

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

## **ESPAÑA**

**Marzo 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 43,8 millones (el 92,1% de la población de España).

## ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:

✓ Un promedio de 27.622.000 españoles ven, cada día, la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 58,1% de la población).

## TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):

✓ El tiempo del total consumo del Televisor es de 222 minutos por persona al día (-11', -4,7% vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 339 minutos (-10', -2,9% vs mar-25).

## CONSUMO TV TRADICIONAL:

✓ El consumo de Televisión Tradicional es de 284 minutos por espectador al día (-11', -3,7% vs. año anterior) y de 165 minutos por persona al día (-12', -7% vs año anterior).

## CONSUMO HÍBRIDO (Otros Consumos Audiovisuales):

✓ El Consumo Híbrido es de 57 minutos por persona al día (+ 1', + 2% vs. año anterior). Por espectador al día el promedio es de 186 minutos (+ 1', + 1% 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 3.480.000 espectadores.

## TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:

✓ Atresmedia es el grupo líder con el 25,8% de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 23,5% y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 18,1%.

## TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:

✓ A3 (12,6%) es la cadena líder, por 19 meses consecutivos. En 2ª posición se sitúa La1 (11,9%), con el mejor marzo de los últimos 14 años. El 3er lugar es para T5 (9,3%).

## TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:

✓ TV3 (15,3%) encabeza el ranking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota, seguida de ARAGON TV (12,1%), con el mejor marzo de la historia, y ETB2 (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 11,7 % de cuota, el mejor marzo de su historia, encabezado por: LALIGA TV por M+ (0,5 %), DAZN LaLiga (0,3 %) y LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,3 %).

## EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:

✓ La emisión más vista corresponde a FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID (La1, 03-mar-26) con 4.028.000 de audiencia media y 26,9% de cuota de pantalla.

## MINUTO MÁS VISTO DEL MES:

✓ El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FUTBOL:COPA DEL REY BARCELONA-AT.MADRID (La1, 03-mar, 23:01h) con una audiencia de 4.784.000 espectadores.

## INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:

✓ Los informativos de A3 (2.028.000 de audiencia media y 19,2% 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 3 meses consecutivos.

## ACTIVIDAD PUBLICITARIA:

✓ Se registra actividad de 1.549 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -5,4% y el número de campañas activas suben un +11,7%.

# Visión global

## Consumo TV Tradicional

**284'** **-11'** **-3,7%**  
espectador/día \*Dif. mar-26 vs. mar-25

**165'** **-12'** **-7%**  
persona/día \*Dif. mar-26 vs. mar-25

## Cadena líder

**A3**

**12,6%** **+0,1** \*Dif. mar-26vs. mar-25

## Espectadores Únicos TV Tradicional

ACUMULADO MENSUAL

**43.822.00**

Cobertura mes

**92,1 %**

PROMEDIO DIARIO

**27.622.00**

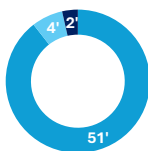
Cobertura día

**58,1 %**

## Consumo Híbrido

**57'** **+1'** **2%**  
persona/día →

■ INTERNET  
■ PLAY  
■ OTROS



## Consumo TOTAL TELEVISOR

**222'** **-11'** **-5%** **339'** **-10'** **-3%**  
persona/día \*Dif. mar-26 vs. mar-25 espectador/día

## Ránking cadenas

\* = cadena con más Esp.Un.

Rnk	Cadena	Cuota	Dif. mar-26 vs. mar-25	Espectadores Unicos (000)	Cob%
1	A3	12,6%	+0,1	31.659	66,6%
2	La1	11,9%	+1,6	★34.044	71,6%
3	T5	9,3%	-1,4	28.603	60,1%
4	AUT	8,6%	-0,2	27.544	57,9%
5	LA SEXTA	6,5%	-0,2	29.401	61,8%
6	CUATRO	6,2%	+0,3	29.953	63,0%
7	La2	3,2%	+0,5	25.394	53,4%
8	FDF	2,2%	-0,1	16.793	35,3%
9	ENERGY	2,2%	-0,3	12.264	25,8%
10	NOVA	1,9%	-0,1	10.406	21,9%
11	TRECE	1,9%	+0,2	13.339	28,0%
12	ATRESERIES	1,8%	-0,1	11.193	23,5%
13	NEOX	1,7%	0,0	17.540	36,9%
14	BEMADtv	1,6%	-0,3	16.024	33,7%
15	24H	1,6%	+0,5	15.633	32,9%
16	DMAX	1,5%	0,0	14.980	31,5%
17	MEGA	1,3%	+0,1	14.070	29,6%
18	DIVINITY	1,1%	-0,3	12.954	27,2%
19	SQUIRREL	1,1%	+0,2	13.178	27,7%
20	DKISS	1,0%	-0,2	10.829	22,8%
21	SQUIRREL DOS	0,9%	-	11.363	23,9%
22	TEN	0,9%	-0,4	8.437	17,7%
23	VEO 7	0,9%	-	10.317	21,7%
24	BOING	0,8%	-0,1	10.731	22,6%
25	CLAN	0,8%	0,0	11.746	24,7%
26	TELEPORTE	0,7%	+0,3	12.115	25,5%
27	REAL MADRID HD	0,6%	0,0	9.702	20,4%
28	AUT PRIV	0,3%	0,0	5.224	11,0%
29	BOM Cine	0,3%	-0,1	5.729	12,0%

Temáticas Pago= 11,7% (+0,4)

★ MINUTO MÁS VISTO

**4.784.000**

FUTBOL:COPA DEL REY  
BARCELONA-AT.MADRID  
La1, 03-mar, 23:01h

## Emisión más vista

**La1**

FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID, 03-mar-26

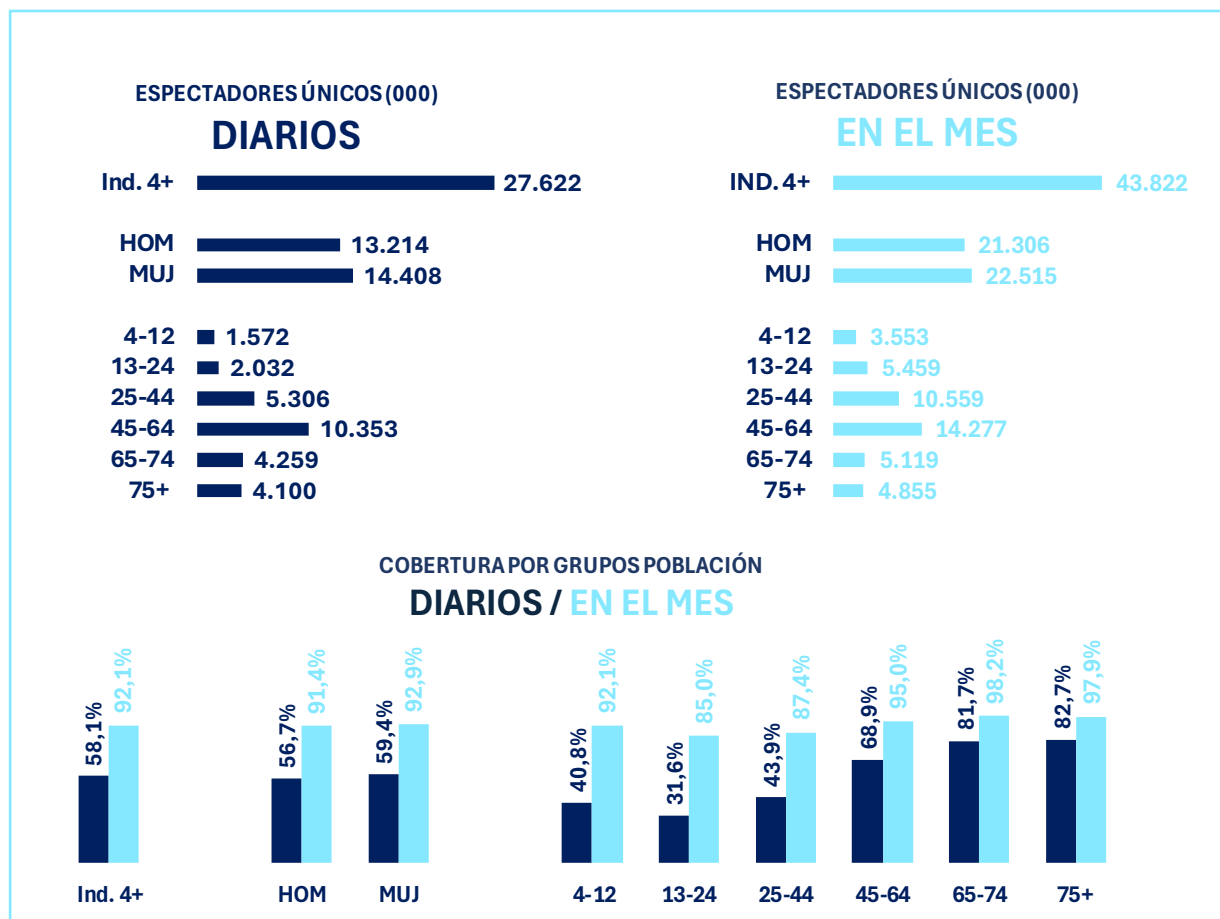
4.028.000 de audiencia media y 26,9%

# Espectadores Únicos TV Tradicional

Los espectadores únicos acumulados en el mes de marzo 2026 alcanzan la cifra de 43.822.000, que representa el 92,1% de la población de España, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

27.622.000 de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 58,1% de la población.

Por otro lado, se registran 3.741.000 'telefónicos', es decir, españoles que no han visto en ningún momento la televisión, esto supone el 7,9% de la población de España.

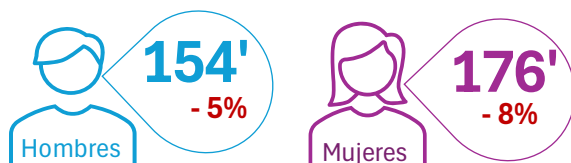


# Consumo TV Tradicional

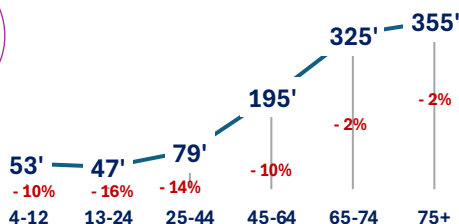
El tiempo de consumo de TV Tradicional por espectador\* al día es de 284 minutos (-11 minutos, -3,7%, con respecto al año pasado).

El tiempo de consumo de TV Tradicional por persona\* al día es de 165 minutos (-12 minutos, -7%, con respecto al año pasado).

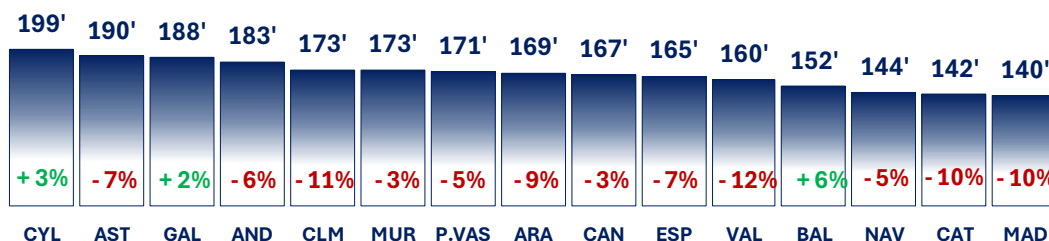
Los grupos sociodemográficos que más tiempo dedican al día a ver televisión son: por sexos, las mujeres (176') y, por cortes de edad, las personas de 64 a 74 años (325') y los mayores de 74 años (355').



Minutos persona/día por cortes de edad:



Minutos persona/día por regiones:



\*Diferencias mar-26 vs. mar-25

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

\* Espectador: sobre el total de los que ven televisión (Espectadores Únicos)= 27.622.000 individuos.

# Consumo Híbrido

El tiempo del Consumo Híbrido ('Otros Consumos Audiovisuales') es de 57 minutos por persona al día (+2 con respecto a marzo 2025).

Esta modalidad de consumo representa el 26% del total uso del televisor en España y se compone de <Internet / Streaming> (51 minutos), <Play / Vídeo grabado> (4 minutos) y <Otros / videojuegos y radio> (2 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 3.480.000 espectadores.



\*Dif. mar-26 vs. mar-25

35,6

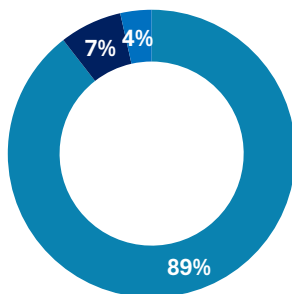
MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS TOTALES

14,5

MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS

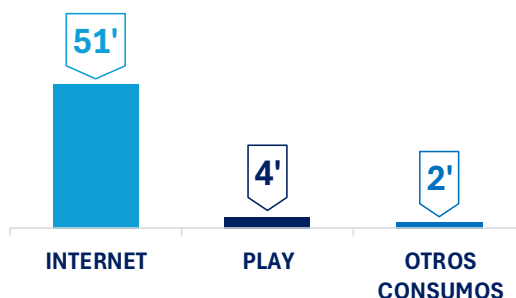
## “INTERNET”

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 222 minutos por persona al día (-11 minutos, -4,7%, con respecto a marzo 2025) y de 339 minutos por espectador al día (-10 minutos, -2,9%, 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. mar-26 vs. mar-25	CONSUMO HÍBRIDO	*Dif. mar-26 vs. mar-25	TOTAL TELEVISOR	*Dif. mar-26 vs. mar-25
Minutos diarios por persona	165' 2h:45m	-12' -7%	57' 0h:57m	+1' +2%	222' 3h:42m	-11' -4,7%
Minutos diarios por espectador	284' 4h:44m	-11' -4%	186' 3h:06m	+1' +1%	339' 5h:23m	-10' -2,9%
Espectadores únicos diarios (000)	27.622	-548 -2%	14.532	+259 +2%	31.102	-252 -0,8%
Cobertura diaria total población%	58,1%	-2 -3%	30,6%	+0 +1%	65,4%	-1 -1,8%
Espectadores únicos totales (000)	43.822	+133 +0,3%	35.636	+1.163 +3%	45.513	+530 +1,2%
Cobertura mensual total población%	92,1%	-1 -1%	74,9%	+2 +2%	95,7%	+0 +0,1%

TARGETS

Minutos de consumo diarios por persona	TELEVISIÓN TRADICIONAL	*Dif. mar-26 vs. mar-25	CONSUMO HÍBRIDO	*Dif. mar-26 vs. mar-25	TOTAL TELEVISOR	*Dif. mar-26 vs. mar-25
Ind. 4+ (inv)	165' 2h:45m	-12' -7%	57' 0h:57m	+1' +2%	222' 3h:42m	-11' -5%
HOM	154' 2h:34m	-8' -5%	56' 0h:56m	-2' -3%	210' 3h:30m	-10' -5%
MUJ	176' 2h:56m	-15' -8%	57' 0h:57m	+2' +4%	234' 3h:54m	-11' -4%
4-12	53' 0h:53m	-6' -10%	59' 0h:59m	-1' -2%	112' 1h:52m	-7' -6%
13-24	47' 0h:47m	-9' -16%	39' 0h:39m	+2' +5%	86' 1h:26m	-7' -8%
25-44	79' 1h:19m	-13' -14%	67' 1h:07m	-3' -4%	145' 2h:25m	-16' -10%
45-64	195' 3h:15m	-21' -10%	68' 1h:08m	+3' +5%	263' 4h:23m	-18' -6%
65-74	325' 5h:25m	-5' -2%	51' 0h:51m	+3' +6%	376' 6h:16m	-3' -1%
75+	355' 5h:55m	-6' -2%	27' 0h:27m	+4' +17%	382' 6h:22m	-2' -1%

# Ránking cadenas en Abierto

La cadena más vista en España es A3 con el 12,6% de cuota de pantalla y 31.659.000 de espectadores únicos en el mes.

Los espectadores únicos del total cadenas en Abierto son 43.268.000 espectadores, el 91% de la población.

- A3 (12,6%) es la cadena líder, por 19 meses consecutivos.
- En 2ª posición se sitúa La1 (11,9%), con el mejor marzo de los últimos 14 años.
- El 3er lugar es para T5 (9,3%).
- El cuarto puesto es para AUTONÓMICAS (8,6%).
- LA SEXTA (6,5%) ocupa la 5ª posición y CUATRO (6,2%) el 6º lugar.
- Les siguen La2 (3,2%), FDF (2,2%), ENERGY (2,2%) y NOVA (1,9%) para completar la tabla de las diez primeras.
- Máximos mensuales de SQUIRREL y VEO 7.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las Temáticas de Pago (11,7%) se analizan en un epígrafe independiente.

# Ránking cadenas en Abierto

Rnk	Cadena	Cuota	*Dif. mar-26 vs. mar-25	Espectadores Únicos (000)	Cob%
1	A3	12,6%	+0,1	31.659	66,6%
2	La1	11,9%	+1,6	★ 34.044	71,6%
3	T5	9,3%	-1,4	28.603	60,1%
4	AUT	8,6%	-0,2	27.544	57,9%
5	LA SEXTA	6,5%	-0,2	29.401	61,8%
6	CUATRO	6,2%	+0,3	29.953	63,0%
7	La2	3,2%	+0,5	25.394	53,4%
8	FDF	2,2%	-0,1	16.793	35,3%
9	ENERGY	2,2%	-0,3	12.264	25,8%
10	NOVA	1,9%	-0,1	10.406	21,9%
11	TRECE	1,9%	+0,2	13.339	28,0%
12	ATRESERIES	1,8%	-0,1	11.193	23,5%
13	NEOX	1,7%	0,0	17.540	36,9%
14	BEMADtv	1,6%	-0,3	16.024	33,7%
15	24H	1,6%	+0,5	15.633	32,9%
16	DMAX	1,5%	0,0	14.980	31,5%
17	MEGA	1,3%	+0,1	14.070	29,6%
18	DIVINITY	1,1%	-0,3	12.954	27,2%
19	SQUIRREL	1,1%	+0,2	13.178	27,7%
20	DKISS	1,0%	-0,2	10.829	22,8%
21	SQUIRREL DOS	0,9%	-	11.363	23,9%
22	TEN	0,9%	-0,4	8.437	17,7%
23	VEO 7	0,9%	-	10.317	21,7%
24	BOING	0,8%	-0,1	10.731	22,6%
25	CLAN	0,8%	0,0	11.746	24,7%
26	TELEDEPORTE	0,7%	+0,3	12.115	25,5%
27	REAL MADRID HD	0,6%	0,0	9.702	20,4%
28	AUT PRIV	0,3%	0,0	5.224	11,0%
29	BOM Cine	0,3%	-0,1	5.729	12,0%

# Liderazgos Demográficos

- ◇ A3 es líder en total Individuos (12,6%), en mujeres (14,8%), en el grupo de 65 a 74 años (14,1%) y en mayores de 75 años (16,6%).
- ◇ La1 líder en hombres (11,9%), en jóvenes de 13 a 24 años (12%), en adultos jóvenes de 25 a 44 años (10,3%), en maduros de 45 a 64 años (12,4%) y "Target Comercial" (12,5%).
- ◇ BOING líder en niños de 4 a 12 años (12,1%)

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	T5	La1
T.COMERCIAL	→	La1	A3	T5
AND	→	A3	T5	La1
CAT	→	TV3	La1	A3
EUS	→	La1	ETB2	T5
GAL	→	A3	La1	T5
MAD	→	La1	A3	T5
C.V	→	La1	A3	T5
CLM	→	A3	La1	T5
CAN	→	A3	T5	TVCAN
ARA	→	A3	La1	ARAGON TV
AST	→	A3	La1	T5
BAL	→	La1	T5	A3
MUR	→	A3	La1	T5
CYL	→	A3	La1	T5
NAV	→	La1	A3	LA SEXTA
RES	→	La1	A3	T5

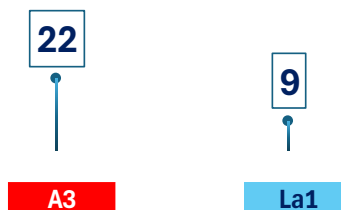
## CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS

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

## CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

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

## CADENA LÍDER NÚMERO DE DÍAS LÍDER



# Informativos diarios

Los informativos de A3 (2.028.000 de audiencia media y 19,2% 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 3 meses consecutivos.

Los segundos informativos más vistos son los de La1 (1.440.000 de audiencia media y 13,9% de cuota).

Y en tercer lugar se sitúan los informativos de T5 (904.000 de audiencia media y 8,7% de cuota).

## TOTAL EDICIONES (Lunes - Domingo)

RK	Cadena	Nº Emis.	Audi.Med. (000)	Cuota	Esp. Úni. (000)	Cobertura %
1	A3	62	2.028	19,2%	22.596	48%
2	La1	58	1.440	13,9%	21.516	45%
3	T5	62	904	8,7%	16.275	34%
4	LA SEXTA	62	730	8,5%	16.697	35%
5	CUATRO	62	560	6,8%	17.008	36%

**Legenda de títulos por cadenas:**

- ◇ A3: ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA-ANTENA 3 NOTICIAS 2 FIN DE SEMANA-ANTENA 3 NOTICIAS 1-ANTENA 3 NOTICIAS 2
- ◇ La1: TELED. FIN SEMANA 1-TELED. FIN SEMANA 2-TELEDIARIO 1-TELEDIARIO 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	2.028	19,2%	22.596	48%
2	La1	58	1.440	13,9%	21.516	45%
3	T5	62	904	8,7%	16.275	34%
4	LA SEXTA	62	730	8,5%	16.697	35%
5	CUATRO	62	560	6,8%	17.008	36%

**EDICIÓN SOBREMESA (L-D)**

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.141	23,1%
2	La1	1.389	14,9%
3	T5	852	9,2%
4	LA SEXTA	697	9,1%
5	CUATRO	566	8,1%

**EDICIÓN NOCHE (L-D)**

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	1.922	16,4%
2	La1	1.503	12,9%
3	T5	959	8,3%
4	LA SEXTA	758	8,1%
5	CUATRO	554	5,9%

**TOTAL EDICIONES (Lunes - Viernes)**

RK	Cadena	Nº Emis.	Audi.Med. (000)	Cuota	Esp. Úni. (000)	Cobertura %
1	A3	44	2.190	20,5%	19.329	41%
2	La1	40	1.493	14,2%	17.581	37%
3	T5	44	925	8,8%	13.240	28%
4	LA SEXTA	44	747	8,4%	12.995	27%
5	CUATRO	44	538	6,6%	12.314	26%

**EDICIÓN SOBREMESA (L-V)**

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.226	23,6%
2	La1	1.451	15,4%
3	T5	896	9,5%
4	LA SEXTA	769	9,3%
5	CUATRO	568	8,0%

**EDICIÓN NOCHE (L-V)**

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.154	18,1%
2	La1	1.542	13,1%
3	T5	958	8,2%
4	LA SEXTA	730	7,9%
5	CUATRO	510	5,5%

**TOTAL EDICIONES (Sábado y Domingo)**

RK	Cadena	Nº Emis.	Audi.Med. (000)	Cuota	Esp. Úni. (000)	Cobertura %
1	A3	18	1.708	16,6%	14.997	32%
2	La1	18	1.331	13,1%	14.862	31%
3	T5	18	853	8,4%	10.162	21%
4	LA SEXTA	18	699	8,6%	10.950	23%
5	CUATRO	18	610	7,5%	11.139	23%

**EDICIÓN SOBREMESA (SyD)**

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	1.960	21,9%
2	La1	1.260	14,0%
3	T5	742	8,3%
4	LA SEXTA	589	8,6%
5	CUATRO	561	8,2%

**EDICIÓN NOCHE (SyD)**

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	1.493	13,1%
2	La1	1.418	12,3%
3	T5	962	8,6%
4	LA SEXTA	825	8,5%
5	CUATRO	663	6,9%

# Emisiones más vistas en Abierto

La emisión más vista del mes en España corresponde a **FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID (La1)** con **4.028.000** de audiencia media y **26,9%** 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 / BARCELONA-AT.MADRID	La1	03-mar-26	26,9%	4.028	8.022
2	FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-EGIPTO	La1	31-mar-26	28,0%	3.310	7.458
3	FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-SERBIA	La1	27-mar-26	25,0%	2.759	6.219
4	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	09-mar-26	21,0%	2.580	3.696
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	04-mar-26	19,7%	2.552	3.980
6	FUTBOL:COPA DEL REY / R.SOCIEDAD-ATH.BILBAO	La1	04-mar-26	19,1%	2.546	6.733
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	05-mar-26	20,0%	2.525	3.955
8	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	05-mar-26	24,9%	2.498	3.540
9	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	03-mar-26	17,1%	2.465	3.807
10	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	03-mar-26	24,0%	2.368	3.216
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	25-mar-26	19,9%	2.363	3.672
12	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	06-mar-26	24,0%	2.359	3.258
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	09-mar-26	24,1%	2.343	3.251
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	12-mar-26	25,3%	2.340	3.240
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	23-mar-26	23,8%	2.326	3.285
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	18-mar-26	24,7%	2.304	3.210
17	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	23-mar-26	19,1%	2.303	3.542
18	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	26-mar-26	19,9%	2.279	3.486
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	04-mar-26	23,4%	2.267	3.105
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	20-mar-26	24,0%	2.263	3.188
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	30-mar-26	23,7%	2.257	3.231
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	10-mar-26	23,0%	2.252	3.181
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	11-mar-26	23,6%	2.249	3.175
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	02-mar-26	22,6%	2.223	3.281
25	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	16-mar-26	17,9%	2.218	3.381

# Lo más visto por géneros



## CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / INDIANA JONES Y EL REINO DE LA CALAVERA DE CRISTAL (La1, 29-mar-26): 1.345.000 y 12,3%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / INDIANA JONES Y EL DIAL DEL DESTINO (La1, 22-mar-26): 1.331.000 y 12,9%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / HUNTER KILLER (La1, 01-mar-26): 1.262.000 y 11,7%



## ENTRETENIMIENTO (Entretenimiento, Concursos, Factual)

- 1 PASAPALABRA (A3, 03-mar-26): 2.054.000 y 18,6%
- 2 PASAPALABRA (A3, 04-mar-26): 2.050.000 y 19,6%
- 3 EL HORMIGUERO / SANTIAGO SEGURA (A3, 16-mar-26): 2.025.000 y 15,9%



## SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 09-mar-26): 1.343.000 y 15%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 17-mar-26): 1.312.000 y 15,2%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 12-mar-26): 1.308.000 y 15,6%



## INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 09-mar-26): 2.580.000 y 21%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 04-mar-26): 2.552.000 y 19,7%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 05-mar-26): 2.525.000 y 20%



## CULTURALES

- 1 CINE DE BARRIO PRESENTACION / ABUELO MADE IN SPAIN (La1, 28-mar-26): 986.000 y 12,1%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ENSALADA DE ESCAROLA Y POLLO CON MANGO (A3, 09-mar-26): 934.000 y 17,4%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / BLANQUETA DE TERNERA (A3, 26-mar-26): 864.000 y 17,4%



## DEPORTES

- 1 FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID (La1, 03-mar-26): 4.028.000 y 26,9%
- 2 FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-EGIPTO (La1, 31-mar-26): 3.310.000 y 28%
- 3 FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-SERBIA (La1, 27-mar-26): 2.759.000 y 25%



## ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 05-mar-26): 283.000 y 2,8%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 09-mar-26): 274.000 y 2,8%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 02-mar-26): 267.000 y 2,8%

# Cadenas Autonómicas

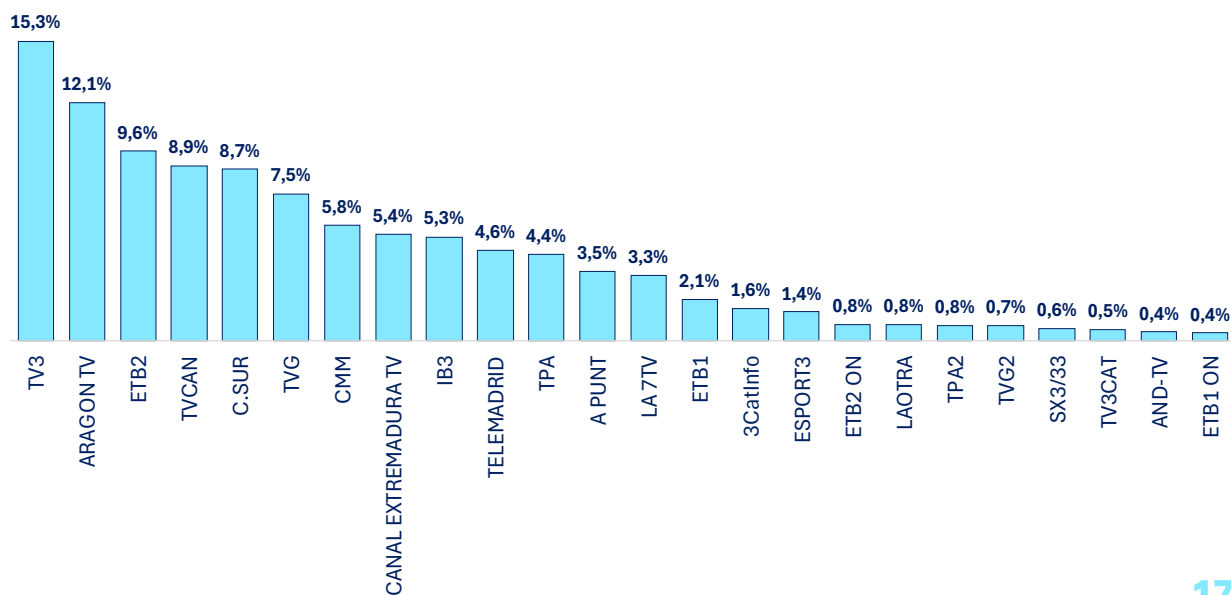
El conjunto del total cadenas Autonómicas en España promedia el 8,6% de cuota de pantalla en marzo 2026.

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

El número de espectadores únicos en el mes de las cadenas Autonómicas es de 27.544.000, una cobertura del 57,9% de la población nacional.

Aragón TV logra el mejor marzo de su historia y Televisión Canaria firma su mejor marzo de los últimos 15 años.

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



# Cadenas Autonómicas

Andalucía			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
C.SUR	8,7%	→ 5.024	59,7%
AND-TV	0,4%	→ 2.487	29,6%

Aragón			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
ARAGON TV	12,1%	→ 888	67,0%

Asturias			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TPA	4,4%	→ 542	54,6%
TPA2	0,8%	→ 285	28,7%

Balears			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
IB3	5,3%	→ 541	44,7%

Canarias			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TVCAN	8,9%	→ 1.360	61,7%

Castilla La Mancha			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
CMM	5,8%	→ 1.112	53,8%

Cataluña			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TV3	15,3%	→ 4.280	54,4%
3CatInfo	1,6%	→ 2.693	34,2%
SX3/33	0,6%	→ 2.039	25,9%
TV3CAT	0,5%	→ 500	13,9%
ESPORT3	1,4%	→ 1.969	25,0%

Extremadura			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
C. EXT	5,4%	→ 603	59,1%

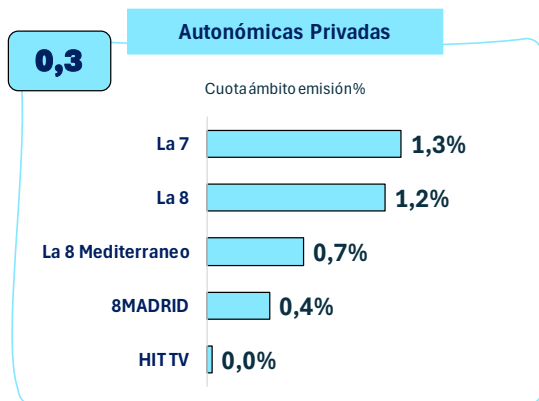
Galicia			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TVG	7,5%	→ 1.597	60,4%
TVG2	0,7%	→ 984	37,2%

Murcia			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
LA 7TV	3,3%	→ 824	53,7%

Madrid			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TELEMADRID	4,6%	→ 3.169	45,9%
LAOTRA	0,8%	→ 1.877	27,2%

País Vasco			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
ETB1	2,1%	→ 935	43,1%
ETB2	9,6%	→ 1.380	63,5%
ETB1 ON	0,4%	→ 551	25,4%
ETB2 ON	0,8%	→ 650	29,9%

Valencia			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
A PUNT	3,5%	→ 2.595	48,9%



# 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= 30,7%.
- ◇ TELENOTICIES MIGDIA / TV3= 26,7%.
- ◇ TELEBERRI 1 / ETB2= 23%.

En la siguiente tabla se detallan los resultados por cadenas:

Cadena	Cuota%AE		Espectadores Únicos (000)	Cob%
TV3	24,5%	→	3.207	40,7%
ARAGON TV	21,3%	→	637	48,1%
ETB2	20,1%	→	956	44,0%
TVCAN	14,5%	→	926	42,0%
TVG	11,1%	→	909	34,3%
C.SUR	9,5%	→	3.016	35,9%
IB3	8,0%	→	333	27,5%
TELEMADRID	7,8%	→	1.524	22,1%
CMM	7,7%	→	538	26,0%
TPA	7,0%	→	322	32,4%
A PUNT	6,2%	→	1.634	30,8%
LA 7TV	5,6%	→	383	24,9%

# Cadenas Temáticas de Pago

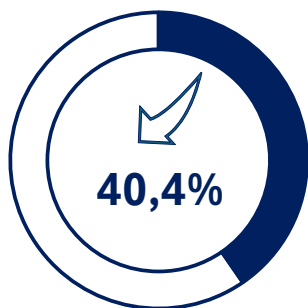
El conjunto de Temáticas de Pago en España promedia el 11,7% de cuota de pantalla, el mejor febrero de su historia.

El número de espectadores únicos en el mes de las Temáticas de Pago es de 21.566.000, una cobertura del 45,3% de la población de España.

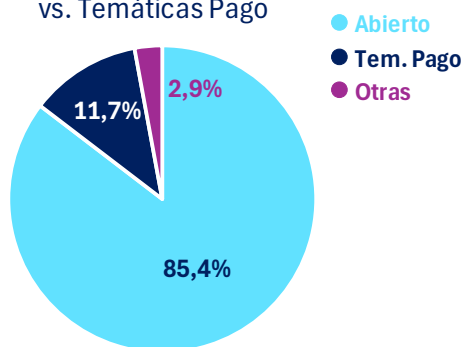
El ránking de las diez cadenas Temáticas de Pago más vistas está conformado por LALIGA TV por M+ (0,5%), DAZN LaLiga (0,3%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,3%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), STAR CHANNEL (0,2%), WARNER TV (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), LALIGA TV HYPERMOTION (0,1%), AMC CRIME (0,1%) y SYFY (0,1%).

- ◇ 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 40,4% corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante 59,6% 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. mar-26 vs. mar-25	Espect. Únicos (000)	Cob%
<b>TEMATICAS PAGO</b>		<b>11,7%</b>	<b>+0,4</b>	<b>21.566</b>	<b>45,3%</b>
1	LALIGA TV por M+	0,5%	+0,1	5.408	11,4%
2	DAZN LaLiga	0,3%	0,0	4.868	10,2%
3	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,3%	0,0	4.370	9,2%
4	MOVISTAR PLUS+	0,3%	0,0	4.218	8,9%
5	STAR CHANNEL	0,2%	-0,1	3.969	8,3%
6	WARNER TV	0,2%	-0,1	4.389	9,2%
7	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	+0,1	2.154	4,5%
8	LALIGA TV HYPERMOTION	0,1%	0,0	2.375	5,0%
9	AMC CRIME	0,1%	0,0	818	1,7%
10	SYFY	0,1%	0,0	2.538	5,3%
11	AMC WESTERN	0,1%	-	1.492	3,1%
12	AXN	0,1%	-0,1	2.830	6,0%
13	CALLE 13	0,1%	0,0	2.724	5,7%
14	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3.507	7,4%
15	COMEDY CENTRAL	0,1%	0,0	2.922	6,1%
16	SOMOS	0,1%	0,0	1.549	3,3%
17	AMC	0,1%	0,0	2.214	4,7%
18	XTRM	0,1%	+0,1	1.600	3,4%
19	NGC WILD	0,1%	0,0	1.916	4,0%
20	DISCOVERY	0,1%	0,0	1.740	3,7%
21	TCM	0,1%	0,0	3.539	7,4%
22	AXN MOVIES	0,1%	+0,1	2.720	5,7%
23	AMC BREAK	0,1%	0,0	1.176	2,5%
24	COSMO	0,1%	0,0	3.350	7,0%
25	CANAL HISTORIA	0,1%	0,0	1.356	2,9%

# Emisiones más vistas Temáticas de Pago

La emisión más vista de las cadenas Temáticas de Pago en España corresponde a **FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-AT.MADRID (LALIGA TV p, 22/03/2026)** con **1.548.000** espectadores de audiencia media y **12,2%** 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 / R.MADRID-AT.MADRID	LALIGA TV p	22/03/2026	12,2%	1.548	2.412
2	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-MANCHESTER CITY	LIGA DE CAM	11/03/2026	10,3%	1.310	2.198
3	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-GETAFE	DAZN LaLiga	02/03/2026	9,4%	1.223	2.046
4	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / CELTA VIGO-R.MADRID	LALIGA TV p	06/03/2026	8,7%	1.021	1.695
5	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ATH.BILBAO-BARCELONA	LALIGA TV p	07/03/2026	8,9%	950	1.447
6	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / MANCHESTER CITY-R.MADRID	LIGA DE CAM	17/03/2026	7,1%	903	1.469
7	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-RAYO VALLECANO	DAZN LaLiga	22/03/2026	10,7%	888	1.491
8	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-SEVILLA	DAZN LaLiga	15/03/2026	9,4%	874	1.465
9	PREVIO FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-AT.MADRID	LALIGA TV p	22/03/2026	7,1%	825	1.333
10	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-ELCHE	LALIGA TV p	14/03/2026	7,6%	820	1.424
11	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BARCELONA-NEWCASTLE U.	LIGA DE CAM	18/03/2026	9,2%	767	1.384
12	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / NEWCASTLE U.-BARCELONA	LIGA DE CAM	10/03/2026	5,7%	741	1.438
13	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / TOTTENHAM-AT.MADRID	LIGA DE CAM	18/03/2026	5,9%	717	1.521
14	LA CASA DEL FUTBOL / CELTA VIGO-R.MADRID	LALIGA TV p	06/03/2026	5,9%	651	1.723
15	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.BETIS-SEVILLA	DAZN LaLiga	01/03/2026	6,5%	634	1.100
16	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / MANCHESTER CITY-R.MADRID	MOVISTAR PL	17/03/2026	4,9%	619	1.073
17	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / NEWCASTLE U.-BARCELONA	MOVISTAR PL	10/03/2026	3,7%	486	914
18	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ATH.BILBAO-R.BETIS	DAZN LaLiga	22/03/2026	4,5%	420	917
19	FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID	LALIGA TV p	03/03/2026	2,7%	409	667
20	FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID	MOVISTAR PL	03/03/2026	2,3%	352	617
21	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VALENCIA-ALAVES	LALIGA TV p	08/03/2026	2,7%	340	761
22	POST FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID	MOVISTAR PL	03/03/2026	2,4%	315	483
23	POST FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID	LALIGA TV p	03/03/2026	2,4%	314	496
24	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / SEVILLA-VALENCIA	LALIGA TV p	21/03/2026	2,9%	306	672
25	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / GIRONA-CELTA VIGO	LALIGA TV p	01/03/2026	2,3%	286	703

# Lo más visto por géneros

## Temáticas pago



### CINE

- 1 CINE / JURASSIC WORLD:DOMINION (WARNER TV, 14-mar-26): 101.000 y 1%
- 2 CINE / THE EQUALIZER 3 (AXN, 07-mar-26): 66.000 y 0,8%
- 3 CINE / THE ITALIAN JOB (STAR CHANNEL, 14-mar-26): 65.000 y 0,6%



### ENTRETENIMIENTO (Entretenimiento, Concursos, Factual)

- 1 LALIGA VS:LA FUERZA DE NUESTRO FUTBOL (LALIGA TV HYPERMOTION, 28-mar-26): 45.000 y 0,5%
- 2 EL INCREIBLE DOCTOR POL (NGC WILD, 30-mar-26): 37.000 y 0,3%
- 3 CAZASUBASTAS (AMC BREAK, 04-mar-26): 37.000 y 0,4%



### SERIES

- 1 FBI (WARNER TV, 26-mar-26): 51.000 y 0,4%
- 2 9-1-1 (STAR CHANNEL, 09-mar-26): 47.000 y 0,4%
- 3 9-1-1 (STAR CHANNEL, 02-mar-26): 46.000 y 0,3%



### INFORMACIÓN

- 1 LA NOCHE DE LOS OSCAR 2026 (MOVISTAR PLUS+, 15-mar-26): 48.000 y 0,8%
- 2 LA NOCHE DE LOS OSCAR 2026 (ESTRENOS por M+, 15-mar-26): 25.000 y 0,4%
- 3 LA NOCHE DE LOS OSCAR 2026 (ESTRENOS por M+, 16-mar-26): 18.000 y 1,5%



### CULTURALES

- 1 INFORME+ / CUCU...CUCURELLA (LALIGA TV por M+, 06-mar-26): 63.000 y 0,8%
- 2 INFORME+ / LA LIGA DE VALDANO (LALIGA TV por M+, 28-mar-26): 27.000 y 0,4%
- 3 LA LIGA GENUINE / EL SENTIDO (LALIGA TV HYPERMOTION, 01-mar-26): 26.000 y 0,3%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-AT.MADRID (LALIGA TV por M+, 22-mar-26): 1.548.000 y 12,2%
- 2 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-MANCHESTER CITY (LIGA DE CAMPEONES por M+, 11-mar-26): 1.310.000 y 10,3%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-GETAFE (DAZN LaLiga, 02-mar-26): 1.223.000 y 9,4%



### ANIMACIÓN

- 1 UNA CASA DE LOCOS (NICKELODEON, 02-mar-26): 41.000 y 0,4%
- 2 BOB ESPONJA (NICKELODEON, 02-mar-26): 41.000 y 0,5%
- 3 LA CASA DE MICKEY MOUSE (DISNEY Ch, 26-mar-26): 38.000 y 0,5%

# Grupos Comunicación

## ABIERTO

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Dif cuota Y/Y	Espectadores únicos (000)	Cob%
1	ATRESMEDIA	25,8%	-0,2	37.347	78,5%
2	MEDIASET	23,5%	-2,1	37.252	78,3%
3	GRUPO RTVE	18,1%	+2,8	37.434	78,7%
4	FORTA	8,5%	-0,1	26.940	56,6%
5	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,4%	+0,1	18.542	39,0%
6	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,3%	-0,4	17.610	37,0%

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	1,7%	0,0	10.929	23,0%
2	AMC NETWORKS INTERNATION	1,0%	+0,2	6.384	13,4%
3	WARNER BROS DISCOVERY	0,5%	-0,1	7.510	15,8%
4	THE WALT DISNEY COMPANY	0,5%	0,0	6.488	13,6%
5	DAZN	0,4%	-0,1	5.612	11,8%
6	UNIVERSAL NETWORKS INTER	0,2%	-0,1	3.788	8,0%
7	SONY PICTURES ENTERTAINM	0,2%	0,0	3.960	8,3%
8	PARAMOUNT	0,2%	0,0	3.623	7,6%
9	LA LIGA	0,1%	0,0	2.628	5,5%
10	HEARST CORPORATION INC	0,1%	0,0	3.350	7,0%

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

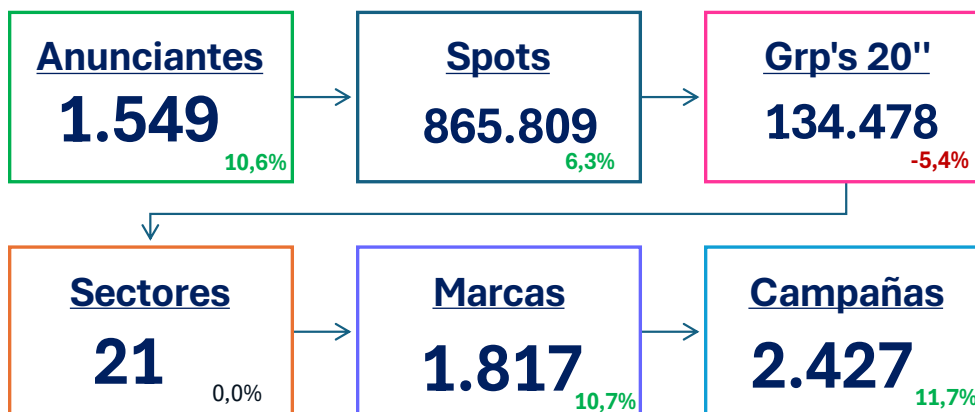
# Actividad Publicitaria

✓ Se registra actividad de 1.549 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -5,4% y el número de campañas activas suben un +11,7%.

El spot más visto del mes corresponde a 'GAES/CENTROS AUDITIVOS', 10 marzo, A3, 16 grp's 20''.

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- ANUNCIANTE = PROCTER & GAMBLE ESPAÑA, S.A. con 5.476 grp's 20''.
- CAMPAÑA = SECURITAS DIRECT/ALARMAS con 2.024 grp's 20''.
- MARCA = DANONE con 3.205 grp's 20''.
- SECTOR = ALIMENTACION con el 16,9% de los grps.



\*Diferencias mar-26 vs. mar-25

# Actividad Publicitaria

## RÁNKINGS PUBLICITARIOS

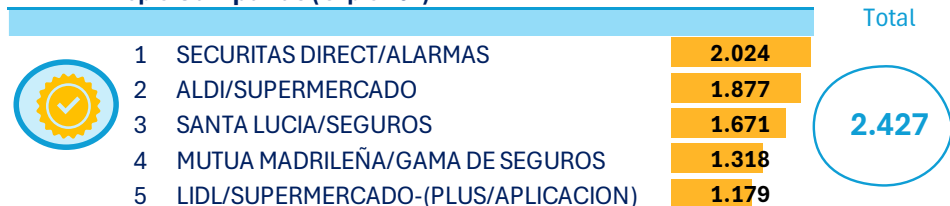
### Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20")



### 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: Fifty5Blue.
- El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable “invitados” que comenzó a medir Fifty5Blue 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

**Suscríbete a nuestra Newsletter**

 **91 446 17 57**

 **blvcom@barloventocomunicacion.es**

 **www.barloventocomunicacion.es**

**Síguenos en Redes: @blvcom**

