

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

ESPAÑA

Diciembre 2025



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

- Titulares destacados.
- Visión Global mercado TV.
- Espectadores Únicos TV Tradicional.
- Consumo TV Tradicional.
- Consumo Híbrido.
- Total Consumo Total Televisor.
- Ránking Cadenas en Abierto.
- Liderazgos demográficos.
- Informativos diarios.
- Emisiones más vistas en Abierto.
- Cadenas Autonómicas.
- Informativos Autonómicas.
- Temáticas de Pago.
- Ránking Temáticas Pago.
- Emisiones más vistas Temáticas de Pago.
- Grupos de Comunicación.
- Actividad Publicitaria.
- Ficha técnica.

Titulares

ESPECTADORES ÚNICOS TOTALES:

✓ Los Espectadores Únicos acumulados en el mes en Televisión Tradicional alcanzan la cifra de 43,8 millones (el 93% de la población de España).

ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:

✓ Un promedio de 27.081.000 españoles ven, cada día, la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 57,5% de la población).

TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):

✓ El tiempo del total consumo del Televisor es de 229 minutos por persona al día (-1', -0,4% vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 351 minutos (+ 1', + 0,3% vs dic-24).

CONSUMO TV TRADICIONAL:

✓ El consumo de Televisión Tradicional es de 291 minutos por espectador al día (-3', -1% vs año anterior) y de 168 minutos por persona al día (-6', -3% vs año anterior).

CONSUMO HÍBRIDO (Otros Consumos Audiovisuales):

✓ El Consumo Híbrido es de 61 minutos por persona al día (+ 5, + 9% vs. año anterior). Por espectador al día el promedio es de 196 minutos (+ 8', + 4% vs. año anterior).

CONSUMO HÍBRIDO EXCLUSIVO:

✓ La audiencia exclusiva diaria del Consumo Híbrido, es decir, el número de personas que usa el televisor para otra actividad diferente a ver la Televisión Tradicional es de 3.461.000 espectadores.

TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:

✓ Atresmedia es el grupo líder con el 25,5% de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 23% y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 18,1%.

TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:

✓ A3 (12,8%) es la cadena líder, por 16 meses consecutivos en solitario. En 2ª posición se sitúa La1 (12,2%). El 3er lugar es para AUT (8,6%).

TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:

✓ TV3 (13,7%) encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota, seguida de ARAGON TV (13,1%) y C.SUR (9,6%) de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.

TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:

✓ El conjunto de Temáticas de Pago firman el 12,2 % de cuota, su máximo mensual, con el siguiente top 3 de cadenas: LALIGA TV por M+ (0,5 %), DAZN LaLiga (0,3 %) y WARNER TV (0,3 %).

EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:

✓ La emisión más vista corresponde a CAMPANADAS FIN DE AÑO (La1, 31-dic-25) con 4.993.000 de audiencia media y 34% de cuota de pantalla.

MINUTO MÁS VISTO DEL MES:

✓ El minuto de oro del mes se produce durante la emisión CAMPANADAS FIN DE AÑO (La1, 31-dic, 00:00h) con una audiencia de 5.823.000 espectadores.

INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:

✓ Los informativos de A3 (2.016.000 de audiencia media y 19,7% de cuota) son los más vistos en España en el promedio de las ediciones de sobremesa y noche de lunes a domingo por 6 años consecutivos.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA:

✓ Se registra actividad de 1.686 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -10,5% y el número de campañas activas suben un +0,7%.

Visión global

Consumo TV Tradicional

291' **-3'** **-1%**
espectador/día

*Dif. dic-25 vs. dic-24

168' **-6'** **-3%**
persona/día

*Dif. dic-25 vs. dic-24

Cadena líder

A3

12,8% **+0,5** *Dif. dic-25 vs. dic-24

Ránking cadenas

| Rnk | Cadena | Cuota | *Dif. dic-25 vs. dic-24 | Espectadores Únicos (000) | Cob% |
|-----|-------------------|-------|-------------------------|---------------------------|-------|
| 1 | A3 | 12,8% | +0,5 | 33.446 | 71,1% |
| 2 | La1 | 12,2% | +1,8 | ★36.004 | 76,5% |
| 3 | AUT | 8,6% | +0,2 | 28.757 | 61,1% |
| 4 | T5 | 8,4% | -0,5 | 30.621 | 65,1% |
| 5 | CUATRO | 5,9% | 0,0 | 31.251 | 66,4% |
| 6 | LA SEXTA | 5,8% | -0,6 | 30.483 | 64,8% |
| 7 | La2 | 3,3% | +0,3 | 27.992 | 59,5% |
| 8 | FDF | 2,4% | 0,0 | 17.942 | 38,1% |
| 9 | ENERGY | 2,3% | +0,1 | 13.712 | 29,1% |
| 10 | TRECE | 2,0% | 0,0 | 14.786 | 31,4% |
| 11 | NOVA | 2,0% | 0,0 | 11.816 | 25,1% |
| 12 | ATRESERIES | 1,9% | -0,1 | 12.403 | 26,4% |
| 13 | NEOX | 1,8% | 0,0 | 19.275 | 41,0% |
| 14 | DMAX | 1,7% | 0,0 | 16.710 | 35,5% |
| 15 | BEMADtv | 1,6% | -0,3 | 17.295 | 36,8% |
| 16 | DIVINITY | 1,3% | -0,5 | 14.371 | 30,5% |
| 17 | MEGA | 1,3% | 0,0 | 14.966 | 31,8% |
| 18 | 24H | 1,2% | +0,1 | 15.312 | 32,5% |
| 19 | BOING | 1,1% | +0,1 | 12.734 | 27,1% |
| 20 | PARAMOUNT NETWORK | 1,0% | -0,5 | 15.215 | 32,3% |
| 21 | DKISS | 1,0% | -0,1 | 11.348 | 24,1% |
| 22 | TEN | 1,0% | -0,4 | 10.436 | 22,2% |
| 23 | VEO 7 | 0,9% | - | 11.768 | 25,0% |
| 24 | SQUIRREL | 0,9% | - | 12.219 | 26,0% |
| 25 | CLAN | 0,8% | +0,1 | 12.787 | 27,2% |
| 26 | TELEDEPORTE | 0,6% | +0,2 | 12.094 | 25,7% |
| 27 | REAL MADRID HD | 0,6% | 0,0 | 10.509 | 22,3% |
| 28 | AUT PRIV | 0,3% | 0,0 | 5.359 | 11,4% |
| 29 | BOM Cine | 0,3% | -0,1 | 5.985 | 12,7% |

Espectadores Únicos TV Tradicional

ACUMULADO MENSUAL

43.777.00

Cobertura mes

93,0 %

PROMEDIO DIARIO

27.081.00

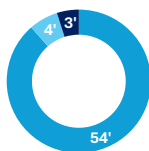
Cobertura día

57,5 %

Consumo Híbrido

61' **+5'** **9%**
persona/día

■ INTERNET
■ PLAY
■ OTROS



Consumo TOTAL TELEVISOR

229' **-1'** **0%** **351'** **+1'** **0%**
persona/día espectador/día

*Dif. dic-25 vs. dic-24

Emisión más vista

La1

CAMPANADAS FIN DE AÑO, 31-dic-25

4.993.000 de audiencia media y 34%

Temáticas Pago= 12,2% (+0,6) **Máximo mensual**

★ **MINUTO MÁS VISTO**

5.823.000

CAMPANADAS FIN DE AÑO

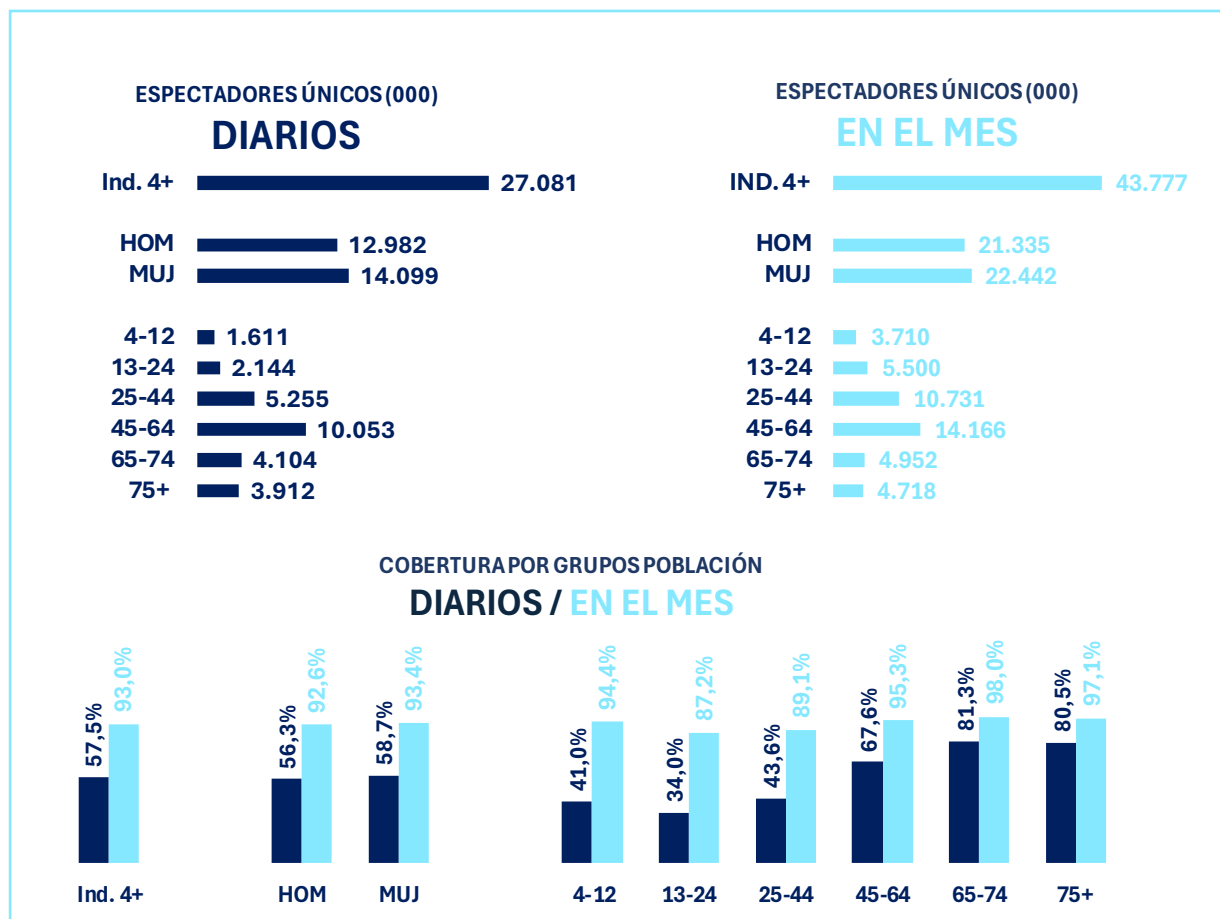
La1, 31-dic, 00:00h

Espectadores Únicos TV Tradicional

Los espectadores únicos acumulados en el mes de diciembre 2025 alcanzan la cifra de 43.777.000, que representa el 93% de la población de España, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

27.081.000 de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 57,5% de la población.

Por otro lado, se registran 3.281.000 'telefónicos', es decir, españoles que no han visto en ningún momento la televisión, esto supone el 7% de la población de España.

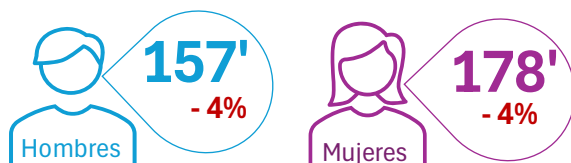


Consumo TV Tradicional

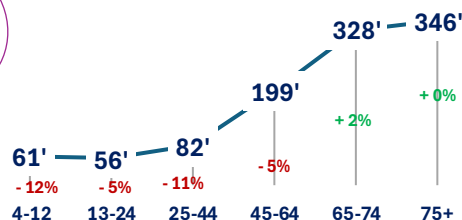
El tiempo de consumo de TV Tradicional por espectador* al día es de 291 minutos (-3 minutos, -1%, con respecto al año pasado).

El tiempo de consumo de TV Tradicional por persona* al día es de 168 minutos (-6 minutos, -3%, con respecto al año pasado).

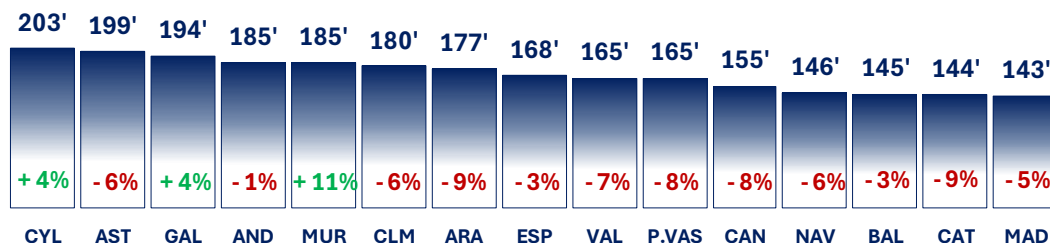
Los grupos sociodemográficos que más tiempo dedican al día a ver televisión son: por sexos, las mujeres (178') y, por cortes de edad, las personas de 64 a 74 años (328') y los mayores de 74 años (346').



Minutos persona/día por cortes de edad:



Minutos persona/día por regiones:



*Diferencias dic-25 vs. dic-24

* Persona: sobre el total universo poblacional de España= 47.058.000 individuos.

* Espectador: sobre el total de los que ven televisión (Espectadores Únicos)= 27.081.000 individuos.

Consumo Híbrido

El tiempo del Consumo Híbrido ('Otros Consumos Audiovisuales') es de 61 minutos por persona al día (+9 con respecto a diciembre 2024).

Esta modalidad de consumo representa el 27% del total uso del televisor en España y se compone de <Internet / Streaming> (54 minutos), <Play / Vídeo grabado> (4 minutos) y <Otros / videojuegos y radio> (3 minutos).

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 Tradicional es de 3.461.000 espectadores.

61'
MINUTOS
PERSONA/DÍA **+5'**
9%

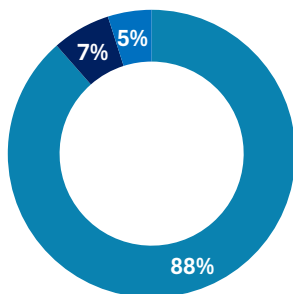
*Dif. dic-25 vs. dic-24

36,3
MILLONES
ESPECTADORES ÚNICOS
TOTALES

14,6
MILLONES
ESPECTADORES ÚNICOS
DIARIOS

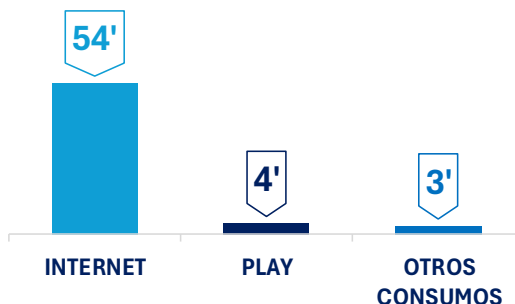
“INTERNET”

Streaming y consumo de video
"No identificado" como televisión
cuyo origen es Internet.



“PLAY”

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



“OTROS”

Videojuegos y Radio TDT.

Total Consumo Televisor

El tiempo total de uso del televisor, Tradicional + Híbrido, es de 229 minutos por persona al día (-1 minutos, -0,4%, con respecto a diciembre 2024) y de 351 minutos por espectador al día (+1 minutos, +0,3%, con respecto al pasado año).

En las siguientes tablas se desglosan los resultados de las modalidades:

TERMÓMETRO DEL USO DEL TELEVISOR: TELEVISIÓN TRADICIONAL + CONSUMO HÍBRIDO

MÉTRICAS

| | TELEVISIÓN TRADICIONAL | *Dif. dic-25 vs. dic-24 | | CONSUMO HÍBRIDO | *Dif. dic-25 vs. dic-24 | | TOTAL TELEVISOR | *Dif. dic-25 vs. dic-24 | |
|------------------------------------|------------------------|-------------------------|-----|-----------------|-------------------------|-----|-----------------|-------------------------|-------|
| Minutos diarios por persona | 168' 2h:48m | -6' | -3% | 61' 1h:01m | +5' | +9% | 229' 3h:49m | -1' | -0,4% |
| Minutos diarios por espectador | 291' 4h:51m | -3' | -1% | 196' 3h:16m | +8' | +4% | 351' 5h:23m | +1' | +0,3% |
| Espectadores únicos diarios (000) | 27.081 | -462 | -2% | 14.628 | +755 | +5% | 30.542 | -97 | -0,3% |
| Cobertura diaria total población% | 57,5% | -2 | -3% | 31,1% | +1 | +4% | 64,9% | -1 | -1,2% |
| Espectadores únicos totales (000) | 43.777 | -58 | -0% | 36.257 | +1.121 | +3% | 45.155 | +150 | +0,3% |
| Cobertura mensual total población% | 93% | -1 | -1% | 77% | +2 | +2% | 96% | -1 | -0,5% |

TARGETS

| Minutos de consumo diarios por persona | TELEVISIÓN TRADICIONAL | *Dif. dic-25 vs. dic-24 | | CONSUMO HÍBRIDO | *Dif. dic-25 vs. dic-24 | | TOTAL TELEVISOR | *Dif. dic-25 vs. dic-24 | |
|--|------------------------|-------------------------|------|-----------------|-------------------------|------|-----------------|-------------------------|-----|
| Ind. 4+ (inv) | 168' 2h:48m | -6' | -3% | 61' 1h:01m | +5' | +9% | 229' 3h:49m | -1' | -0% |
| HOM | 157' 2h:37m | -6' | -4% | 61' 1h:01m | +3' | +5% | 218' 3h:38m | -3' | -1% |
| MUJ | 178' 2h:58m | -7' | -4% | 61' 1h:01m | +7' | +13% | 239' 3h:59m | 0' | 0% |
| 4-12 | 61' 1h:01m | -8' | -12% | 69' 1h:09m | +7' | +11% | 129' 2h:09m | -2' | -2% |
| 13-24 | 56' 0h:56m | -3' | -5% | 46' 0h:46m | +4' | +10% | 103' 1h:43m | +2' | +2% |
| 25-44 | 82' 1h:22m | -10' | -11% | 73' 1h:13m | +3' | +4% | 155' 2h:35m | -7' | -4% |
| 45-64 | 199' 3h:19m | -11' | -5% | 71' 1h:11m | +5' | +8% | 270' 4h:30m | -6' | -2% |
| 65-74 | 328' 5h:28m | +6' | +2% | 48' 0h:48m | +6' | +14% | 377' 6h:17m | +14' | +4% |
| 75+ | 346' 5h:46m | +1' | +0% | 27' 0h:27m | +5' | +23% | 373' 6h:13m | +6' | +2% |

Ránking cadenas en Abierto

La cadena más vista en España es A3 con el 12,8% de cuota de pantalla y 33.446.000 de espectadores únicos en el mes.

Los espectadores únicos del total cadenas en Abierto son 43.361.000 espectadores, el 92,1% de la población.

- A3 (12,8%) es la cadena líder, por 16 meses consecutivos en solitario.
- En 2ª posición se sitúa La1 (12,2%).
- El 3er lugar es para AUT (8,6%).
- El cuarto puesto es para T5 (8,4%).
- CUATRO (5,9%) ocupa la 5ª posición y LA SEXTA (5,8%) la 6ª. Cuatro no superaba a laSexta desde junio 2021.
- Les siguen La2 (3,3%), FDF (2,4%), ENERGY (2,3%) y TRECE (2%) para completar la tabla de las diez primeras.
- Máximo mensual de TEMATICAS PAGO y VEO 7.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las Temáticas de Pago (12,2%) se analizan en un epígrafe independiente.

Ránking cadenas en Abierto

| Rnk | Cadena | Cuota | *Dif. dic-25 vs. dic-24 | Espectadores Únicos (000) | Cob% |
|-----|-------------------|-------|----------------------------|------------------------------|-------|
| 1 | A3 | 12,8% | +0,5 | 33.446 | 71,1% |
| 2 | La1 | 12,2% | +1,8 | ★ 36.004 | 76,5% |
| 3 | AUT | 8,6% | +0,2 | 28.757 | 61,1% |
| 4 | T5 | 8,4% | -0,5 | 30.621 | 65,1% |
| 5 | CUATRO | 5,9% | 0,0 | 31.251 | 66,4% |
| 6 | LA SEXTA | 5,8% | -0,6 | 30.483 | 64,8% |
| 7 | La2 | 3,3% | +0,3 | 27.992 | 59,5% |
| 8 | FDF | 2,4% | 0,0 | 17.942 | 38,1% |
| 9 | ENERGY | 2,3% | +0,1 | 13.712 | 29,1% |
| 10 | TRECE | 2,0% | 0,0 | 14.786 | 31,4% |
| 11 | NOVA | 2,0% | 0,0 | 11.816 | 25,1% |
| 12 | ATRESERIES | 1,9% | -0,1 | 12.403 | 26,4% |
| 13 | NEOX | 1,8% | 0,0 | 19.275 | 41,0% |
| 14 | DMAX | 1,7% | 0,0 | 16.710 | 35,5% |
| 15 | BEMADtv | 1,6% | -0,3 | 17.295 | 36,8% |
| 16 | DIVINITY | 1,3% | -0,5 | 14.371 | 30,5% |
| 17 | MEGA | 1,3% | 0,0 | 14.966 | 31,8% |
| 18 | 24H | 1,2% | +0,1 | 15.312 | 32,5% |
| 19 | BOING | 1,1% | +0,1 | 12.734 | 27,1% |
| 20 | PARAMOUNT NETWORK | 1,0% | -0,5 | 15.215 | 32,3% |
| 21 | DKISS | 1,0% | -0,1 | 11.348 | 24,1% |
| 22 | TEN | 1,0% | -0,4 | 10.436 | 22,2% |
| 23 | VEO 7 | 0,9% | - | 11.768 | 25,0% |
| 24 | SQUIRREL | 0,9% | - | 12.219 | 26,0% |
| 25 | CLAN | 0,8% | +0,1 | 12.787 | 27,2% |
| 26 | TELEDEPORTE | 0,6% | +0,2 | 12.094 | 25,7% |
| 27 | REAL MADRID HD | 0,6% | 0,0 | 10.509 | 22,3% |
| 28 | AUT PRIV | 0,3% | 0,0 | 5.359 | 11,4% |
| 29 | BOM Cine | 0,3% | -0,1 | 5.985 | 12,7% |



Temáticas Pago= 12,2% (+0,6)

Liderazgos Demográficos

◇ A3 es líder en total Individuos (12,8%), en mujeres (14,8%), en el grupo de 65 a 74 años (14,2%) y en mayores de 75 años (17,5%).

◇ La1 líder en hombres (12,1%), en jóvenes de 13 a 24 años (12%), en adultos jóvenes de 25 a 44 años (11%), en maduros de 45 a 64 años (12,2%) y "Target Comercial" (12,4%).

◇ BOING líder en niños de 4 a 12 años (14,6%)

En las siguientes tablas se detallan los liderazgos por targets, regiones, franjas y días.

| LIDERAZGOS CUOTAS | | | | |
|-------------------|---|-------|-----------|-----------|
| TARGETS | | | | |
| Targets | | LÍDER | 2ª OPCIÓN | 3ª OPCIÓN |
| Ind. 4+ (inv) | → | A3 | La1 | T5 |
| HOM | → | La1 | A3 | LA SEXTA |
| MUJ | → | A3 | La1 | T5 |
| 4-12 | → | BOING | A3 | CLAN |
| 13-24 | → | La1 | A3 | T5 |
| 25-44 | → | La1 | A3 | T5 |
| 45-64 | → | La1 | A3 | T5 |
| 65-74 | → | A3 | La1 | T5 |
| 75+ | → | A3 | La1 | T5 |
| T.COMERCIAL | → | La1 | A3 | T5 |
| AND | → | A3 | La1 | C.SUR |
| CAT | → | TV3 | La1 | A3 |
| EUS | → | La1 | ETB2 | T5 |
| GAL | → | A3 | La1 | TVG |
| MAD | → | La1 | A3 | T5 |
| C.V | → | A3 | La1 | T5 |
| CLM | → | A3 | La1 | T5 |
| CAN | → | A3 | T5 | TVCAN |
| ARA | → | A3 | La1 | ARAGON TV |
| AST | → | A3 | La1 | T5 |
| BAL | → | La1 | A3 | T5 |
| MUR | → | La1 | A3 | T5 |
| CYL | → | A3 | La1 | T5 |
| NAV | → | La1 | A3 | T5 |
| RES | → | La1 | A3 | T5 |

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS

| MAÑANA | SOBREMESA | TARDE |
|------------|------------|-----------|
| La1 | A3 | La1 |
| PRIME-TIME | LATE-NIGHT | MADRUGADA |
| A3 | La1 | La1 |

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

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

CADENA LÍDER NÚMERO DE DÍAS LÍDER

21

A3

10

La1

Informativos diarios

Los informativos de A3 (2.016.000 de audiencia media y 19,7% de cuota) son los más vistos en España en el promedio de las ediciones de sobremesa y noche de lunes a domingo por 6 años consecutivos.

Los segundos informativos más vistos son los de La1 (1.375.000 de audiencia media y 13,5% de cuota).

Y en tercer lugar se sitúan los informativos de T5 (807.000 de audiencia media y 7,9% de cuota).

TOTAL EDICIONES (Lunes - Domingo)

| RK | Cadena | Nº Emis. | Audi.Med. (000) | Cuota | Esp. Úni. (000) | Cobertura % |
|----|----------|----------|-----------------|-------|-----------------|-------------|
| 1 | A3 | 62 | 2.016 | 19,7% | 23.053 | 49% |
| 2 | La1 | 61 | 1.375 | 13,5% | 23.133 | 49% |
| 3 | T5 | 62 | 807 | 7,9% | 16.391 | 35% |
| 4 | LA SEXTA | 62 | 609 | 7,1% | 17.746 | 38% |
| 5 | CUATRO | 62 | 507 | 6,2% | 18.312 | 39% |

Legenda de títulos por cadenas:

- ◇ A3: ANTENA 3 NOTICIAS 1-ANTENA 3 NOTICIAS 2-ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA-ANTENA 3 NOTICIAS 2 FIN DE SEMANA
- ◇ La1: TELEDIARIO 1-TELEDIARIO 2-TELED. FIN SEMANA 1-TELED. FIN SEMANA 2
- ◇ T5: INFORMATIVOS T5 15:00-INFORMATIVOS T5 21:00
- ◇ LA SEXTA: LA SEXTA NOTICIAS 14H-LA SEXTA NOTICIAS 20H
- ◇ CUATRO: NOTICIAS CUATRO 1-NOTICIAS CUATRO 2

Informativos diarios

En las siguientes tablas se detalla el ranking por ediciones:

TOTAL EDICIONES (Lunes - Domingo)

| RK | Cadena | Nº Emis. | Audi.Med. (000) | Cuota | Esp. Úni. (000) | Cobertura % |
|----|----------|----------|-----------------|-------|-----------------|-------------|
| 1 | A3 | 62 | 2.016 | 19,7% | 23.053 | 49% |
| 2 | La1 | 61 | 1.375 | 13,5% | 23.133 | 49% |
| 3 | T5 | 62 | 807 | 7,9% | 16.391 | 35% |
| 4 | LA SEXTA | 62 | 609 | 7,1% | 17.746 | 38% |
| 5 | CUATRO | 62 | 507 | 6,2% | 18.312 | 39% |

EDICIÓN SOBREMESA (L-D)

| RNK | Cadena | Audi.Med. (000) | Cuota |
|-----|----------|-----------------|-------|
| 1 | A3 | 2.089 | 23,0% |
| 2 | La1 | 1.301 | 14,3% |
| 3 | T5 | 788 | 8,7% |
| 4 | LA SEXTA | 553 | 7,5% |
| 5 | CUATRO | 477 | 7,0% |

EDICIÓN NOCHE (L-D)

| RNK | Cadena | Audi.Med. (000) | Cuota |
|-----|----------|-----------------|-------|
| 1 | A3 | 1.946 | 17,1% |
| 2 | La1 | 1.456 | 12,8% |
| 3 | T5 | 827 | 7,3% |
| 4 | LA SEXTA | 660 | 6,8% |
| 5 | CUATRO | 539 | 5,6% |

TOTAL EDICIONES (Lunes - Viernes)

| RK | Cadena | Nº Emis. | Audi.Med. (000) | Cuota | Esp. Úni. (000) | Cobertura % |
|----|----------|----------|-----------------|-------|-----------------|-------------|
| 1 | A3 | 46 | 2.148 | 20,9% | 20.520 | 44% |
| 2 | La1 | 45 | 1.395 | 13,7% | 20.258 | 43% |
| 3 | T5 | 46 | 806 | 7,9% | 14.092 | 30% |
| 4 | LA SEXTA | 46 | 606 | 7,0% | 14.512 | 31% |
| 5 | CUATRO | 46 | 477 | 5,9% | 14.658 | 31% |

EDICIÓN SOBREMESA (L-V)

| RNK | Cadena | Audi.Med. (000) | Cuota |
|-----|----------|-----------------|-------|
| 1 | A3 | 2.148 | 23,8% |
| 2 | La1 | 1.322 | 14,6% |
| 3 | T5 | 813 | 9,0% |
| 4 | LA SEXTA | 568 | 7,5% |
| 5 | CUATRO | 457 | 6,7% |

EDICIÓN NOCHE (L-V)

| RNK | Cadena | Audi.Med. (000) | Cuota |
|-----|----------|-----------------|-------|
| 1 | A3 | 2.148 | 18,8% |
| 2 | La1 | 1.472 | 12,9% |
| 3 | T5 | 799 | 7,0% |
| 4 | LA SEXTA | 639 | 6,7% |
| 5 | CUATRO | 500 | 5,2% |

TOTAL EDICIONES (Sábado y Domingo)

| RK | Cadena | Nº Emis. | Audi.Med. (000) | Cuota | Esp. Úni. (000) | Cobertura % |
|----|----------|----------|-----------------|-------|-----------------|-------------|
| 1 | A3 | 16 | 1.698 | 16,7% | 13.976 | 30% |
| 2 | La1 | 16 | 1.319 | 13,0% | 14.145 | 30% |
| 3 | T5 | 16 | 810 | 8,0% | 8.765 | 19% |
| 4 | LA SEXTA | 16 | 615 | 7,5% | 10.418 | 22% |
| 5 | CUATRO | 16 | 592 | 7,1% | 10.606 | 23% |

EDICIÓN SOBREMESA (SyD)

| RNK | Cadena | Audi.Med. (000) | Cuota |
|-----|----------|-----------------|-------|
| 1 | A3 | 1.946 | 21,3% |
| 2 | La1 | 1.247 | 13,6% |
| 3 | T5 | 714 | 7,9% |
| 4 | CUATRO | 536 | 7,8% |
| 5 | LA SEXTA | 523 | 7,6% |

EDICIÓN NOCHE (SyD)

| RNK | Cadena | Audi.Med. (000) | Cuota |
|-----|----------|-----------------|-------|
| 1 | A3 | 1.461 | 13,1% |
| 2 | La1 | 1.408 | 12,5% |
| 3 | T5 | 904 | 8,1% |
| 4 | LA SEXTA | 717 | 7,3% |
| 5 | CUATRO | 652 | 6,6% |

Emisiones más vistas en Abierto

La emisión más vista del mes en España corresponde a **CAMPANADAS FIN DE AÑO (La1)** con **4.993.000** de audiencia media y **34%** de cuota.

En la siguiente tabla se detallan el TOP 25 de emisiones:

| RNK | Título/Descripción | Cadena | Fecha | Cuota | Audiencia Media (000) | Espectadores únicos (000) |
|-----|---|--------|-----------|-------|-----------------------|---------------------------|
| 1 | CAMPANADAS FIN DE AÑO | La1 | 31-dic-25 | 34,0% | 4.993 | 8.389 |
| 2 | LA CASA DE LA MUSICA | La1 | 31-dic-25 | 33,4% | 3.908 | 6.266 |
| 3 | FELIZ 2026 | La1 | 31-dic-25 | 32,0% | 3.584 | 12.314 |
| 4 | EL JUEGO DEL CAMELAR | La1 | 31-dic-25 | 34,6% | 3.583 | 6.070 |
| 5 | CAMPANADAS 2025 | A3 | 31-dic-25 | 22,8% | 3.273 | 6.530 |
| 6 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 01-dic-25 | 20,7% | 2.582 | 3.868 |
| 7 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 04-dic-25 | 21,3% | 2.538 | 3.754 |
| 8 | FUTBOL:COPA DEL REY / TALAVERA-R.MADRID | La1 | 17-dic-25 | 19,1% | 2.492 | 6.584 |
| 9 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 22-dic-25 | 20,3% | 2.424 | 3.490 |
| 10 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 11-dic-25 | 20,6% | 2.421 | 3.652 |
| 11 | ANTENA 3 NOTICIAS 1 | A3 | 23-dic-25 | 25,8% | 2.415 | 3.279 |
| 12 | ANTENA 3 NOTICIAS 1 | A3 | 02-dic-25 | 25,0% | 2.393 | 3.390 |
| 13 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 15-dic-25 | 19,5% | 2.390 | 3.594 |
| 14 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 03-dic-25 | 19,2% | 2.370 | 3.754 |
| 15 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 18-dic-25 | 20,1% | 2.359 | 3.571 |
| 16 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 16-dic-25 | 18,8% | 2.335 | 3.531 |
| 17 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 17-dic-25 | 19,0% | 2.331 | 3.569 |
| 18 | ANTENA 3 NOTICIAS 1 | A3 | 17-dic-25 | 25,4% | 2.318 | 3.104 |
| 19 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 29-dic-25 | 20,5% | 2.290 | 3.548 |
| 20 | PASAPALABRA | A3 | 01-dic-25 | 21,5% | 2.280 | 4.304 |
| 21 | ANTENA 3 NOTICIAS 1 | A3 | 16-dic-25 | 24,0% | 2.276 | 3.205 |
| 22 | ANTENA 3 NOTICIAS 1 | A3 | 15-dic-25 | 23,7% | 2.267 | 3.150 |
| 23 | ANTENA 3 NOTICIAS 1 | A3 | 11-dic-25 | 25,5% | 2.258 | 3.227 |
| 24 | ANTENA 3 NOTICIAS 2 | A3 | 23-dic-25 | 20,1% | 2.246 | 3.415 |
| 25 | PASAPALABRA | A3 | 04-dic-25 | 22,1% | 2.245 | 3.936 |

Lo más visto por géneros



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / SIN TIEMPO PARA MORIR (La1, 14-dic-25): 1.393.000 y 13,7%
- 2 PLAN DE C1NE / UN DON EXCEPCIONAL (La1, 27-dic-25): 1.386.000 y 13,4%
- 3 MULTICINE / NAVIDAD EN LAS TIERRAS ALTAS (A3, 14-dic-25): 1.188.000 y 12,1%



ENTRETENIMIENTO (Entretenimiento, Concursos, Factual)

- 1 LA CASA DE LA MUSICA (La1, 31-dic-25): 3.908.000 y 33,4%
- 2 FELIZ 2026 (La1, 31-dic-25): 3.584.000 y 32%
- 3 EL JUEGO DEL CAMELAR (La1, 31-dic-25): 3.583.000 y 34,6%



SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 23-dic-25): 1.392.000 y 15,2%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 22-dic-25): 1.341.000 y 14,3%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 04-dic-25): 1.321.000 y 14,7%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 01-dic-25): 2.582.000 y 20,7%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 04-dic-25): 2.538.000 y 21,3%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 22-dic-25): 2.424.000 y 20,3%



CULTURALES

- 1 2025 EN LA FAMILIA REAL (La1, 24-dic-25): 1.473.000 y 17,4%
- 2 CINE DE BARRIO PRESENTACION / SE ARMO EL BELEN (La1, 27-dic-25): 958.000 y 10,5%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ALBONDIGAS DE POLLO CON SALSA DE CALABACIN (A3, 04-dic-25): 890.000 y 17,3%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:COPA DEL REY / TALAVERA-R.MADRID (La1, 17-dic-25): 2.492.000 y 19,1%
- 2 POST FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE FEMENINO / ESPAÑA-ALEMANIA (La1, 02-dic-25): 2.124.000 y 18,8%
- 3 FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE FEMENINO / ESPAÑA-ALEMANIA (La1, 02-dic-25): 1.930.000 y 20,9%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 30-dic-25): 323.000 y 3,5%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 30-dic-25): 321.000 y 3,5%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 22-dic-25): 315.000 y 3,1%

Cadenas Autonómicas

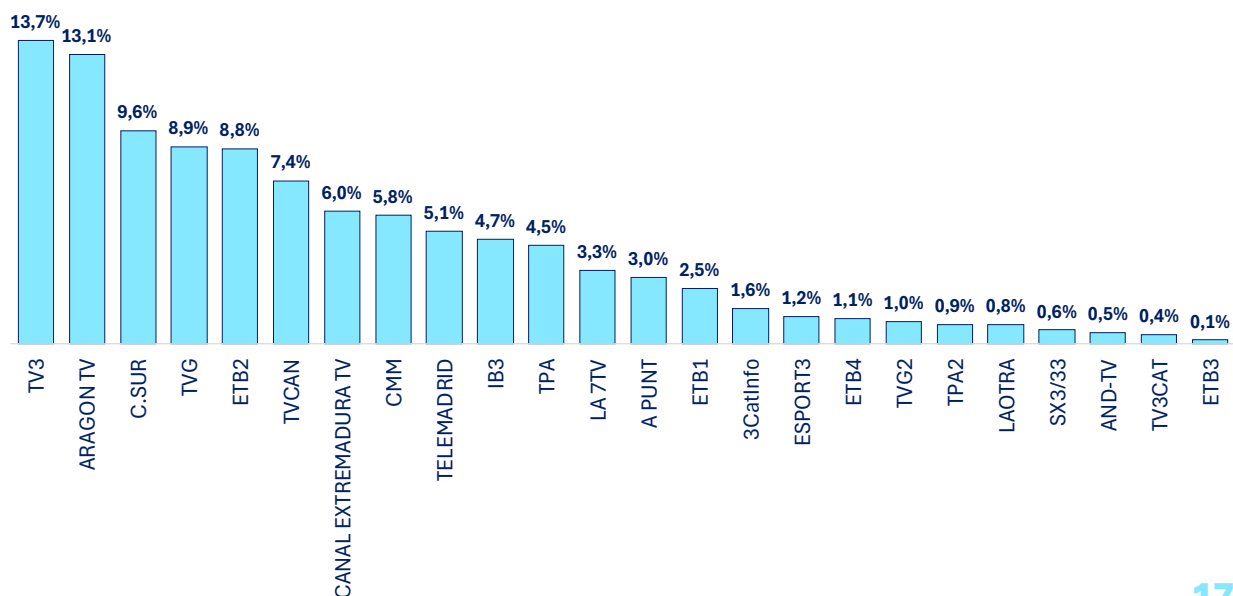
El conjunto del total cadenas Autonómicas en España promedia el 8,6% de cuota de pantalla en diciembre 2025.

El ránking de las diez cadenas Autonómicas con mayor cuota de pantalla es el siguiente TV3 (13,7%), ARAGON TV (13,1%), C.SUR (9,6%), TVG (8,9%), ETB2 (8,8%), TVCAN (7,4%), CANAL EXTREMADURA TV (6%), CMM (5,8%), TELEMADRID (5,1%) y IB3 (4,7%).

El número de espectadores únicos en el mes de las cadenas Autonómicas es de 28.757.000, una cobertura del 61,1% de la población nacional.

Aragón TV y La7TV logran el mejor diciembre de su historia y Televisión Canaria firma su mejor diciembre de los últimos 12 años.

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



Cadenas Autonómicas

|  Andalucía | | | |
|--|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| C.SUR | 9,6% → | 5.532 | 66,3% |
| AND-TV | 0,5% → | 2.530 | 30,3% |


|  Aragón | | | |
|---|---------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| ARAGON TV | 13,1% → | 949 | 73,0% |

|  Asturias | | | |
|--|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| TPA | 4,5% → | 606 | 61,5% |
| TPA2 | 0,9% → | 347 | 35,2% |

|  Balears | | | |
|--|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| IB3 | 4,7% → | 542 | 45,3% |

|  Canarias | | | |
|---|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| TVCAN | 7,4% → | 1.376 | 62,9% |


|  Castilla La Mancha | | | |
|--|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| CMM | 5,8% → | 1.205 | 59,0% |

|  Cataluña | | | |
|---|---------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| TV3 | 13,7% → | 4.428 | 56,9% |
| 3CatInfo | 1,6% → | 2.671 | 34,3% |
| SX3/33 | 0,6% → | 2.187 | 28,1% |
| TV3CAT | 0,4% → | 358 | 17,0% |
| ESPORT3 | 1,2% → | 2.068 | 26,6% |

|  Extremadura | | | |
|--|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| C. EXT | 6,0% → | 688 | 67,6% |

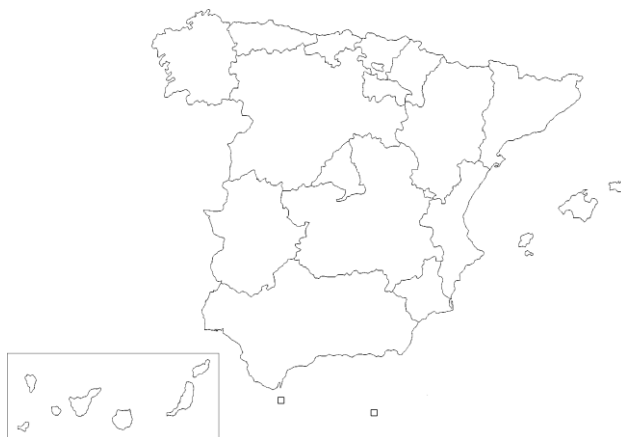
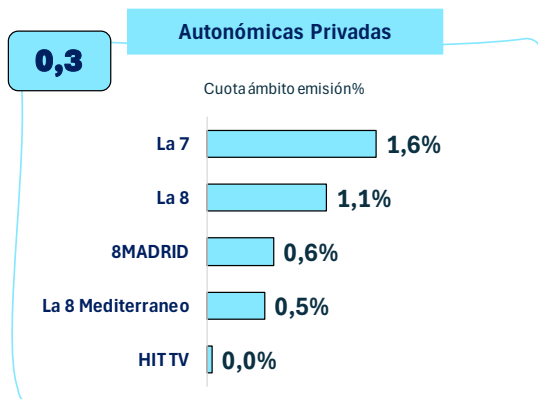
|  Galicia | | | |
|---|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| TVG | 8,9% → | 1.780 | 67,7% |
| TVG2 | 1,0% → | 1.227 | 46,6% |

|  Madrid | | | |
|---|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| TELEMADRID | 5,1% → | 3.402 | 49,8% |
| LAOTRA | 0,8% → | 2.140 | 31,4% |

|  País Vasco | | | |
|--|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| ETB1 | 2,5% → | 1.111 | 51,4% |
| ETB2 | 8,8% → | 1.461 | 67,6% |
| ETB3 | 0,1% → | 359 | 16,6% |
| ETB4 | 1,1% → | 655 | 30,3% |

|  Murcia | | | |
|---|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| LA 7TV | 3,3% → | 950 | 62,6% |

|  Valencia | | | |
|---|--------|---------------|-------|
| | cuota | ESP. ÚN.(000) | Cob% |
| A PUNT | 3,0% → | 2.503 | 48,1% |



Informativos Autonómicas

En el promedio de las ediciones de sobremesa y noche de lunes a domingo, los informativos que consiguen una mayor cuota de pantalla son los de ARAGON TV con el 23,3%.

Por títulos, los tres informativos que consiguen mejores resultados de cuota son:

- ◇ ARAGON NOTICIAS 1 / ARAGON TV= 31,2%.
- ◇ TELENOTICIES MIGDIA / TV3= 25,1%.
- ◇ TELEBERRI 1 / ETB2= 23,4%.

En la siguiente tabla se detallan los resultados por cadenas:

| Cadena | Cuota%AE | | Espectadores Únicos (000) | Cob% |
|------------|----------|---|------------------------------|-------|
| ARAGON TV | 23,3% | → | 687 | 52,8% |
| TV3 | 23,3% | → | 3.531 | 45,4% |
| ETB2 | 20,9% | → | 982 | 45,5% |
| TVG | 12,3% | → | 1.079 | 41,0% |
| TVCAN | 11,5% | → | 854 | 39,0% |
| C.SUR | 10,4% | → | 3.169 | 38,0% |
| TELEMADRID | 9,4% | → | 1.630 | 23,9% |
| IB3 | 7,9% | → | 329 | 27,5% |
| TPA | 7,3% | → | 332 | 33,7% |
| CMM | 7,2% | → | 631 | 30,9% |
| LA 7TV | 5,8% | → | 491 | 32,4% |
| A PUNT | 5,4% | → | 1.212 | 23,3% |

Cadenas Temáticas de Pago

El conjunto de Temáticas de Pago en España promedia el **12,2%** de cuota de pantalla, **MÁXIMO MENSUAL**.

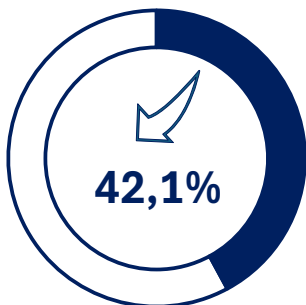
El número de espectadores únicos en el mes de las Temáticas de Pago es de **22.589.000**, una cobertura del **48%** de la población de España.

El ránking de las diez cadenas Temáticas de Pago más vistas está conformado por **LALIGA TV por M+ (0,5%)**, **DAZN LaLiga (0,3%)**, **WARNER TV (0,3%)**, **MOVISTAR PLUS+ (0,3%)**, **STAR CHANNEL (0,3%)**, **CANAL HOLLYWOOD (0,2%)**, **AXN (0,2%)**, **LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%)**, **CALLE 13 (0,1%)** y **SOMOS (0,1%)**.

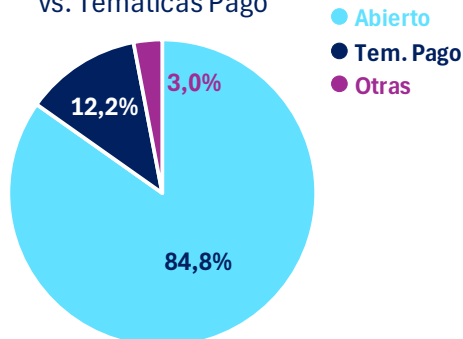
◇ El consumo a través de la TV de Pago representa el **30,9%** del total.

◇ 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 Pago



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



Ránking Temáticas Pago

En la siguiente tabla se detallan los resultados del top 25 cadenas:

| RK | Cadena | Cuota | *Dif. dic-25 vs. dic-24 | Espect. Únicos (000) | Cob% |
|-----------------------|--------------------------|--------------|----------------------------|-------------------------|--------------|
| TEMATICAS PAGO | | 12,2% | +0,6 | 22.589 | 48,0% |
| 1 | LALIGA TV por M+ | 0,5% | 0,0 | 5.328 | 11,3% |
| 2 | DAZN LaLiga | 0,3% | 0,0 | 4.743 | 10,1% |
| 3 | WARNER TV | 0,3% | 0,0 | 5.093 | 10,8% |
| 4 | MOVISTAR PLUS+ | 0,3% | +0,1 | 4.886 | 10,4% |
| 5 | STAR CHANNEL | 0,3% | 0,0 | 4.844 | 10,3% |
| 6 | CANAL HOLLYWOOD | 0,2% | -0,1 | 2.868 | 6,1% |
| 7 | AXN | 0,2% | 0,0 | 3.454 | 7,3% |
| 8 | LIGA DE CAMPEONES por M+ | 0,2% | 0,0 | 3.569 | 7,6% |
| 9 | CALLE 13 | 0,1% | -0,1 | 3.335 | 7,1% |
| 10 | SOMOS | 0,1% | 0,0 | 1.990 | 4,2% |
| 11 | CANAL HISTORIA | 0,1% | -0,1 | 2.358 | 5,0% |
| 12 | AXN MOVIES | 0,1% | 0,0 | 3.556 | 7,6% |
| 13 | SYFY | 0,1% | 0,0 | 2.829 | 6,0% |
| 14 | COMEDY CENTRAL | 0,1% | -0,1 | 3.562 | 7,6% |
| 15 | AMC | 0,1% | 0,0 | 2.462 | 5,2% |
| 16 | NATIONAL GEOGRAPHIC | 0,1% | 0,0 | 2.358 | 5,0% |
| 17 | XTRM | 0,1% | 0,0 | 1.846 | 3,9% |
| 18 | COSMO | 0,1% | 0,0 | 3.795 | 8,1% |
| 19 | DISCOVERY | 0,1% | 0,0 | 2.312 | 4,9% |
| 20 | VAMOS por M+ | 0,1% | 0,0 | 3.204 | 6,8% |
| 21 | AMC CRIME | 0,1% | 0,0 | 941 | 2,0% |
| 22 | EUROSPORT | 0,1% | 0,0 | 1.595 | 3,4% |
| 23 | TCM | 0,1% | 0,0 | 3.799 | 8,1% |
| 24 | DISNEY JUNIOR | 0,1% | 0,0 | 1.557 | 3,3% |
| 25 | VINTV | 0,1% | 0,0 | 1.712 | 3,6% |

Emisiones más vistas

Temáticas de Pago

La emisión más vista de las cadenas Temáticas de Pago en España corresponde a **FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ALAVES-R.MADRID (DAZN LaLiga, 14/12/2025)** con **1.329.000** espectadores de audiencia media y **10,3%** de cuota.

En la siguiente tabla se detallan el TOP 25 de emisiones:

| RNK | Título/Descripción | Cadena | Fecha | Cuota | Audiencia Media (000) | Espectadores únicos (000) |
|-----|--|-------------|------------|-------|-----------------------|---------------------------|
| 1 | FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ALAVES-R.MADRID | DAZN LaLiga | 14/12/2025 | 10,3% | 1.329 | 2.097 |
| 2 | FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-AT.MADRID | LALIGA TV p | 02/12/2025 | 7,9% | 1.047 | 1.547 |
| 3 | FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-CELTA VIGO | LALIGA TV p | 07/12/2025 | 9,1% | 1.028 | 1.550 |
| 4 | FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-MANCHESTER CITY | LIGA DE CAM | 10/12/2025 | 7,5% | 980 | 1.549 |
| 5 | FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VILLARREAL-BARCELONA | DAZN LaLiga | 21/12/2025 | 9,6% | 969 | 1.568 |
| 6 | FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ATH.BILBAO-R.MADRID | DAZN LaLiga | 03/12/2025 | 9,6% | 895 | 1.552 |
| 7 | FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.BETIS-BARCELONA | LALIGA TV p | 06/12/2025 | 9,3% | 786 | 1.340 |
| 8 | FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-SEVILLA | LALIGA TV p | 20/12/2025 | 7,4% | 783 | 1.316 |
| 9 | FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-OSASUNA | LALIGA TV p | 13/12/2025 | 8,7% | 747 | 1.220 |
| 10 | LA CASA DEL FUTBOL / R.MADRID-CELTA VIGO | LALIGA TV p | 07/12/2025 | 6,7% | 726 | 1.580 |
| 11 | FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BARCELONA-EINTRACHT FRANKFURT | LIGA DE CAM | 09/12/2025 | 5,7% | 716 | 1.465 |
| 12 | FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-MANCHESTER CITY | MOVISTAR PL | 10/12/2025 | 5,1% | 674 | 1.258 |
| 13 | PREVIO FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-AT.MADRID | LALIGA TV p | 02/12/2025 | 4,5% | 548 | 733 |
| 14 | POST FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ALAVES-R.MADRID | DAZN LaLiga | 14/12/2025 | 4,7% | 527 | 1.118 |
| 15 | PREVIO FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-CELTA VIGO | LALIGA TV p | 07/12/2025 | 5,0% | 526 | 763 |
| 16 | LA CASA DEL FUTBOL / R.BETIS-BARCELONA | LALIGA TV p | 06/12/2025 | 6,0% | 512 | 1.455 |
| 17 | LA CASA DEL FUTBOL / BARCELONA-OSASUNA | LALIGA TV p | 13/12/2025 | 5,9% | 507 | 1.312 |
| 18 | FUTBOL:COPA DEL REY / GUADALAJARA-BARCELONA | LALIGA TV p | 16/12/2025 | 3,7% | 476 | 893 |
| 19 | FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-AT.MADRID | MOVISTAR PL | 02/12/2025 | 3,6% | 469 | 806 |
| 20 | POST FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VILLARREAL-BARCELONA | DAZN LaLiga | 21/12/2025 | 4,1% | 413 | 1.088 |
| 21 | PREVIO FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.BETIS-BARCELONA | LALIGA TV p | 06/12/2025 | 4,8% | 388 | 597 |
| 22 | FUTBOL:COPA DEL REY / GUADALAJARA-BARCELONA | MOVISTAR PL | 16/12/2025 | 3,0% | 386 | 855 |
| 23 | PREVIO FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BARCELONA-EINTRACHT FRANKFURT | LIGA DE CAM | 09/12/2025 | 3,5% | 385 | 603 |
| 24 | PREVIO FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-OSASUNA | LALIGA TV p | 13/12/2025 | 4,6% | 378 | 594 |
| 25 | FORMULA 1 / G.P.ABU DHABI | DAZN F1 | 07/12/2025 | 4,7% | 349 | 502 |

Lo más visto por géneros

Temáticas pago



CINE

- 1 CINE / HAY QUE EDUCAR A PAPA (SOMOS, 25-dic-25): 114.000 y 1,1%
- 2 CINE / NAVIDADES¿BIEN O EN FAMILIA? (WARNER TV, 25-dic-25): 86.000 y 0,8%
- 3 CINE / IRON MAN THREE (STAR CHANNEL, 21-dic-25): 85.000 y 0,8%



ENTRETENIMIENTO (Entretenimiento, Concursos, Factual)

- 1 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 16-dic-25): 46.000 y 0,5%
- 2 MARAVILLAS SAGRADAS CON DENNIS QUAID (CANAL HISTORIA, 25-dic-25): 41.000 y 1,9%
- 3 HASTA LUEGO LEO (MOVISTAR PLUS+, 28-dic-25): 40.000 y 0,4%



SERIES

- 1 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 28-dic-25): 61.000 y 0,7%
- 2 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 21-dic-25): 58.000 y 0,6%
- 3 9-1-1 (STAR CHANNEL, 08-dic-25): 56.000 y 0,4%



INFORMACIÓN

- 1 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / EL CASO ASUNTA(OPERACION NENUFAR) (AMC CRIME, 27-dic-25): 16.000 y 0,2%
- 2 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (ORIGINALES por M+, 11-dic-25): 8.000 y 0,1%
- 3 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (ORIGINALES por M+, 15-dic-25): 7.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 AL ACECHO (CAZA Y PESCA, 25-dic-25): 40.000 y 0,4%
- 2 ESPIANDO EN EL OCEANO / SENTIMIENTOS (DOCUMENTALES por M+, 31-dic-25): 40.000 y 0,4%
- 3 REVELADO / CHOLO SIMEONE (DAZN LaLiga, 13-dic-25): 39.000 y 0,5%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ALAVES-R.MADRID (DAZN LaLiga, 14-dic-25): 1.329.000 y 10,3%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-AT.MADRID (LALIGA TV por M+, 02-dic-25): 1.047.000 y 7,9%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-CELTA VIGO (LALIGA TV por M+, 07-dic-25): 1.028.000 y 9,1%



ANIMACIÓN

- 1 LOS WYLDE PAK (NICKELODEON, 29-dic-25): 47.000 y 0,5%
- 2 PJMASKS (DISNEY JUNIOR, 21-dic-25): 46.000 y 0,5%
- 3 SPIDEY AND HIS AMAZING FRIENDS:WEB-SPINNERS (DISNEY JUNIOR, 08-dic-25): 43.000 y 0,4%

Grupos Comunicación

ABIERTO

| | Grupos Editoriales Abierto | Cuota | Dif cuota Y/Y | Espectadores únicos (000) | Cob% |
|---|----------------------------|-------|------------------|------------------------------|-------|
| 1 | ATRESMEDIA | 25,5% | -0,3 | 38.552 | 81,9% |
| 2 | MEDIASET | 23,0% | -1,0 | 38.485 | 81,8% |
| 3 | GRUPO RTVE | 18,1% | +2,4 | 38.694 | 82,2% |
| 4 | FORTA | 8,4% | +0,1 | 28.109 | 59,7% |
| 5 | GRUPO UNIDAD EDITORIAL | 2,6% | +0,1 | 20.508 | 43,6% |
| 6 | GRUPO SQUIRREL MEDIA | 2,2% | -0,6 | 19.884 | 42,3% |

MEDIASET: T5, CUATRO, FDF-T5, DIVINITY, ENERGY, BOING, BEMADtv / ATRESMEDIA: A3, LA SEXTA, NEOX, NOVA, MEGA, ATRSERIES. / 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.

PAGO

| | Grupos Editoriales Pago | Cuota | Dif cuota Y/Y | Espectadores únicos (000) | Cob% |
|----|--------------------------|-------|------------------|------------------------------|-------|
| 1 | MOVISTAR | 1,6% | +0,1 | 11.025 | 23,4% |
| 2 | AMC NETWORKS INTERNATION | 1,2% | -0,1 | 7.433 | 15,8% |
| 3 | WARNER BROS DISCOVERY | 0,6% | 0,0 | 8.104 | 17,2% |
| 4 | THE WALT DISNEY COMPANY | 0,5% | 0,0 | 7.455 | 15,8% |
| 5 | DAZN | 0,4% | 0,0 | 5.694 | 12,1% |
| 6 | SONY PICTURES ENTERTAINM | 0,3% | 0,0 | 4.878 | 10,4% |
| 7 | UNIVERSAL NETWORKS INTER | 0,3% | 0,0 | 4.360 | 9,3% |
| 8 | PARAMOUNT | 0,2% | -0,1 | 4.815 | 10,2% |
| 9 | HEARST CORPORATION INC | 0,1% | 0,0 | 3.795 | 8,1% |
| 10 | LA LIGA | 0,1% | 0,0 | 2.244 | 4,8% |
| 11 | MTV NETWORKS EUROPE | 0,0% | 0,0 | 460 | 1,0% |

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

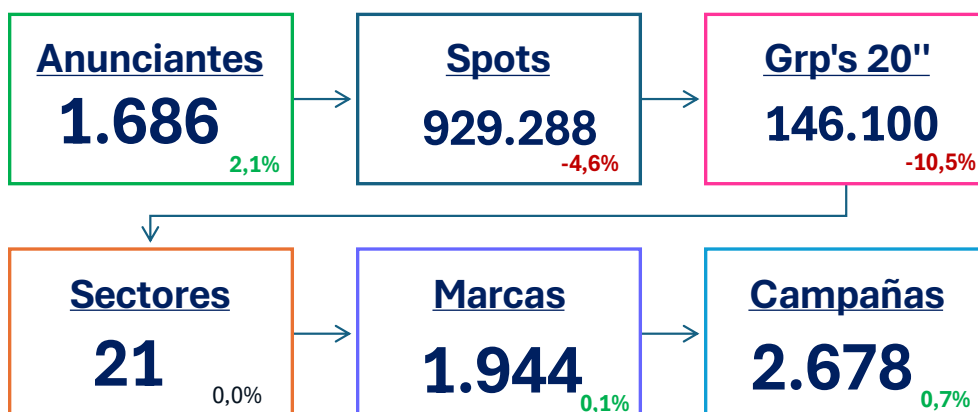
Actividad Publicitaria

✓ Se registra actividad de **1.686** anunciantes diferentes.
Desciende la presión publicitaria de GRPs en un **-10,5%** y el
número de campañas activas suben un **+0,7%**.

El spot más visto del mes corresponde a
'MOVISTAR/OP.TELECO', 31 diciembre, La1, 49 grp's 20".

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- ANUNCIANTE = PROCTER & GAMBLE ESPAÑA, S.A. con 5.678 grp's 20".
- CAMPAÑA = EL CORTE INGLES con 2.604 grp's 20".
- MARCA = GALERIA DEL COLECCIONISTA con 4.744 grp's 20".
- SECTOR = BELLEZA E HIGIENE con el 22,1% de los grps.



*Diferencias dic-25 vs. dic-24

Actividad Publicitaria

RÁNKINGS PUBLICITARIOS

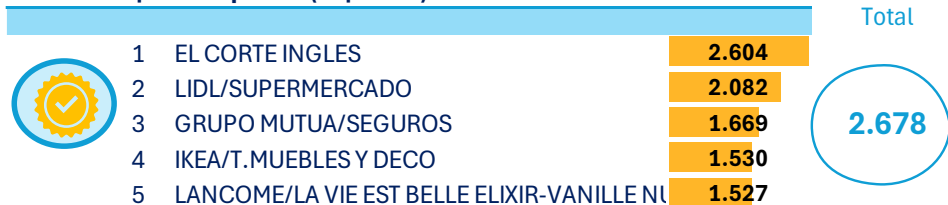
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20")



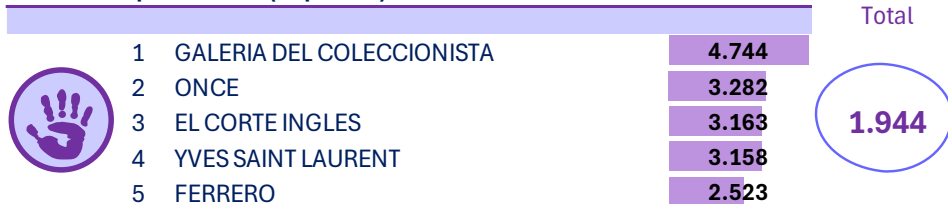
Top 5 Anunciantes (Grp's 20")



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 | (+2r Total).



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Susíbete a nuestra Newsletter

 **91 446 17 57**

 **blvcom@barloventocomunicacion.es**

 **www.barloventocomunicacion.es**

Síguenos en Redes: @blvcom

