

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

Mayo 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 43,2 millones (el 92,7 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 28 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 60,1 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor baja hasta 217 minutos por persona al día (-10', -4 % vs año anterior).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL baja hasta 170 minutos por persona al día (-17', -9 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 47 minutos por persona al día (+ 6', 15 % 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 27,6 % de cuota de pantalla. Le sigue Mediaset con el 25,5 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 14,1 %.



- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 13,3 % de cuota de pantalla, es líder de forma ininterrumpida desde hace 2 años y 7 meses. Le siguen T5, 10,5 % y La1, 9,1% entre las tres primeras.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 15,1 % , seguida de ARAGON TV con el 11,4 % y ETB2 con el 8,9 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago suman el 10,9 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: DAZN LaLiga (0,3 %), LALIGA TV por M+ (0,3 %) y CANAL HOLLYWOOD (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a FESTIVAL EUROVISION:VOTACIONES (La1, 11-may-24) con 5,5 millones y 52,1% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FESTIVAL EUROVISION:VOTACIONES (La1, 11-may, 00:06h) con una audiencia de 5,9 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 4 años y 5 meses de forma interrumpida con 1.886.000 de audiencia media y 18,9% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.575 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -3,7 % y el número de campañas activas un -0,2 %.



Visión Global

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

43,2 Millones

Cobertura mes

92,7 %

PROMEDIO DIARIO

28,0 Millones

Cobertura día

60,1 %

may-24



Cadena líder

A3

13,3%

CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

282'
espectador/día

-11' -4%

*Dif. may-24 vs. may-23

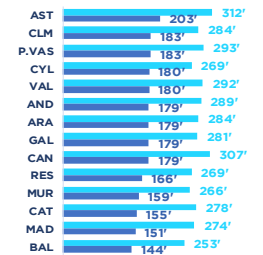
170'
persona/día

-17' -9%

*Dif. may-24 vs. may-23

Consumo TV por Regiones

■ Min espectador/día ■ Min persona/día



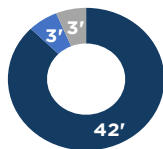
OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

47'
persona/día

+6' 15%

*Dif. may-24 vs. may-23

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



CONSUMO TOTAL TELEVISOR

(televisión tradicional+otros consumos audiovisuales):

217'
persona/día

-10' -4%

*Dif. may-24 vs. may-23

327'
espectador/día

-3' -1%

Temáticas Pago -> 10,9% (+0,4)

*Dif. may-24 vs. may-23

RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	Dif. may-24 vs. may-23	Espectadores Únicos
A3	13,3%	-0,2	33,0 mill.
T5	10,5%	-1,0	29,3 mill.
La1	9,1%	-0,8	★ 33,2 mill.
AUT	8,2%	-0,5	27,1 mill.
LA SEXTA	6,6%	+0,4	29,6 mill.
CUATRO	5,2%	+0,5	30,4 mill.
FDF	2,7%	+0,1	18,6 mill.
La2	2,6%	-0,2	25,4 mill.
ENERGY	2,5%	-0,6	13,8 mill.
NOVA	2,1%	0,0	11,7 mill.
ATRESERIES	2,1%	+0,7	13,7 mill.
DIVINITY	2,0%	-0,2	13,5 mill.
BEMADtv	1,9%	+0,5	17,7 mill.
NEOX	1,9%	0,0	18,9 mill.
TRECE	1,8%	-0,2	13,9 mill.
DMAX	1,8%	+0,3	17,6 mill.
MEGA	1,7%	+0,2	16,6 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	+0,2	15,9 mill.
DKISS	1,3%	+0,2	12,2 mill.
TEN	1,1%	+0,3	10,1 mill.
24H	1,1%	+0,1	14,3 mill.
GOL PLAY	1,0%	0,0	14,0 mill.
BOING	0,8%	0,0	11,5 mill.
CLAN	0,7%	-0,2	11,4 mill.
REAL MADRID HD	0,7%	+0,2	11,1 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	0,0	10,0 mill.
TELEDEPORTE	0,5%	-0,2	11,6 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	5,6 mill.
AUT PRIV	0,2%	-0,2	4,7 mill.

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FESTIVAL EUROVISION:VOTACIONES, 11-may-24

5,5 millones y 52,1%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

5,9 millones

FESTIVAL EUROVISION:VOTACIONES

La1, 11-may, 00:06h



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

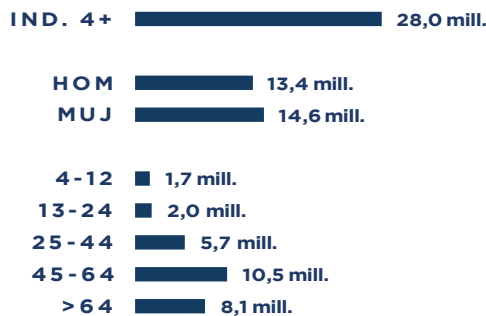
ESPECTADORES ÚNICOS

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de **43,2 millones**, que representa el **92,7%** de la población, que sí contacta con el medio televisivo en mayo 2024.

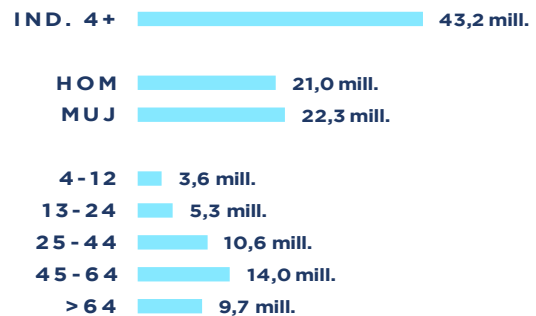
28,0 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el **60,1%** de la población.

Por el contrario, hay 3,4 millones de “telefóbicos”, el 7% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

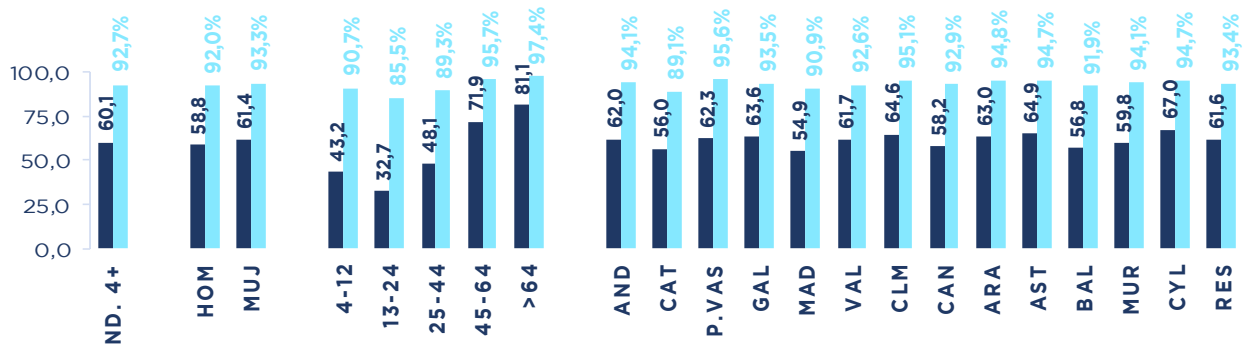
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

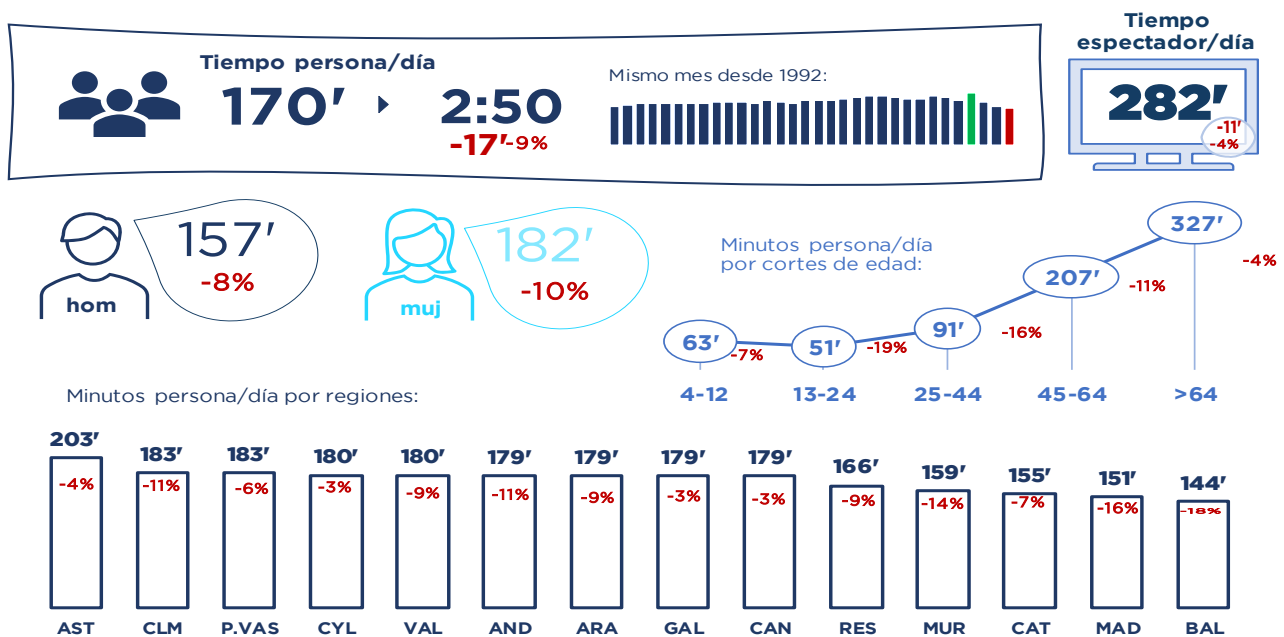


CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **282 minutos** (-11' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,6 millones) ha dedicado un promedio de **170 minutos** (2 horas y 50 minutos) al día a ver la televisión Tradicional este mes, lo que supone **-17' (-9%)** con respecto al mes de mayo-23.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (182') y los mayores de 64 años (327') y, por regiones, Asturias (203'), Castilla La Mancha (183') y País Vasco (183').



*Diferencias may-24 vs. may-23

CONSUMO TOTAL TELEVISOR

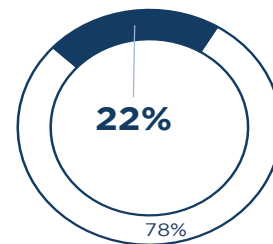
**El tiempo total de uso del televisor
(Tradicional + otros usos)
es de 217' por persona al día
y de 327' por espectador al día**

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. may-24 vs. may-23	
Total Individuos 4+	217'	-10'	-4%
Hombres	206'	-8'	-4%
Mujeres	228'	-12'	-5%
4-12	113'	-5'	-4%
13-24	83'	-8'	-9%
25-44	153'	-12'	-7%
45-64	263'	-13'	-5%
>64	353'	-9'	-2%
Andalucía	226'	-14'	-6%
Cataluña	210'	-3'	-1%
País Vasco	220'	-6'	-3%
Galicia	211'	0'	0%
Madrid	207'	-21'	-9%
C. Valenciana	233'	-12'	-5%
Castilla La Mancha	229'	-13'	-5%
Canarias	230'	+8'	4%
Aragón	224'	-12'	-5%
Asturias	232'	-7'	-3%
Baleares	189'	-22'	-10%
Murcia	208'	-22'	-10%
Castilla León	218'	+6'	3%
Resto	198'	-18'	-8%

Tiempo total uso televisor

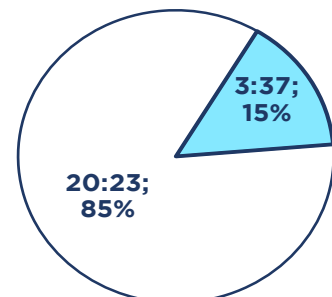
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:37**, 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, +6' (15%) que en mayo-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.

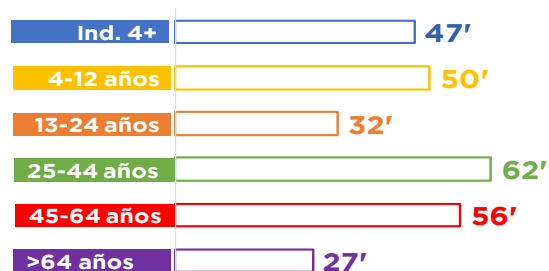
47 MINUTOS PERSONA/DÍA **+6' 15%**
33,3 MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES
13,0 MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias may-24 vs. may-23



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 (50')**.

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



RÁNKING CADENAS ABIERTO

**Antena 3 (13,3%) líder
durante 2 años y 7 meses consecutivos**

**Los espectadores únicos del total de las cadenas
en abierto son 42,8 millones, el 92% de cobertura.**

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

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,9%)**, se analizan en un epígrafe independiente.



RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. may-24 vs. may-23	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,3%	-0,2	33,0 mill.	70,8%
2	T5	10,5%	-1,0	29,3 mill.	62,8%
3	La1	9,1%	-0,8	★ 33,2 mill.	71,2%
4	AUT	8,2%	-0,5	27,1 mill.	58,1%
5	LA SEXTA	6,6%	+0,4	29,6 mill.	63,5%
6	CUATRO	5,2%	+0,5	30,4 mill.	65,2%
7	FDF	2,7%	+0,1	18,6 mill.	39,9%
8	La2	2,6%	-0,2	25,4 mill.	54,5%
9	ENERGY	2,5%	-0,6	13,8 mill.	29,7%
10	NOVA	2,1%	0,0	11,7 mill.	25,1%
11	ATRESERIES	2,1%	+0,7	13,7 mill.	29,3%
12	DIVINITY	2,0%	-0,2	13,5 mill.	28,9%
13	BEMADtv	1,9%	+0,5	17,7 mill.	38,0%
14	NEOX	1,9%	0,0	18,9 mill.	40,5%
15	TRECE	1,8%	-0,2	13,9 mill.	29,7%
16	DMAX	1,8%	+0,3	17,6 mill.	37,7%
17	MEGA	1,7%	+0,2	16,6 mill.	35,6%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	+0,2	15,9 mill.	34,2%
19	DKISS	1,3%	+0,2	12,2 mill.	26,1%
20	TEN	1,1%	+0,3	10,1 mill.	21,7%
21	24H	1,1%	+0,1	14,3 mill.	30,6%
22	GOL PLAY	1,0%	0,0	14,0 mill.	30,0%
23	BOING	0,8%	0,0	11,5 mill.	24,6%
24	CLAN	0,7%	-0,2	11,4 mill.	24,4%
25	REAL MADRID HD	0,7%	+0,2	11,1 mill.	23,7%
26	DISNEY CHANNEL	0,7%	0,0	10,0 mill.	21,5%
27	TELEDEPORTE	0,5%	-0,2	11,6 mill.	24,8%
28	BOM Cine	0,4%	0,0	5,6 mill.	12,1%
29	AUT PRIV	0,2%	-0,2	4,7 mill.	10,1%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

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

Por regiones Antena 3 es la cadena líder en Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, C. Valenciana, Canarias, Castilla La Mancha, Castilla León, Galicia, Madrid y Resto. Por su parte, Telecinco es la cadena más vista en Cataluña, 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	BOING	A3	DISNEY CHANNEL
13-24	A3	La1	T5
25-44	A3	T5	LA SEXTA
45-64	A3	T5	La1
>64	A3	T5	La1
T.COMERCIAL	A3	T5	La1
ANDALUCIA	A3	T5	C.SUR
CATALUÑA	TV3	A3	La1
PAÍS VASCO	La1	T5	A3
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	A3	T5	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
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	La1	T5

CADENA LÍDER DÍA A DÍA		
A3	▶ 26 DÍAS	T5
La1	▶ 1 DÍAS	▶ 4 DÍAS

INFORMATIVOS DIARIOS

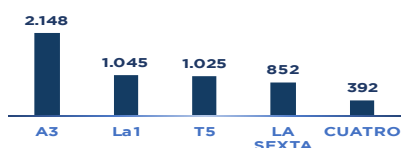
Los informativos de Antena 3 (1.886.000 de audiencia media y 18,9% de cuota) son los más vistos desde hace 4 años y 5 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.033.000 de audiencia media y 10,1% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (1.026.000 de audiencia media y 10,3% de cuota) los terceros.

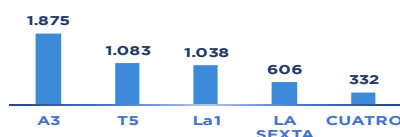
Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	61	1.886	18,9%	22,4 Mill.	48%
	La1	62	1.033	10,1%	22,2 Mill.	48%
	T5	61	1.026	10,3%	16,6 Mill.	36%
	LA SEXTA	61	657	7,9%	16,5 Mill.	36%
	CUATRO	62	383	4,9%	16,1 Mill.	35%
Lunes a Viernes	A3	46	2.012	19,9%	19,5 Mill.	42%
	T5	46	1.053	10,4%	14,3 Mill.	31%
	La1	46	1.041	10,1%	18,5 Mill.	40%
	LA SEXTA	46	710	8,3%	13,5 Mill.	29%
	CUATRO	46	365	4,7%	12,3 Mill.	26%
Sábado y Domingo	A3	15	1.546	16,1%	13,9 Mill.	30%
	La1	16	1.009	10,2%	15,0 Mill.	32%
	T5	15	945	9,8%	9,4 Mill.	20%
	LA SEXTA	15	531	6,9%	9,4 Mill.	20%
	CUATRO	16	433	5,5%	9,9 Mill.	21%

RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)

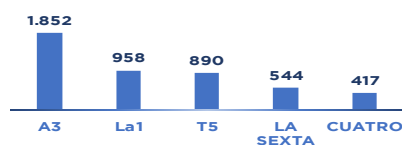
Sobremesa L-V



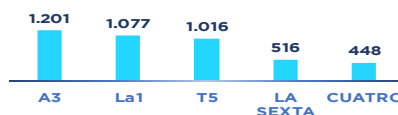
Noche L-V



Sobremesa SyD



Noche SyD



CADENAS AUTONÓMICAS

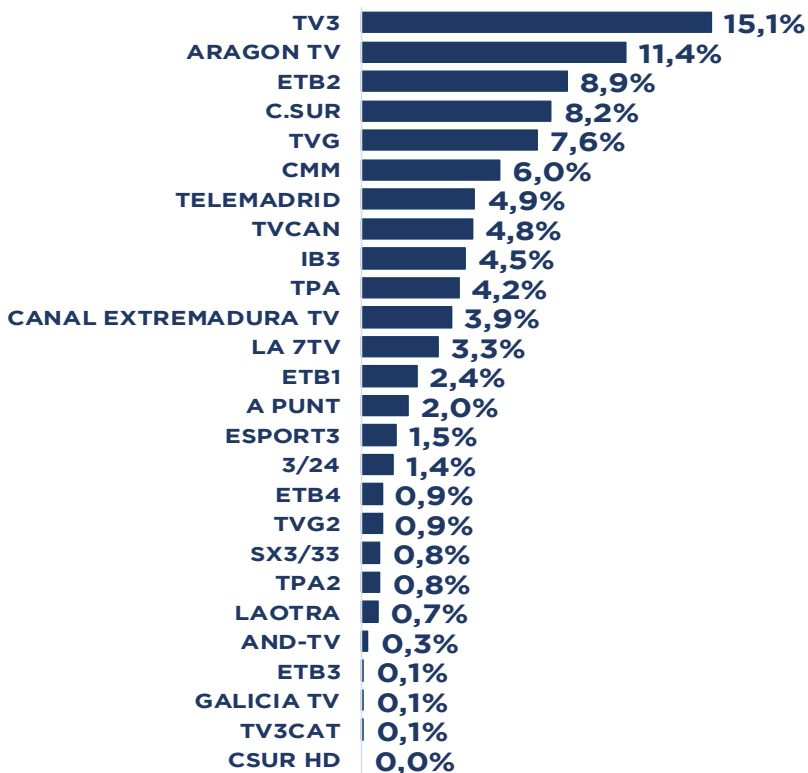
*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,2 % de cuota de pantalla.

El número de espectadores únicos acumulados es de 27,1 millones, el 58,1 % de cobertura.

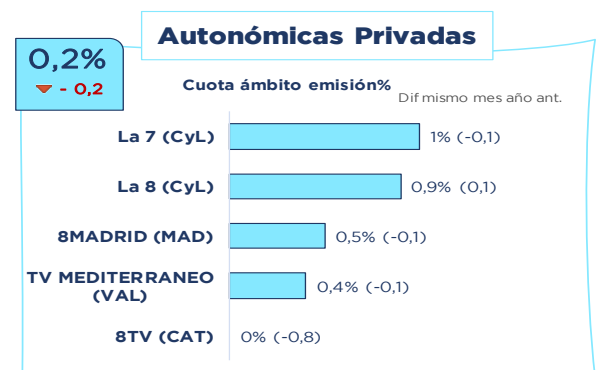
La cadena autonómica con mayor cuota este mes es TV3 (15,1%), ARAGÓN TV (11,4%), ETB2 (8,9%), C.SUR (8,2%), TVG (7,6%), CMM (6%), TELEMADRID (4,9%), TVCAN (4,8%), IB3 (4,5%) y TPA (4,2%), entre las 10 primeras.

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



★ Aragón TV (Aragón) : Mejor mes de mayo de su historia.

★ TV3 (Cataluña) : Mejor mes de mayo desde 2011.



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	24,7%	→	3.396	44,6%
▶ ARAGON TV	22,4%	→	604	47,0%
▶ ETB2	20,6%	→	1.030	48,4%
▶ TVG	10,3%	→	1.059	40,2%
▶ C.SUR	9,9%	→	2.794	33,5%
▶ CMM	9,3%	→	617	30,8%
▶ TVCAN	8,9%	→	784	34,6%
▶ TELEMADRID	8,4%	→	1.805	26,8%
▶ IB3	8,3%	→	324	26,3%
▶ LA 7TV	7,5%	→	505	33,6%
▶ TPA	7,2%	→	305	31,2%
▶ A PUNT	4,2%	→	945	18,8%



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 10,9%
Los espectadores únicos ascienden a 20,6 millones,
el 44,2% de cobertura poblacional.

El **ránking de cadenas de este grupo de cadenas** está conformado por DAZN LaLiga (0,3%), LALIGA TV por M+ (0,3%), CANAL HOLLYWOOD (0,3%), EUROSPOORT (0,2%), MOVISTAR PLUS+ (0,2%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), WARNER TV (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), AXN (0,2%) y DAZN F1 (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,9%	+0,4	20,6 mill.	44,2%
1	DAZN LaLiga	0,3%	-0,1	4,1 mill.	8,8%
2	LALIGA TV por M+	0,3%	0,0	4,4 mill.	9,5%
3	CANAL HOLLYWOOD	0,3%	+0,1	4,1 mill.	8,9%
4	EUROSPOORT	0,2%	0,0	3,3 mill.	7,1%
5	MOVISTAR PLUS+	0,2%	-	3,9 mill.	8,3%
6	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	-0,2	3,8 mill.	8,2%
7	WARNER TV	0,2%	0,0	4,1 mill.	8,8%
8	STAR CHANNEL	0,2%	-0,1	4,1 mill.	8,8%
9	AXN	0,2%	0,0	3,8 mill.	8,1%
10	DAZN F1	0,2%	0,0	2,2 mill.	4,8%
11	CANAL HISTORIA	0,2%	0,0	2,8 mill.	6,0%
12	CALLE 13	0,1%	-0,1	3,2 mill.	6,8%
13	COMEDY CENTRAL	0,1%	-0,1	3,8 mill.	8,2%
14	VAMOS por M+	0,1%	-0,1	3,1 mill.	6,7%
15	SYFY	0,1%	0,0	3,2 mill.	6,9%
16	TCM	0,1%	0,0	3,6 mill.	7,8%
17	SOMOS	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,6%
18	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,2%
19	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,3 mill.	2,8%
20	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,5%
21	AXN MOVIES	0,1%	0,0	1,9 mill.	4,1%
22	COSMO	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,7%
23	AMC	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,8%
24	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,1%
25	NGC WILD	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,3%



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

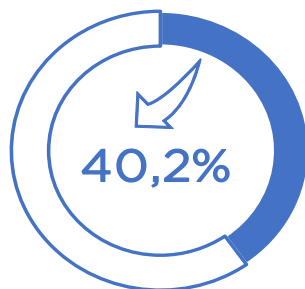
	Ránkings grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,4%	9,9 Mill.	21,3%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHERN	1,2%	8,3 Mill.	17,7%
③	DAZN	0,6%	5,6 Mill.	12,0%
④	DISCOVERY NETWORKS	0,4%	5,2 Mill.	11,1%
⑤	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,4%	6,3 Mill.	13,4%
⑥	TURNER	0,3%	5,5 Mill.	11,8%
⑦	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,3%	4,5 Mill.	9,6%
⑧	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,8 Mill.	10,2%
⑨	VIACOM	0,2%	4,9 Mill.	10,5%

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

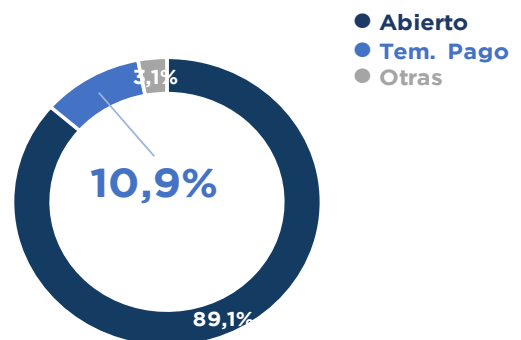
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **29,4%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **40,2%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **59,8%** 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



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a
**FESTIVAL EUROVISION:VOTACIONES (La1, 11-may-24):
5.465.000 y 52,1%**

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

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FESTIVAL EUROVISION:VOTACIONES	La1	11-may-24	52,1%	5.465	8,3 mill.
2	FESTIVAL EUROVISION	La1	11-may-24	41,8%	4.886	12,3 mill.
3	PASAPALABRA	A3	15-may-24	30,1%	3.243	5,3 mill.
4	EL HORMIGUERO / MOISES LAGUARDIA Y OSCAR DIAZ	A3	15-may-24	21,9%	2.911	5,8 mill.
5	EL HORMIGUERO / FELIPE GONZALEZ	A3	23-may-24	19,5%	2.443	4,9 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	13-may-24	23,0%	2.307	3,3 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	08-may-24	23,6%	2.297	3,4 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	15-may-24	20,1%	2.285	3,7 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	31-may-24	24,6%	2.282	3,3 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	09-may-24	23,5%	2.256	3,2 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	24-may-24	24,2%	2.228	3,2 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	06-may-24	21,7%	2.226	3,3 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	02-may-24	23,2%	2.216	3,3 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	28-may-24	23,4%	2.211	3,2 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	09-may-24	20,0%	2.184	3,4 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	22-may-24	22,6%	2.171	3,2 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-may-24	23,0%	2.166	3,3 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	07-may-24	22,7%	2.159	3,3 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	06-may-24	18,3%	2.139	3,3 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	13-may-24	18,6%	2.134	3,4 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	15-may-24	22,0%	2.131	3,1 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	16-may-24	22,8%	2.127	3,2 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	20-may-24	21,4%	2.126	3,2 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	21-may-24	22,2%	2.121	3,1 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	27-may-24	22,1%	2.119	3,1 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / SPECTRE (La1, 19-may-24): 1.427.000 y 12,6%
- 2 MULTICINE / INTOCABLE (A3, 01-may-24): 1.412.000 y 13,3%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / SIN TIEMPO PARA MORIR (La1, 26-may-24): 1.253.000 y 11,6%



ENTRETENIMIENTO

- 1 FESTIVAL EUROVISION:VOTACIONES (La1, 11-may-24): 5.465.000 y 52,1%
- 2 FESTIVAL EUROVISION (La1, 11-may-24): 4.886.000 y 41,8%
- 3 PASAPALABRA (A3, 15-may-24): 3.243.000 y 30,1%



SERIES

- 1 EL MARQUES (T5, 22-may-24): 1.373.000 y 13,9%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 03-may-24): 1.362.000 y 14,4%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 08-may-24): 1.348.000 y 14,6%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 13-may-24): 2.307.000 y 23%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 08-may-24): 2.297.000 y 23,6%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 15-may-24): 2.285.000 y 20,1%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / PATE DE HIGADITOS CON MERMELADA DE HIGOS (A3, 28-may-24): 1.033.000 y 22,3%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ENSALADA CAMPERA (A3, 27-may-24): 1.014.000 y 20,3%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / PIMIENTOS RELLENOS DE CALAMARES (A3, 08-may-24): 971.000 y 20,4%



DEPORTES

- 1 TENIS:MASTERS 1000 / A.RUBLEV-C.ALCARAZ:MADRID (La1, 01-may-24): 1.389.000 y 13,1%
- 2 MOTOCICLISMO:MUNDIAL:MOTOGP / G.P.CATALUNYA (LA SEXTA, 26-may-24): 1.307.000 y 17,1%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE FEMENINO / BARCELONA-LYON (La1, 25-may-24): 1.098.000 y 13,8%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 06-may-24): 290.000 y 2,8%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 26-may-24): 289.000 y 3%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 26-may-24): 288.000 y 2,9%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 22-may-24): 275.000 y 12,3%
- 2 NOTICIAS 2 (C.SUR, 19-may-24): 270.000 y 12%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 14-may-24): 253.000 y 10,5%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 27-may-24): 96.000 y 37,8%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 22-may-24): 93.000 y 39,7%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 06-may-24): 90.000 y 32,6%



TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 20-may-24): 35.000 y 12,2%
- 2 DIA FUERZAS ARMADAS (TPA, 24-may-24): 32.000 y 18,2%
- 3 EL PICU (TPA, 02-may-24): 31.000 y 9%



IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 21-may-24): 35.000 y 17,3%
- 2 EL TEMPS 1 (IB3, 13-may-24): 35.000 y 17,9%
- 3 EL TEMPS 1 (IB3, 08-may-24): 35.000 y 16%



TVCAN (Canarias)

- 1 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 19-may-24): 73.000 y 11,5%
- 2 TELENOTICIAS 2 (TVCAN, 14-may-24): 72.000 y 12,5%
- 3 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 19-may-24): 69.000 y 12,9%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 30-may-24): 76.000 y 17,9%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 30-may-24): 64.000 y 14,4%
- 3 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA FIN DE SEMANA (CMM, 19-may-24): 60.000 y 14,9%



TV3 (Cataluña)

- 1 E24:ELS RESULTATS (TV3, 12-may-24): 734.000 y 32,2%
- 2 POST FUTBOL:LLIGA DE CAMPIONS FEMENI / BARCELONA-LYON (TV3, 25-may-24): 522.000 y 35%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 20-may-24): 516.000 y 26,3%



TVG (Galicia)

- 1 TELEXORNAL 1 (TVG, 28-may-24): 106.000 y 17,6%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA 1RFEF / DEPORTIVO CORUÑA-BARCELONA ATLETIC (TVG, 12-may-24): 105.000 y 22%
- 3 DEPORTES (TVG, 02-may-24): 98.000 y 15%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 23-may-24): 143.000 y 18,4%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 06-may-24): 138.000 y 14,5%
- 3 TOROS:FERIA DE SAN ISIDRO / DESDE LAS VENTAS (TELEMADRID, 24-may-24): 137.000 y 14,5%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 01-may-24): 47.000 y 14,2%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 23-may-24): 36.000 y 13%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 07-may-24): 35.000 y 14,5%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 15-may-24): 157.000 y 24,6%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 13-may-24): 134.000 y 22,2%
- 3 TELEBERRI 1 (ETB2, 17-may-24): 130.000 y 27,9%



A PUNT (Valencia)

- 1 L'ORATGE 1 (A PUNT, 02-may-24): 90.000 y 8%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 17-may-24): 87.000 y 9,6%
- 3 ZOOM / LA SEGONA MA (A PUNT, 27-may-24): 83.000 y 5,3%



**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, 01-may-24): 108.000 y 0,9%
- 2 CINE / INDIANA JONES Y LA ULTIMA CRUZADA (STAR CHANNEL, 01-may-24): 108.000 y 1%
- 3 ESPECIAL UN VIAJE A EASTWOOD / EL FUERA DE LA LEY (TCM, 17-may-24): 90.000 y 0,8%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL CONSULTORIO DE BERTO (MOVISTAR PLUS+, 24-may-24): 53.000 y 0,5%
- 2 EL CONSULTORIO DE BERTO (MOVISTAR PLUS+, 20-may-24): 49.000 y 0,4%
- 3 EL CONSULTORIO DE BERTO (MOVISTAR PLUS+, 27-may-24): 37.000 y 0,3%



SERIES

- 1 TRACKER / CAMDEN (STAR CHANNEL, 07-may-24): 60.000 y 0,4%
- 2 FBI (WARNER TV, 09-may-24): 58.000 y 0,4%
- 3 FBI (WARNER TV, 30-may-24): 51.000 y 0,4%



INFORMACIÓN

- 1 FUGITIVOS:LA PACIENCIA DEL CAZADOR (ORIGINALES por M+, 01-may-24): 11.000 y 0,1%
- 2 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (ORIGINALES por M+, 04-may-24): 5.000 y 0,1%
- 3 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.FRANCIA (DAZN 1, 12-may-24): 4.000 y 0%



CULTURALES

- 1 LO INEXPLICABLE / LOS VIAJEROS DEL TIEMPO (CANAL HISTORIA, 05-may-24): 38.000 y 0,9%
- 2 LA COCINA MAGICA DE LAS SETAS / PARQUE NATURAL AIZKORRI-ARATZ (CANAL COCINA, 06-may-24): 38.000 y 0,5%
- 3 LA CIENCIA SECRETA DE LOS NAZIS / LA QUIMICA DEL MAL (CANAL HISTORIA, 20-may-24): 36.000 y 0,3%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-BAYERN MUNICH (LIGA DE CAMPEONES por M+, 08-may-24): 1.234.000 y 9,8%
- 2 POST FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-BAYERN MUNICH (LIGA DE CAMPEONES por M+, 08-may-24): 938.000 y 7,7%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / PARIS ST.GERMAIN-BORUSSIA DORTMUND (LIGA DE CAMPEONES por M+, 07-may-24): 929.000 y 7,2%



ANIMACIÓN







- 1 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 05-may-24): 48.000 y 0,6%
- 2 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 05-may-24): 45.000 y 0,6%
- 3 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 05-may-24): 36.000 y 0,5%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

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

- ▶ Mediaset (25,5%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ Grupo Rtve (14,1%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,8%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,6%) con tres cadenas.

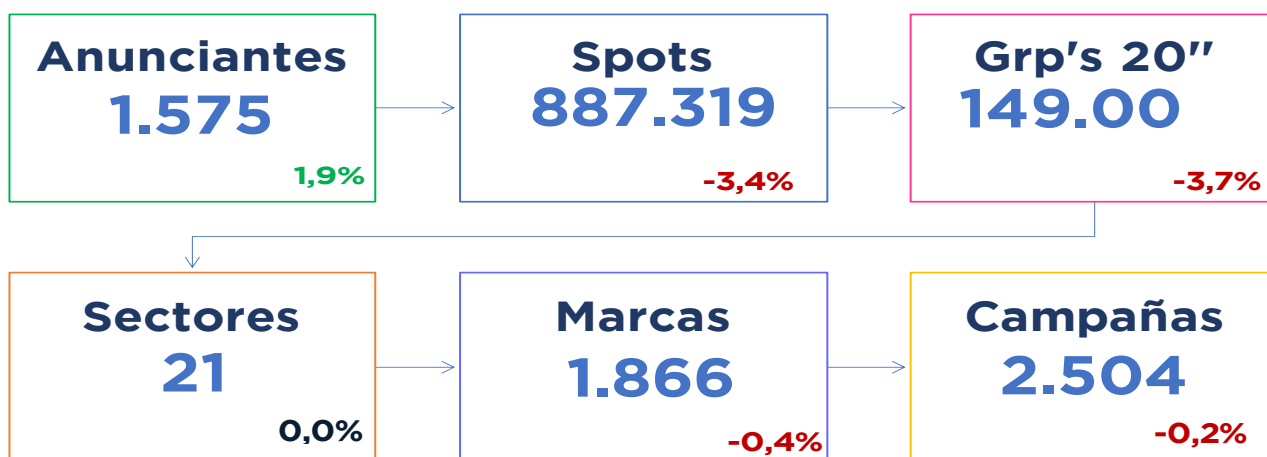
	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	27,6%	38,1 mill.	81,7%
	MEDIASET	25,5%	37,8 mill.	81,0%
	GRUPO RTVE	14,1%	36,7 mill.	78,6%
	FORTA	8,1%	26,5 mill.	56,8%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,8%	22,5 mill.	48,3%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	21,7 mill.	46,6%

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 -3,7% y el número de campañas activas un -0,2%.



*Diferencias may-24 vs. may-23

El spot más visto corresponde a la campaña “GENERALI/SEGUROS” en A3, con 24 Grp's 20” (‘ANTENA 3 PRESENTA’, 23 mayo).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:


- **CAMPAÑA:** “LIDL/SUPERMERCADO” con 2.023 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 7.060 Grp's 20”.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 5.236 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	GENERALI/SEGUROS	24
	2	ADVANCE/ACTIVE DEFENSE/A	23
	3	GAES/CENTROS AUDITIVOS	23
	4	ADVANCE/ACTIVE DEFENSE/A	22
	5	ADVANCE/ACTIVE DEFENSE/A	20

Total

887
Mil.


Top 5 Anunciantes (Grp's 20")

	1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	7.060
	2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	5.258
	3	DANONE,S.A.	2.469
	4	LIDL AUTOSERVICIO DESCUEN	2.393
	5	SECURITAS SEG.ESPAÑA	2.036

Total

1.575


Top 5 Campañas (Grp's 20")

	1	LIDL/SUPERMERCADO	2.023
	2	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.953
	3	GALERIA DEL COLECCIONISTA	1.771
	4	LOWI.ES/OPERADOR TELEFON	1.344
	5	ALDI/SUPERMERCADO	1.330

Total

2.504


Top 5 Marcas (Grp's 20")

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	5.236
	2	LIDL	2.393
	3	DANONE	2.189
	4	SECURITAS DIRECT	2.036
	5	NIVEA	1.687

Total

1.866

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



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

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: mayo-2024

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS