

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

Julio 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 42,9 millones (el 92 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 25,9 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 55,5 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor baja hasta 206 minutos por persona al día (-3', -1 % vs año anterior).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL baja hasta 159 minutos por persona al día (-9', -5 % 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 2,7 millones de espectadores.
- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:** Atresmedia es el grupo líder con el 24,4 % de cuota de pantalla. Le sigue Mediaset con el 23,8 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 20,7 %.



- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** La1, con el 14,6 % de cuota de pantalla, repite liderazgo gracias a la Eurocopa de fútbol y de los JJOO de París. Le siguen A3, 11,5 % y T5, 9,7% entre las tres primeras.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 12,8 % , seguida de ARAGON TV con el 10,4 % y ETB2 con el 8,4 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago suman el 9,8 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: EUROSPORT (0,3 %), CANAL HOLLYWOOD (0,2 %) y WARNER TV (0,2 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a POST FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL (La1, 14-jul-24) con 14 millones y 79,1% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión POST FUTBOL:EUROCOPA (La1, 14-jul, 22:53h) con una audiencia de 15,8 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 4 años y 7 meses de forma interrumpida con 1.473.000 de audiencia media y 16,1% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.315 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -7 % y el número de campañas activas un -3,1 %.



# Visión Global

## ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

**42,9** Millones

Cobertura mes

**92,0** %

PROMEDIO DIARIO

**25,9** Millones

Cobertura día

**55,5** %

jul-24



Cadena líder

**La1**

**14,6%**

## CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

**287'**  
espectador/día

**-6'** **-2%**

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

**159'**  
persona/día

**-9'** **-5%**

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

Consumo TV por Regiones

■ Min espectador/día ■ Min persona/día

Región	Min espectador/día	Min persona/día
AST	187'	315'
AND	175'	303'
CAN	174'	303'
VAL	172'	305'
GAL	169'	279'
CLM	166'	279'
ARA	164'	288'
P.VAS	163'	289'
CYL	158'	261'
MUR	156'	288'
RES	154'	268'
CAT	146'	274'
BAL	142'	258'
MAD	135'	281'

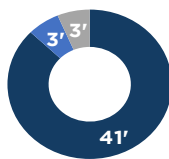
## OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

**47'**  
persona/día

**+6'** **15%**

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

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



## CONSUMO TOTAL TELEVISOR

(televisión tradicional+otros consumos audiovisuales):

**206'**

persona/día

**-3'** **-1%**

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

**337'**

espectador/día

**+1'** **0%**

Temáticas Pago -> **9,8%** (-0,1)

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

## EMISIÓN MÁS VISTA

**La1**  
POST FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-  
INGLATERRA:FINAL, 14-jul-24  
**14 millones y 79,1%**

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

**15,8 millones**

POST FUTBOL:EUROCOPA

La1, 14-jul, 22:53h

## RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	*Dif. jul-24 vs. jul-23	Espectadores Únicos
La1	14,6%	+4,7	★ 38,0 mill.
A3	11,5%	-1,4	31,7 mill.
T5	9,7%	+0,4	29,3 mill.
AUT	7,4%	-1,2	26,2 mill.
LA SEXTA	5,4%	-1,4	28,4 mill.
CUATRO	4,8%	-0,4	29,8 mill.
La2	2,8%	-0,3	26,9 mill.
FDI	2,6%	0,0	18,8 mill.
ENERGY	2,3%	-0,7	13,8 mill.
ATRESERIES	2,2%	+0,4	13,1 mill.
NOVA	2,2%	+0,1	12,1 mill.
TRECE	1,9%	-0,1	13,6 mill.
DIVINITY	1,9%	-0,2	13,6 mill.
NEOX	1,8%	-0,2	18,2 mill.
BEMADtv	1,7%	+0,3	16,4 mill.
DMAX	1,6%	-0,1	16,9 mill.
TELEDEPORTE	1,5%	+0,2	17,6 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,4%	0,0	15,6 mill.
TEN	1,3%	+0,4	10,9 mill.
DKISS	1,3%	+0,1	11,9 mill.
MEGA	1,3%	-0,3	15,9 mill.
24H	1,0%	-0,3	15,3 mill.
BOING	0,8%	0,0	11,2 mill.
DISNEY CHANNEL	0,8%	+0,1	9,7 mill.
GOL PLAY	0,7%	-0,1	12,5 mill.
CLAN	0,7%	-0,2	11,2 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	0,0	10,5 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	5,8 mill.
AUT PRIV	0,2%	-0,1	4,9 mill.



**BARLOVENTO COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

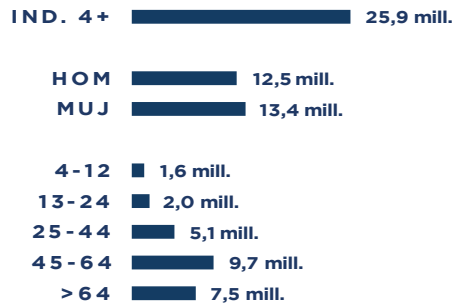
# ESPECTADORES ÚNICOS

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de 42,9 millones, que representa el 92,0% de la población, que sí contacta con el medio televisivo en julio 2024.

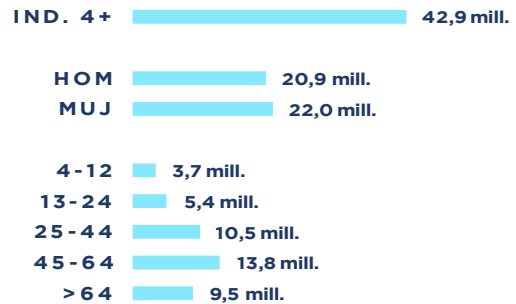
25,9 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 55,5% de la población.

Por el contrario, hay 3,7 millones de “telefóbicos”, el 8% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

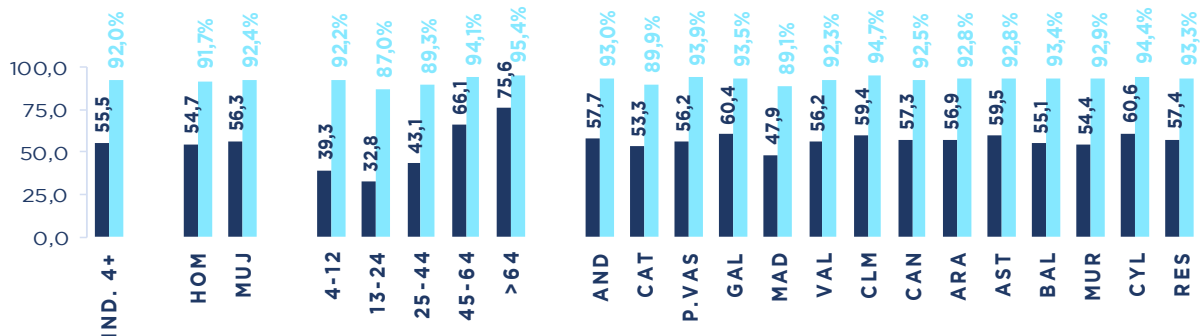
## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



## COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

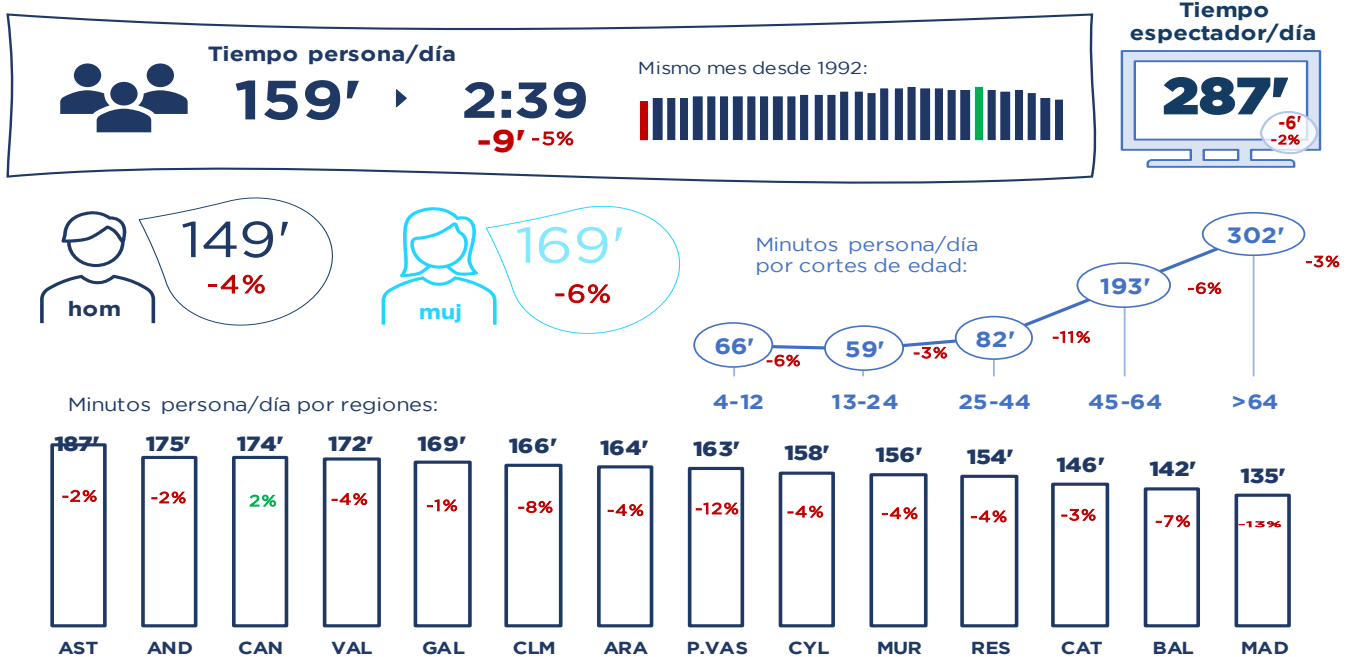


# CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **287 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 **159 minutos** (2 horas y 39 minutos) al día a ver la televisión Tradicional este mes, lo que supone **-9' (-5%)** con respecto al mes de julio-23.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (169') y los mayores de 64 años (302') y, por regiones, Asturias (187'), Andalucía (175') y Canarias (174').



\*Diferencias jul-24 vs. jul-23

# CONSUMO TOTAL TELEVISOR

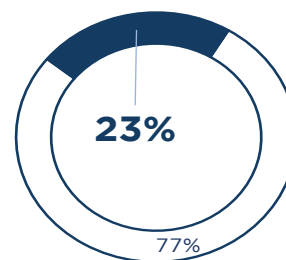
**El tiempo total de uso del televisor  
(Tradicional + otros consumos)  
es de 206' por persona al día  
y de 337' por espectador al día**

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

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. jul-24 vs. jul-23	
Total Individuos 4+	206'	-3'	-1%
Hombres	197'	-2'	-1%
Mujeres	215'	-3'	-1%
4-12	126'	-3'	-2%
13-24	98'	+3'	3%
25-44	142'	-3'	-2%
45-64	245'	-6'	-2%
>64	326'	-3'	-1%
Andalucía	223'	+2'	1%
Cataluña	201'	+1'	1%
País Vasco	193'	-25'	-11%
Galicia	202'	+5'	3%
Madrid	192'	-14'	-7%
C. Valenciana	220'	-3'	-1%
Castilla La Mancha	212'	-7'	-3%
Canarias	226'	+13'	6%
Aragón	208'	-3'	-1%
Asturias	215'	-3'	-1%
Baleares	187'	-6'	-3%
Murcia	203'	-3'	-1%
Castilla León	194'	+5'	3%
Resto	195'	+2'	1%

### Tiempo total uso televisor

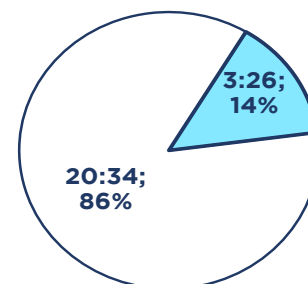
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:26**, que sobre las 24 horas del día, supone el 14% del total.

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

- Usando el televisor
- Resto del día





# OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

**El promedio de los “Otros Consumos Audiovisuales” es de 47 minutos por persona al día, +6’ (15%) que en julio-23.**

El 23% 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.

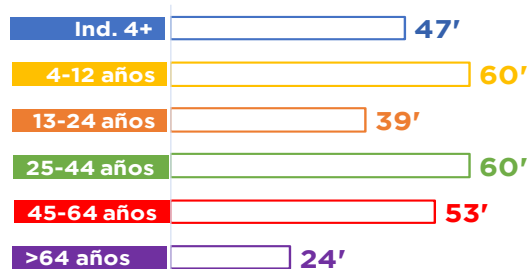


\*Diferencias jul-24 vs. jul-23



Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros consumos audiovisuales” son los individuos de 25 a 44 años (60’) y los niños de 4 a 12 años (60’).

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



# RÁNKING CADENAS ABIERTO

**La1 (14,6%) lidera por segundo mes consecutivo, gracias a los JJOO y a la Eurocopa de Fútbol. Es su mejor registro desde diciembre de 2011.**

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

- ▶ A3 (11,5%), se sitúa en segunda posición.
  - ▶ En tercera posición se sitúa T5 (9,7%).
  - ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (7,4%).
  - ▶ En quinta posición, LA SEXTA (5,4%),
  - ▶ Les siguen CUATRO (4,8%), La2 (2,8%), FDF (2,6%), ENERGY (2,3%) y ATRESERIES (2,2%), para completar la tabla de las diez primeras.
- Las emisiones de los JJOO aportan 4,6 puntos a la cuota media mensual de La1 (el 32% del total de su audiencia) y la Eurocopa de fútbol 4 puntos de cuota (el 27%).

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (9,8%)**, se analizan en un epígrafe independiente.



# RÁNKING

## CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. jul-24 vs. jul-23	Espectadores Únicos	Cob%
1	La1	14,6%	+4,7	★ 38,0 mill.	81,5%
2	A3	11,5%	-1,4	31,7 mill.	68,1%
3	T5	9,7%	+0,4	29,3 mill.	62,7%
4	AUT	7,4%	-1,2	26,2 mill.	56,2%
5	LA SEXTA	5,4%	-1,4	28,4 mill.	60,9%
6	CUATRO	4,8%	-0,4	29,8 mill.	64,0%
7	La2	2,8%	-0,3	26,9 mill.	57,6%
8	FDF	2,6%	0,0	18,8 mill.	40,3%
9	ENERGY	2,3%	-0,7	13,8 mill.	29,5%
10	ATRESERIES	2,2%	+0,4	13,1 mill.	28,0%
11	NOVA	2,2%	+0,1	12,1 mill.	26,0%
12	TRECE	1,9%	-0,1	13,6 mill.	29,2%
13	DIVINITY	1,9%	-0,2	13,6 mill.	29,2%
14	NEOX	1,8%	-0,2	18,2 mill.	39,1%
15	BEMADtv	1,7%	+0,3	16,4 mill.	35,2%
16	DMAX	1,6%	-0,1	16,9 mill.	36,3%
17	TELEDEPORTE	1,5%	+0,2	17,6 mill.	37,7%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,4%	0,0	15,6 mill.	33,4%
19	TEN	1,3%	+0,4	10,9 mill.	23,5%
20	DKISS	1,3%	+0,1	11,9 mill.	25,5%
21	MEGA	1,3%	-0,3	15,9 mill.	34,1%
22	24H	1,0%	-0,3	15,3 mill.	32,7%
23	BOING	0,8%	0,0	11,2 mill.	23,9%
24	DISNEY CHANNEL	0,8%	+0,1	9,7 mill.	20,7%
25	GOL PLAY	0,7%	-0,1	12,5 mill.	26,9%
26	CLAN	0,7%	-0,2	11,2 mill.	24,0%
27	REAL MADRID HD	0,6%	0,0	10,5 mill.	22,5%
28	BOM Cine	0,4%	0,0	5,8 mill.	12,4%
29	AUT PRIV	0,2%	-0,1	4,9 mill.	10,5%



# LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **La1 lidera en hombres y en menores de 64 años**
- ▶ **Antena3 líder en mujeres y mayores de 64 años.**

Por regiones La1 es la cadena líder en todas las regiones, a excepción de en Canarias a favor de Antena3.

Por franjas horarias, La1 lidera en la mañana y tarde, mientras que Antena3 es la opción más vista en la sobremesa y “prime-time”, Telecinco en el “Late-nigth” y Energy en la madrugada.

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	3ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	La1	A3	T5
HOM	La1	A3	LA SEXTA
MUJ	A3	T5	La1
4-12	La1	DISNEY CHANNEL	BOING
13-24	La1	A3	T5
25-44	La1	T5	A3
45-64	La1	T5	A3
>64	A3	La1	T5
T.COMERCIAL	La1	T5	A3
ANDALUCÍA	La1	A3	T5
CATALUÑA	La1	TV3	A3
PAÍS VASCO	La1	T5	ETB2
GALICIA	La1	A3	T5
MADRID	La1	A3	T5
C. VALENCIANA	La1	A3	T5
CASTILLA LA MANCHA	La1	A3	T5
CANARIAS	A3	T5	La1
ARAGÓN	La1	A3	ARAGÓN TV
ASTURIAS	La1	A3	T5
BALEARES	La1	A3	T5
MURCIA	La1	A3	T5
CASTILLA LEÓN	La1	A3	T5
RESTO	La1	A3	T5

## CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS

MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
La1	A3	La1
PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
La1	T5	ENERGY

## CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

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

## CADENA LÍDER DÍA A DÍA



# INFORMATIVOS DIARIOS

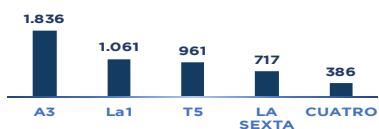
**Los informativos de Antena 3 (1.473.000 de audiencia media y 16,1% de cuota) son los más vistos desde hace 4 años y 7 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.**

Los informativos de La1 (997.000 de audiencia media y 11,1% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (881.000 de audiencia media y 9,6% de cuota) los terceros.

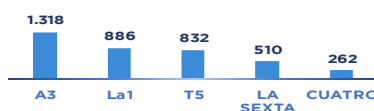
Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	62	1.473	16,1%	20,9 Mill.	45%
	La1	55	997	11,1%	23,6 Mill.	51%
	T5	62	881	9,6%	16,3 Mill.	35%
	LA SEXTA	62	551	7,0%	15,1 Mill.	32%
	CUATRO	62	353	4,8%	15,8 Mill.	34%
Lunes a Viernes	A3	46	1.568	17,1%	18,5 Mill.	40%
	La1	41	986	10,9%	20,2 Mill.	43%
	T5	46	894	9,7%	13,8 Mill.	30%
	LA SEXTA	46	595	7,4%	12,5 Mill.	27%
	CUATRO	46	326	4,5%	12,0 Mill.	26%
Sábado y Domingo	A3	16	1.241	13,6%	12,3 Mill.	27%
	La1	14	1.029	11,6%	14,6 Mill.	31%
	T5	16	849	9,3%	9,1 Mill.	20%
	LA SEXTA	16	449	6,0%	8,5 Mill.	18%
	CUATRO	16	430	5,8%	9,2 Mill.	20%

### RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)

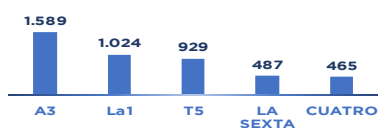
#### Sobremesa L-V



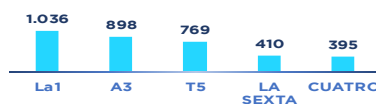
#### Noche L-V



#### Sobremesa SyD



#### Noche SyD



# CADENAS AUTONÓMICAS

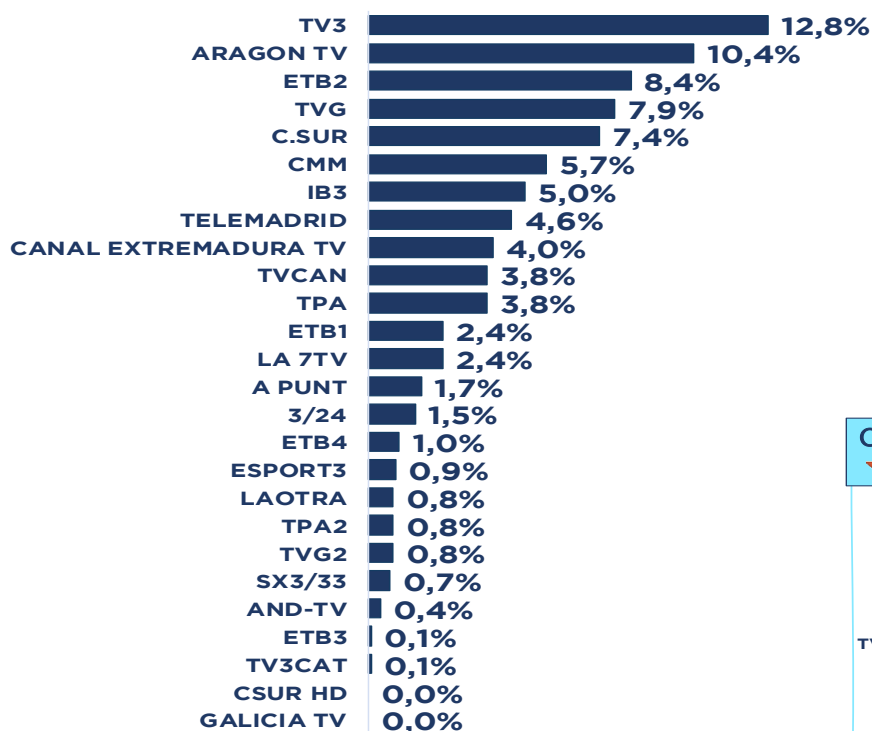
\*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

**El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 7,4 % de cuota de pantalla.**

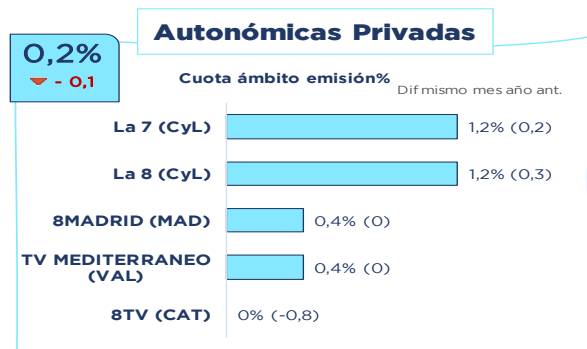
**El número de espectadores únicos acumulados es de 26,2 millones, el 56,2 % de cobertura.**

La cadena autonómica con mayor cuota este mes es TV3 (12,8%), ARAGON TV (10,4%), ETB2 (8,4%), TVG (7,9%), C.SUR (7,4%), CMM (5,7%), IB3 (5%), TELEMADRID (4,6%), CANAL EXTREMADURA TV (4%) y TVCAN (3,8%), entre las 10 primeras.

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



★ Telemadrid (Madrid) : Mejor mes de julio 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 ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	21,9%	→	3.051	40,1%
▶ ETB2	20,1%	→	919	43,1%
▶ ARAGON TV	19,6%	→	549	42,7%
▶ TVG	11,0%	→	978	37,2%
▶ C.SUR	9,3%	→	2.499	29,9%
▶ IB3	9,2%	→	327	26,6%
▶ CMM	8,7%	→	592	29,5%
▶ TELEMADRID	8,5%	→	1.521	22,6%
▶ TVCAN	7,4%	→	758	33,5%
▶ TPA	6,9%	→	299	30,5%
▶ LA 7TV	6,1%	→	380	25,3%
▶ A PUNT	3,5%	→	921	18,3%



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 9,8%  
Los espectadores únicos ascienden a 19,1 millones,  
el 40,9% de cobertura poblacional.**

El ranking de cadenas de este grupo de cadenas está conformado por EUROSPORT (0,3%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), WARNER TV (0,2%), MOVISTAR PLUS+ (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), AXN (0,2%), DAZN F1 (0,2%), EUROSPORT 2 (0,1%), COMEDY CENTRAL (0,1%) y CALLE 13 (0,1%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	<b>TEMATICAS PAGO</b>	<b>9,8%</b>	<b>-0,1</b>	<b>19,1 mill.</b>	<b>40,9%</b>
1	EUROSPORT	0,3%	+0,1	4,4 mill.	9,5%
2	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	-0,1	4,2 mill.	9,0%
3	WARNER TV	0,2%	0,0	3,8 mill.	8,2%
4	MOVISTAR PLUS+	0,2%	-	3,4 mill.	7,2%
5	STAR CHANNEL	0,2%	-0,1	3,9 mill.	8,4%
6	AXN	0,2%	-0,1	3,6 mill.	7,7%
7	DAZN F1	0,2%	-0,1	1,8 mill.	3,9%
8	EUROSPORT 2	0,1%	+0,1	3,4 mill.	7,3%
9	COMEDY CENTRAL	0,1%	-0,1	3,4 mill.	7,4%
10	CALLE 13	0,1%	-0,1	2,8 mill.	5,9%
11	CANAL HISTORIA	0,1%	-0,1	2,6 mill.	5,6%
12	TCM	0,1%	0,0	3,4 mill.	7,2%
13	VAMOS por M+	0,1%	-0,3	3,0 mill.	6,3%
14	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,9%
15	DECASA	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,3%
16	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,7%
17	SOMOS	0,1%	0,0	1,1 mill.	2,4%
18	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,9%
19	COSMO	0,1%	0,0	3,0 mill.	6,4%
20	NGC WILD	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,6%
21	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,6%
22	AMC	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,8%
23	SYFY	0,1%	0,0	2,7 mill.	5,7%
24	AXN MOVIES	0,1%	0,0	1,6 mill.	3,5%
25	DEPORTES 2 por M+	0,1%	+0,1	0,6 mill.	1,4%



# GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

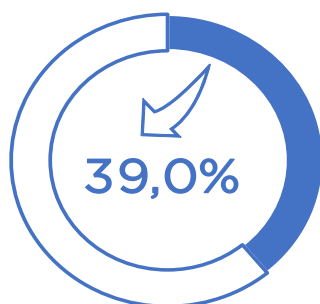
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHERN	1,0%	8,4 Mill.	18,1%
②	MOVISTAR	0,9%	6,7 Mill.	14,3%
③	DISCOVERY NETWORKS	0,5%	6,2 Mill.	13,4%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,4%	6,0 Mill.	12,9%
⑤	TURNER	0,3%	5,2 Mill.	11,1%
⑥	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,3%	4,1 Mill.	8,8%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,2%	3,9 Mill.	8,4%
⑧	VIACOM	0,2%	4,3 Mill.	9,2%
⑨	DAZN	0,2%	2,5 Mill.	5,3%

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

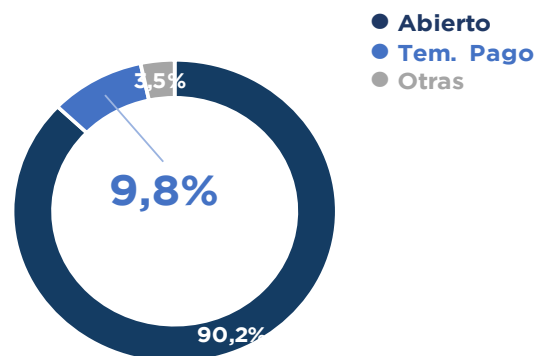
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **27,4%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **39,0%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **61,0%** a cadenas en abierto.

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



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



# EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a  
**POST FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-  
INGLATERRA:FINAL (La1, 14-jul-24):  
14.011.000 y 79,1%**

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

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	POST FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL	La1	14-jul-24	79,1%	14.011	17,6 mill.
2	FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL	La1	14-jul-24	78,7%	13.587	18,9 mill.
3	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	14-jul-24	75,3%	12.301	20,2 mill.
4	FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-FRANCIA:SF	La1	09-jul-24	71,7%	11.568	16,9 mill.
5	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	09-jul-24	69,1%	10.751	17,3 mill.
6	PRORROGA FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-ALEMANIA:1/4	La1	05-jul-24	71,8%	9.219	11,1 mill.
7	FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-ALEMANIA:1/4	La1	05-jul-24	67,9%	8.282	11,7 mill.
8	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	05-jul-24	66,1%	8.013	13,3 mill.
9	UEFA EURO2024 GERMANY	La1	05-jul-24	64,0%	7.594	8,8 mill.
10	PREVIO FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL	La1	14-jul-24	58,3%	7.168	10,7 mill.
11	CAMINO A BERLIN	La1	14-jul-24	54,1%	6.904	10,7 mill.
12	FUTBOL:EUROCOPA / PAISES BAJOS-INGLATERRA:SF	La1	10-jul-24	48,4%	5.865	11,5 mill.
13	PENALTIS FUTBOL:EUROCOP / PORTUGAL-FRANCIA:1/4	La1	05-jul-24	51,2%	5.833	6,4 mill.
14	PREVIO FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-FRANCIA:SF	La1	09-jul-24	48,2%	5.546	7,2 mill.
15	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	10-jul-24	45,0%	5.266	11,9 mill.
16	FUTBOL:EUROCOPA / PORTUGAL-FRANCIA:1/4	La1	05-jul-24	45,6%	5.178	10,3 mill.
17	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	05-jul-24	45,5%	5.175	12,4 mill.
18	CAMINO A BERLIN	La1	09-jul-24	40,3%	5.081	10,6 mill.
19	PRORROGA FUTBOL:EUROCOPA / PORTUGAL-FRANCIA:1/4	La1	05-jul-24	43,6%	5.081	7,4 mill.
20	PRORROGA FUTBOL:EUROCOPA / PORTUGAL-ESLOVENIA:1/8	La1	01-jul-24	37,4%	4.725	7,2 mill.
21	PREVIO FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-ALEMANIA:1/4	La1	05-jul-24	41,7%	4.342	5,8 mill.
22	FUTBOL:EUROCOPA / PORTUGAL-ESLOVENIA:1/8	La1	01-jul-24	33,7%	4.094	9,0 mill.
23	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	01-jul-24	33,7%	3.995	10,8 mill.
24	PENALTIS FUTBOL:EUROCOP / INGLATERRA-SUIZA:1/4	La1	06-jul-24	43,5%	3.790	4,1 mill.
25	FUTBOL:EUROCOPA / AUSTRIA-TURQUIA:1/8	La1	02-jul-24	29,3%	3.369	8,2 mill.



# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS ABIERTO



### CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / SOY LEYENDA (La1, 14-jul-24): 1544000.0 y 23,8%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / LA MUJER REY (La1, 07-jul-24): 1433000.0 y 13,7%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / BLACK ADAM (La1, 28-jul-24): 1261000.0 y 13%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 JJOO C.INAUGURAL (La1, 26-jul-24): 2487000.0 y 28%
- 2 TU CARA ME SUENA (A3, 19-jul-24): 1533000.0 y 21,4%
- 3 GRAND PRIX (La1, 08-jul-24): 1531000.0 y 15,2%



### SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 08-jul-24): 1342000.0 y 14%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 22-jul-24): 1262000.0 y 13,7%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 18-jul-24): 1255000.0 y 14%



### INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 15-jul-24): 2172000.0 y 21,8%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 24-jul-24): 2013000.0 y 21,8%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 08-jul-24): 2013000.0 y 21,1%



### CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / COGOLLOS DE LECHUGA A LA PLANCHA CON ATUN (A3, 30-jul-24): 911000.0 y 17,4%
- 2 LAZOS DE SANGRE / PAJARES & ESTESO (La1, 10-jul-24): 880000.0 y 11,2%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / POCHAS CON VERDURAS (A3, 02-jul-24): 833000.0 y 18,7%



### DEPORTES

- 1 POST FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL (La1, 14-jul-24): 14011000.0 y 79,1%
- 2 FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-INGLATERRA:FINAL (La1, 14-jul-24): 13587000.0 y 78,7%
- 3 UEFA EURO 2024 GERMANY (La1, 14-jul-24): 12301000.0 y 75,3%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 04-jul-24): 283000.0 y 3%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 04-jul-24): 264000.0 y 2,9%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 15-jul-24): 251000.0 y 2,5%



# LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

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

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



### C.SUR (Andalucía)

- 1 ANDALUCIA DIRECTO (C.SUR, 04-jul-24): 267000.0 y 16,6%
- 2 ANDALUCIA DIRECTO (C.SUR, 22-jul-24): 263000.0 y 17,1%
- 3 ANDALUCIA DIRECTO (C.SUR, 03-jul-24): 257000.0 y 16,5%



### ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 10-jul-24): 90000.0 y 37,9%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 01-jul-24): 88000.0 y 36,3%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 08-jul-24): 86000.0 y 36,2%



### TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 23-jul-24): 26000.0 y 10,7%
- 2 EL PICU (TPA, 15-jul-24): 26000.0 y 10,6%
- 3 TPA DEPORTES 1 (TPA, 06-jul-24): 24000.0 y 12%



### IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 01-jul-24): 42000.0 y 18,8%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 01-jul-24): 41000.0 y 19,2%
- 3 JO EN SE MES QUE TU (IB3, 11-jul-24): 38000.0 y 15,6%



### TVCAN (Canarias)

- 1 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 14-jul-24): 79000.0 y 12,1%
- 2 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 21-jul-24): 73000.0 y 12,3%
- 3 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 21-jul-24): 66000.0 y 12,2%



### CMM (Castilla La Mancha)

- 1 EN COMPAÑIA (CMM, 30-jul-24): 60000.0 y 12,3%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 31-jul-24): 59000.0 y 12,2%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 09-jul-24): 55000.0 y 12,3%



### TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES MIGDIA (TV3, 01-jul-24): 493000.0 y 31,7%
- 2 TELENOTICIES MIGDIA (TV3, 09-jul-24): 441000.0 y 35,2%
- 3 TELENOTICIES MIGDIA (TV3, 04-jul-24): 435000.0 y 31,5%



### TVG (Galicia)

- 1 FOGOS DO APOSTOLO (TVG, 24-jul-24): 133000.0 y 22,7%
- 2 TELEXORNAL 1 (TVG, 26-jul-24): 97000.0 y 19,5%
- 3 TELEXORNAL 1 (TVG, 04-jul-24): 93000.0 y 16,9%



### TELEMADRID (Madrid)

- 1 ¡¡ENHORABUENA CAMPEONES!! (TELEMADRID, 15-jul-24): 143000.0 y 11,5%
- 2 +TN (TELEMADRID, 15-jul-24): 119000.0 y 12,3%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 15-jul-24): 118000.0 y 14,6%



### LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 08-jul-24): 33000.0 y 13%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 26-jul-24): 33000.0 y 14%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 24-jul-24): 32000.0 y 12,6%



### ETB2 (País Vasco)

- 1 KIROLAK 2 (ETB2, 16-jul-24): 122000.0 y 25,9%
- 2 KIROLAK 2 (ETB2, 11-jul-24): 121000.0 y 23,7%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 16-jul-24): 120000.0 y 27,2%



### A PUNT (Valencia)

- 1 NTC MIGDIA (A PUNT, 31-jul-24): 72000.0 y 8,1%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 23-jul-24): 70000.0 y 7,9%
- 3 NTC MIGDIA (A PUNT, 26-jul-24): 62000.0 y 7,6%



# 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, 21-jul-24): 78000.0 y 0,9%
- 2 CINE / KUNG FU PANDA 2 (WARNER TV, 21-jul-24): 73000.0 y 0,9%
- 3 CINE / TOP GUN (IDOLOS DEL AIRE) (CANAL HOLLYWOOD, 10-jul-24): 57000.0 y 0,5%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 EL CONSULTORIO DE BERTO (MOVISTAR PLUS+, 14-jul-24): 99000.0 y 1,2%
- 2 JJOO C.INAUGURAL (EUROSPORT, 26-jul-24): 73000.0 y 0,8%
- 3 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 03-jul-24): 53000.0 y 0,7%



### SERIES

- 1 FBI (WARNER TV, 18-jul-24): 61000.0 y 0,6%
- 2 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 16-jul-24): 42000.0 y 0,6%
- 3 THE ROOKIE (WARNER TV, 10-jul-24): 39000.0 y 0,6%



### INFORMACIÓN

- 1 LA PALMA, EL ÚLTIMO VOLCAN (DOCUMENTALES por M+, 16-jul-24): 8000.0 y 0,1%
- 2 LA PALMA, EL ÚLTIMO VOLCAN (DOCUMENTALES por M+, 08-jul-24): 4000.0 y 0,1%
- 3 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.ALEMANIA (DAZN 1, 04-jul-24): 2000.0 y 0%



### CULTURALES

- 1 ¿QUE HACIAS EL 11 DE JULIO DE 2010? (VAMOS por M+, 11-jul-24): 32000.0 y 0,3%
- 2 MARAVILLAS DEL MUNDO ANTIGUO / EL MAUSOLEO DE HALICARNASO (CANAL HISTORIA, 30-jul-24): 31000.0 y 0,3%
- 3 CIUDADES PERDIDAS CON ALBERT LIN / STONEHENGE (NATIONAL GEOGRAPHIC, 23-jul-24): 30000.0 y 4,6%



### DEPORTES

- 1 POST TENIS: WIMBLEDON / C.ALCARAZ-N.DJOKOVIC (MOVISTAR PLUS+, 14-jul-24): 544000.0 y 5,9%
- 2 FORMULA 1 / G.P.HUNGRIA (DAZN F1, 21-jul-24): 477000.0 y 5,5%
- 3 FORMULA 1 / G.P.GRAN BRETAÑA (DAZN F1, 07-jul-24): 409000.0 y 4,5%



### ANIMACIÓN







- 1 UNIDAD DE RESCATE (DISNEY JUNIOR, 26-jul-24): 39000.0 y 0,5%
- 2 BOB ESPONJA (NICKELODEON, 24-jul-24): 33000.0 y 0,3%
- 3 SUPERKITTIES (DISNEY JUNIOR, 19-jul-24): 29000.0 y 0,3%



# GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

**Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ranking por grupos editoriales con el 24,4% de cuota.**

- ▶ Mediaset (23,8%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (20,7%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Squirrel Media (2,6%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,3%) con dos cadenas.

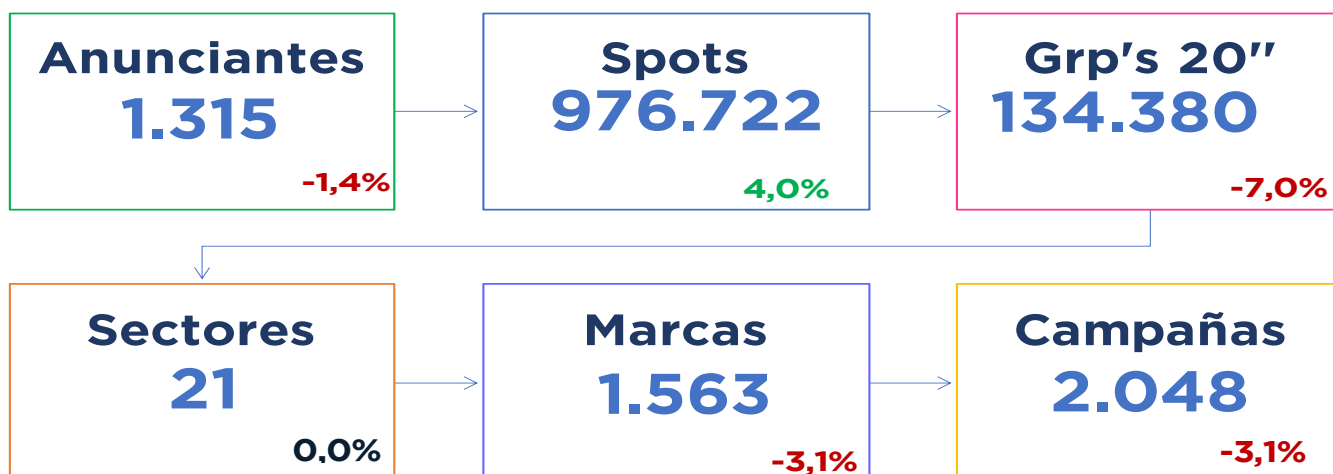
	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	24,4%	37,0 mill.	79,3%
	MEDIASET	23,8%	37,2 mill.	79,8%
	GRUPO RTVE	20,7%	39,2 mill.	84,0%
	FORTA	7,3%	25,6 mill.	54,9%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	21,5 mill.	46,2%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,3%	20,9 mill.	44,8%

MEDIASET: T5, CUATRO, FDF-T5, DIVINITY, ENERGY, BOING, BEMADtv / ATRESMEDIA: A3, LA SEXTA, NEOX, NOVA, MEGA, ATRESERIES. / RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDEPORTE, 24H. / SQUIRREL MEDIA: PARAMOUNT CHANNEL, DISNEY CHANNEL Y BOM Cine. / UNIDAD EDITORIAL: DISCOVERY MAX y GOL. / FORTA: TV Autonómicas incluidas en la Federación.



# ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Desciende la presión publicitaria de GRPs en **-7,0%** y el número de campañas activas un **-3,1%**.



\*Diferencias jul-24 vs. jul-23

El spot más visto corresponde a la campaña “UEFA/FOOTBALL/PROGRAMA INCLUSION Y DIVERSIDAD” en La1, con 41 Grp's 20” (‘UEFA EURO 2024 GERMANY’, 14 julio).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** “SECURITAS DIRECT/ALARMAS” con 2.258 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 6.219 Grp's 20”.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 3.921 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'')



1	UEFA/FOOTBALL/PROGRAMA	41
2	UEFA/FOOTBALL/PROGRAMA	33
3	UEFA/FOOTBALL/PROGRAMA	24
4	COCA COLA	20
5	ALIEXPRESS/VENTA POR INTE	20

Total

**977**  
Mil.

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



1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	6.219
2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	3.985
3	SECURITAS SEG.ESPAÑA	2.334
4	RECKITT BENCKISER	2.221
5	LIDL AUTOSERVICIO DESCUEN	2.185

Total

**1.315**

## Top 5 Campañas (Grp's 20'')



1	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	2.258
2	LIDL/SUPERMERCADO	1.648
3	ALDI/SUPERMERCADO	1.443
4	VODAFONE/OP.TELEFONIA	1.430
5	CARGLASS/REP.CRIST.C	1.308

Total

**2.048**

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



1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	3.921
2	SECURITAS DIRECT	2.334
3	LIDL	2.185
4	NIVEA	1.996
5	AMAZON	1.695

Total

**1.563**

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



1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	17%
2	ALIMENTACION	13%
3	BELLEZA E HIGIENE	13%
4	SALUD	9%
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: julio-2024

# CONTÁCTENOS

## BARLOVENTO COMUNICACIÓN

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

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS