

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

ESPAÑA

Enero 2026



**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 44,2 millones (el 92,9% de la población de España).

ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:

- ✓ Un promedio de 27.876.000 españoles ven, cada día, la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 58,8% de la población).

TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):

- ✓ El tiempo del total consumo del Televisor es de 237 minutos por persona al día (+ 2', + 0,9% vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 358 minutos (+ 3', + 0,8% vs ene-25).

CONSUMO TV TRADICIONAL:

- ✓ El consumo de Televisión Tradicional es de 297 minutos por espectador al día (-2', -0,7% vs. año anterior) y de 175 minutos por persona al día (-2', -1% vs año anterior).

CONSUMO HÍBRIDO (Otros Consumos Audiovisuales):

- ✓ El Consumo Híbrido es de 62 minutos por persona al día (+ 4, + 7% vs. año anterior). Por espectador al día el promedio es de 196 minutos (+ 4', + 2% 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 3.497.000 espectadores.

TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:

- ✓ Atresmedia es el grupo líder con el 25,5% de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 22,8% y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 18,3%.



Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar

TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:

- ✓ A3 (12,9%) es la cadena líder, por 17 meses consecutivos. En 2^a posición se sitúa La1 (12,2%), con su mejor enero de los últimos 14 años. El 3er lugar es para AUTONÓMICAS (8,7%).

TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:

- ✓ TV3 (15,1%) encabeza el ranking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota, seguida de ARAGON TV (12,6%), con el mejor enero de la historia, y ETB2 (9,5%) de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.

TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:

- ✓ El conjunto de Temáticas de Pago firman el 12,4 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: LALIGA TV por M+ (0,7 %), DAZN LaLiga (0,5 %) y MOVISTAR PLUS+ (0,3 %).

EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:

- ✓ La emisión más vista corresponde a FUTBOL:COPA DEL REY / ALBACETE-R.MADRID (La1, 14-ene-26) con 3.519.000 de audiencia media y 25,6% de cuota de pantalla.

MINUTO MÁS VISTO DEL MES:

- ✓ El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FUTBOL:COPA DEL REY ALBACETE-R.MADRID (La1, 14-ene, 22:54h) con una audiencia de 4.333.000 espectadores.

INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:

- ✓ Los informativos de A3 (2.178.000 de audiencia media y 19,8% 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 y 1 mes consecutivos.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA:

- ✓ Se registra actividad de 1.350 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -7,1% y el número de campañas activas suben un +7,2%.

Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar

Visión global

Consumo TV Tradicional

297'

espectador/día

-2' -1%

*Dif. ene-26 vs. ene-25

175'

persona/día

-2' -1%

*Dif. ene-26 vs. ene-25

Espectadores Únicos TV Tradicional

ACUMULADO MENSUAL

44.163.00

Cobertura mes

92,9 %

PROMEDIO DIARIO

27.876.00

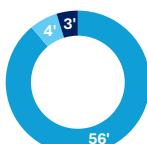
Cobertura día

58,8 %

Consumo Híbrido

62'
+4' 7%

persona/día


 INTERNET
PLAY
OTROS


Consumo TOTAL TELEVISOR

237'
+2' 1%

persona/día

358'
+3' 1%

espectador/día

*Dif. ene-26 vs. ene-25

Emisión más vista

La1

FUTBOL:COPA DEL REY / ALBACETE-R.MADRID, 14-ene-26

3.519.000 de audiencia media y 25,6%

Cadena Líder

A3
12,9% **+0,3**

*Dif. ene-26 vs. ene-25

Ránking cadenas

★ = cadena con más Esp.Un.

Rnk	Cadena	Cuota	*Dif. ene-26 vs. ene-25	Espectadores Únicos (000)	Cob%
1	A3	12,9%	+0,3	33.116	69,6%
2	La1	12,2%	+1,8	35.388	74,4%
3	AUT	8,7%	+0,1	28.884	60,7%
4	T5	8,5%	-0,2	30.230	63,6%
5	CUATRO	6,1%	+0,1	31.515	66,3%
6	LA SEXTA	6,0%	-0,4	30.669	64,5%
7	La2	3,3%	+0,3	27.503	57,8%
8	FDF	2,3%	-0,1	18.239	38,3%
9	ENERGY	2,1%	-0,3	13.335	28,0%
10	TRECE	2,0%	+0,1	14.685	30,9%
11	NOVA	1,9%	-0,2	11.992	25,2%
12	ATRESERIES	1,8%	0,0	12.470	26,2%
13	NEOX	1,7%	-0,1	18.960	39,9%
14	BEMADtv	1,6%	-0,5	17.248	36,3%
15	DMAX	1,6%	-0,1	16.744	35,2%
16	24H	1,5%	+0,4	17.580	37,0%
17	MEGA	1,2%	-0,1	15.448	32,5%
18	DIVINITY	1,2%	-0,5	14.096	29,6%
19	DKISS	1,0%	-0,2	11.781	24,8%
20	SQUIRREL DOS	0,9%	-	13.137	27,6%
21	SQUIRREL	0,9%	+0,4	13.459	28,3%
22	TEN	0,9%	-0,4	10.217	21,5%
23	BOING	0,9%	0,0	11.703	24,6%
24	VEO 7	0,8%	-	11.559	24,3%
25	CLAN	0,7%	-0,2	12.803	26,9%
26	TELEDEPORTE	0,7%	+0,3	13.199	27,8%
27	REAL MADRID HD	0,6%	0,0	11.061	23,3%
28	BOM Cine	0,3%	-0,1	6.221	13,1%
29	AUT PRIV	0,3%	0,0	5.109	10,7%

Temáticas Pago = 12,4% (+1,1)

Máximo mensual



MINUTO MÁS VISTO

4.333.000

FUTBOL:COPA DEL REY ALBACETE-R.MADRID

La1, 14-ene, 22:54h

Espectadores Únicos TV Tradicional

Los espectadores únicos acumulados en el mes de enero 2026 alcanzan la cifra de 44.163.000, que representa el 92,9% de la población de España, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

27.876.000 de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 58,8% de la población.

Por otro lado, se registran 3.221.000 'telefóbicos', es decir, españoles que no han visto en ningún momento la televisión, esto supone el 7,1% de la población de España.

ESPECTADORES ÚNICOS (000)

DIARIOS

Ind. 4+  27.876

HOM  13.404
MUJ  14.472

4-12	1.601
13-24	2.118
25-44	5.388
45-64	10.440
65-74	4.256
75+	4.073

ESPECTADORES ÚNICOS (000)

EN EL MES

IND. 4+  44.163

HOM	21.552
MUJ	22.610
4-12	3.600
13-24	5.469
25-44	10.772
45-64	14.382
65-74	5.116
75+	4.822

COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN

DIARIOS / EN EL MES

58,8%


57,7%


59,9%


41,2%


33,2%


44,7%


69,7%


82,5%


82,7%


Ind. 4+

HOM

MUJ

4-12

13-24

25-44

45-64

65-74

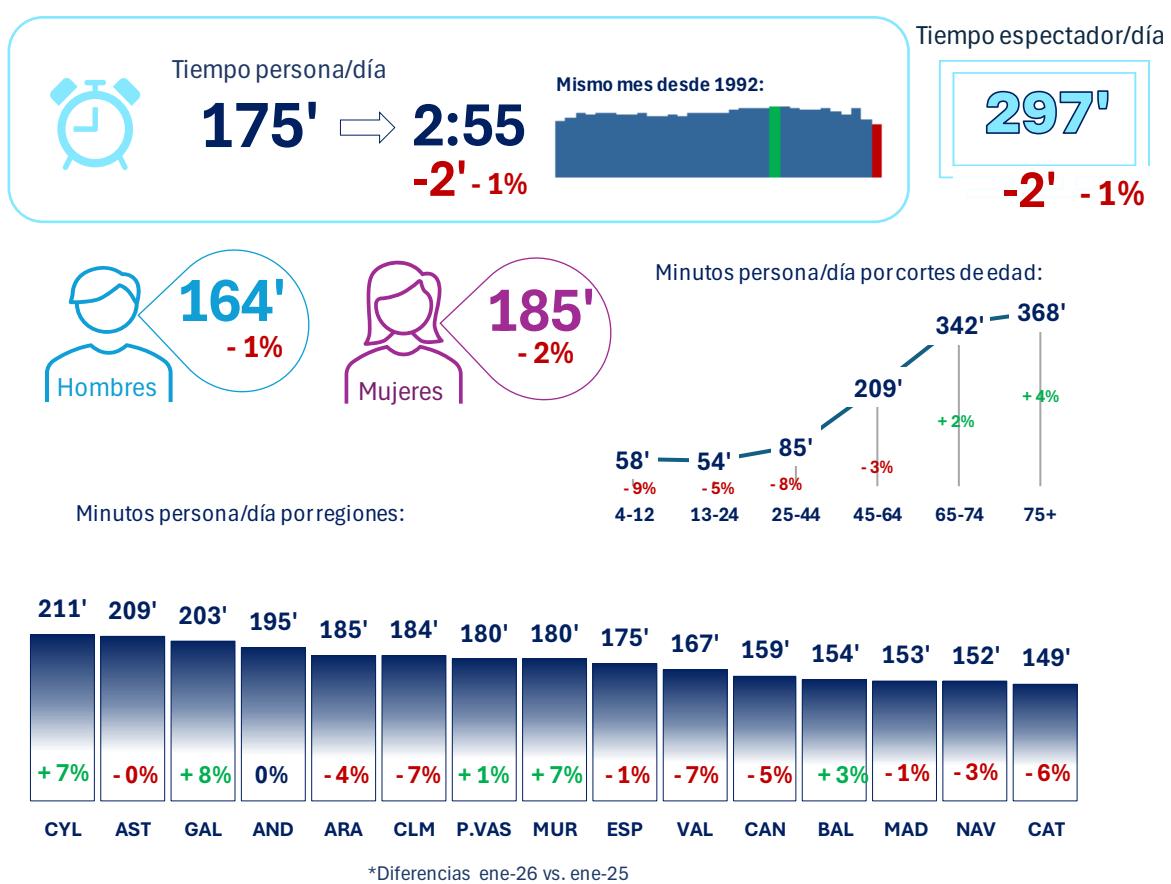
75+

Consumo TV Tradicional

El tiempo de consumo de TV Tradicional por espectador* al día es de 297 minutos (-2 minutos, -1%, con respecto al año pasado).

El tiempo de consumo de TV Tradicional por persona* al día es de 175 minutos (-2 minutos, -1%, con respecto al año pasado).

Los grupos sociodemográficos que más tiempo dedican al día a ver televisión son: por sexos, las mujeres (185') y, por cortes de edad, las personas de 64 a 74 años (342') y los mayores de 74 años (368').



* Persona: sobre el total universo poblacional de España= 47.563.000 individuos.

* Espectador: sobre el total de los que ven televisión (Espectadores Únicos)= 27.876.000 individuos.



Consumo Híbrido

El tiempo del Consumo Híbrido ('Otros Consumos Audiovisuales') es de 62 minutos por persona al día (+7 con respecto a enero 2025).

Esta modalidad de consumo representa el 26% del total uso del televisor en España y se compone de <Internet / Streaming> (56 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 3.497.000 espectadores.

62'
MINUTOS PERSONA/DÍA
+4'
7%

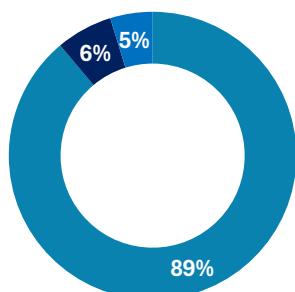
*Dif. ene-26 vs. ene-25

36,5
MILLONES
ESPECTADORES ÚNICOS
TOTALES

15,1
MILLONES
ESPECTADORES ÚNICOS
DIARIOS

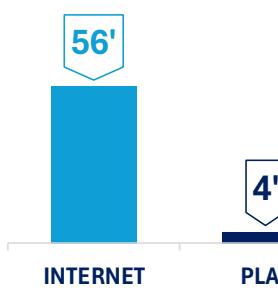
“INTERNET”

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 237 minutos por persona al día (+2 minutos, +0,9%, con respecto a enero 2025) y de 358 minutos por espectador al día (+3 minutos, +0,8%, vs. 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. ene-26 vs. ene-25	CONSUMO HÍBRIDO	*Dif. ene-26 vs. ene-25	TOTAL TELEVISOR	*Dif. ene-26 vs. ene-25
Minutos diarios por persona	175' 2h:55m	-2' -1%	62' 1h:02m	+4' +7%	237' 3h:57m	+2' +0,9%
Minutos diarios por espectador	297' 4h:57m	-2' -1%	196' 3h:16m	+4' +2%	358' 5h:23m	+3' +0,8%
Espectadores únicos diarios (000)	27.876	+82 +0%	15.127	+988 +7%	31.373	+325 +1,0%
Cobertura diaria total población%	58,8%	-1 -1%	31,9%	+2 +6%	66,2%	0 0,0%
Espectadores únicos totales (000)	44.163	+693 +2%	36.522	+2.046 +6%	45.609	+668 +1,5%
Cobertura mensual total población%	92,9%	+1 +1%	76,8%	+4 +5%	95,9%	+0 +0,4%

TARGETS

Minutos de consumo diarios por persona	TELEVISIÓN TRADICIONAL	*Dif. ene-26 vs. ene-25	CONSUMO HÍBRIDO	*Dif. ene-26 vs. ene-25	TOTAL TELEVISOR	*Dif. ene-26 vs. ene-25
Ind. 4+ (inv)	175'	2h:55m	-2' -1%	62'	1h:02m	+4' +7%
HOM	164'	2h:44m	-1' -1%	62'	1h:02m	+2' +3%
MUJ	185'	3h:05m	-4' -2%	63'	1h:03m	+7' +13%
4-12	58'	0h:58m	-6' -9%	65'	1h:05m	+3' +5%
13-24	54'	0h:54m	-3' -5%	42'	0h:42m	+3' +8%
25-44	85'	1h:25m	-7' -8%	74'	1h:14m	+2' +3%
45-64	209'	3h:29m	-6' -3%	76'	1h:16m	+7' +10%
65-74	342'	5h:42m	+7' +2%	53'	0h:53m	+7' +15%
75+	368'	6h:08m	+13' +4%	27'	0h:27m	+5' +23%
					395'	6h:35m
					395'	6h:35m



Ránking cadenas en Abierto

La cadena más vista en España es A3 con el 12,9% de cuota de pantalla y 33.116.000 de espectadores únicos en el mes.

Los espectadores únicos del total cadenas en Abierto son 43.723.000 espectadores, el 91,9% de la población.

- A3 (12,9%) es la cadena líder, por 17 meses consecutivos.
- En 2^a posición se sitúa La1 (12,2%), con su mejor enero de los últimos 14 años.
- El 3er lugar es para AUTONÓMICAS (8,7%).
- El cuarto puesto es para T5 (8,5%).
- CUATRO (6,1%) ocupa la 5^a posición y LA SEXTA (6%) el 6º lugar.
- Les siguen La2 (3,3%), FDF (2,3%), ENERGY (2,1%) y TRECE (2%) para completar la tabla de las diez primeras.
- Máximo mensual de TEMATICAS PAGO (12,4%).

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las Temáticas de Pago (12,4%) se analizan en un epígrafe independiente.



Ránking cadenas en Abierto

Rnk	Cadena	Cuota	*Dif. ene-26 vs. ene-25	Espectadores Únicos (000)	Cob%
1	A3	12,9%	+0,3	33.116	69,6%
2		12,2%	+1,8	35.388	74,4%
3		8,7%	+0,1	28.884	60,7%
4		8,5%	-0,2	30.230	63,6%
5		6,1%	+0,1	31.515	66,3%
6	LA SEXTA	6,0%	-0,4	30.669	64,5%
7		3,3%	+0,3	27.503	57,8%
8		2,3%	-0,1	18.239	38,3%
9		2,1%	-0,3	13.335	28,0%
10		2,0%	+0,1	14.685	30,9%
11	NOVA	1,9%	-0,2	11.992	25,2%
12		1,8%	0,0	12.470	26,2%
13		1,7%	-0,1	18.960	39,9%
14		1,6%	-0,5	17.248	36,3%
15		1,6%	-0,1	16.744	35,2%
16	24H	1,5%	+0,4	17.580	37,0%
17		1,2%	-0,1	15.448	32,5%
18		1,2%	-0,5	14.096	29,6%
19		1,0%	-0,2	11.781	24,8%
20		0,9%	-	13.137	27,6%
21	SQUIRREL	0,9%	+0,4	13.459	28,3%
22		0,9%	-0,4	10.217	21,5%
23		0,9%	0,0	11.703	24,6%
24		0,8%	-	11.559	24,3%
25		0,7%	-0,2	12.803	26,9%
26	TELEDEPORTE	0,7%	+0,3	13.199	27,8%
27		0,6%	0,0	11.061	23,3%
28		0,3%	-0,1	6.221	13,1%
29		0,3%	0,0	5.109	10,7%



Liderazgos Demográficos

- ◊ A3 es líder en total Individuos (12,9%), en mujeres (14,8%), en el grupo de 65 a 74 años (14,1%) y en mayores de 75 años (17,2%).
- ◊ La1 líder en hombres (11,7%), en jóvenes de 13 a 24 años (12,2%), en adultos jóvenes de 25 a 44 años (10,5%), en maduros de 45 a 64 años (12,4%) y "Target Comercial" (12,5%).
- ◊ BOING líder en niños de 4 a 12 años (12,8%)

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	CUATRO
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	T5
CAT	→ TV3	La1	A3
EUS	→ La1	ETB2	T5
GAL	→ A3	La1	T5
MAD	→ La1	A3	T5
C.V	→ A3	La1	T5
CLM	→ A3	La1	T5
CAN	→ A3	T5	La1
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





Informativos diarios

Los informativos de A3 (2.178.000 de audiencia media y 19,8% 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 y 1 mes consecutivos.

Los segundos informativos más vistos son los de La1 (1.551.000 de audiencia media y 14,2% de cuota).

Y en tercer lugar se sitúan los informativos de T5 (886.000 de audiencia media y 8,2% de cuota).

TOTAL EDICIONES (Lunes - Domingo)

RK	Cadena	Nº Emis.	Audi.Med. (000)	Cuota	Esp. Úni. (000)	Cobertura %
1	A3	62	2.178	19,8%	23.729	50%
2	La1	61	1.551	14,2%	24.537	52%
3	T5	62	886	8,2%	17.319	36%
4	LA SEXTA	62	717	7,8%	18.229	38%
5	CUATRO	62	593	6,7%	19.411	41%

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



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	2.178	19,8%	23.729	50%
2	La1	61	1.551	14,2%	24.537	52%
3	T5	62	886	8,2%	17.319	36%
4	LA SEXTA	62	717	7,8%	18.229	38%
5	CUATRO	62	593	6,7%	19.411	41%

EDICIÓN SOBREMESA (L-D)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.282	23,5%
2	La1	1.514	15,5%
3	T5	875	9,0%
4	LA SEXTA	672	8,5%
5	CUATRO	574	7,6%

EDICIÓN NOCHE (L-D)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.078	17,1%
2	La1	1.590	13,0%
3	T5	898	7,4%
4	LA SEXTA	755	7,3%
5	CUATRO	613	6,0%

TOTAL EDICIONES (Lunes - Viernes)

RK	Cadena	Nº Emis.	Audi.Med. (000)	Cuota	Esp. Úni. (000)	Cobertura %
1	A3	44	2.319	21,1%	20.522	43%
2	La1	43	1.585	14,5%	20.831	44%
3	T5	44	883	8,1%	14.486	31%
4	LA SEXTA	44	722	7,7%	14.838	31%
5	CUATRO	44	572	6,5%	15.271	32%

EDICIÓN SOBREMESA (L-V)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.316	23,9%
2	La1	1.549	16,0%
3	T5	902	9,3%
4	LA SEXTA	698	8,5%
5	CUATRO	567	7,5%

EDICIÓN NOCHE (L-V)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.321	18,9%
2	La1	1.621	13,3%
3	T5	862	7,1%
4	LA SEXTA	741	7,3%
5	CUATRO	577	5,7%

TOTAL EDICIONES (Sábado y Domingo)

RK	Cadena	Nº Emis.	Audi.Med. (000)	Cuota	Esp. Úni. (000)	Cobertura %
1	A3	18	1.893	17,3%	15.716	33%
2	La1	18	1.479	13,5%	17.009	36%
3	T5	18	893	8,3%	10.228	22%
4	LA SEXTA	18	705	7,9%	11.606	24%
5	CUATRO	18	643	7,2%	12.540	26%

EDICIÓN SOBREMESA (SxD)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.210	22,4%
2	La1	1.438	14,5%
3	T5	811	8,3%
4	LA SEXTA	627	8,5%
5	CUATRO	590	7,9%

EDICIÓN NOCHE (SxD)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	1.613	13,5%
2	La1	1.522	12,5%
3	T5	976	8,2%
4	LA SEXTA	789	7,5%
5	CUATRO	700	6,6%

Emisiones más vistas en Abierto

La emisión más vista del mes en España corresponde a **FUTBOL:COPA DEL REY / ALBACETE-R.MADRID (La1)** con **3.519.000** de audiencia media y **25,6%** 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:COPA DEL REY / ALBACETE-R.MADRID	La1	14-ene-26	25,6%	3.519	7.892
2	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	19-ene-26	21,0%	2.752	4.086
3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	22-ene-26	21,3%	2.750	3.967
4	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	26-ene-26	21,2%	2.663	3.950
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	29-ene-26	20,7%	2.648	3.820
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	21-ene-26	20,0%	2.594	3.867
7	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	22-ene-26	25,7%	2.592	3.594
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	27-ene-26	20,3%	2.556	3.969
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	19-ene-26	23,8%	2.549	3.650
10	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	15-ene-26	26,3%	2.541	3.518
11	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	04-ene-26	23,6%	2.535	3.796
12	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	05-ene-26	25,7%	2.525	3.581
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	21-ene-26	24,5%	2.524	3.592
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	27-ene-26	25,1%	2.522	3.456
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	12-ene-26	19,8%	2.505	3.850
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	20-ene-26	24,5%	2.493	3.475
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	26-ene-26	24,2%	2.483	3.536
18	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	23-ene-26	20,6%	2.482	3.805
19	PASAPALABRA	A3	29-ene-26	22,7%	2.476	4.390
20	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	07-ene-26	19,3%	2.461	3.664
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	24-ene-26	25,1%	2.445	3.553
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-ene-26	24,2%	2.435	3.338
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	28-ene-26	23,7%	2.417	3.319
24	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	15-ene-26	18,7%	2.405	3.607
25	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	30-ene-26	21,1%	2.378	3.564



Lo más visto por géneros



CINE

- 1 LA NOVIA DE AMERICA / LARRY CROWNE, NUNCA ESTARDE (La1, 17-ene-26): 1.358.000 y 13,8%
- 2 SESIÓN DE NAVIDAD / ENCANTO (2021) (La1, 01-ene-26): 1.307.000 y 14,8%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / WONKA (La1, 04-ene-26): 1.303.000 y 11,3%



ENTRETENIMIENTO (Entretenimiento, Concursos, Factual)

- 1 PASAPALABRA (A3, 29-ene-26): 2.476.000 y 22,7%
- 2 PASAPALABRA (A3, 28-ene-26): 2.376.000 y 21,3%
- 3 PASAPALABRA (A3, 22-ene-26): 2.345.000 y 21,3%



SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 22-ene-26): 1.415.000 y 14,9%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 27-ene-26): 1.401.000 y 15,4%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 28-ene-26): 1.376.000 y 14,8%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 19-ene-26): 2.752.000 y 21%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 22-ene-26): 2.750.000 y 21,3%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 26-ene-26): 2.663.000 y 21,2%



CULTURALES

- 1 CINE DE BARRIO PRESENTACION / LA GRADUADA (La1, 17-ene-26): 1.140.000 y 11,8%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUÑANO / TALLARINES CON VIEIRAS (A3, 28-ene-26): 1.025.000 y 17,1%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUÑANO / FRITOS DE JAMON Y QUESO (A3, 15-ene-26): 1.012.000 y 19,6%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:COPA DEL REY / ALBACETE-R.MADRID (La1, 14-ene-26): 3.519.000 y 25,6%
- 2 PREVIO FUTBOL:COPA DEL REY / ALBACETE-R.MADRID (La1, 14-ene-26): 1.707.000 y 14,7%
- 3 POST FUTBOL:SUPERCOPA D'ESPANYA FEMENI / BARCELONA-R.MADRID (TV3, 24-ene-26): 662.000 y 6%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 09-ene-26): 368.000 y 3,9%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 09-ene-26): 314.000 y 3,4%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 09-ene-26): 314.000 y 3,5%



Cadenas Autonómicas

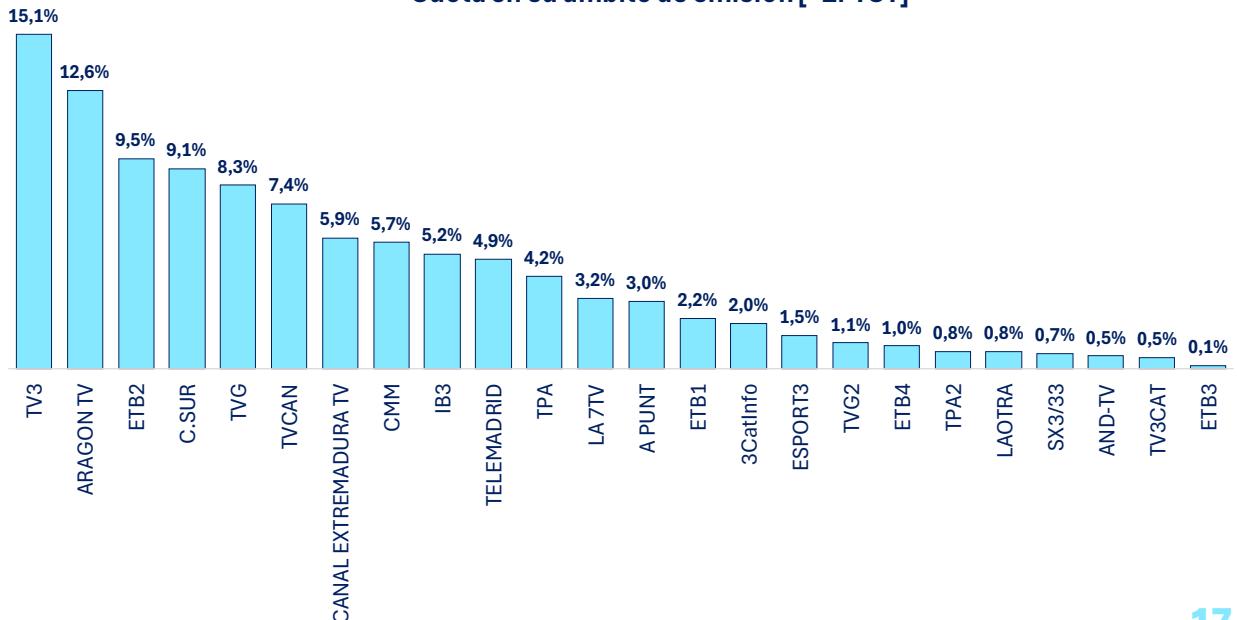
El conjunto del total cadenas Autonómicas en España promedia el 8,7% de cuota de pantalla en enero 2026.

El ranking de las diez cadenas Autonómicas con mayor cuota de pantalla es el siguiente TV3 (15,1%), ARAGON TV (12,6%), ETB2 (9,5%), C.SUR (9,1%), TVG (8,3%), TVCAN (7,4%), CANAL EXTREMADURA TV (5,9%), CMM (5,7%), IB3 (5,2%) y TELEMADRID (4,9%).

El número de espectadores únicos en el mes de las cadenas Autonómicas es de 28.884.000, una cobertura del 60,7% de la población nacional.

 **Aragón TV logra el mejor enero de su historia y Televisión Canaria firma su mejor enero de los últimos 12 años.**

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



Cadenas Autonómicas

Andalucía		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
C.SUR	9,1% → 5.541	65,9%
AND-TV	0,5% → 3.151	37,5%

Aragón		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
ARAGON TV	12,6% → 970	73,2%

Asturias		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
TPA	4,2% → 587	59,1%
TPA2	0,8% → 333	33,5%

Baleares		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
IB3	5,2% → 536	44,4%

Canarias		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
TVCAN	7,4% → 1.328	60,2%

Castilla La Mancha		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
CMM	5,7% → 1.221	59,0%

Cataluña		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
TV3	15,1% → 4.318	54,9%
3CatInfo	2,0% → 3.064	38,9%
SX3/33	0,7% → 2.240	28,5%
TV3CAT	0,5% → 393	18,4%
ESPORT3	1,5% → 2.251	28,6%

Extremadura		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
C. EXT	5,9% → 635	62,2%

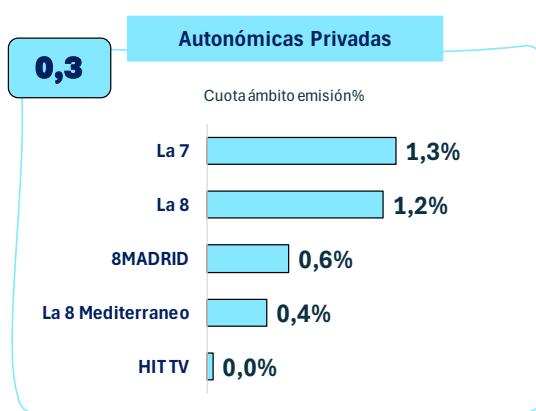
Galicia		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
TVG	8,3% → 1.679	63,5%
TVG2	1,1% → 1.165	44,0%

Murcia		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
LA 7TV	3,2% → 913	59,4%

Madrid		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
TELEMADRID	4,9% → 3.466	50,2%
LAOTRA	0,8% → 2.110	30,6%

Valencia		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
A PUNT	3,0% → 2.502	47,2%

País Vasco		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
ETB1	2,2% → 1.033	47,6%
ETB2	9,5% → 1.463	67,4%
ETB3	0,1% → 355	16,3%
ETB4	1,0% → 729	33,6%





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 TV3 con el 24,5%.

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

- ◊ **ARAGON NOTICIAS 1 / ARAGON TV= 29,7%.**
- ◊ **TELENOTICIES MIGDIA / TV3= 27,4%.**
- ◊ **TELEBERRI 1 / ETB2= 24%.**

En la siguiente tabla se detallan los resultados por cadenas:

Cadena	Cuota%AE	→	Espectadores Únicos (000)	Cob%
TV3	24,5%	→	3.495	44,4%
ARAGON TV	21,7%	→	684	51,7%
ETB2	21,3%	→	998	45,9%
TVCAN	12,0%	→	884	40,1%
TVG	11,9%	→	1.023	38,6%
C.SUR	10,0%	→	3.348	39,8%
TELEMADRID	8,7%	→	1.719	24,9%
IB3	8,4%	→	368	30,4%
CMM	7,4%	→	621	30,0%
TPA	6,8%	→	318	32,0%
LA 7TV	6,3%	→	510	33,2%
A PUNT	5,5%	→	1.439	27,1%



Cadenas Temáticas de Pago

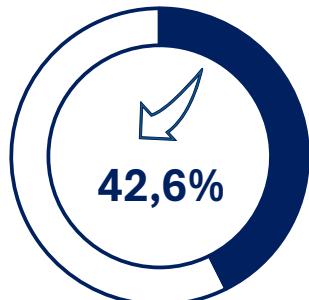
El conjunto de Temáticas de Pago en España promedia el 12,4% de cuota de pantalla, MÁXIMO MENSUAL.

El número de espectadores únicos en el mes de las Temáticas de Pago es de 22.429.000, una cobertura del 47,2% de la población de España.

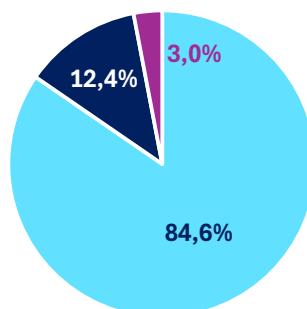
El ránking de las diez cadenas Temáticas de Pago más vistas está conformado por LALIGA TV por M+ (0,7%), DAZN LaLiga (0,5%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), STAR CHANNEL (0,3%), WARNER TV (0,2%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), EUROSPORT (0,2%), CALLE 13 (0,1%) y AXN (0,1%).

- ◊ **El consumo a través de la TV de Pago representa el 31,2% del total.**
- ◊ **De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el 42,6% corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante 57,4% 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.ene-26 vs.ene-25	Espect. Únicos (000)	Cob%
TEMATICAS PAGO		12,4%	+1,1	22.429	47,2%
1	LALIGA TV por M+	0,7%	+0,4	6.742	14,2%
2	DAZN LaLiga	0,5%	+0,3	5.489	11,5%
3	MOVISTAR PLUS+	0,3%	-0,1	4.705	9,9%
4	STAR CHANNEL	0,3%	0,0	4.862	10,2%
5	WARNER TV	0,2%	-0,1	5.051	10,6%
6	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	+0,1	3.969	8,3%
7	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	+0,1	2.607	5,5%
8	EUROSPORT	0,2%	+0,1	2.547	5,4%
9	CALLE 13	0,1%	-0,1	3.252	6,8%
10	AXN	0,1%	-0,1	3.396	7,1%
11	SYFY	0,1%	0,0	2.923	6,1%
12	COMEDY CENTRAL	0,1%	0,0	3.665	7,7%
13	AXN MOVIES	0,1%	+0,1	3.751	7,9%
14	SOMOS	0,1%	0,0	2.043	4,3%
15	LALIGA TV HYPERMOTION	0,1%	+0,1	2.492	5,2%
16	AMC	0,1%	0,0	2.581	5,4%
17	AMC CRIME	0,1%	0,0	1.023	2,2%
18	CANAL HISTORIA	0,1%	0,0	1.916	4,0%
19	COSMO	0,1%	0,0	3.588	7,5%
20	XTRM	0,1%	0,0	1.927	4,1%
21	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2.468	5,2%
22	VINTV	0,1%	+0,1	1.907	4,0%
23	NGC WILD	0,1%	0,0	2.068	4,3%
24	DISCOVERY	0,1%	0,0	2.458	5,2%
25	TCM	0,1%	0,0	3.629	7,6%



Emisiones más vistas Temáticas de Pago

La emisión más vista de las cadenas Temáticas de Pago en España corresponde a FUTBOL:SUPERCOPA / BARCELONA-R.MADRID (LALIGA TV p, 11/01/2026) con 1.753.000 espectadores de audiencia media y 13,8% 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:SUPERCOPA / BARCELONA-R.MADRID	LALIGA TV p	11/01/2026	13,8%	1.753	2.435
2	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.SOCIEDAD-BARCELONA	DAZN LaLiga	18/01/2026	9,9%	1.320	2.135
3	POST FUTBOL:SUPERCOPA / BARCELONA-R.MADRID	LALIGA TV p	11/01/2026	8,9%	1.174	1.810
4	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-R.BETIS	DAZN LaLiga	04/01/2026	10,4%	1.136	1.681
5	FUTBOL:SUPERCOPA / AT.MADRID-R.MADRID	LALIGA TV p	08/01/2026	9,6%	1.107	1.897
6	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VILLARREAL-R.MADRID	LALIGA TV p	24/01/2026	9,0%	1.027	1.630
7	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-OVIEDO	DAZN LaLiga	25/01/2026	9,4%	1.003	1.499
8	FUTBOL:COPA DEL REY / RACING SANTANDER-BARCELONA	LALIGA TV p	15/01/2026	7,3%	959	1.507
9	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-MONACO	LIGA DE CAM	20/01/2026	7,1%	938	1.742
10	FUTBOL:SUPERCOPA / BARCELONA-ATH.BILBAO	LALIGA TV p	07/01/2026	7,7%	901	1.588
11	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ESPANYOL-BARCELONA	LALIGA TV p	03/01/2026	7,4%	867	1.229
12	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ELCHE-BARCELONA	LALIGA TV p	31/01/2026	7,5%	826	1.374
13	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-LEVANTE	LALIGA TV p	17/01/2026	8,8%	793	1.326
14	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / SLAVIA PRAGA-BARCELONA	LIGA DE CAM	21/01/2026	6,0%	787	1.666
15	LA CASA DEL FUTBOL / VILLARREAL-R.MADRID	LALIGA TV p	24/01/2026	6,5%	714	1.662
16	POST FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.SOCIEDAD-BARCELONA	DAZN LaLiga	18/01/2026	5,8%	660	1.237
17	FUTBOL:SUPERCOPA / BARCELONA-R.MADRID	MOVISTAR PL	11/01/2026	5,1%	649	947
18	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.SOCIEDAD-AT.MADRID	DAZN LaLiga	04/01/2026	4,2%	537	1.078
19	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BENFICA-R.MADRID	LIGA DE CAM	28/01/2026	3,8%	495	1.187
20	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BENFICA-R.MADRID	MOVISTAR PL	28/01/2026	3,8%	493	875
21	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BARCELONA-COPENHAGUE	LIGA DE CAM	28/01/2026	3,6%	470	1.092
22	POST FUTBOL:SUPERCOPA / BARCELONA-R.MADRID	MOVISTAR PL	11/01/2026	3,4%	449	719
23	PREVIO FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-MONACO	LIGA DE CAM	20/01/2026	3,7%	447	711
24	PREVIO FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VILLARREAL-R.MADRID	LALIGA TV p	24/01/2026	3,9%	423	677
25	PREVIO FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ELCHE-BARCELONA	LALIGA TV p	03/01/2026	3,9%	421	630



Lo más visto por géneros Temáticas pago



CINE

- 1 WARNER TV HIT / AQUAMAN (WARNER TV, 31-ene-26): 96.000 y 0,9%
- 2 CINE / GUARDIANES DE LA GALAXIA (STAR CHANNEL, 04-ene-26): 93.000 y 0,8%
- 3 CINE / MEGALODON(2018) (WARNER TV, 06-ene-26): 87.000 y 0,8%



ENTRETENIMIENTO (Entretenimiento, Concursos, Factual)

- 1 MASTERCLASS / NICO WILLIAMS (DAZN LaLiga, 25-ene-26): 71.000 y 0,7%
- 2 ENTERRADOS / UNA DE LOS NUESTROS (AMC CRIME, 29-ene-26): 41.000 y 0,3%
- 3 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 01-ene-26): 40.000 y 0,3%



SERIES

- 1 FBI (WARNER TV, 08-ene-26): 60.000 y 0,5%
- 2 FBI (WARNER TV, 29-ene-26): 56.000 y 0,4%
- 3 WATSON (STAR CHANNEL, 29-ene-26): 53.000 y 0,4%



INFORMACIÓN

- 1 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / OPERACION NENUFAR(EL CASO ASUNTA) (AMC CRIME, 03-ene-26): 4.000 y 0%
- 2 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / JURADO POR UN DIA: CASO ASUNTA (AMC CRIME, 06-ene-26): 3.000 y 0,1%
- 3 NARCAS: MUJERES TRAS LA DROGA (MOVISTAR PLUS+, 12-ene-26): 2.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 INFORME+ / YO TAMBIEÑ FUI PICHICHI (LALIGA TV por M+, 17-ene-26): 92.000 y 0,9%
- 2 REPORTAJE DEPORTIVO (LALIGA TV HYpermotion, 18-ene-26): 77.000 y 0,7%
- 3 WILD LAPONIA (NGC WILD, 01-ene-26): 55.000 y 0,6%



DEPORTES

- 1 FUTBOL: SUPERCOPA / BARCELONA-R.MADRID (LALIGA TV por M+, 11-ene-26): 1.753.000 y 13,8%
- 2 FUTBOL: LIGA ESPAÑOLA / R.SOCIEDAD-BARCELONA (DAZN LaLiga, 18-ene-26): 1.320.000 y 9,9%
- 3 POST FUTBOL: SUPERCOPA / BARCELONA-R.MADRID (LALIGA TV por M+, 11-ene-26): 1.174.000 y 8,9%



ANIMACIÓN

- 1 ARIEL (DISNEY JUNIOR, 01-ene-26): 39.000 y 1,2%
- 2 ARIEL (DISNEY JUNIOR, 01-ene-26): 39.000 y 0,9%
- 3 SPIDEY AND HIS AMAZING FRIENDS: WEB-SPINNERS (DISNEY JUNIOR, 13-ene-26): 35.000 y 0,3%

Grupos Comunicación

ABIERTO

Grupos Editoriales Abierto		Cuota	Dif cuota Y/Y	Espectadores únicos (000)	Cob%
1	ATRESMEDIA	25,5%	-0,6	38.315	80,6%
2	MEDIASET	22,8%	-1,4	38.346	80,6%
3	GRUPO RTVE	18,3%	+2,6	38.452	80,8%
4	FORTA	8,6%	+0,1	28.289	59,5%
5	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,4%	0,0	20.373	42,8%
6	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,1%	-0,5	18.445	38,8%

MEDIASET: T5, CUATRO, FDF-T5, DIVINITY, ENERGY, BOING, BEMADtv / ATRESMEDIA: A3, LA SEXTA, NEOX, NOVA, MEGA, ATRESERIES. / RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDEPORTE, 24H. / SQUIRREL MEDIA: SQUIRREL, SQUIRREL DOS 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	1,8%	+0,1	11.322	23,8%
2	AMC NETWORKS INTERNATIONAL	1,2%	+0,2	7.573	15,9%
3	WARNER BROS DISCOVERY	0,6%	-0,1	8.679	18,2%
4	DAZN	0,5%	+0,2	6.064	12,7%
5	THE WALT DISNEY COMPANY	0,5%	0,0	7.349	15,5%
6	UNIVERSAL NETWORKS INTER	0,3%	0,0	4.465	9,4%
7	SONY PICTURES ENTERTAINM	0,3%	+0,1	4.979	10,5%
8	PARAMOUNT	0,2%	0,0	4.279	9,0%
9	LA LIGA	0,1%	0,0	2.721	5,7%
10	HEARST CORPORATION INC	0,1%	0,0	3.588	7,5%
11	MTV NETWORKS EUROPE	0,0%	0,0	113	0,2%

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



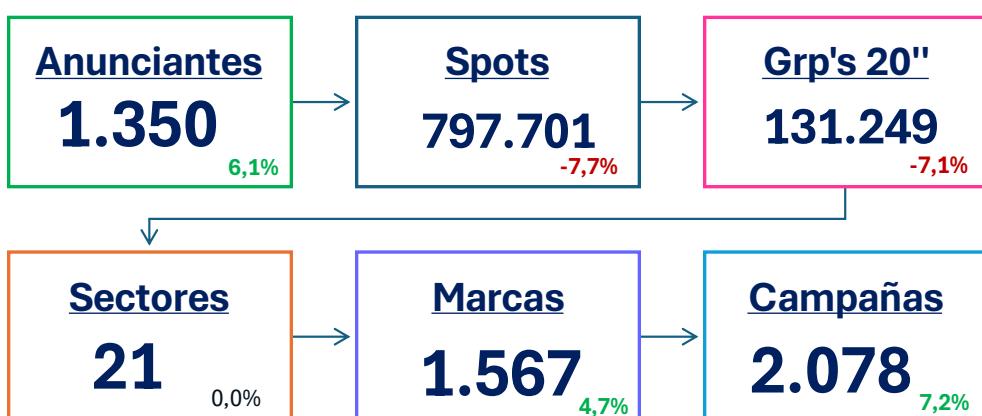
Actividad Publicitaria

✓ Se registra actividad de 1.350 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -7,1% y el número de campañas activas suben un +7,2%.

El spot más visto del mes corresponde a 'MOVISTAR/OP.TELECO', 1 enero, A3, 24 grp's 20".

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- ANUNCIANTE =PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 5.306 grp's 20".
- CAMPAÑA =SECURITAS DIRECT/ALARMAS con 2.041 grp's 20".
- MARCA =GALERIA DEL COLECCIONISTA con 3.132 grp's 20".
- SECTOR =DISTRIBUCION Y RESTAURACION con el 17,3% de los grps.



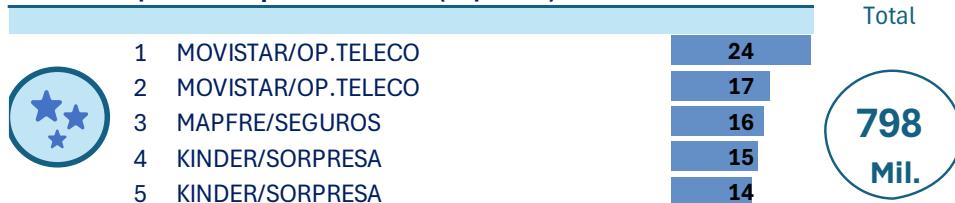
*Diferencias ene-26 vs. ene-25



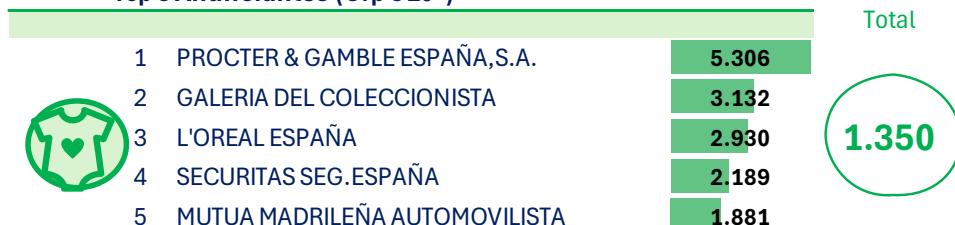
Actividad Publicitaria

RANKINGS PUBLICITARIOS

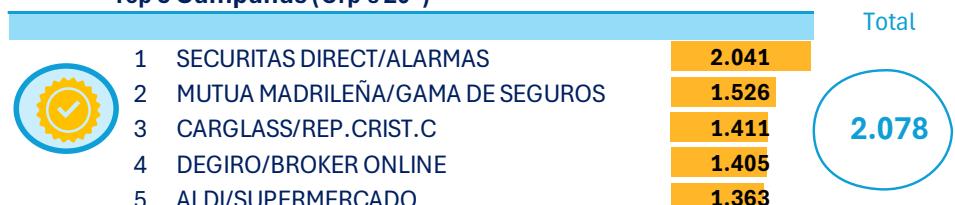
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



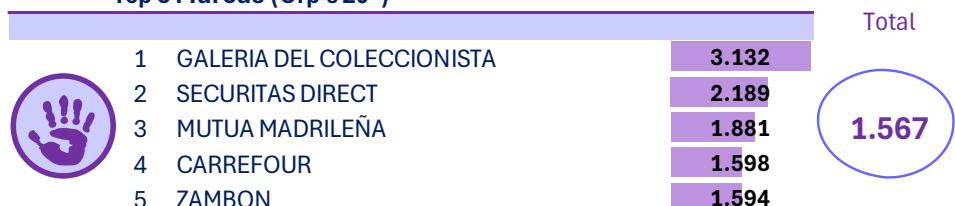
Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



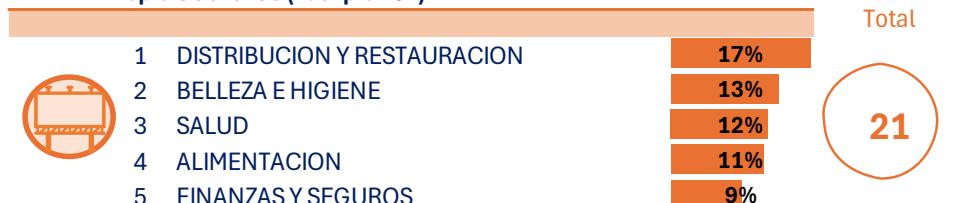
Top 5 Campañas (Grp's 20'')



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

