

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%.



Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar

TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:

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

TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:

✓ TV3 (13,7%) encabeza el ranking 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%.

Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar

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

Espectadores Únicos TV Tradicional

ACUMULADO MENSUAL

43.777.00

Cobertura mes

93,0 %

PROMEDIO DIARIO

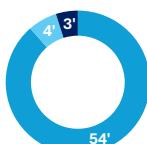
27.081.00

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

*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%

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%

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 'telefóbicos', es decir, españoles que no han visto en ningún momento la televisión, esto supone el 7% de la población de España.

ESPECTADORES ÚNICOS (000)

DIARIOS

Ind. 4+  27.081

HOM  12.982
MUJ  14.099

4-12  1.611
13-24  2.144
25-44  5.255
45-64  10.053
65-74  4.104
75+  3.912

ESPECTADORES ÚNICOS (000)

EN EL MES

IND. 4+  43.777

HOM  21.335
MUJ  22.442

4-12  3.710
13-24  5.500
25-44  10.731
45-64  14.166
65-74  4.952
75+  4.718

COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN

DIARIOS / EN EL MES

57,5%  93,0%

56,3%  92,6%

58,7%  93,4%

41,0%  94,4%

34,0%  87,2%

43,6%  89,1%

67,6%  95,3%

81,3%  98,0%

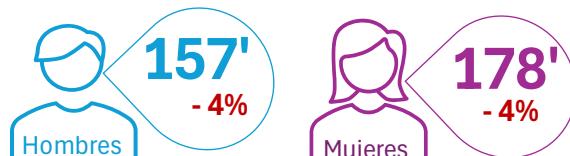
80,5%  97,1%

Consumo TV Tradicional

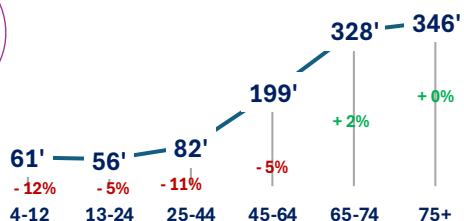
El tiempo de consumo de TV Tradicional por espectador* al día es de 291 minutos (-3 minutos, -1%, con respecto al año pasado).

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

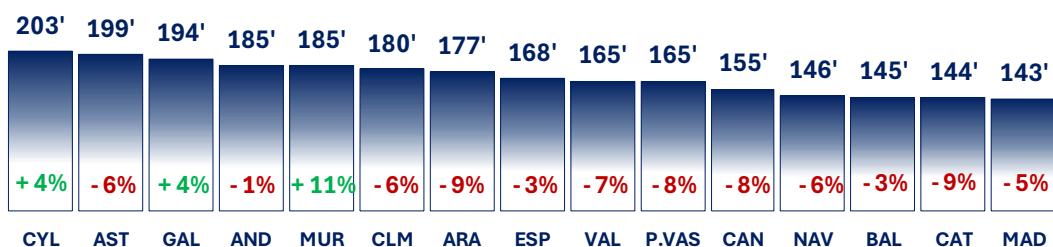
Los grupos sociodemográficos que más tiempo dedican al día a ver televisión son: por sexos, las mujeres (178') y, por cortes de edad, las personas de 64 a 74 años (328') y los mayores de 74 años (346').



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%

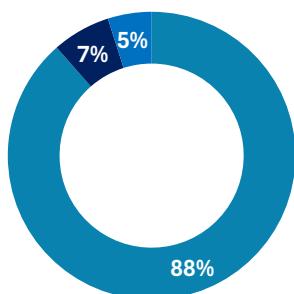
*Dif. dic-25 vs. dic-24

36,3
MILLONES
ESPECTADORES ÚNICOS
TOTALES

14,6
MILLONES
ESPECTADORES ÚNICOS
DIARIOS

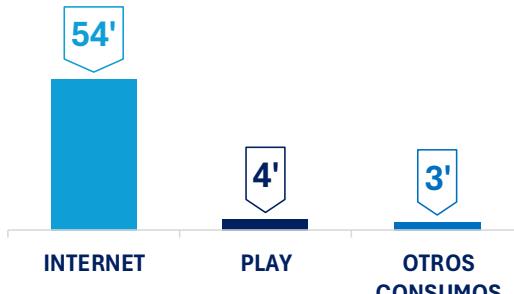
“INTERNET”

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%
HOM	157'	2h:37m	-6' - 4%	61'	1h:01m	+3' + 5%
MUJ	178'	2h:58m	-7' - 4%	61'	1h:01m	+7' + 13%
4-12	61'	1h:01m	-8' - 12%	69'	1h:09m	+7' + 11%
13-24	56'	0h:56m	-3' - 5%	46'	0h:46m	+4' + 10%
25-44	82'	1h:22m	-10' - 11%	73'	1h:13m	+3' + 4%
45-64	199'	3h:19m	-11' - 5%	71'	1h:11m	+5' + 8%
65-74	328'	5h:28m	+6' + 2%	48'	0h:48m	+6' + 14%
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 2^a 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 5^a posición y LA SEXTA (5,8%) la 6^a. 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		12,2%	+1,8	36.004	76,5%
3		8,6%	+0,2	28.757	61,1%
4		8,4%	-0,5	30.621	65,1%
5		5,9%	0,0	31.251	66,4%
6	LA SEXTA	5,8%	-0,6	30.483	64,8%
7		3,3%	+0,3	27.992	59,5%
8		2,4%	0,0	17.942	38,1%
9		2,3%	+0,1	13.712	29,1%
10		2,0%	0,0	14.786	31,4%
11	NOVA	2,0%	0,0	11.816	25,1%
12		1,9%	-0,1	12.403	26,4%
13		1,8%	0,0	19.275	41,0%
14		1,7%	0,0	16.710	35,5%
15		1,6%	-0,3	17.295	36,8%
16	ATRESERIES	1,3%	-0,5	14.371	30,5%
17		1,3%	0,0	14.966	31,8%
18		1,2%	+0,1	15.312	32,5%
19		1,1%	+0,1	12.734	27,1%
20		1,0%	-0,5	15.215	32,3%
21	PARAMOUNT NETWORK	1,0%	-0,1	11.348	24,1%
22		1,0%	-0,4	10.436	22,2%
23		0,9%	-	11.768	25,0%
24		0,9%	-	12.219	26,0%
25		0,8%	+0,1	12.787	27,2%
26	DKISS	0,6%	+0,2	12.094	25,7%
27		0,6%	0,0	10.509	22,3%
28		0,3%	0,0	5.359	11,4%
29		0,3%	-0,1	5.985	12,7%
	REAL MADRID HD				
	AUT PRIV				
	BOM Cine				



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.

ESPAÑA

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	TV CAN
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	A3	A3	A3	La1	A3	La1

CADENA LÍDER NÚMERO DE DÍAS LÍDER	
21	10

A3 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%

Leyenda 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

Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar

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 (SxD)

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 (SxD)

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 CINE / 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 ARGUÑANO / 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%), TELE MADRID (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%

Baleares		
	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%

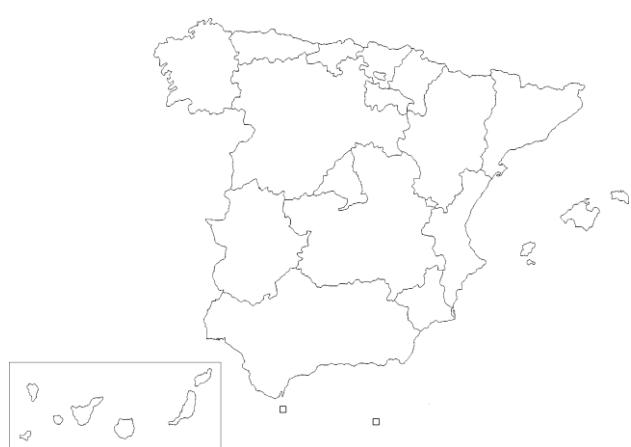
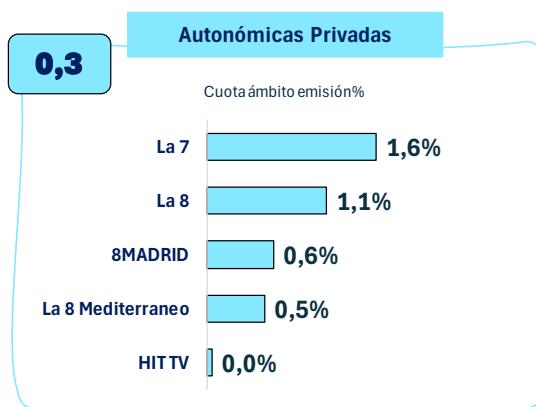
Galicia		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
TVG	8,9% → 1.780	67,7%
TVG2	1,0% → 1.227	46,6%

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

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

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

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%



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

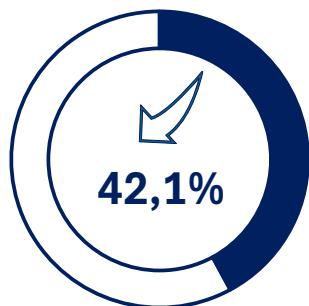
El conjunto de Temáticas de Pago en España promedia el 12,2% de cuota de pantalla, **MÁXIMO MENSUAL**.

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.

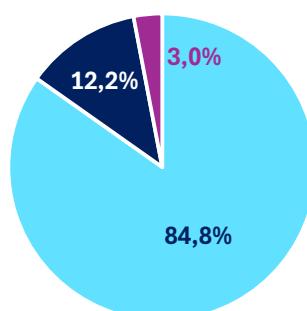
El ránking de las diez cadenas Temáticas de Pago más vistas está conformado por LALIGA TV por M+ (0,5%), DAZN LaLiga (0,3%), WARNER TV (0,3%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), STAR CHANNEL (0,3%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), AXN (0,2%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), CALLE 13 (0,1%) y SOMOS (0,1%).

- ◊ 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



- Abierto
- Tem. Pago
- Otras

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-CELTAVIGO	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-CELTAVIGO	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-CELTAVIGO	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 SPIANDO 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-CELT 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, ATRESERIES. / RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDEPORTE, 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 INTERNATIONAL	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.



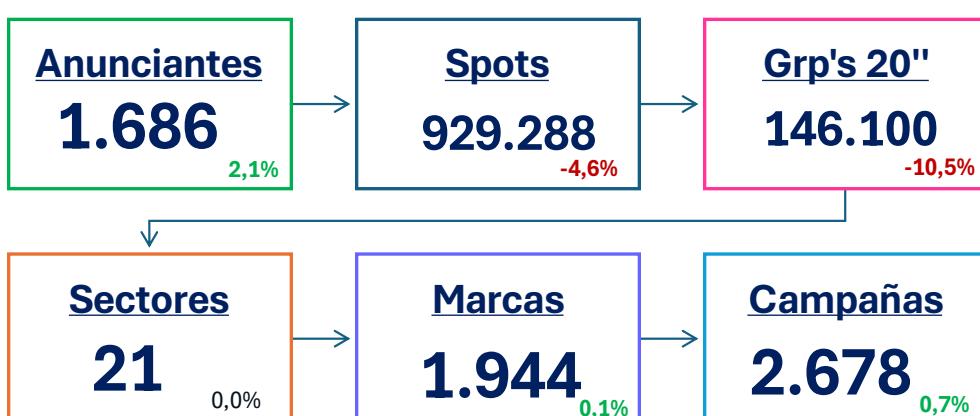
Actividad Publicitaria

✓ 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.

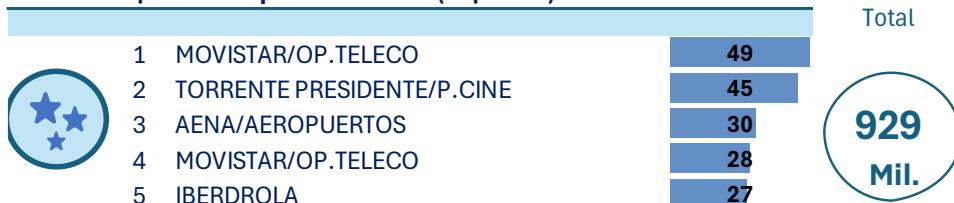


*Diferencias dic-25 vs. dic-24

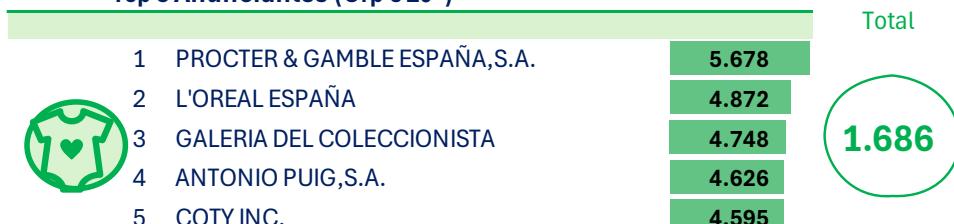
Actividad Publicitaria

RANKINGS PUBLICITARIOS

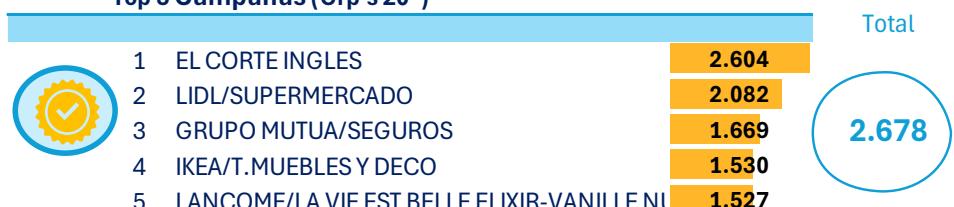
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



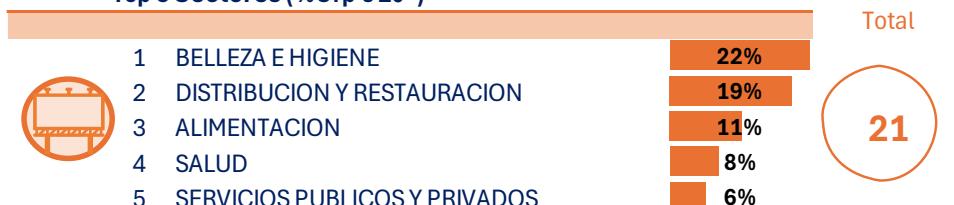
Top 5 Campañas (Grp's 20'')



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 2^a 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



Suscríbete a nuestra Newsletter

📞 91 446 17 57

✉️ blvcom@barloventocomunicacion.es

🌐 www.barloventocomunicacion.es

Síguenos en Redes: @blvcom

