

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

Septiembre 2025



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

- ▶ Titulares destacados
- ▶ Visión Global mercado TV.
- ▶ Espectadores Únicos TV Tradicional.
- ▶ Consumo de televisión.
- ▶ Total Uso Televisor.
- ▶ Consumo Híbrido.
- ▶ 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 42,7 millones (el 90,7 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 26 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 55,3 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor es de 206 minutos por persona al día (-2', -1 % vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 328 minutos (2', 0,6%).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL es de 275 minutos por espectador al día (-2', -1 % vs año anterior) y de 153 minutos por persona al día (-6', -4 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 52 minutos por persona al día (+ 3', 6 % vs año anterior). Por espectador al día el promedio es de 181 minutos (4', 0,2%). % 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 3,3 millones de espectadores.



- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:** Atresmedia es el grupo líder con el 25,9 % de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 23,6 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 17,6 %.
- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 13 % de cuota de pantalla, vuelve a liderar el mes. Le siguen La1, 11,6 %, con su mejor septiembre de los últimos 14 años, y T5, 9,2 %, entre las tres primeras.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 14,6 % , seguida de ARAGON TV con el 11,7 % y TVG con el 9 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago firman el 11,6 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: LALIGA TV por M+ (0,5 %), DAZN LaLiga (0,4 %) y MOVISTAR PLUS+ (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA (La1, 07-sep-25) con 3,7 millones y 32% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL (La1, 07-sep, 22:10h) con una audiencia de 4,4 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 6 años y 9 meses de forma ininterrumpida con 1.819.000 de audiencia media y 19,3% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.515 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -7,2 % y el número de campañas activas un 0 %.



Visión Global

CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

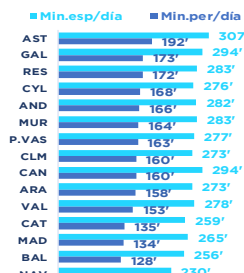
275'
espectador/día

-2' -1%
*Dif. sep-25 vs. sep-24

153'
persona/día

-6' -4%
*Dif. sep-25 vs. sep-24

Consumo TV por Regiones



sep-25



Cadena líder

A3

13,0%

RÁNKING CADENAS

RNK	cadena	Cuota	*Dif. sep-25 vs. sep-24	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,0%	+0,2	31,1 mill.	66,2%
2	La1	11,6%	+1,9	32,7 mill.	69,6%
3	T5	9,2%	-0,3	28,0 mill.	59,4%
4	AUT	8,5%	+0,3	26,5 mill.	56,3%
5	LA SEXTA	5,9%	-0,3	27,9 mill.	59,2%
6	CUATRO	5,6%	+0,2	29,0 mill.	61,6%
7	La2	3,0%	+0,1	24,6 mill.	52,4%
8	ENERGY	2,4%	+0,1	12,5 mill.	26,5%
9	FDF	2,3%	-0,3	16,7 mill.	35,6%
10	TRECE	2,0%	+0,1	12,9 mill.	27,4%
11	NOVA	1,9%	-0,2	10,4 mill.	22,2%
12	ATRESERIES	1,9%	-0,1	12,1 mill.	25,7%
13	BEMADtv	1,8%	-0,2	15,7 mill.	33,5%
14	NEOX	1,7%	0,0	17,4 mill.	37,0%
15	DMAX	1,7%	0,0	15,1 mill.	32,2%
16	MEGA	1,4%	0,0	14,2 mill.	30,1%
17	DIVINITY	1,4%	-0,7	12,7 mill.	27,1%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,2	14,1 mill.	29,9%
19	DKISS	1,2%	-0,2	10,5 mill.	22,4%
20	24H	1,1%	+0,1	13,9 mill.	29,5%
21	TELEDEPORTE	1,1%	+0,5	13,7 mill.	29,1%
22	TEN	1,0%	-0,4	10,0 mill.	21,2%
23	SQUIRREL	1,0%	-	11,5 mill.	24,5%
24	BOING	0,9%	0,0	11,2 mill.	23,7%
25	CLAN	0,9%	+0,1	10,9 mill.	23,1%
26	REAL MADRID HD	0,7%	0,0	10,2 mill.	21,6%
27	VEO 7	0,5%	-	9,7 mill.	20,5%
28	BOM Cine	0,3%	-0,1	5,5 mill.	11,6%
29	AUT PRIV	0,3%	+0,1	4,6 mill.	9,9%

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

42,7 Millones

Cobertura

90,7 %

PROMEDIO DIARIO

26,0 Millones

Cobertura

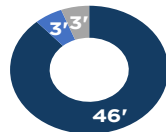
55,3 %

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

52'
persona/día

+3' 6%
*Dif. sep-25 vs. sep-24

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



Temáticas Pago -> 11,6% (+0,2)

*Dif. sep-25 vs. sep-24

CONSUMO TOTAL TELEVISOR

206'
persona/día

-2' -1%
*Dif. sep-25 vs. sep-24

328'
espectador/día

+2' 0,6%

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA, 07-sep-25

3,7 millones y 32%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

4,4 millones

FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL

La1, 07-sep, 22:10h



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

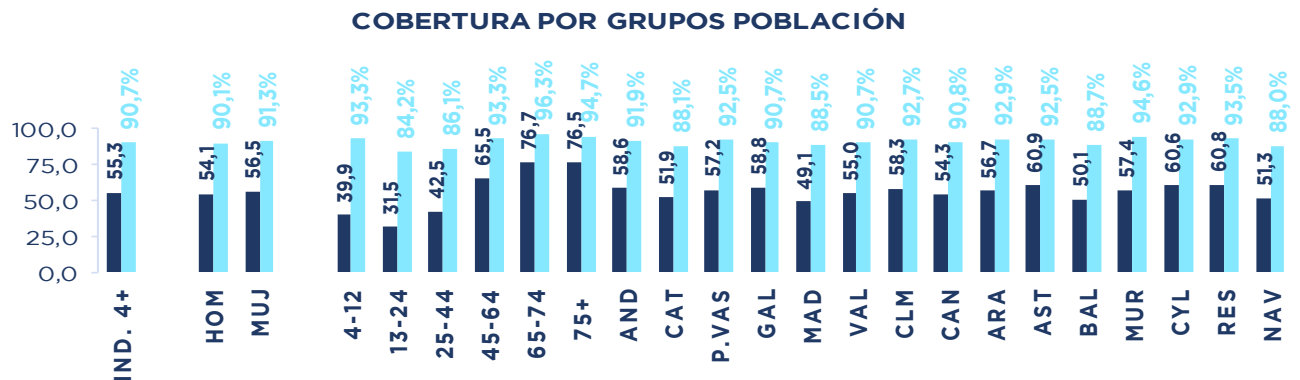
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes de septiembre 2025 alcanzan la cifra de 42,7 millones, que representa el 90,7% de la población, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

26,0 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 55,3% de la población.

Por el contrario, hay 4,4 millones de “telefóbicos”, el 9% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

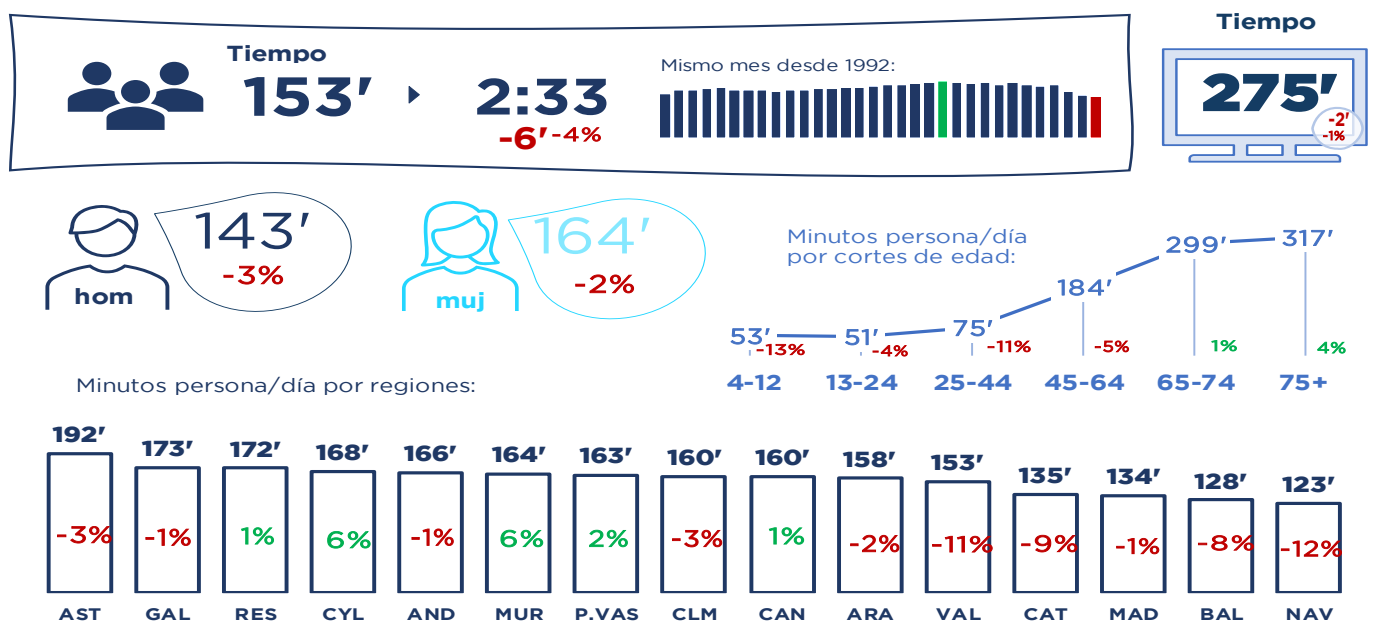


CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **275 minutos** (-2' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 47,1 millones) ha dedicado un promedio de **153 minutos** (2 horas y 33 minutos) al día a ver la Televisión Tradicional este mes, lo que supone **-6' (-4%)** con respecto al mes de septiembre-24, mínimo histórico mensual.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (164') y los mayores de 64 años (299') y, por regiones, Asturias (192'), Galicia (173') y Resto (172').



*Diferencias sep-25 vs. sep-24

CONSUMO HÍBRIDO

(OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES)

El promedio del consumo híbrido (“Otros Consumos Audiovisuales”) es de 52 minutos por persona al día, +3' (6%) que en septiembre-24.

El 25% 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 espectadores es de 3.305.000.

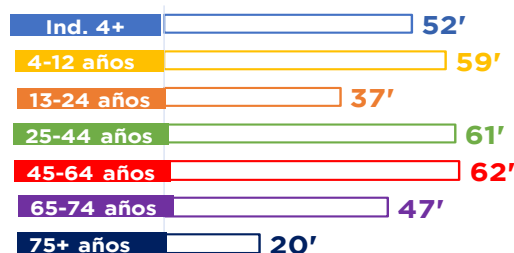
52 MINUTOS PERSONA/DÍA **+3' 6%** **34,3** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO **13,6** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias sep-25 vs. sep-24



Tiempo promedio consumo "Otros consumos"

Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros consumos audiovisuales” son los individuos de 45-64 años (62' por persona al día).



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

CONSUMO TOTAL TELEVISOR

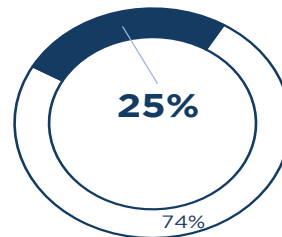
**El tiempo total de uso del televisor
(Tradicional + otros consumos)
es de 206' por persona al día
y de 328' por espectador al día**

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET		TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. sep-25 vs. sep-24	
Ind. 4+ (inv)	👉	206'	-2'	-1%
HOM	👉	195'	-4'	-2%
MUJ	👉	216'	-1'	0%
4-12	👉	112'	-8'	-7%
13-24	👉	88'	-2'	-2%
25-44	👉	136'	-10'	-7%
45-64	👉	246'	-5'	-2%
65-74	👉	346'	+17'	5%
75+	👉	337'	+10'	3%
ANDALUCIA	👉	216'	+1'	0%
CATALUÑA	👉	194'	-12'	-6%
PAÍS VASCO	👉	201'	+4'	2%
GALICIA	👉	207'	+2'	1%
MADRID	👉	194'	0'	0%
C. VALENCIANA	👉	215'	-11'	-5%
CASTILLA LA MAN	👉	206'	-8'	-4%
CANARIAS	👉	217'	+5'	2%
ARAGÓN	👉	206'	-6'	-3%
ASTURIAS	👉	228'	-2'	-1%
BALEARES	👉	183'	-5'	-3%
MURCIA	👉	209'	+4'	2%
CASTILLA LEÓN	👉	212'	+13'	7%
RESTO	👉	221'	+7'	3%
NAVARRA	👉	160'	-15'	-9%
T.COMERCIAL	👉	158'	-5'	-3%

Tiempo total uso televisor

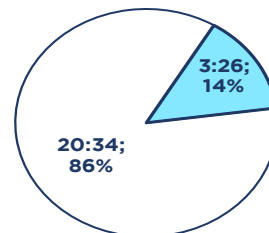
- ▢ Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:26**, 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



RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena3, 13,0%, cadena líder en el mes

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 42,2 millones, el 90% de cobertura.

- ▶ Antena3 encabeza el ranking de cadenas con el 13,0%.
- ▶ La1 es segunda opción con el 11,6%, con su mejor arranque de temporada de los últimos 14 años.
- ▶ En tercer lugar se sitúa Telecinco con el 9,2%.
- ▶ En cuarto puesto, Autonómicas (8,5%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (5,9%) y CUATRO (5,6%) en sexto lugar.
- ▶ Les siguen La2 (3%), ENERGY (2,4%), FDF (2,3%) y TRECE (2%), para completar la tabla de las diez primeras.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (11,6%)**, se analizan en un epígrafe independiente.



RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK	cadena	Cuota	*Dif. sep-25 vs. sep-24	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,0%	+0,2	31,1 mill.	66,2%
2	La1	11,6%	+1,9	★32,7 mill.	69,6%
3	T5	9,2%	-0,3	28,0 mill.	59,4%
4	AUT	8,5%	+0,3	26,5 mill.	56,3%
5	LA SEXTA	5,9%	-0,3	27,9 mill.	59,2%
6	CUATRO	5,6%	+0,2	29,0 mill.	61,6%
7	La2	3,0%	+0,1	24,6 mill.	52,4%
8	ENERGY	2,4%	+0,1	12,5 mill.	26,5%
9	FDF	2,3%	-0,3	16,7 mill.	35,6%
10	TRECE	2,0%	+0,1	12,9 mill.	27,4%
11	NOVA	1,9%	-0,2	10,4 mill.	22,2%
12	ATRESERIES	1,9%	-0,1	12,1 mill.	25,7%
13	BEMADtv	1,8%	-0,2	15,7 mill.	33,5%
14	NEOX	1,7%	0,0	17,4 mill.	37,0%
15	DMAX	1,7%	0,0	15,1 mill.	32,2%
16	MEGA	1,4%	0,0	14,2 mill.	30,1%
17	DIVINITY	1,4%	-0,7	12,7 mill.	27,1%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,2	14,1 mill.	29,9%
19	DKISS	1,2%	-0,2	10,5 mill.	22,4%
20	24H	1,1%	+0,1	13,9 mill.	29,5%
21	TELEDEPORTE	1,1%	+0,5	13,7 mill.	29,1%
22	TEN	1,0%	-0,4	10,0 mill.	21,2%
23	SQUIRREL	1,0%	-	11,5 mill.	24,5%
24	BOING	0,9%	0,0	11,2 mill.	23,7%
25	CLAN	0,9%	+0,1	10,9 mill.	23,1%
26	REAL MADRID HD	0,7%	0,0	10,2 mill.	21,6%
27	VEO 7	0,5%	-	9,7 mill.	20,5%
28	BOM Cine	0,3%	-0,1	5,5 mill.	11,6%
29	AUT PRIV	0,3%	+0,1	4,6 mill.	9,9%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena3 líder en mujeres, en individuos de 25 a 44 años y de más de 65 años.**
- ▶ **La1 lidera en hombres, en los grupos de 13 a 24 años, 45 a 64 años, así como en el “Target Comercial”.**
- ▶ **Boing lidera en niños de 4 a 12 años.**

Por regiones, Antena 3 es líder en Aragón, Asturias, C. Valenciana, Canarias, Castilla La Mancha, Castilla León, Galicia, Murcia y Andalucía. La1 es la cadena líder en Baleares, Madrid, País Vasco, Resto, Navarra. TV3 es la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, Antena3 lidera en la sobremesa, tarde y “prime-time” mientras que La1 es la cadena líder en la mañana y madrugada. Telecinco es la cadena más vista en el “late-night”.

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets		LÍDER	2ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	→	A3	La1
HOM	→	La1	A3
MUJ	→	A3	T5
4-12	→	BOING	A3
13-24	→	La1	A3
25-44	→	A3	La1
45-64	→	La1	A3
65-74	→	A3	La1
75+	→	A3	AUT
T.COMERCIAL	→	La1	A3
AND	→	A3	T5
CAT	→	TV3	La1
EUS	→	La1	T5
GAL	→	A3	La1
MAD	→	La1	A3
C.V	→	A3	La1
CLM	→	A3	La1
CAN	→	A3	T5
ARA	→	A3	La1
AST	→	A3	La1
BAL	→	La1	A3
MUR	→	A3	La1
CYL	→	A3	La1
NAV	→	La1	A3
RES	→	La1	T5

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS		
MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
La1	A3	A3
PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
A3	T5	La1

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA						
LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
A3	A3	A3	A3	A3	A3	La1

CADENA LÍDER DÍA A DÍA	
A3	La1
25 DÍAS	5 DÍAS



INFORMATIVOS DIARIOS

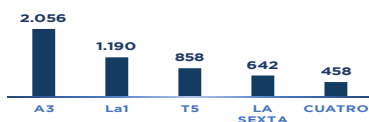
**Los informativos de Antena 3
(1.819.000 de audiencia media y 19,3% de cuota)
son los más vistos desde hace 6 años y 9 meses consecutivos,**
en el promedio de la audiencia media
de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.179.000 de audiencia media y 12,5% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (802.000 de audiencia media y 8,4% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Ems.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	1.819	19,3%	21,3 Mill.	45%
	La1	58	1.179	12,5%	21,0 Mill.	45%
	T5	60	802	8,4%	15,6 Mill.	33%
	LA SEXTA	60	560	7,4%	15,3 Mill.	33%
	CUATRO	60	432	5,9%	15,5 Mill.	33%
Lunes a Viernes	A3	44	1.975	20,7%	18,5 Mill.	39%
	La1	43	1.185	12,5%	18,0 Mill.	38%
	T5	44	822	8,5%	13,5 Mill.	29%
	LA SEXTA	44	584	7,6%	12,6 Mill.	27%
	CUATRO	44	419	5,7%	11,8 Mill.	25%
Sábado y Domingo	A3	16	1.440	15,7%	12,8 Mill.	27%
	La1	15	1.160	12,6%	12,7 Mill.	27%
	T5	16	746	8,2%	8,5 Mill.	18%
	LA SEXTA	16	506	6,9%	8,8 Mill.	19%
	CUATRO	16	468	6,4%	9,4 Mill.	20%

RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)

Sobremesa L-V



Noche L-V



Sobremesa SyD



Noche SyD



CADENAS AUTONÓMICAS

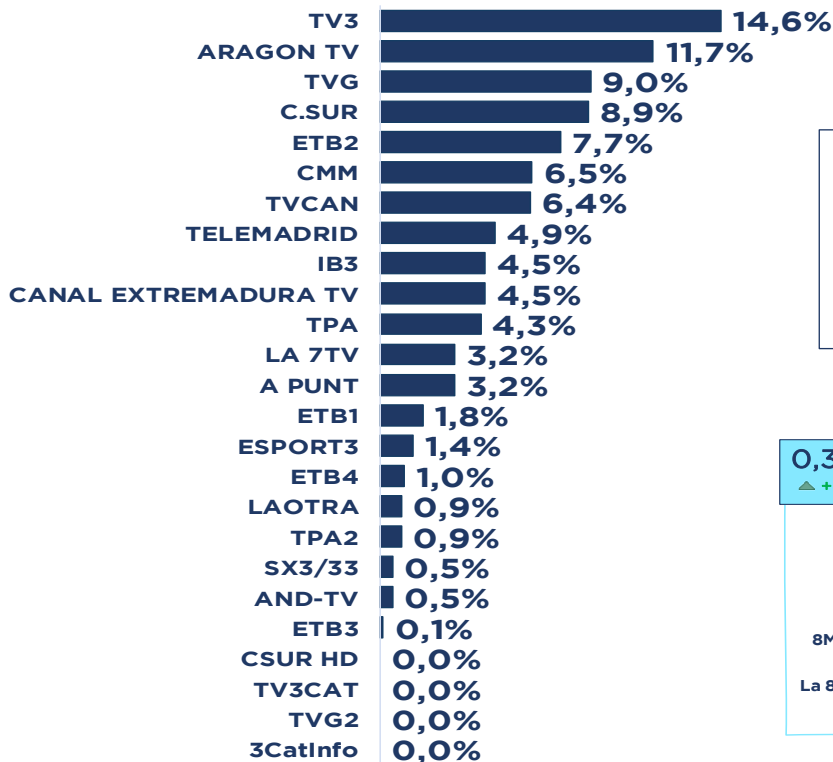
*Desde Febrero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,5 % de cuota de pantalla.

El número de espectadores únicos acumulados es de 26,5 millones, el 56,3 % de cobertura.

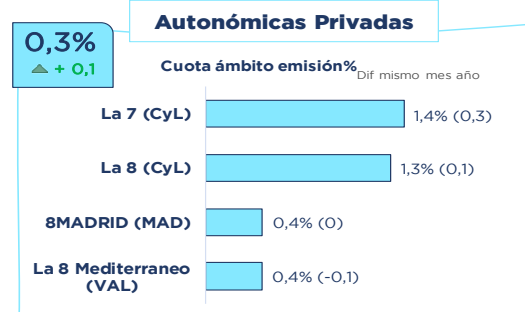
La cadena autonómica con mejor cuota este mes es TV3 (14,6%), ARAGON TV (11,7%), TVG (9%), C.SUR (8,9%), ETB2 (7,7%), CMM (6,5%), TVCAN (6,4%), TELEMADRID (4,9%), IB3 (4,5%) y CANAL EXTREMADURA TV (4,5%), entre las 10 primeras.

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



* En estos titulares de destacan las cadenas que logran su mejor dato de al menos los últimos 5 años.

★ Aragón TV: Mejor mes de septiembre de su historia.
★ TV3: Mejor mes de septiembre desde el año 2012.



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	24,2%	→	3.045	39,1%
▶ ARAGON TV	22,3%	→	539	41,5%
▶ ETB2	19,4%	→	931	43,1%
▶ TVG	12,4%	→	1.021	38,8%
▶ TVCAN	10,9%	→	779	35,6%
▶ C.SUR	9,4%	→	3.050	36,5%
▶ CMM	9,4%	→	608	29,8%
▶ TELEMADRID	9,3%	→	1.618	23,7%
▶ IB3	8,8%	→	314	26,3%
▶ TPA	7,3%	→	281	28,5%
▶ A PUNT	6,2%	→	1.181	22,7%
▶ LA 7TV	5,4%	→	422	27,8%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



La 7 TV Murcia



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

RÁNKING TEMÁTICAS

PAGO

Temáticas de Pago que firman el 11,6% de cuota de pantalla.

Los espectadores únicos ascienden a 20,6 millones, el 43,8% de cobertura poblacional.

El ránking de cadenas de este grupo de cadenas está conformado por LALIGA TV por M+ (0,5%), DAZN LaLiga (0,4%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,3%), WARNER TV (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), AXN (0,1%), EUROSPOORT (0,1%) y SOMOS (0,1%).

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



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

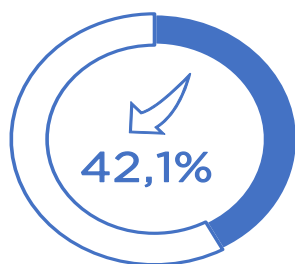
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,7%	9,6 Mill.	20,4%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHEAST	1,1%	6,6 Mill.	14,1%
③	WARNER BROS DISCOVERY	0,6%	7,1 Mill.	15,1%
④	DAZN	0,6%	5,9 Mill.	12,6%
⑤	THE WALT DISNEY COMPANY	0,4%	6,2 Mill.	13,1%
⑥	SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA S.	0,3%	3,9 Mill.	8,2%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,2%	3,6 Mill.	7,7%
⑧	PARAMOUNT	0,2%	3,9 Mill.	8,3%
⑨	LA LIGA	0,1%	2,7 Mill.	5,7%
⑩	HEARST CORPORATION INC	0,1%	3,1 Mill.	6,6%

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

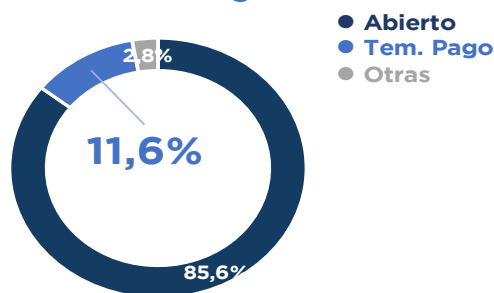
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **29,7%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **42,1%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **57,9%** a cadenas en abierto.

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



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



EMISIONES MÁS VISTAS

**La emisión más vista del mes corresponde a
FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA (La1,
07-sep-25): 3.677.000 y 32%**

*(sin tener en cuenta las emisiones en simulcast)

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA	La1	07-sep-25	32,0%	3.677	8,1 mill.
2	FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / BULGARIA-ESPAÑA	La1	04-sep-25	24,5%	2.643	6,6 mill.
3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	29-sep-25	20,5%	2.351	3,4 mill.
4	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-sep-25	24,8%	2.350	3,2 mill.
5	EL HORMIGUERO / BERTIN OSBORNE-SERGIO RAMOS	A3	01-sep-25	21,1%	2.347	4,8 mill.
6	EL HORMIGUERO / ARTURO PEREZ-REVERTE	A3	03-sep-25	21,0%	2.248	4,4 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	15-sep-25	24,2%	2.234	3,2 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	08-sep-25	23,6%	2.196	3,0 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	11-sep-25	23,2%	2.161	3,3 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	25-sep-25	20,2%	2.159	3,3 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	09-sep-25	23,2%	2.153	3,1 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	30-sep-25	19,4%	2.151	3,2 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	12-sep-25	24,2%	2.146	3,0 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	10-sep-25	23,3%	2.125	2,9 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	30-sep-25	23,8%	2.123	3,1 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	15-sep-25	20,1%	2.098	3,4 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	09-sep-25	20,4%	2.093	3,2 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	22-sep-25	22,9%	2.080	3,0 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	22-sep-25	18,5%	2.062	3,2 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	01-sep-25	22,7%	2.061	3,1 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	19-sep-25	23,0%	2.055	3,0 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	11-sep-25	20,9%	2.054	3,3 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	16-sep-25	22,3%	2.041	3,0 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	18-sep-25	23,6%	2.033	2,9 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	02-sep-25	22,2%	2.027	3,0 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / EL PILOTO (La1, 14-sep-25): 1.412.000 y 13,4%
- 2 LA PELICULA DE LA SEMANA:SEPTENHEIMER / OPPENHEIMER (La1, 28-sep-25): 1.288.000 y 13,7%
- 3 SOMOS CINE RTVE / EL CORREO (La1, 04-sep-25): 1.167.000 y 12,6%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / BERTIN OSBORNE-SERGIO RAMOS (A3, 01-sep-25): 2.347.000 y 21,1%
- 2 EL HORMIGUERO / ARTURO PEREZ-REVERTE (A3, 03-sep-25): 2.248.000 y 21%
- 3 EL HORMIGUERO / JOAQUIN Y SUSANA SABORIDO (A3, 02-sep-25): 2.021.000 y 18,5%



SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 11-sep-25): 1.316.000 y 14,8%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 15-sep-25): 1.249.000 y 14%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 05-sep-25): 1.248.000 y 13,8%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 29-sep-25): 2.351.000 y 20,5%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 29-sep-25): 2.350.000 y 24,8%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 15-sep-25): 2.234.000 y 24,2%



CULTURALES

- 1 LOS ARCHIVOS SECRETOS DEL NODO (La1, 17-sep-25): 1.195.000 y 15%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / JUDIAS VERDES CON PATATAS,JAMON Y SALSA DE CALABACIN (A3, 29-sep-25): 1.019.000 y 20,2%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CASARECCE CON PESTO,JUDIAS VERDES Y PATATAS (A3, 01-sep-25): 926.000 y 18,6%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA (La1, 07-sep-25): 3.677.000 y 32%
- 2 FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / BULGARIA-ESPAÑA (La1, 04-sep-25): 2.643.000 y 24,5%
- 3 PREVIO FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA (La1, 07-sep-25): 1.435.000 y 15,8%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 22-sep-25): 310.000 y 3,4%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 22-sep-25): 284.000 y 3,2%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 20-sep-25): 282.000 y 3,4%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 TOROS / DESDE SEVILLA (C.SUR, 28-sep-25): 374.000 y 18,2%
- 2 TOROS / DESDE SEVILLA (C.SUR, 27-sep-25): 367.000 y 24,1%
- 3 NUESTRO TIEMPO 2 (C.SUR, 29-sep-25): 356.000 y 15,5%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 29-sep-25): 92.000 y 38,3%
- 2 ARAGON NOTICIAS 2 (ARAGON TV, 28-sep-25): 87.000 y 26,6%
- 3 EL TIEMPO 2 (ARAGON TV, 29-sep-25): 86.000 y 22,2%



TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 12-sep-25): 25.000 y 10,4%
- 2 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 09-sep-25): 25.000 y 11,6%
- 3 TPA NOTICIAS 1 (TPA, 08-sep-25): 23.000 y 13,1%



IB3 (Baleares)

- 1 EL TEMPS 2 (IB3, 09-sep-25): 48.000 y 18,8%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 08-sep-25): 31.000 y 21,2%
- 3 EL TEMPS 1 (IB3, 29-sep-25): 31.000 y 16,9%



TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS (TVCAN, 08-sep-25): 64.000 y 17,2%
- 2 DEPORTES TN1 (TVCAN, 05-sep-25): 62.000 y 14,9%
- 3 TELENOTICIAS (TVCAN, 02-sep-25): 60.000 y 17,7%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA FIN DE SEMANA 2 (CMM, 21-sep-25): 63.000 y 14,2%
- 2 TOROS / DESDE GUADALAJARA (CMM, 21-sep-25): 57.000 y 14%
- 3 REJONES / DESDE ALBACETE (CMM, 14-sep-25): 57.000 y 14%



TV3 (Cataluña)

- 1 MERCE PIROMUSICAL (TV3, 28-sep-25): 585.000 y 30,1%
- 2 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 08-sep-25): 493.000 y 28%
- 3 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 11-sep-25): 474.000 y 26,1%



TVG (Galicia)

- 1 LUAR (TVG, 12-sep-25): 102.000 y 16,6%
- 2 LAND ROBER TUNAI SHOW (TVG, 11-sep-25): 96.000 y 14,4%
- 3 DEPORTES 2 (TVG, 14-sep-25): 94.000 y 12,6%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 +TN (TELEMADRID, 24-sep-25): 160.000 y 17,9%
- 2 EL ANALISIS:DIARIO DE LA NOCHE (TELEMADRID, 23-sep-25): 147.000 y 9,5%
- 3 EL ANALISIS:DIARIO DE LA NOCHE (TELEMADRID, 15-sep-25): 143.000 y 9,7%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 16-sep-25): 38.000 y 13,4%
- 2 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 07-sep-25): 26.000 y 7,2%
- 3 ROMERIA DE LA VIRGEN DE LA FUENSANTA (LA 7TV, 16-sep-25): 26.000 y 17,7%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 09-sep-25): 131.000 y 24%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 22-sep-25): 122.000 y 19,8%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 11-sep-25): 118.000 y 22,3%



A PUNT (Valencia)

- 1 NTC MIGDIA (A PUNT, 29-sep-25): 177.000 y 15,7%
- 2 NTC ESPORTS 1 (A PUNT, 29-sep-25): 170.000 y 13,5%
- 3 NTC ORATGE 1 (A PUNT, 29-sep-25): 167.000 y 13,4%



LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / HARRY POTTER Y EL PRISIONERO DE AZKABAN (WARNER TV, 21-sep-25): 77.000 y 0,7%
- 2 CINE / THE EQUALIZER 3 (AXN, 14-sep-25): 67.000 y 0,6%
- 3 CINE / THE EQUALIZER 2 (AXN, 14-sep-25): 62.000 y 0,7%



ENTRETENIMIENTO

- 1 69TH BALLON D'OR CEREMONY (MOVISTAR PLUS+, 22-sep-25): 455.000 y 3,9%
- 2 LEO TALKS (MOVISTAR PLUS+, 28-sep-25): 53.000 y 0,5%
- 3 LALIGA VS:LA FUERZA DE NUESTRO FUTBOL (LALIGA TV HYPERMOTION, 07-sep-25): 31.000 y 0,3%



SERIES

- 1 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 05-sep-25): 42.000 y 0,5%
- 2 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 28-sep-25): 40.000 y 1,2%
- 3 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 16-sep-25): 37.000 y 0,4%



INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.JAPON (DAZN 1, 28-sep-25): 22.000 y 0,8%
- 2 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / OPERACION NENUFAR(EL CASO ASUNTA) (AMC CRIME, 20-sep-25): 15.000 y 0,2%
- 3 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / JURADO POR UN DIA:CASO ASUNTA (AMC CRIME, 20-sep-25): 10.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 INFORME+ / ALVARO BENITO:CICATRICES (MOVISTAR PLUS+, 21-sep-25): 49.000 y 0,6%
- 2 REVELADO / JULIAN ALVAREZ (DAZN LaLiga, 21-sep-25): 45.000 y 0,5%
- 3 WILD LAPONIA (NGC WILD, 18-sep-25): 36.000 y 0,4%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-R.MADRID (DAZN LaLiga, 27-sep-25): 1.090.000 y 12,9%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-GETAFE (DAZN LaLiga, 21-sep-25): 1.043.000 y 9%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-OLYMPIQUE MARSELLA (LIGA DE CAMPEONES por M+, 16-sep-25): 1.030.000 y 8,9%



ANIMACIÓN

- 1 UNA CASA DE LOCOS (NICKELODEON, 09-sep-25): 38.000 y 0,4%
- 2 MARVEL IRON MAN AND HIS AWESOME FRIENDS (DISNEY JUNIOR, 23-sep-25): 35.000 y 0,4%
- 3 UNA CASA DE LOCOS (NICKELODEON, 06-sep-25): 32.000 y 0,4%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 25,9% de cuota.

- ▶ MEDIASET (23,6%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (17,6%), 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	25,9%	36,5 mill.	77,7%
	MEDIASET	23,6%	36,4 mill.	77,4%
	GRUPO RTVE	17,6%	35,9 mill.	76,2%
	FORTA	8,3%	25,9 mill.	55,1%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	18,4 mill.	39,0%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,3%	18,1 mill.	38,4%

MEDIASET: T5, CUATRO, FDF-T5, DIVINITY, ENERGY, BOING, BEMADtv / ATRESMEDIA: A3, LA SEXTA, NEOX, NOVA, MEGA, ATRESERIES. / RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDIESTE, 24H. / SQUIRREL MEDIA: PARAMOUNT CHANNEL, SQUIRREL Y BOM Cine. / UNIDAD EDITORIAL: DISCOVERY MAX y VEO 7. / FORTA: TV Autonómicas incluidas en la Federación.



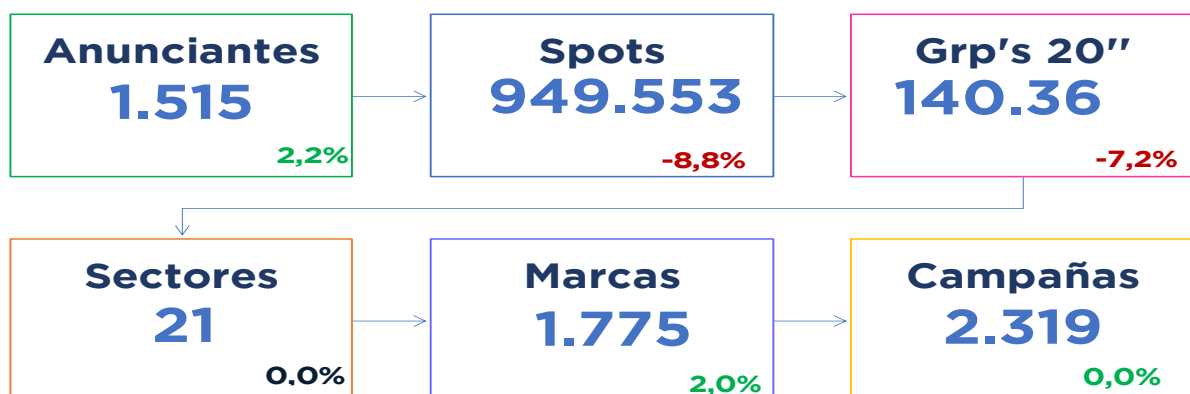
ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Desciende la presión publicitaria de GRPs en -7,2% y el número de campañas activas un 0,0%.

El spot más visto corresponde a la campaña “BANCO SABADELL” en A3, con 35 Grp's 20" ('DEPORTES 2', 15 septiembre).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** “BBVA/B.BILB.VIZC.ARGE” con 2.275 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 4.875 Grp's 20”.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 2.491 Grp's 20”.
- **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 20% de la presión publicitaria.



*Diferencias sep-25 vs. sep-24

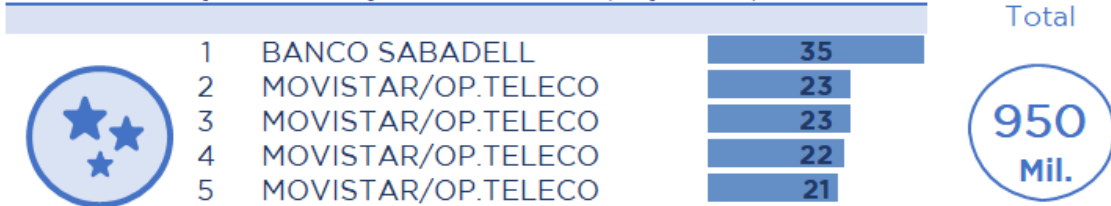


ACTIVIDAD PUBLICITARIA

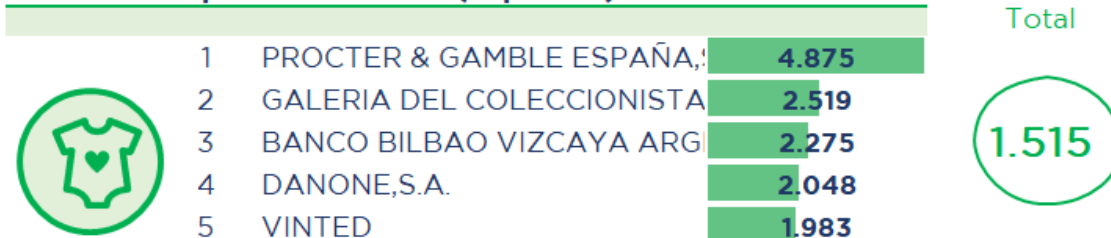
RÁNKINGS PUBLICITARIOS

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

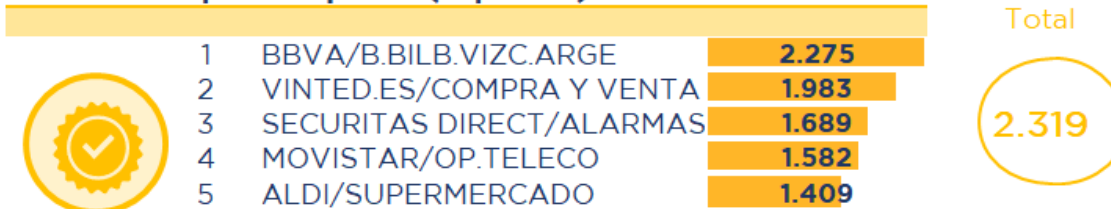
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



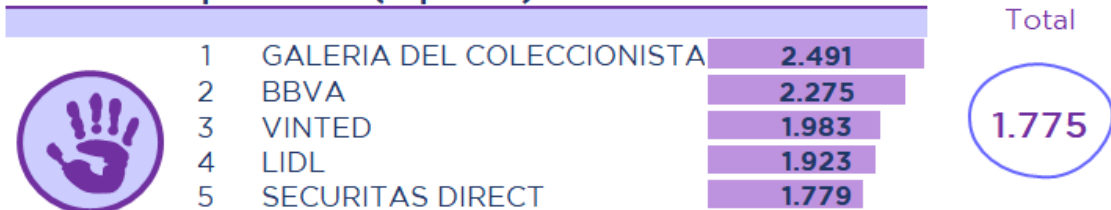
Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



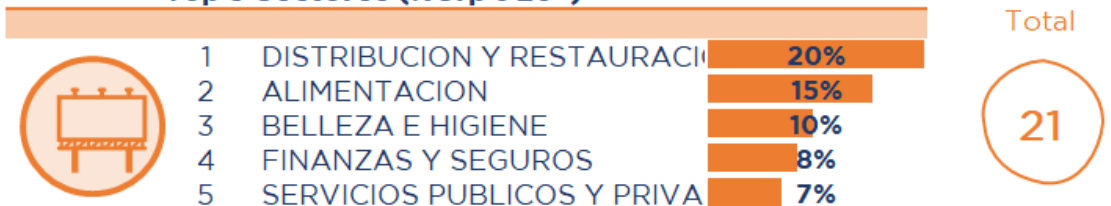
Top 5 Campañas (Grp's 20'')



Top 5 Marcas (Grp's 20'')



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



FICHA TÉCNICA

- **Fuente de los datos: Kantar.**
- El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable “invitados” que comenzó a medir Kantar en 2017.
- En los resultados de consumo televisivo se tiene en cuenta tanto el visionado en lineal como el diferido (audiencia durante los siete días siguientes a la emisión en lineal, que comenzó a medirse en 2015).
- Se incluye la audiencia de las 2ª residencias desde 2020. Desde el informe de ene-2023 también se incluyen las segundas residencias totales para el dato de cadenas Autonómicas, que hasta entonces era en ámbito propio.
- Parámetros extracción de datos: Ind.4+ (inv) | Lineal | TSD | España (+2r Total).
- Fecha: septiembre-2025

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL