill.          |
| DMAX              | 1,7%  | +0,1                    | 18,8 mill.          |
| MEGA              | 1,5%  | +0,2                    | 17,7 mill.          |
| PARAMOUNT NETWORK | 1,5%  | +0,2                    | 17,7 mill.          |
| DKISS             | 1,3%  | +0,2                    | 13,3 mill.          |
| TEN               | 1,2%  | +0,4                    | 11,3 mill.          |
| 24H               | 1,0%  | -0,1                    | 15,6 mill.          |
| GOL PLAY          | 1,0%  | +0,1                    | 15,0 mill.          |
| BOING             | 0,8%  | 0,0                     | 12,0 mill.          |
| CLAN              | 0,8%  | -0,1                    | 12,1 mill.          |
| DISNEY CHANNEL    | 0,7%  | +0,1                    | 10,1 mill.          |
| REAL MADRID HD    | 0,6%  | +0,1                    | 11,4 mill.          |
| TELEDEPORTE       | 0,6%  | +0,1                    | 12,5 mill.          |
| BOM Cine          | 0,4%  | 0,0                     | 6,1 mill.           |
| AUT PRIV          | 0,3%  | -0,1                    | 5,7 mill.           |



Máximo mensual

Temáticas Pago -> **11,4% (+1,4)**

\*Dif. mar-24 vs. mar-23

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

**4,2 millones**

FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL

La1, 26-mar, 22:17h



**BARLOVENTO COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

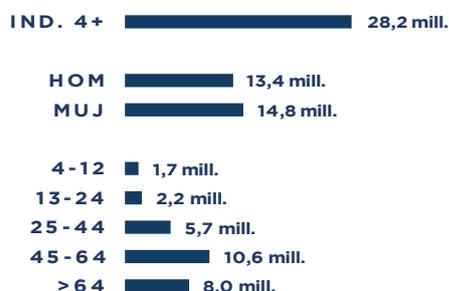
# ESPECTADORES ÚNICOS

**Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de 43,7 millones, que representa el 93,8% de la población, que sí contacta con el medio televisivo en marzo 2024.**

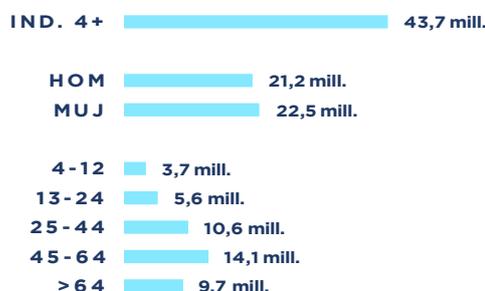
**28,2 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 60,5% de la población.**

Por el contrario, hay 2,9 millones de “telefóbicos”, el 6% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

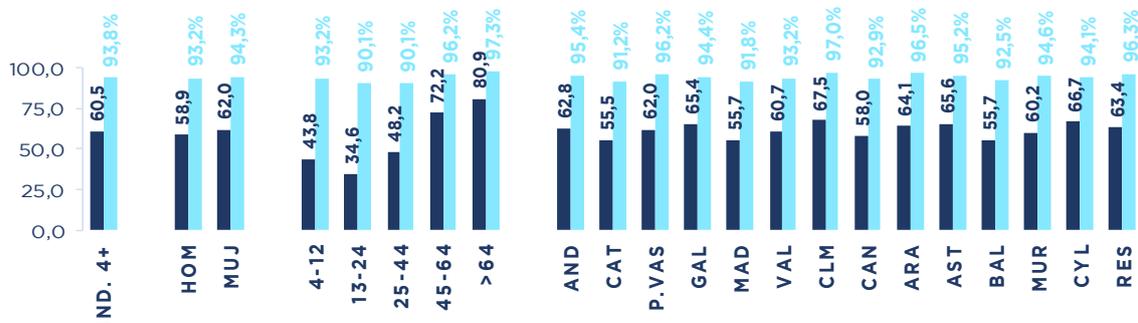
ESPECTADORES ÚNICOS (millones)  
**DIARIOS**



ESPECTADORES ÚNICOS (millones)  
**EN EL MES**



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN  
**DIARIOS / EN EL MES**

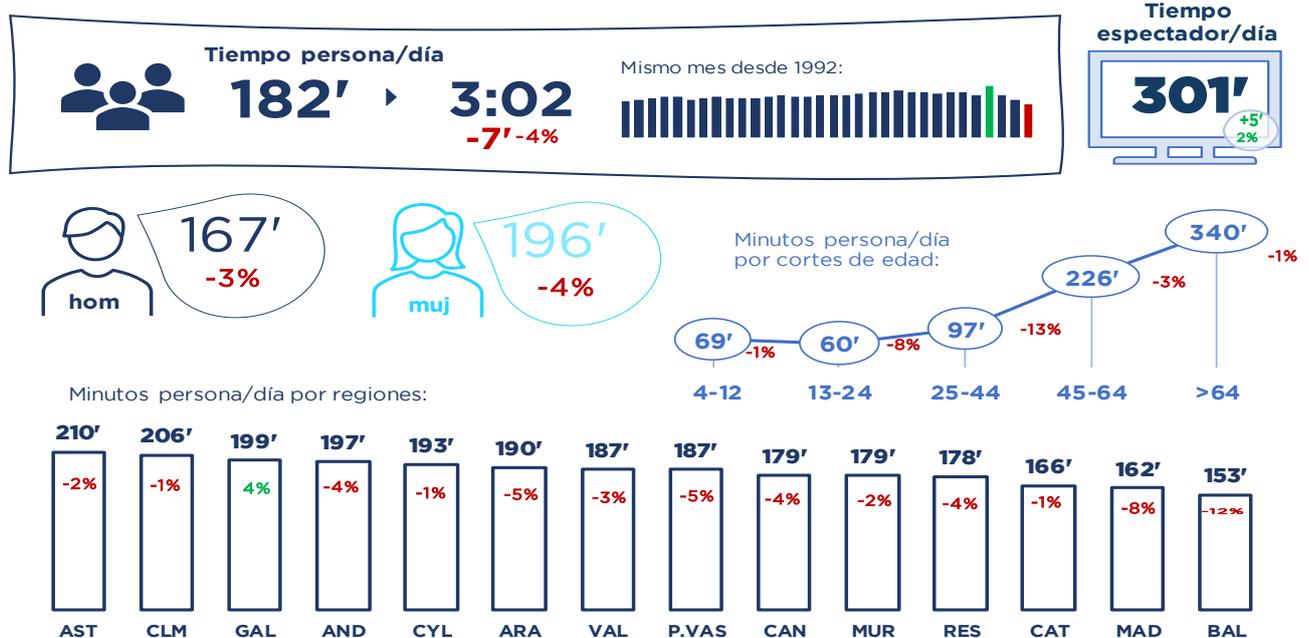


# CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **301 minutos** (+5' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,6 millones) ha dedicado un promedio de **182 minutos** 3 horas y 02 minutos al día a ver la televisión Tradicional este mes, lo que supone **-7' (-4%)** con respecto al mes de marzo-23.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (196') y los mayores de 64 años (340') y, por regiones, Asturias (210'), Castilla La Mancha (206') y Galicia (199').



\*Diferencias mar-24 vs. mar-23

# CONSUMO TOTAL TELEVISOR

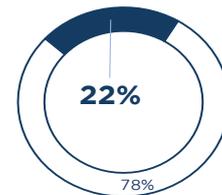
**El tiempo total de uso del televisor  
(Tradicional + otros usos)  
es de 233' por persona al día  
y de 350' por espectador al día**

## TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

| TARGET              | TIEMPO PERSONA/DÍA | *Dif. mar-24 vs. mar-23 |     |
|---------------------|--------------------|-------------------------|-----|
| Total Individuos 4+ | 3:53               | +5'                     | 2%  |
| Hombres             | 3:40               | +7'                     | 3%  |
| Mujeres             | 4:06               | +4'                     | 2%  |
| 4-12                | 2:10               | +9'                     | 7%  |
| 13-24               | 1:39               | +7'                     | 8%  |
| 25-44               | 2:46               | -1'                     | -1% |
| 45-64               | 4:43               | +8'                     | 3%  |
| >64                 | 6:06               | +3'                     | 1%  |
| Andalucía           | 4:11               | +8'                     | 3%  |
| Cataluña            | 3:43               | +8'                     | 4%  |
| País Vasco          | 3:44               | -1'                     | 0%  |
| Galicia             | 3:52               | +17'                    | 8%  |
| Madrid              | 3:43               | -5'                     | -2% |
| C. Valenciana       | 4:00               | +4'                     | 2%  |
| Castilla La Mancha  | 4:19               | +9'                     | 4%  |
| Canarias            | 3:49               | +8'                     | 4%  |
| Aragón              | 3:58               | -4'                     | -2% |
| Asturias            | 4:02               | +2'                     | 1%  |
| Baleares            | 3:22               | -3'                     | -1% |
| Murcia              | 3:55               | +10'                    | 4%  |
| Castilla León       | 3:51               | +10'                    | 5%  |
| Resto               | 3:37               | +1'                     | 0%  |

### Tiempo total uso televisor

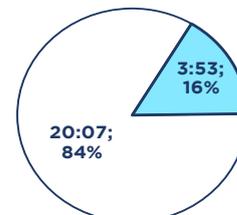
- Ver la televisión tradicional
- Otros usos televisor



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:53**, que sobre las 24 horas del día, supone el 16% del total.

### Tiempo total uso televisor sobre el total del día

- Usando el televisor
- Resto del día



# OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

**El promedio de los “Otros Consumos Audiovisuales” es de 51 minutos por persona al día, +12’ (31%) que en marzo-23.**

El 22% del total uso del televisor es para “Otros consumos audiovisuales” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Plataformas de streaming, de vídeo, Contenidos grabados, Juegos, Radio...

La audiencia exclusiva de esta modalidad, 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.

**51** MINUTOS PERSONA/DÍA **+12’ 31%** **34,6** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES **13,4** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

\*Diferencias mar-24 vs. mar-23



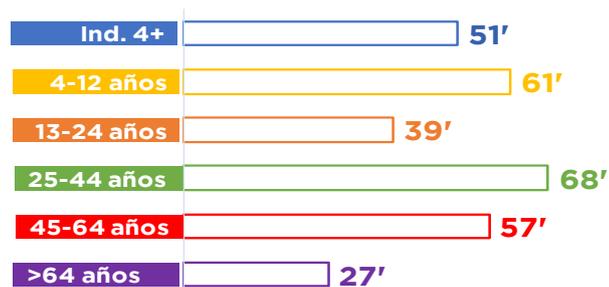
Streaming y consumo de video cuyo origen es Internet, ejemplo YouTube.

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

Videojuego y Radio TDT.

Tiempo promedio consumo “Otros consumos audiovisuales” por grupos de edad

Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Consumos Audiovisuales” son **los individuos de 25 a 44 años (68’)** y los **niños de 4 a 12 años (61’)**.



# RÁNKING CADENAS ABIERTO

**Antena 3 (12,6%) líder  
durante 2 años y 5 meses consecutivos**

**Los espectadores únicos del total de las cadenas  
en abierto son 43,3 millones, el 93% de cobertura.**

- ▶ T5(10,6%), repite la segunda posición.
- ▶ En tercera posición se sitúa La1 (9,2%).
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (8,1%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (6,2%),
- ▶ Les siguen CUATRO (5,6%), ENERGY (2,7%), FDF (2,7%), La2 (2,5%) y NOVA (2,2%), para completar la tabla de las diez primeras.
- ▶ Máximo mensual de BeMadTV (1,8 %).

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (11,4%) con el mejor mes de su historia**, se analizan en un epígrafe independiente.

# RÁNKING

## CADENAS ABIERTO

| RNK |                   | Cuota | *Dif. mar-24 vs. mar- | Espectadores Únicos | Cob%  |
|-----|-------------------|-------|-----------------------|---------------------|-------|
| 1   | A3                | 12,6% | -1,5                  | 33,6 mill.          | 72,1% |
| 2   | T5                | 10,6% | -0,6                  | 31,4 mill.          | 67,4% |
| 3   | La1               | 9,2%  | +0,1                  | ★ 34,2 mill.        | 73,4% |
| 4   | AUT               | 8,1%  | -0,5                  | 29,3 mill.          | 62,9% |
| 5   | LA SEXTA          | 6,2%  | -0,1                  | 31,3 mill.          | 67,1% |
| 6   | CUATRO            | 5,6%  | +0,5                  | 32,4 mill.          | 69,5% |
| 7   | ENERGY            | 2,7%  | -0,4                  | 14,5 mill.          | 31,0% |
| 8   | FDF               | 2,7%  | +0,1                  | 20,2 mill.          | 43,4% |
| 9   | La2               | 2,5%  | -0,2                  | 27,0 mill.          | 58,0% |
| 10  | NOVA              | 2,2%  | +0,3                  | 12,8 mill.          | 27,5% |
| 11  | NEOX              | 2,0%  | 0,0                   | 21,0 mill.          | 44,9% |
| 12  | DIVINITY          | 1,9%  | -0,5                  | 15,5 mill.          | 33,3% |
| 13  | TRECE             | 1,9%  | -0,1                  | 15,9 mill.          | 34,1% |
| 14  | ATRESERIES        | 1,9%  | +0,3                  | 14,4 mill.          | 31,0% |
| 15  | BEMADtv           | 1,8%  | +0,7                  | 18,2 mill.          | 38,9% |
| 16  | DMAX              | 1,7%  | +0,1                  | 18,8 mill.          | 40,3% |
| 17  | MEGA              | 1,5%  | +0,2                  | 17,7 mill.          | 37,9% |
| 18  | PARAMOUNT NETWORK | 1,5%  | +0,2                  | 17,7 mill.          | 38,0% |
| 19  | DKISS             | 1,3%  | +0,2                  | 13,3 mill.          | 28,5% |
| 20  | TEN               | 1,2%  | +0,4                  | 11,3 mill.          | 24,2% |
| 21  | 24H               | 1,0%  | -0,1                  | 15,6 mill.          | 33,5% |
| 22  | GOL PLAY          | 1,0%  | +0,1                  | 15,0 mill.          | 32,2% |
| 23  | BOING             | 0,8%  | 0,0                   | 12,0 mill.          | 25,7% |
| 24  | CLAN              | 0,8%  | -0,1                  | 12,1 mill.          | 25,9% |
| 25  | DISNEY CHANNEL    | 0,7%  | +0,1                  | 10,1 mill.          | 21,6% |
| 26  | REAL MADRID HD    | 0,6%  | +0,1                  | 11,4 mill.          | 24,5% |
| 27  | TELEDEPORTE       | 0,6%  | +0,1                  | 12,5 mill.          | 26,8% |
| 28  | BOM Cine          | 0,4%  | 0,0                   | 6,1 mill.           | 13,1% |
| 29  | AUT PRIV          | 0,3%  | -0,1                  | 5,7 mill.           | 12,1% |

# LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

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

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

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

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

| CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS |            |           |
|-------------------------------|------------|-----------|
| MAÑANA                        | SOBREMESA  | TARDE     |
| T5                            | A3         | A3        |
| PRIME-TIME                    | LATE-NIGHT | MADRUGADA |
| A3                            | T5         | ENERGY    |

| CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA |     |     |     |     |     |     |
|--------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| LUN                            | MAR | MIÉ | JUE | VIE | SÁB | DOM |
| A3                             | A3  | A3  | A3  | A3  | A3  | T5  |

| CADENA LÍDER DÍA A DÍA |             |
|------------------------|-------------|
| A3 ▶ 24 DÍAS           | T5 ▶ 6 DÍAS |
| La1 ▶ 1 DÍAS           |             |

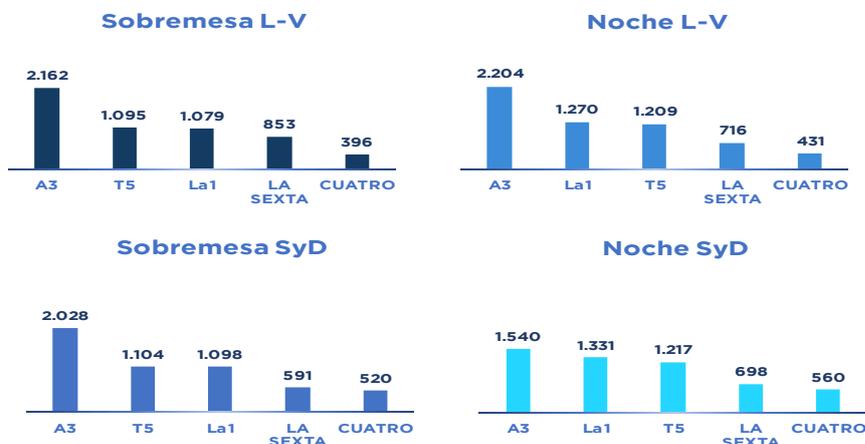
# INFORMATIVOS DIARIOS

**Los informativos de Antena 3 (2.037.000 de audiencia media y 18,5% de cuota) son los más vistos desde hace 4 años y 4 meses consecutivos,** en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.183.000 de audiencia media y 10,6% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (1.151.000 de audiencia media y 10,5% de cuota) los terceros.

| Día semana       | Cadena   | Nº Emis. | AM(000) | Cuota | ESPECTADORES ÚNICOS | Cobertura |
|------------------|----------|----------|---------|-------|---------------------|-----------|
| Lunes a Domingo  | A3       | 62       | 2.037   | 18,5% | 24,2 Mill.          | 52%       |
|                  | La1      | 62       | 1.183   | 10,6% | 23,8 Mill.          | 51%       |
|                  | T5       | 62       | 1.151   | 10,5% | 18,7 Mill.          | 40%       |
|                  | LA SEXTA | 62       | 724     | 7,8%  | 18,5 Mill.          | 40%       |
|                  | CUATRO   | 61       | 456     | 5,3%  | 18,9 Mill.          | 41%       |
| Lunes a Viernes  | A3       | 42       | 2.183   | 19,8% | 20,7 Mill.          | 44%       |
|                  | La1      | 42       | 1.175   | 10,5% | 20,1 Mill.          | 43%       |
|                  | T5       | 42       | 1.149   | 10,5% | 15,2 Mill.          | 33%       |
|                  | LA SEXTA | 42       | 775     | 8,1%  | 14,3 Mill.          | 31%       |
| Sábado y Domingo | A3       | 20       | 1.778   | 16,2% | 16,5 Mill.          | 35%       |
|                  | La1      | 20       | 1.200   | 10,8% | 16,7 Mill.          | 36%       |
|                  | T5       | 20       | 1.156   | 10,6% | 12,4 Mill.          | 27%       |
|                  | LA SEXTA | 20       | 642     | 7,2%  | 12,6 Mill.          | 27%       |
|                  | CUATRO   | 20       | 540     | 6,0%  | 13,1 Mill.          | 28%       |

**RESULTADOS POR EDICIONES**  
AUDIENCIA MEDIA (000)



# CADENAS AUTONÓMICAS

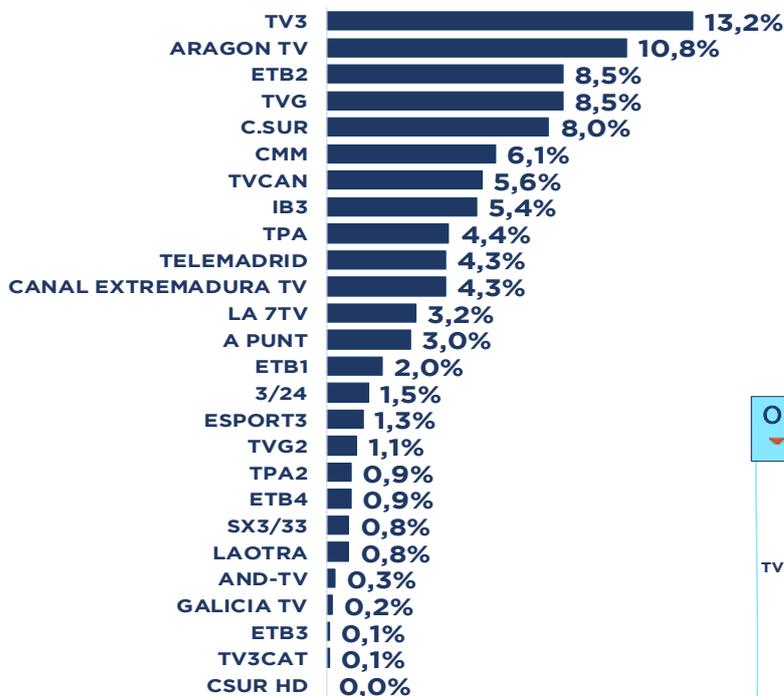
\*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

**El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,1 % de cuota de pantalla.**

**El número de espectadores únicos acumulados es de 29,3 millones, el 62,9 % de cobertura.**

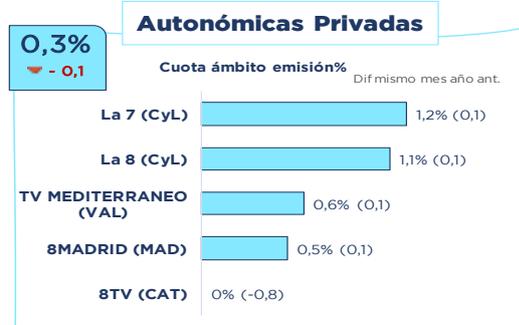
La cadena autonómica con mayor cuota este mes es TV3 (13,2%), ARAGON TV (10,8%), ETB2 (8,5%), TVG (8,5%), C.SUR (8%), CMM (6,1%), TVCAN (5,6%), IB3 (5,4%), TPA (4,4%) y TELEMADRID (4,3%), entre las 10 primeras.

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



★ IB3 (Balears) : Mejor mes de marzo desde 2014.

★ ETB2 (País Vasco) : Mejor mes de marzo desde 2022.



# 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<br>ámbito emisión |   | Espectadores<br>Únicos (000) | Cob%  |
|--------------|-----------------------------|---|------------------------------|-------|
| ▶ TV3        | 22,9%                       | → | 3.410                        | 44,8% |
| ▶ ARAGON TV  | 20,6%                       | → | 709                          | 55,1% |
| ▶ ETB2       | 19,8%                       | → | 1.076                        | 50,5% |
| ▶ TVG        | 11,1%                       | → | 1.232                        | 46,8% |
| ▶ CMM        | 10,4%                       | → | 737                          | 36,8% |
| ▶ IB3        | 10,4%                       | → | 328                          | 26,6% |
| ▶ C.SUR      | 10,1%                       | → | 3.469                        | 41,6% |
| ▶ TVCAN      | 9,6%                        | → | 870                          | 38,5% |
| ▶ TELEMADRID | 8,0%                        | → | 2.027                        | 30,1% |
| ▶ TPA        | 7,8%                        | → | 361                          | 36,8% |
| ▶ LA 7TV     | 7,6%                        | → | 541                          | 36,0% |
| ▶ A PUNT     | 6,7%                        | → | 1.631                        | 32,4% |



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 firman el 11,4%  
**MÁXIMO MENSUAL.**

Los espectadores únicos ascienden a 21,6 millones,  
el 46,3% de cobertura poblacional.

El ranking de cadenas de este grupo de cadenas está conformado por LALIGA TV por M+ (0,5%), DAZN LaLiga (0,4%), AXN (0,3%), WARNER TV (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), CANAL HISTORIA (0,2%), MOVISTAR PLUS+ (0,2%) y CALLE 13 (0,2%).

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



# GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

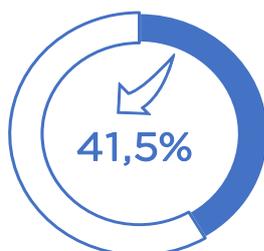
|   | Ránking grupos editoriales de Pago     | Cuota | Espect. Únicos | Cob%  |
|---|--|-------|----------------|-------|
| ① | MOVISTAR                               | 1,6%  | 10,7 Mill.     | 22,9% |
| ② | AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHER     | 1,1%  | 9,4 Mill.      | 20,2% |
| ③ | DAZN                                   | 0,6%  | 6,5 Mill.      | 13,9% |
| ④ | FOX INTERNATIONAL CHANNELS             | 0,4%  | 7,2 Mill.      | 15,5% |
| ⑤ | TURNER                                 | 0,4%  | 6,3 Mill.      | 13,6% |
| ⑥ | SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL | 0,3%  | 4,8 Mill.      | 10,3% |
| ⑦ | UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL       | 0,3%  | 5,3 Mill.      | 11,3% |
| ⑧ | DISCOVERY NETWORKS                     | 0,3%  | 4,2 Mill.      | 9,0%  |
| ⑨ | VIACOM                                 | 0,2%  | 5,5 Mill.      | 11,7% |

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

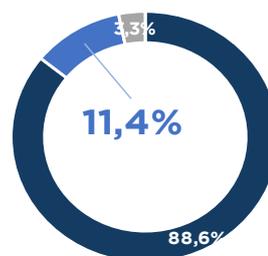
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **29,8%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **41,5%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **58,5%** a cadenas en abierto.

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



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



● Abierto  
● Tem. Pago  
● Otras

# EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a  
**FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL (La1, 26-mar-24):  
3.822.000 y 28,3%**

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

| RNK | Título/Descripción                     | Cadena | Fecha     | Cuota | AUDIENCIA MEDIA (000) | ESPECT. ÚNICOS |
|-----|--|--------|-----------|-------|-----------------------|----------------|
| 1   | FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL        | La1    | 26-mar-24 | 28,3% | 3.822                 | 8,3 mill.      |
| 2   | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 04-mar-24 | 18,5% | 2.475                 | 4,3 mill.      |
| 3   | PREVIO FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL | La1    | 26-mar-24 | 19,1% | 2.467                 | 3,5 mill.      |
| 4   | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 11-mar-24 | 18,6% | 2.464                 | 4,1 mill.      |
| 5   | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 20-mar-24 | 19,1% | 2.450                 | 3,9 mill.      |
| 6   | ANTENA 3 NOTICIAS 1                    | A3     | 04-mar-24 | 23,0% | 2.436                 | 3,5 mill.      |
| 7   | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 06-mar-24 | 19,0% | 2.433                 | 3,8 mill.      |
| 8   | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 25-mar-24 | 19,2% | 2.431                 | 3,8 mill.      |
| 9   | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 07-mar-24 | 18,9% | 2.424                 | 3,8 mill.      |
| 10  | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 14-mar-24 | 19,4% | 2.421                 | 3,8 mill.      |
| 11  | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 05-mar-24 | 18,4% | 2.358                 | 3,7 mill.      |
| 12  | ANTENA 3 NOTICIAS 1                    | A3     | 11-mar-24 | 22,9% | 2.349                 | 3,5 mill.      |
| 13  | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 21-mar-24 | 18,9% | 2.312                 | 3,7 mill.      |
| 14  | ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA      | A3     | 10-mar-24 | 21,5% | 2.293                 | 3,3 mill.      |
| 15  | ANTENA 3 NOTICIAS 1                    | A3     | 08-mar-24 | 23,4% | 2.290                 | 3,4 mill.      |
| 16  | ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA      | A3     | 02-mar-24 | 22,4% | 2.290                 | 3,5 mill.      |
| 17  | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 13-mar-24 | 17,6% | 2.288                 | 3,7 mill.      |
| 18  | ANTENA 3 NOTICIAS 1                    | A3     | 06-mar-24 | 23,3% | 2.277                 | 3,5 mill.      |
| 19  | ANTENA 3 NOTICIAS 1                    | A3     | 26-mar-24 | 22,1% | 2.270                 | 3,4 mill.      |
| 20  | ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA      | A3     | 09-mar-24 | 21,5% | 2.265                 | 3,3 mill.      |
| 21  | ANTENA 3 NOTICIAS 2                    | A3     | 12-mar-24 | 17,6% | 2.249                 | 3,4 mill.      |
| 22  | PASAPALABRA                            | A3     | 06-mar-24 | 20,5% | 2.231                 | 4,4 mill.      |
| 23  | EL HORMIGUERO / LEO HARLEM             | A3     | 20-mar-24 | 16,5% | 2.225                 | 4,8 mill.      |
| 24  | EL HORMIGUERO / JOSE MOTA              | A3     | 04-mar-24 | 15,7% | 2.204                 | 4,6 mill.      |
| 25  | ANTENA 3 NOTICIAS 1                    | A3     | 21-mar-24 | 22,9% | 2.204                 | 3,2 mill.      |

# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS ABIERTO



### CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / UNCHARTED (La1, 31-mar-24): 1.549.000 y 12,3%
- 2 MULTICINE / EL BECARIO (A3, 29-mar-24): 1.331.000 y 14%
- 3 MULTICINE / NO ES AMOR (A3, 16-mar-24): 1.302.000 y 14,1%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 PASAPALABRA (A3, 06-mar-24): 2.231.000 y 20,5%
- 2 EL HORMIGUERO / LEO HARLEM (A3, 20-mar-24): 2.225.000 y 16,5%
- 3 EL HORMIGUERO / JOSE MOTA (A3, 04-mar-24): 2.204.000 y 15,7%



### SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 04-mar-24): 1.490.000 y 14,8%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 26-mar-24): 1.399.000 y 13,9%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 06-mar-24): 1.382.000 y 14,1%



### INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 04-mar-24): 2.475.000 y 18,5%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 11-mar-24): 2.464.000 y 18,6%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 20-mar-24): 2.450.000 y 19,1%



### CULTURALES

- 1 LA ENTREVISTA QUE NUNCA SE EMITIO (La1, 05-mar-24): 1.426.000 y 10,4%
- 2 CINE DE BARRIO PRESENTACION / EL TURISMO ES UN GRAN INVENTO (La1, 09-mar-24): 1.193.000 y 11,8%
- 3 CINE DE BARRIO PRESENTACION / LOS PECADOS DE UNA CHICA CASI DECENTE (La1, 02-mar-24): 1.159.000 y 11,4%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL (La1, 26-mar-24): 3.822.000 y 28,3%
- 2 PREVIO FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL (La1, 26-mar-24): 2.467.000 y 19,1%
- 3 FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-COLOMBIA (La1, 22-mar-24): 2.167.000 y 18,2%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 02-mar-24): 327.000 y 3,6%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 25-mar-24): 311.000 y 3%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 25-mar-24): 303.000 y 2,8%



# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS TEMÁTICAS PAGO



### CINE

- 1 CINE / DOCTOR STRANGE(DOCTOR EXTRAÑO) (STAR CHANNEL, 10-mar-24): 93.000 y 0,7%
- 2 CINE / MARVEL.LOS VENGADORES (STAR CHANNEL, 09-mar-24): 93.000 y 0,8%
- 3 CINE / FAST & FURIOUS 8 (AXN, 10-mar-24): 92.000 y 0,8%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 CEREMONIA DE LOS OSCAR 2024 (MOVISTAR PLUS+, 10-mar-24): 50.000 y 1,1%
- 2 CEREMONIA DE LOS OSCAR 2024 (MOVISTAR PLUS+, 11-mar-24): 44.000 y 2,8%
- 3 PAREJA A LA PUJA / PARADA EN CULVER CITY (AMC BREAK, 21-mar-24): 30.000 y 0,2%



### SERIES

- 1 POLICIAS CON CARACTER / CAPITANA POQUELIN (CALLE 13, 03-mar-24): 76.000 y 0,6%
- 2 CHICAGO P.D. / DESEMPAQUETANDO (CALLE 13, 20-mar-24): 69.000 y 0,5%
- 3 CHICAGO P.D. / REINCORPORACION (CALLE 13, 27-mar-24): 52.000 y 0,4%



### INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.PORTUGAL (DAZN 1, 24-mar-24): 13.000 y 0,1%
- 2 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / EL CASO ASUNTA (AMC CRIME, 11-mar-24): 11.000 y 1,1%
- 3 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (DOCUMENTALES por M+, 22-mar-24): 11.000 y 1,3%



### CULTURALES

- 1 LA ALFOMBRA ROJA DE LOS OSCAR 2024 (MOVISTAR PLUS+, 10-mar-24): 69.000 y 0,7%
- 2 CONSPIRACIONES BIBLICAS / LOS CLAVOS DE LA CRUZ (CANAL HISTORIA, 27-mar-24): 60.000 y 0,7%
- 3 GIGANTES DEL SUMO / NUEVO EN LA CIUDAD (VAMOS por M+, 16-mar-24): 54.000 y 0,5%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-BARCELONA (DAZN LaLiga, 17-mar-24): 1.635.000 y 12%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ATH.BILBAO-BARCELONA (LALIGA TV por M+, 03-mar-24): 1.375.000 y 9,6%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-ATH.BILBAO (DAZN LaLiga, 31-mar-24): 1.139.000 y 8,7%



### ANIMACIÓN

- 1 KIYA Y LOS HEROES DE KIMOJA (DISNEY JUNIOR, 27-mar-24): 38.000 y 1,3%
- 2 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 24-mar-24): 38.000 y 0,4%
- 3 CACHORROS A LA OBRA (DISNEY JUNIOR, 31-mar-24): 30.000 y 0,5%

# LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

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

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



### C.SUR (Andalucía)

- 1 NOTICIAS 2 (C.SUR, 24-mar-24): 331.000 y 13,5%
- 2 NOTICIAS 2 (C.SUR, 29-mar-24): 307.000 y 14%
- 3 NOTICIAS 1 (C.SUR, 28-mar-24): 299.000 y 14,8%



### ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 09-mar-24): 94.000 y 34%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 01-mar-24): 90.000 y 35,5%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 28-mar-24): 89.000 y 34,8%



### TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 04-mar-24): 35.000 y 10,9%
- 2 EL PICU (TPA, 20-mar-24): 35.000 y 10,7%
- 3 TPA DEPORTES 2 (TPA, 15-mar-24): 34.000 y 13,4%



### IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 04-mar-24): 41.000 y 19,2%
- 2 IB3 NOTICIES CAP DE SETMANA 2 (IB3, 03-mar-24): 40.000 y 13,8%
- 3 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 30-mar-24): 40.000 y 22,5%



### TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS FIN SE 1 (TVCAN, 23-mar-24): 74.000 y 15,8%
- 2 TELENOTICIAS (TVCAN, 04-mar-24): 71.000 y 18,6%
- 3 DEPORTES TN2 (TVCAN, 23-mar-24): 70.000 y 11,4%



### CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 27-mar-24): 79.000 y 16,8%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 08-mar-24): 72.000 y 15,6%
- 3 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA FIN DE SEMANA (CMM, 03-mar-24): 67.000 y 15,9%



### TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES CAP DE SETMANA VESPRE (TV3, 10-mar-24): 502.000 y 21,9%
- 2 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 11-mar-24): 502.000 y 22,5%
- 3 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 04-mar-24): 493.000 y 23,3%



### TVG (Galicia)

- 1 DÉPORTES 2 (TVG, 24-mar-24): 120.000 y 14,8%
- 2 O TEMPO (TVG, 25-mar-24): 120.000 y 14,3%
- 3 O TEMPO (TVG, 26-mar-24): 114.000 y 12,9%



### TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 07-mar-24): 138.000 y 15,4%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 11-mar-24): 137.000 y 13,9%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 04-mar-24): 134.000 y 13,9%



### LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 27-mar-24): 43.000 y 11,8%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 31-mar-24): 41.000 y 19%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 21-mar-24): 38.000 y 13,4%



### ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 21-mar-24): 151.000 y 26,9%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 26-mar-24): 139.000 y 21,6%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 11-mar-24): 138.000 y 21,3%



### A PUNT (Valencia)

- 1 FALLES 2024:MASCLETA (A PUNT, 16-mar-24): 261.000 y 33%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 16-mar-24): 237.000 y 23%
- 3 FALLES 2024:MASCLETA (A PUNT, 18-mar-24): 220.000 y 28,9%

# GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

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

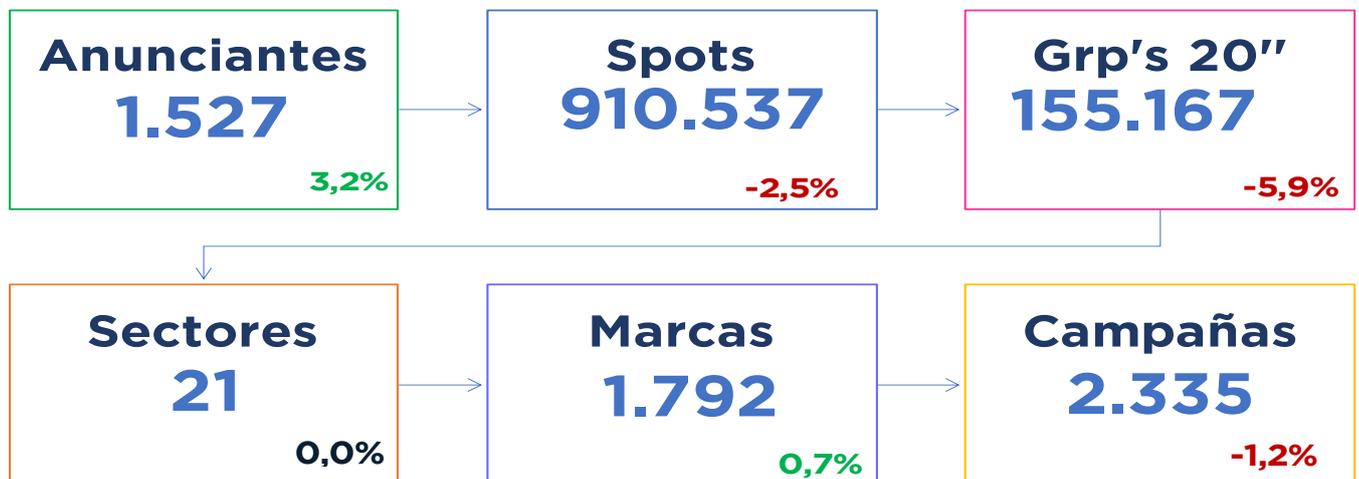
- ▶ Mediaset (26,1%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (14,2%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,7%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,5%) con tres cadenas.

|   | Grupos Editoriales Abierto | Cuota | Espectadores únicos | Cob%  |
|---|----------------------------|-------|---------------------|-------|
|  | ATRESMEDIA                 | 26,5% | 38,8 mill.          | 83,2% |
|  | MEDIASET                   | 26,1% | 39,0 mill.          | 83,7% |
|  | GRUPO RTVE                 | 14,2% | 37,4 mill.          | 80,1% |
|  | FORTA                      | 8,0%  | 28,6 mill.          | 61,4% |
|  | GRUPO UNIDAD EDITORIAL     | 2,7%  | 23,9 mill.          | 51,1% |
|  | GRUPO SQUIRREL MEDIA       | 2,5%  | 23,4 mill.          | 50,2% |

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

**Aumentan la presión publicitaria de GRPs en -5,9% y el número de campañas activas un -1,2%.**



\*Diferencias mar-24 vs. mar-23

El spot más visto corresponde a la campaña “GAES/CENTROS AUDITIVOS” en A3, con 23 Grp's 20” (‘LA RULETA DE LA SUERTE’, 14 marzo).

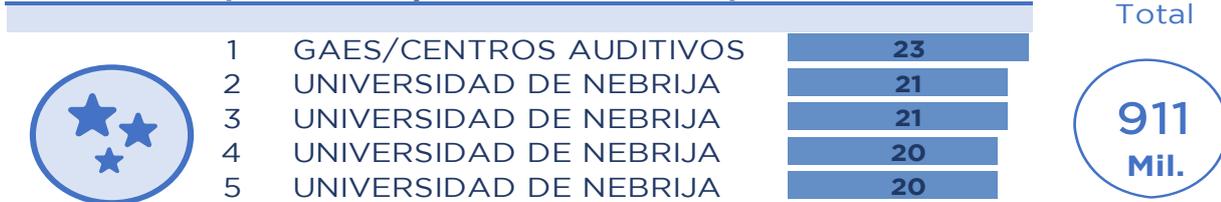
Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- ▶ **CAMPAÑA:** “SECURITAS DIRECT/ALARMAS” con 1.746 Grp's 20”.
- ▶ **ANUNCIANTE:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA con 5.475 Grp's 20”.
- ▶ **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 4.867 Grp's 20”.
- ▶ **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 17% de la presión publicitaria.

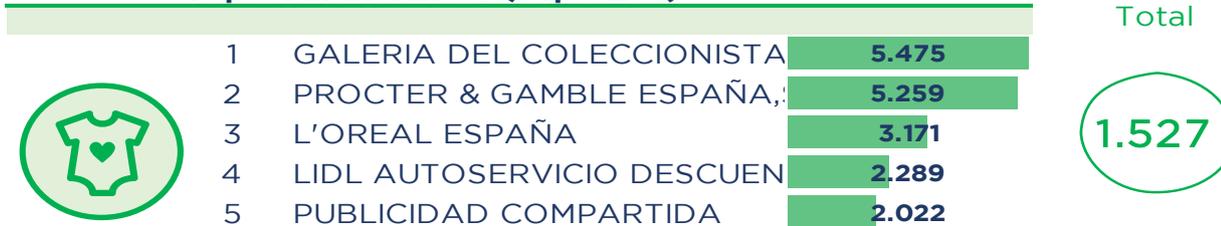
# ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

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



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



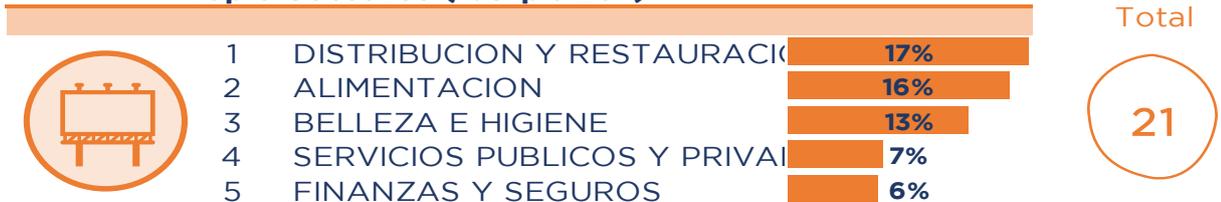
## Top 5 Campañas (Grp's 20'')



## 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: marzo-2024

# CONTÁCTENOS

## BARLOVENTO COMUNICACIÓN

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

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS