

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

**Abril 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 millones (el 92,3 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 28,3 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 60,6 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor se mantiene en 220 minutos por persona al día.
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de Televisión Tradicional baja hasta 173 minutos por persona al día (-7', -4 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 47 minutos por persona al día (+ 7', 18 % 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 27,9 % de cuota de pantalla. Le sigue Mediaset con el 25,7 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 14,2 %.
- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 13,4 % de cuota de pantalla, es líder de forma ininterrumpida desde hace 2 años y 6 meses. Le siguen T5, 10,7 % y La1, 9,1 %, entre las tres primeras.

- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 13,8 % , seguida de ARAGON TV con el 11,5 % y ETB2 con el 9,7 % 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 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,4 %), LALIGA TV por M+ (0,4 %) y DAZN LaLiga (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a PENALTIS FUTBOL:C.REY / ATH.BILBAO-MALLORCA (La1, 06-abr-24) con 5 millones y 49,1% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión PENALTIS FUTBOL:C.REY (La1, 06-abr, 00:45h) con una audiencia de 5,1 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 4 años y 5 meses de forma interrumpida con 1.933.000 de audiencia media y 18,6% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.450 anunciantes diferentes. Aumenta la presión publicitaria de GRPs en un 4,5 % y el número de campañas activas varía en un -5,6 %.

# Visión Global

## ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

**43,0** Millones

Cobertura mes

**92,3** %

PROMEDIO DIARIO

**28,3** Millones

Cobertura día

**60,6** %

abr-24



Cadena líder

**A3**

**13,4%**

## RÁNKING CADENAS

## CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

**286'**  
espectador/día

**-6'** -2%

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

**173'**  
persona/día

**-7'** -4%

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



Cadena	Cuota	*Dif. abr-24 vs. abr-23	Espectadores Únicos
A3	13,4%	+0,5	32,7 mill.
T5	10,7%	-0,7	29,6 mill.
La1	9,1%	+0,1	33,0 mill.
AUT	8,0%	-0,5	27,7 mill.
LA SEXTA	6,7%	+0,9	30,1 mill.
CUATRO	5,2%	+0,4	30,5 mill.
ENERGY	2,7%	-0,4	13,2 mill.
La2	2,6%	0,0	25,4 mill.
FDf	2,6%	+0,1	19,0 mill.
NOVA	2,1%	0,0	11,6 mill.
ATRESERIES	2,1%	+0,5	13,4 mill.
NEOX	1,9%	-0,1	19,1 mill.
DIVINITY	1,9%	-0,5	13,8 mill.
BEMADtv	1,9%	+0,6	17,1 mill.
TRECE	1,7%	-0,3	13,9 mill.
DMAX	1,7%	+0,1	17,3 mill.
MEGA	1,7%	+0,3	16,6 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	+0,2	15,9 mill.
DKISS	1,3%	+0,2	12,1 mill.
TEN	1,3%	+0,5	10,0 mill.
24H	1,1%	+0,1	14,3 mill.
GOL PLAY	1,1%	+0,1	14,0 mill.
BOING	0,7%	-0,3	10,6 mill.
CLAN	0,7%	-0,2	11,0 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	0,0	9,5 mill.
REAL MADRID HD	0,7%	+0,1	10,9 mill.
TELEDEPORTE	0,6%	-0,2	11,9 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	5,4 mill.
AUT PRIV	0,2%	-0,2	4,7 mill.

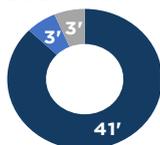
## OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

**47'**  
persona/día

**+7'** 18%

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

INTERNET PLAY OTROS



## CONSUMO TOTAL TELEVISOR

(televisión tradicional+otros consumos audiovisuales):

**220'**

persona/día

0'

0%

**330'**

espectador/día

0'

0%

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

Temáticas Pago -> 11% (-0,1)

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

## EMISIÓN MÁS VISTA

La1  
PENALTIS FUTBOL:C.REY / ATH.BILBAO-MALLORCA, 06-abr-24

**5 millones y 49,1%**

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

**5,1 millones**

PENALTIS FUTBOL:C.REY

La1, 06-abr, 00:45h



**BARLOVENTO COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

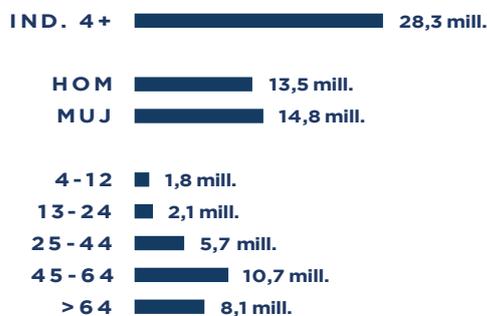
# ESPECTADORES ÚNICOS

**Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de 43,0 millones, que representa el 92,3% de la población, que sí contacta con el medio televisivo en abril 2024.**

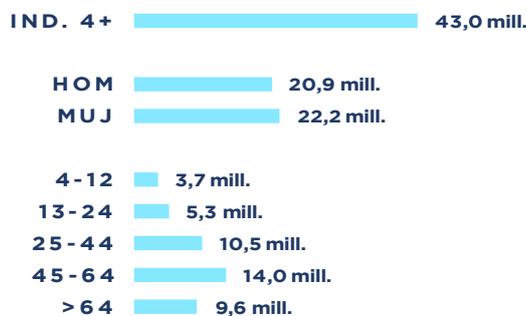
**28,3 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 60,6% de la población.**

Por el contrario, hay 3,6 millones de “telefóbicos”, el 8% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

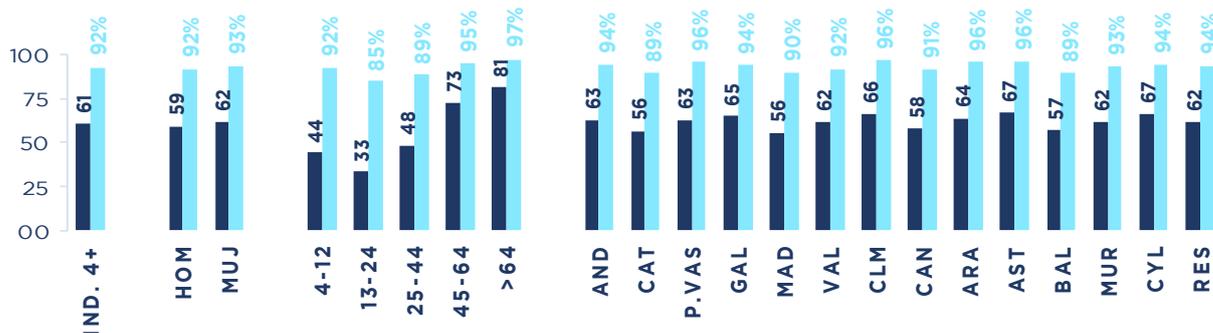
## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



## COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

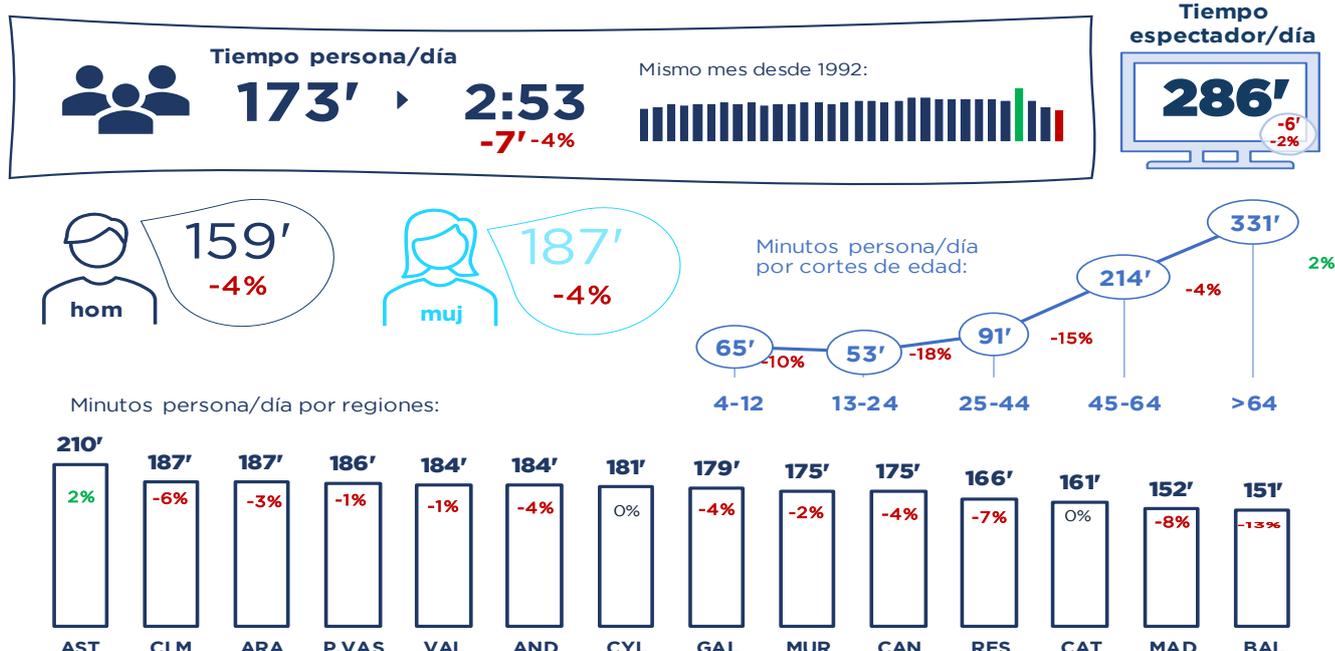


# CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **286 minutos** (-6' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,6 millones) ha dedicado un promedio de **173 minutos** (2 horas y 53 minutos) al día a ver la televisión Tradicional este mes, lo que supone **-7' (-4%)** con respecto al mes de abril-23.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (187') y los mayores de 64 años (331') y, por regiones, Asturias (210'), Castilla La Mancha (187') y Aragón (187').



\*Diferencias abr-24 vs. abr-23

# CONSUMO TOTAL TELEVISOR

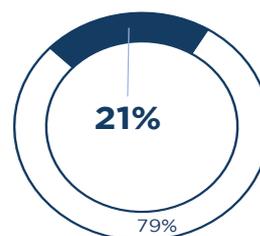
**El tiempo total de uso del televisor  
(Tradicional + otros usos)  
es de 220' por persona al día  
y de 330' por espectador al día**

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

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. abr-24 vs. abr-23	
Total Individuos 4+	220'	0'	0%
Hombres	207'	-1'	0%
Mujeres	233'	+1'	0%
4-12	115'	-13'	-10%
13-24	86'	-8'	-9%
25-44	154'	-8'	-5%
45-64	268'	+3'	1%
>64	356'	+13'	4%
Andalucía	231'	0'	0%
Cataluña	214'	+5'	2%
País Vasco	222'	+6'	3%
Galicia	210'	-2'	-1%
Madrid	206'	-11'	-5%
C. Valenciana	236'	+3'	1%
Castilla La Mancha	233'	-4'	-2%
Canarias	222'	0'	0%
Aragón	234'	+1'	0%
Asturias	241'	+9'	4%
Baleares	197'	-8'	-4%
Murcia	227'	+4'	2%
Castilla León	217'	+12'	6%
Resto	202'	-6'	-3%

### Tiempo total uso televisor

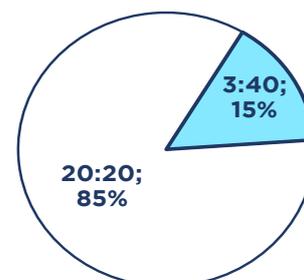
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:40**, que sobre las 24 horas del día, supone el 15% 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 47 minutos por persona al día, +7' (18%) que en abril-23.**

El 21% 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.



Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros consumos audiovisuales” son los individuos de 25 a 44 años (62') y los niños de 4 a 12 años (51').

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



# RÁNKING CADENAS ABIERTO

**Antena 3 (13,4%) líder  
durante 2 años y 6 meses consecutivos**

**Los espectadores únicos del total de las cadenas  
en abierto son 42,6 millones, el 91% de cobertura.**

- ▶ T5 (10,7%), repite la segunda posición.
- ▶ En tercera posición se sitúa La1 (9,1%).
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (8,0%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (6,7%),
- ▶ Les siguen CUATRO (5,2%), ENERGY (2,7%), La2 (2,6%), FDF (2,6%) y NOVA (2,1%), para completar la tabla de las diez primeras.
- ▶ Máximo mensual de Atreseries, BeMadTV, Ten y R.Madrid HD.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (11,0%)**, se analizan en un epígrafe independiente.

# RÁNKING

## CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. abr-24 vs. abr-23	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,4%	+0,5	32,7 mill.	70,0%
2	T5	10,7%	-0,7	29,6 mill.	63,5%
3	La1	9,1%	+0,1	★ 33,0 mill.	70,7%
4	AUT	8,0%	-0,5	27,7 mill.	59,4%
5	LA SEXTA	6,7%	+0,9	30,1 mill.	64,5%
6	CUATRO	5,2%	+0,4	30,5 mill.	65,4%
7	ENERGY	2,7%	-0,4	13,2 mill.	28,3%
8	La2	2,6%	0,0	25,4 mill.	54,5%
9	FDI	2,6%	+0,1	19,0 mill.	40,7%
10	NOVA	2,1%	0,0	11,6 mill.	24,9%
11	ATRESERIES	2,1%	+0,5	13,4 mill.	28,6%
12	NEOX	1,9%	-0,1	19,1 mill.	40,9%
13	DIVINITY	1,9%	-0,5	13,8 mill.	29,6%
14	BEMADtv	1,9%	+0,6	17,1 mill.	36,7%
15	TRECE	1,7%	-0,3	13,9 mill.	29,8%
16	DMAX	1,7%	+0,1	17,3 mill.	37,2%
17	MEGA	1,7%	+0,3	16,6 mill.	35,5%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	+0,2	15,9 mill.	34,1%
19	DKISS	1,3%	+0,2	12,1 mill.	26,0%
20	TEN	1,3%	+0,5	10,0 mill.	21,5%
21	24H	1,1%	+0,1	14,3 mill.	30,6%
22	GOL PLAY	1,1%	+0,1	14,0 mill.	30,1%
23	BOING	0,7%	-0,3	10,6 mill.	22,8%
24	CLAN	0,7%	-0,2	11,0 mill.	23,7%
25	DISNEY CHANNEL	0,7%	0,0	9,5 mill.	20,5%
26	REAL MADRID HD	0,7%	+0,1	10,9 mill.	23,4%
27	TELEDEPORTE	0,6%	-0,2	11,9 mill.	25,4%
28	BOM Cine	0,4%	0,0	5,4 mill.	11,7%
29	AUT PRIV	0,2%	-0,2	4,7 mill.	10,1%

# LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en ambos sexos, en menores de 24 años y en mayores de 45 años.**
- ▶ **Telecinco líder en 25 a 44 años.**

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

Por franjas horarias, Antena 3 lidera en la mañana, sobremesa, la tarde y “prime-time”, mientras que Telecinco es la opción más vista en el “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	A3	BOING	DISNEY CHANNEL
13-24	A3	T5	La1
25-44	T5	A3	LA SEXTA
45-64	A3	T5	La1
>64	A3	T5	La1
T.COMERCIAL	T5	A3	La1
ANDALUCÍA	A3	T5	C.SUR
CATALUÑA	TV3	A3	T5
PAÍS VASCO	T5	La1	ETB2
GALICIA	A3	T5	La1
MADRID	A3	T5	La1
C. VALENCIANA	A3	T5	La1
CASTILLA LA MANCHA	A3	T5	La1
CANARIAS	A3	T5	La1
ARAGÓN	A3	ARAGON TV	La1
ASTURIAS	T5	A3	LA SEXTA
BALEARES	A3	T5	La1
MURCIA	A3	La1	T5
CASTILLA LEÓN	A3	La1	T5
RESTO	A3	La1	T5

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS		
MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
A3	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	▶ 26 DÍAS	T5	▶ 3 DÍAS
La1	▶ 1 DÍAS		

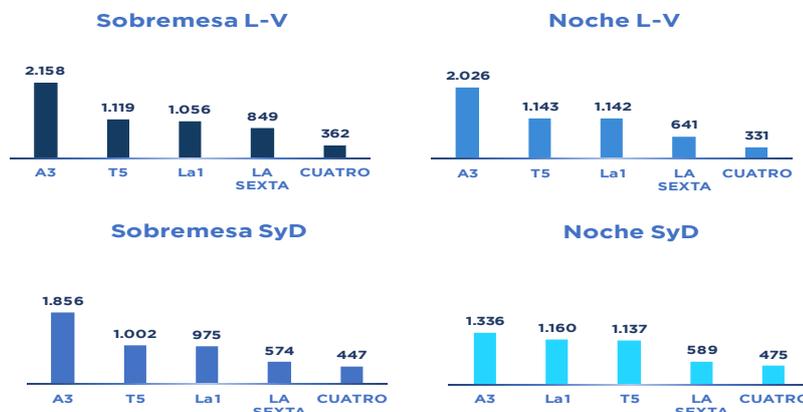
# INFORMATIVOS DIARIOS

**Los informativos de Antena 3 (1.933.000 de audiencia media y 18,6% de cuota) son los más vistos desde hace 4 años y 5 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.**

Los informativos de T5 (1.112.000 de audiencia media y 10,8% de cuota) son la segunda opción más vista y los de La1 (1.088.000 de audiencia media y 10,3% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	1.933	18,6%	22,8 Mill.	49%
	T5	60	1.112	10,8%	17,1 Mill.	37%
	La1	59	1.088	10,3%	22,6 Mill.	49%
	LA SEXTA	59	682	8,0%	16,9 Mill.	36%
	CUATRO	60	379	4,8%	16,1 Mill.	34%
Lunes a Viernes	A3	44	2.093	20,0%	19,3 Mill.	41%
	T5	44	1.130	10,8%	14,1 Mill.	30%
	La1	43	1.100	10,3%	18,6 Mill.	40%
	LA SEXTA	44	728	8,3%	13,3 Mill.	29%
	CUATRO	44	347	4,5%	11,7 Mill.	25%
Sábado y Domingo	A3	16	1.578	15,3%	15,2 Mill.	33%
	T5	16	1.064	10,6%	10,9 Mill.	23%
	La1	16	1.053	10,3%	15,6 Mill.	33%
	LA SEXTA	15	580	7,3%	10,3 Mill.	22%
	CUATRO	16	461	5,7%	10,3 Mill.	22%

### RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)



# CADENAS AUTONÓMICAS

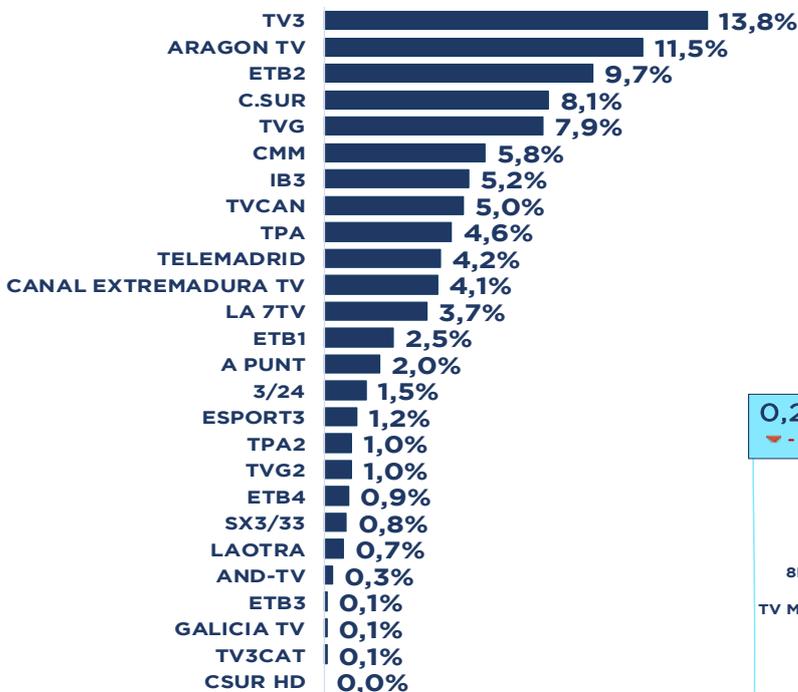
\*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

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

**El número de espectadores únicos acumulados es de 27,7 millones, el 59,4 % de cobertura.**

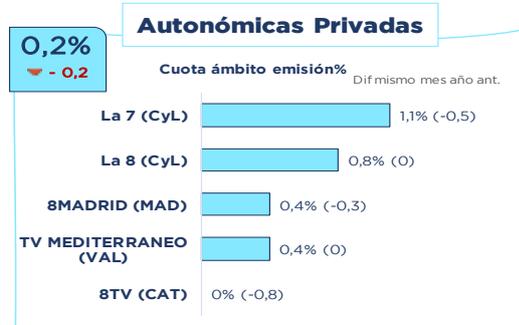
La cadena autonómica con mayor cuota este mes es TV3 (13,8%), ARAGON TV (11,5%), ETB2 (9,7%), C.SUR (8,1%), TVG (7,9%), CMM (5,8%), IB3 (5,2%), TVCAN (5%), TPA (4,6%) y TELEMADRID (4,2%), entre las 10 primeras.

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



★ IB3 (Baleares) : Mejor mes de abril desde 2020.

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



# CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

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



### Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>C.SUR</b>	8,1%	→ 5,1 Mill.	61,4%
<b>AND-TV</b>	0,3%	→ 2,2 Mill.	26,6%



### Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>ARA TV</b>	11,5%	→ 0,9 Mill.	69,8%



### Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TPA</b>	4,6%	→ 0,6 Mill.	57,2%
<b>TPA2</b>	1,0%	→ 0,3 Mill.	30,2%



### Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>IB3</b>	5,2%	→ 0,6 Mill.	45,9%



### Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TVCAN</b>	5,0%	→ 1,3 Mill.	57,5%



### Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>CMM</b>	5,8%	→ 1,1 Mill.	56,6%



### Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TV3</b>	13,8%	→ 4,3 Mill.	56,5%
<b>SX3/33</b>	0,8%	→ 1,7 Mill.	22,8%
<b>3/24</b>	1,5%	→ 2,6 Mill.	34,3%
<b>ESPORT3</b>	1,2%	→ 2,1 Mill.	27,5%
<b>TV3CAT</b>	0,1%	→ 0,4 Mill.	4,9%



### Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>C. EXT</b>	4,1%	→ 0,6 Mill.	55,3%



### Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TVG</b>	7,9%	→ 1,6 Mill.	60,2%
<b>TVG2</b>	1,0%	→ 1,1 Mill.	41,0%
<b>GAL. TV</b>	0,1%	→ 0,1 Mill.	2,6%



### Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TELEMADRID</b>	4,2%	→ 3,4 Mill.	50,6%
<b>LAOTRA</b>	0,7%	→ 1,9 Mill.	28,8%



### Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>LA 7TV</b>	3,7%	→ 1,0 Mill.	63,2%



### Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>A PUNT</b>	2,0%	→ 2,2 Mill.	43,9%



### País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>ETB1</b>	2,5%	→ 1,2 Mill.	57,0%
<b>ETB2</b>	9,7%	→ 1,5 Mill.	72,1%
<b>ETB3</b>	0,1%	→ 0,4 Mill.	20,1%
<b>ETB4</b>	0,9%	→ 0,8 Mill.	37,9%



# INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión	→	Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	23,7%	→	3.410	44,8%
▶ ETB2	22,0%	→	1.070	50,2%
▶ ARAGON TV	20,9%	→	612	47,6%
▶ TVG	11,0%	→	1.052	39,9%
▶ C.SUR	10,1%	→	2.845	34,1%
▶ CMM	10,0%	→	590	29,4%
▶ TVCAN	9,5%	→	748	33,1%
▶ LA 7TV	8,7%	→	516	34,3%
▶ IB3	8,4%	→	318	25,8%
▶ TPA	7,5%	→	283	28,9%
▶ TELEMADRID	7,4%	→	1.732	25,7%
▶ A PUNT	4,4%	→	1.138	22,6%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



La 7 TV Murcia



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



# RÁNKING TEMÁTICAS PAGO

**Las Temáticas de Pago firman el 11,0%**  
**Los espectadores únicos ascienden a 20,3 millones,**  
**el 43,6% de cobertura poblacional.**

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

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	<b>TEMATICAS PAGO</b>	<b>11,0%</b>	<b>-0,1</b>	<b>20,3 mill.</b>	<b>43,6%</b>
1	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,4%	+0,1	5,0 mill.	10,6%
2	LALIGA TV por M+	0,4%	-0,2	5,0 mill.	10,7%
3	DAZN LaLiga	0,3%	-0,3	4,0 mill.	8,5%
4	STAR CHANNEL	0,2%	-0,1	4,2 mill.	8,9%
5	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,1 mill.	8,7%
6	MOVISTAR PLUS+	0,2%	-	3,7 mill.	8,0%
7	WARNER TV	0,2%	0,0	4,0 mill.	8,6%
8	AXN	0,2%	-0,1	3,7 mill.	7,9%
9	JAMES BOND por M+	0,2%	-	1,7 mill.	3,7%
10	CANAL HISTORIA	0,2%	+0,1	2,8 mill.	6,1%
11	CALLE 13	0,2%	0,0	3,0 mill.	6,4%
12	EUROSPORT	0,1%	-0,1	1,9 mill.	4,1%
13	TCM	0,1%	0,0	3,6 mill.	7,6%
14	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,6 mill.	7,6%
15	COMEDY CENTRAL	0,1%	-0,1	3,9 mill.	8,4%
16	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,8%
17	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,3%
18	SOMOS	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,5%
19	DAZN 1	0,1%	0,0	1,7 mill.	3,7%
20	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,5%
21	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,4 mill.	2,9%
22	SYFY	0,1%	0,0	2,7 mill.	5,8%
23	AMC	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,2%
24	AXN MOVIES	0,1%	-	1,9 mill.	4,1%
25	AMC CRIME	0,1%	0,0	0,9 mill.	1,9%



# GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

	Ráaking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,9%	10,4 Mill.	22,2%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHE	1,1%	8,6 Mill.	18,3%
③	DAZN	0,5%	5,3 Mill.	11,3%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,4%	6,1 Mill.	13,0%
⑤	TURNER	0,4%	5,6 Mill.	11,9%
⑥	DISCOVERY NETWORKS	0,3%	4,0 Mill.	8,6%
⑦	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATION	0,3%	4,4 Mill.	9,3%
⑧	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,2 Mill.	9,1%
⑨	VIACOM	0,2%	4,9 Mill.	10,5%

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

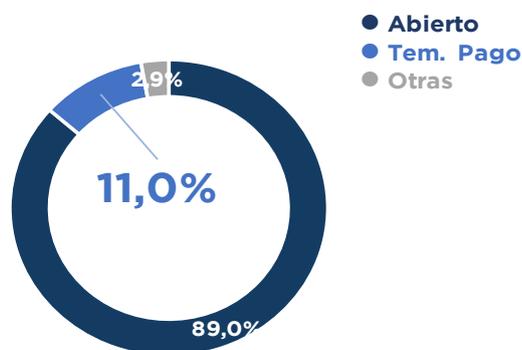
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **29,6%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **40,3%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **59,7%** a cadenas en abierto.

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



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



# EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a **PENALTIS FUTBOL:C.REY / ATH.BILBAO-MALLORCA (La1, 06-abr-24): 4.965.000 y 49,1%**

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

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	PENALTIS FUTBOL:C.REY / ATH.BILBAO-MALLORCA	La1	06-abr-24	49,1%	4.965	5,3 mill.
2	PRORROGA FUTBOL:C.REY / ATH.BILBAO-MALLORCA	La1	06-abr-24	41,3%	4.568	6,3 mill.
3	FUTBOL:COPA DEL REY / ATH.BILBAO-MALLORCA	La1	06-abr-24	34,8%	4.332	8,4 mill.
4	POST FUTBOL:COPA DEL REY / ATH.BILBAO-MALLORCA	La1	06-abr-24	37,8%	3.111	5,2 mill.
5	PREVIO FUTBOL:COPA DEL REY / ATH.BILBAO-MALLORCA	La1	06-abr-24	22,1%	2.482	5,1 mill.
6	EL HORMIGUERO / VICENTE VALLES	A3	24-abr-24	18,2%	2.411	4,9 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	25-abr-24	20,7%	2.408	3,6 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	25-abr-24	24,3%	2.359	3,3 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	08-abr-24	23,6%	2.335	3,4 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	03-abr-24	20,1%	2.318	3,7 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	24-abr-24	20,0%	2.309	3,7 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	15-abr-24	19,7%	2.293	3,7 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	15-abr-24	23,5%	2.284	3,4 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	02-abr-24	23,3%	2.270	3,4 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	08-abr-24	18,6%	2.269	3,6 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	03-abr-24	23,8%	2.233	3,3 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	09-abr-24	23,1%	2.229	3,4 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	22-abr-24	22,2%	2.225	3,3 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	01-abr-24	23,4%	2.222	3,2 mill.
20	TU CARA ME SUENA	A3	12-abr-24	24,0%	2.213	5,5 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-abr-24	21,9%	2.195	3,3 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	29-abr-24	17,1%	2.179	3,6 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	30-abr-24	22,1%	2.175	3,4 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	11-abr-24	22,7%	2.165	3,1 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	04-abr-24	22,7%	2.160	3,0 mill.

# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS ABIERTO



### CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / ASALTO AL PODER(WHITE HOUSE DOWN) (La1, 14-abr-24): 1.596.000 y 13,8%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / 2 GUNS (La1, 07-abr-24): 1.485.000 y 11,8%
- 3 MULTICINE / UNA CARTA DESDE EL CIELO (A3, 28-abr-24): 1.326.000 y 12,8%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / VICENTE VALLES (A3, 24-abr-24): 2.411.000 y 18,2%
- 2 TU CARA ME SUENA (A3, 12-abr-24): 2.213.000 y 24%
- 3 EL HORMIGUERO / DABIZ MUÑOZ (A3, 25-abr-24): 2.156.000 y 16,4%



### SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 05-abr-24): 1.473.000 y 15,5%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 02-abr-24): 1.361.000 y 13,9%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 29-abr-24): 1.359.000 y 13,7%



### INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 25-abr-24): 2.408.000 y 20,7%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 25-abr-24): 2.359.000 y 24,3%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 08-abr-24): 2.335.000 y 23,6%



### CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CUSCUS CON MEJILLONES (A3, 25-abr-24): 1.007.000 y 21%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / PATE DE ANACARDOS (A3, 16-abr-24): 998.000 y 20,6%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SOPA FRIA DE CALABAZA Y NARANJA CON GAMBAS (A3, 30-abr-24): 984.000 y 20,1%



### DEPORTES

- 1 PENALTIS FUTBOL:C.REY / ATH.BILBAO-MALLORCA (La1, 06-abr-24): 4.965.000 y 49,1%
- 2 PRORROGA FUTBOL:C.REY / ATH.BILBAO-MALLORCA (La1, 06-abr-24): 4.568.000 y 41,3%
- 3 FUTBOL:COPA DEL REY / ATH.BILBAO-MALLORCA (La1, 06-abr-24): 4.332.000 y 34,8%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 21-abr-24): 315.000 y 3,5%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 04-abr-24): 304.000 y 3,2%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 21-abr-24): 298.000 y 3,7%



# LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

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

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



### C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 25-abr-24): 268.000 y 10,2%
- 2 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 15-abr-24): 268.000 y 11%
- 3 ANDALUCIA DIRECTO (C.SUR, 22-abr-24): 266.000 y 16,6%



### ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 23-abr-24): 102.000 y 40,3%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 18-abr-24): 92.000 y 37,1%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 24-abr-24): 92.000 y 40,3%



### TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 22-abr-24): 38.000 y 11,3%
- 2 EL PICU (TPA, 11-abr-24): 37.000 y 10,8%
- 3 EL PICU (TPA, 23-abr-24): 37.000 y 11,4%



### IB3 (Balears)

- 1 PRORROGA FUTBOL:C.REI / ATH.BILBAO-MALLORCA (IB3, 06-abr-24): 68.000 y 19%
- 2 PENALS FUTBOL:COPA DEL REI / ATH.BILBAO-MALLORCA (IB3, 06-abr-24): 66.000 y 20,2%
- 3 FUTBOL:COPA DEL REI / ATH.BILBAO-MALLORCA (IB3, 06-abr-24): 58.000 y 15%



### TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS (TVCAN, 11-abr-24): 78.000 y 20,5%
- 2 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 28-abr-24): 70.000 y 12,5%
- 3 1 HORA MENOS (TVCAN, 10-abr-24): 63.000 y 10,8%



### CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 01-abr-24): 65.000 y 13,9%
- 2 LA CANCHA (CMM, 11-abr-24): 58.000 y 12,1%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 18-abr-24): 55.000 y 14,1%



### TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES CAP DE SETMANA VESPRES (TV3, 07-abr-24): 542.000 y 25%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 22-abr-24): 517.000 y 23,3%
- 3 TELENOTICIES MIGDIA (TV3, 29-abr-24): 517.000 y 34,4%



### TVG (Galicia)

- 1 TELEXORNAL 1 (TVG, 05-abr-24): 115.000 y 23,4%
- 2 TELEXORNAL 1 (TVG, 08-abr-24): 105.000 y 17,1%
- 3 DEPORTES (TVG, 05-abr-24): 104.000 y 20,4%



### TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 09-abr-24): 137.000 y 16,5%
- 2 +TN (TELEMADRID, 04-abr-24): 119.000 y 12%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 08-abr-24): 118.000 y 11,6%



### LA 7TV (Murcia)

- 1 ENTIERRO DE LA SARDINA:FIESTAS DE PRIMAVERA (LA 7TV, 06-abr-24): 70.000 y 18,1%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 02-abr-24): 63.000 y 26,5%
- 3 BANDO DE LA HUERTA (LA 7TV, 02-abr-24): 63.000 y 21,8%



### ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 11-abr-24): 165.000 y 27,6%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 16-abr-24): 165.000 y 26,7%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 07-abr-24): 163.000 y 23,7%



### A PUNT (Valencia)

- 1 ZOOM / L'ENVELLIMENT (A PUNT, 15-abr-24): 109.000 y 7,2%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 15-abr-24): 103.000 y 10,6%
- 3 ESPORTS 1 (A PUNT, 01-abr-24): 99.000 y 9,5%



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

## CADENAS TEMÁTICAS PAGO



### CINE

- 1 CINE / INDIANA JONES Y EL REINO DE LA CALAVERA DE CRISTAL (STAR CHANNEL, 28-abr-24): 97.000 y 0,9%
- 2 CINE / EN BUSCA DEL ARCA PERDIDA (STAR CHANNEL, 07-abr-24): 79.000 y 0,8%
- 3 CINE / VENGADORES:LA ERA DE ULTRON (STAR CHANNEL, 07-abr-24): 75.000 y 0,7%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 30-abr-24): 50.000 y 0,7%
- 2 VERGÜENZA AJENA (MTV ESP, 15-abr-24): 37.000 y 0,3%
- 3 PAREJA A LA PUJA / LAS DIVAS DEL DESIERTO (AMC BREAK, 30-abr-24): 33.000 y 0,3%



### SERIES

- 1 TRACKER / SAN LUIS (STAR CHANNEL, 09-abr-24): 100.000 y 0,7%
- 2 9-1-1 (STAR CHANNEL, 15-abr-24): 73.000 y 0,5%
- 3 NAVY:INVESTIGACION CRIMINAL / EL PLAN (AXN, 18-abr-24): 63.000 y 0,5%



### INFORMACIÓN

- 1 FUGITIVOS:LA PACIENCIA DEL CAZADOR (ORIGINALES por M+, 03-abr-24): 22.000 y 0,2%
- 2 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (ORIGINALES por M+, 28-abr-24): 16.000 y 0,1%
- 3 FUGITIVOS:LA PACIENCIA DEL CAZADOR (ORIGINALES por M+, 28-abr-24): 9.000 y 0,1%



### CULTURALES

- 1 LOS MAESTROS DE ROMA:MIGUEL ANGEL,RAFAEL Y LEONARDO DA VINCI (CANAL HISTORIA, 06-abr-24): 42.000 y 0,5%
- 2 FRANCO,TODA LA VERDAD / LA HORA CERO (CANAL HISTORIA, 08-abr-24): 39.000 y 0,5%
- 3 LA LIGA GENUINE (LALIGA TV por M+, 20-abr-24): 38.000 y 0,4%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-BARCELONA (LALIGA TV por M+, 21-abr-24): 2.164.000 y 15,9%
- 2 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-MANCHESTER CITY (LIGA DE CAMPEONES por M+, 09-abr-24): 1.475.000 y 11,4%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BAYERN MUNICH-R.MADRID (LIGA DE CAMPEONES por M+, 30-abr-24): 1.252.000 y 10,2%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 21-abr-24): 47.000 y 0,8%
- 2 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 28-abr-24): 44.000 y 0,5%
- 3 SHIN-CHAN (STAR CHANNEL, 28-abr-24): 43.000 y 1,4%



# GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

**Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 27,9% de cuota.**

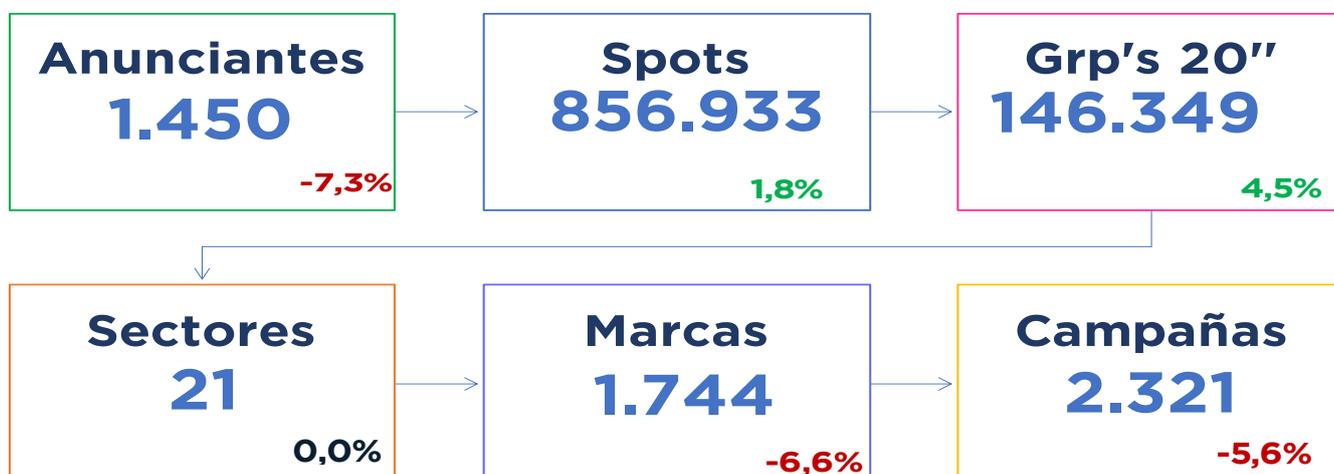
- ▶ Mediaset (25,7%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (14,2%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,8%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,5%) con tres cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	27,9%	38,0 mill.	81,4%
	MEDIASET	25,7%	38,0 mill.	81,4%
	GRUPO RTVE	14,2%	36,3 mill.	77,9%
	FORTA	7,9%	27,1 mill.	58,1%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,8%	22,6 mill.	48,4%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,5%	21,4 mill.	46,0%

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 4,5% y el número de campañas activas un -5,6%.**



\*Diferencias abr-24 vs. abr-23

El spot más visto corresponde a la campaña “UNIVERSIDAD DE NEBRIJA” en A3, con 22 Grp's 20” (‘DEPORTES 2’, 3 abril).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** “ALDI/SUPERMERCADO” con 2.698 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 5.273 Grp's 20”.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 4.783 Grp's 20”.
- **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 18% de la presión publicitaria.

# ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

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

	1	UNIVERSIDAD DE NEBRIJA	22
	2	TEMU/APP	22
	3	UNIVERSIDAD DE NEBRIJA	21
	4	MAHOU/CINCO ESTRELLAS	20
	5	MAHOU/CINCO ESTRELLAS	19

Total

857  
Mil.

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

	1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	5.273
	2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	5.073
	3	L'OREAL ESPAÑA	2.841
	4	HILARIO OSORO,S.A.	2.698
	5	PUBLICIDAD COMPARTIDA	2.544

Total

1.450

## Top 5 Campañas (Grp's 20")

	1	ALDI/SUPERMERCADO	2.698
	2	TELEFONICA	1.892
	3	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.866
	4	GALERIA DEL COLECCIONISTA	1.663
	5	SANTANDER/BANCO	1.302

Total

2.321

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

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.783
	2	ALDI	2.698
	3	LIDL	2.016
	4	DANONE	1.981
	5	SECURITAS DIRECT	1.953

Total

1.744

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

	1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	18%
	2	ALIMENTACION	12%
	3	BELLEZA E HIGIENE	11%
	4	FINANZAS Y SEGUROS	8%
	5	TELECOMUNICACIONES E INTE	7%

Total

21

# FICHA TÉCNICA

- **Fuente de los datos: Kantar.**
- El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable “invitados” que comenzó a medir Kantar en 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: abril-2024

# CONTÁCTENOS

## BARLOVENTO COMUNICACIÓN

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

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS