INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

ESPAÑA

Febrero 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 43,4 millones (el 91,2% de la población de España).

ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:

✔ Un promedio de 27.921.000 españoles ven, cada día, la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 58,7% 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 345 minutos (+ 3', + 0,9% vs feb-25).

CONSUMO TV TRADICIONAL:

✔ El consumo de Televisión Tradicional es de 290 minutos por espectador al día (0', se mantiene con respecto al año pasado) y de 170 minutos por persona al día (-3', -2% vs año anterior).

CONSUMO HÍBRIDO (Otros Consumos Audiovisuales):

✔ El Consumo Híbrido es de 59 minutos por persona al día (+ 5, + 9% vs. año anterior). Por espectador al día el promedio es de 187 minutos (+ 6', + 3% 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 3.585.000 espectadores.

TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:

✔ Atresmedia es el grupo líder con el 25,7% de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 22,8% y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 18,6%.

TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:

✔ **A3 (13%) es la cadena líder, por 18 meses consecutivos. En 2ª posición se sitúa La1 (12,3%), con el mejor febrero de los últimos 14 años. El 3er lugar es para AUTONÓMICAS (9,1%) con el mejor febrero de los últimos 14 años.**

TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:

✔ **TV3 (15,7%) encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota, seguida de ARAGON TV (12,8%), con el mejor febrero de la historia, y C.SUR (10,5%) de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.**

TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:

✔ **El conjunto de Temáticas de Pago firman el 11,8 % de cuota, el mejor febrero de su historia, con el siguiente top 3 de cadenas: DAZN LaLiga (0,5 %), LALIGA TV por M+ (0,5 %) y EUROSPORT (0,3 %).**

EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:

✔ **La emisión más vista corresponde a FUTBOL:COPA DEL REY / AT.MADRID-BARCELONA (La1, 12-feb-26) con 3.699.000 de audiencia media y 26,7% de cuota de pantalla.**

MINUTO MÁS VISTO DEL MES:

✔ **El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FUTBOL:COPA DEL REY AT.MADRID-BARCELONA (La1, 12-feb, 22:53h) con una audiencia de 4.402.000 espectadores.**

INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:

✔ **Los informativos de A3 (2.125.000 de audiencia media y 19,5% 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 2 meses consecutivos.**

ACTIVIDAD PUBLICITARIA:

✔ **Se registra actividad de 1.310 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -4,3% y el número de campañas activas suben un +5,4%.**

Visión global

Consumo TV Tradicional

290' espectador/día — 0' 0,0% *Dif. feb-26 vs. feb-25

170' persona/día — -3' - 2% *Dif. feb-26 vs. feb-25

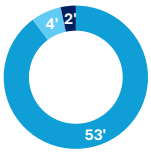
Espectadores Únicos TV Tradicional

ACUMULADO MENSUAL: **43.376.00** — Cobertura mes: **91,2 %**

PROMEDIO DIARIO: **27.921.00** — Cobertura día: **58,7 %**

Consumo Híbrido

59' persona/día — +5' 9%



Consumo TOTAL TELEVISOR

229' persona/día — +1' 0%

345' espectador/día — + 3' 1%

*Dif. feb-26 vs. feb-25

Emisión más vista

La1

FUTBOL:COPA DEL REY / AT.MADRID-BARCELONA, 12-feb-26

3.699.000 de audiencia media y 26,7%

Cadena líder

A3

13,0% +0,2 *Dif. feb-26 vs. feb-25

Ránking cadenas

* ⭐ = cadena con más Esp.Un.

Rnk	Cadena	Cuota	*Dif. feb-26 vs. feb-25	Espectadores Únicos (000)	Cob%
1	A3	13,0%	+0,2	31.068	65,3%
2	La1	12,3%	+1,8	⭐ 33.410	70,2%
3	AUT	9,1%	+0,6	27.242	57,3%
4	T5	8,7%	-0,9	27.642	58,1%
5	CUATRO	6,1%	+0,1	29.345	61,7%
6	LA SEXTA	6,1%	-0,5	28.939	60,8%
7	La2	3,2%	+0,4	25.546	53,7%
8	FDF	2,2%	-0,1	15.955	33,5%
9	ENERGY	2,1%	-0,4	12.058	25,4%
10	NOVA	1,9%	-0,3	10.334	21,7%
11	TRECE	1,8%	-0,1	12.618	26,5%
12	ATRESERIES	1,8%	-0,1	10.772	22,6%
13	NEOX	1,7%	-0,1	16.824	35,4%
14	BEMADtv	1,6%	-0,3	15.123	31,8%
15	DMAX	1,5%	-0,2	14.704	30,9%
16	24H	1,4%	+0,4	15.198	32,0%
17	MEGA	1,3%	-0,1	13.887	29,2%
18	DIVINITY	1,2%	-0,4	12.284	25,8%
19	TELEDEPORTE	1,1%	+0,8	13.729	28,9%
20	SQUIRREL	1,0%	+0,1	12.525	26,3%
21	DKISS	1,0%	-0,3	10.693	22,5%
22	TEN	0,9%	-0,4	8.157	17,2%
23	SQUIRREL DOS	0,9%	-	11.045	23,2%
24	VEO 7	0,9%	-	10.142	21,3%
25	BOING	0,9%	0,0	10.175	21,4%
26	CLAN	0,7%	-0,1	10.950	23,0%
27	REAL MADRID HD	0,6%	0,0	9.392	19,7%
28	BOM Cine	0,3%	-0,1	5.260	11,1%
29	AUT PRIV	0,3%	+0,1	4.505	9,5%

Temáticas Pago= 11,8% (+0,6)

⭐ **MINUTO MÁS VISTO**

4.402.000

FUTBOL:COPA DEL REY AT.MADRID-BARCELONA

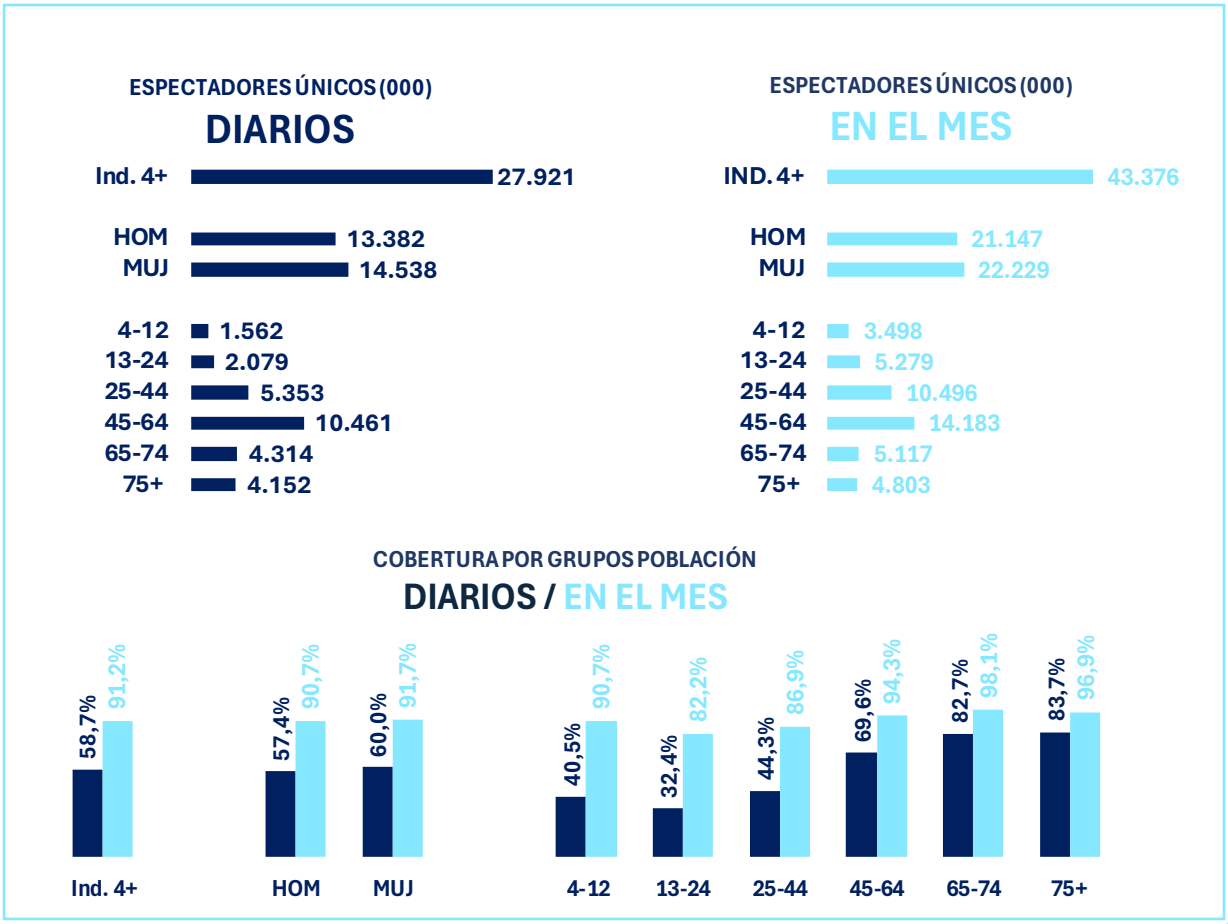
La1, 12-feb, 22:53h

Espectadores Únicos TV Tradicional

Los espectadores únicos acumulados en el mes de febrero 2026 alcanzan la cifra de 43.376.000, que representa el 91,2% de la población de España, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

27.921.000 de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 58,7% de la población.

Por otro lado, se registran 4.187.000 'telefóbicos', es decir, españoles que no han visto en ningún momento la televisión, esto supone el 8,8% de la población de España.



Consumo TV Tradicional

El tiempo de consumo de TV Tradicional por espectador* al día es de 290 minutos (se mantiene con respecto al año pasado).

El tiempo de consumo de TV Tradicional por persona* al día es de 170 minutos (-3 minutos, -2%, con respecto al año pasado).

Los grupos sociodemográficos que más tiempo dedican al día a ver televisión son: por sexos, las mujeres (181') y, por cortes de edad, las personas de 64 a 74 años (339') y los mayores de 74 años (369').

Tiempo persona/día

170' ⇨ **2:50**

-3' - 2%

Mismo mes desde 1992:

Tiempo espectador/día

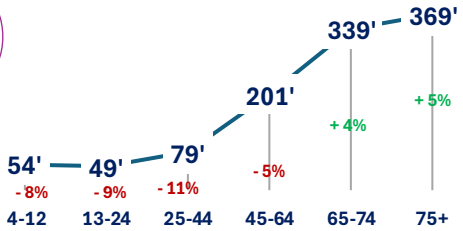
290'

0' 0,0%

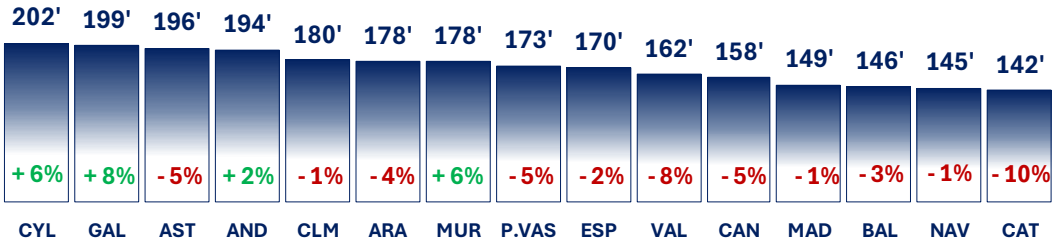
Hombres **159'** - 1%

Mujeres **181'** - 3%

Minutos persona/día por cortes de edad:



Minutos persona/día por regiones:



*Diferencias feb-26 vs. feb-25

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

*** Espectador: sobre el total de los que ven televisión (Espectadores Únicos)= 27.921.000 individuos.**

Consumo Híbrido

El tiempo del Consumo Híbrido ('Otros Consumos Audiovisuales') es de 59 minutos por persona al día (+9 con respecto a febrero 2025).

Esta modalidad de consumo representa el 26% del total uso del televisor en España y se compone de <Internet / Streaming> (53 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 3.585.000 espectadores.

59'
MINUTOS PERSONA/DÍA
+5'
9%

*Dif. feb-26 vs. feb-25

35,2
MILLONES
ESPECTADORES ÚNICOS
TOTALES

14,9
MILLONES
ESPECTADORES ÚNICOS
DIARIOS

"INTERNET"

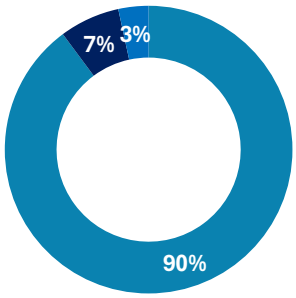
Streaming y consumo de video "No identificado" como televisión cuyo origen es Internet.

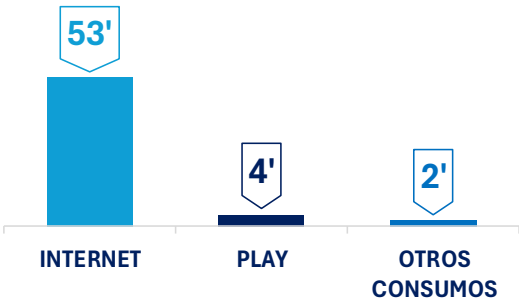
"PLAY"

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 febrero 2025) y de 345 minutos por espectador al día (+3 minutos, +0,9%, 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. feb-26 vs. feb-25		CONSUMO HÍBRIDO	*Dif. feb-26 vs. feb-25		TOTAL TELEVISOR	*Dif. feb-26 vs. feb-25	
Minutos diarios por persona	170' 2h:50m	- 3'	- 2%	59' 0h:59m	+ 5'	+ 9%	229' 3h:49m	+ 1'	+ 0,4%
Minutos diarios por espectador	290' 4h:50m	0'	0%	187' 3h:07m	+ 6'	+ 3%	345' 5h:23m	+ 3'	+ 0,9%
Espectadores únicos diarios (000)	27.921	- 191	- 1%	14.900	+ 824	+ 6%	31.506	+ 204	+ 0,7%
Cobertura diaria total población%	58,7%	- 1	- 2%	31,3%	+ 1	+ 5%	66,2%	- 0	- 0,5%
Espectadores únicos totales (000)	43.376	+ 4	+ 0%	35.212	+ 1.572	+ 5%	45.106	+ 248	+ 0,6%
Cobertura mensual total población%	91,2%	- 1	- 1%	74%	+ 3	+ 3%	94,8%	- 1	- 0,5%

TARGETS

Minutos de consumo diarios por persona	TELEVISIÓN TRADICIONAL		*Dif. feb-26 vs. feb-25		CONSUMO HÍBRIDO		*Dif. feb-26 vs. feb-25		TOTAL TELEVISOR		*Dif. feb-26 vs. feb-25	
Ind. 4+ (inv)	170'	2h:50m	-3'	- 2%	59'	0h:59m	+5'	+ 9%	229'	3h:49m	+1'	+ 0%
HOM	159'	2h:39m	-1'	- 1%	57'	0h:57m	+2'	+ 4%	216'	3h:36m	+1'	+ 0%
MUJ	181'	3h:01m	-5'	- 3%	60'	1h:00m	+7'	+ 13%	241'	4h:01m	+1'	+ 0%
4-12	54'	0h:54m	-5'	- 8%	60'	1h:00m	+4'	+ 7%	113'	1h:53m	-2'	- 2%
13-24	49'	0h:49m	-5'	- 9%	38'	0h:38m	+3'	+ 9%	87'	1h:27m	-2'	- 2%
25-44	79'	1h:19m	-10'	- 11%	70'	1h:10m	+3'	+ 4%	149'	2h:29m	-8'	- 5%
45-64	201'	3h:21m	-11'	- 5%	71'	1h:11m	+6'	+ 9%	272'	4h:32m	-5'	- 2%
65-74	339'	5h:39m	+13'	+ 4%	53'	0h:53m	+7'	+ 15%	392'	6h:32m	+19'	+ 5%
75+	369'	6h:09m	+19'	+ 5%	26'	0h:26m	+3'	+ 13%	395'	6h:35m	+22'	+ 6%

Ránking cadenas en Abierto

La cadena más vista en España es A3 con el 13% de cuota de pantalla y 31.068.000 de espectadores únicos en el mes.

Los espectadores únicos del total cadenas en Abierto son 42.837.000 espectadores, el 90,1% de la población.

- A3 (13%) es la cadena líder, por 18 meses consecutivos.
- En 2ª posición se sitúa La1 (12,3%), con el mejor febrero de los últimos 14 años.
- El 3er lugar es para AUTONÓMICAS (9,1%) con el mejor febrero de los últimos 14 años.
- El cuarto puesto es para T5 (8,7%).
- Empate de CUATRO y LA SEXTA (6,1%) en 5º lugar.
- Les siguen La2 (3,2%), FDF (2,2%), ENERGY (2,1%) y NOVA (1,9%) para completar la tabla de las diez primeras.
- Máximos mensuales de SQUIRREL y VI

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las Temáticas de Pago (11,8%) se analizan en un epígrafe independiente.

Ránking cadenas en Abierto

Rnk	Cadena	Cuota	*Dif. feb-26 vs. feb-25	Espectadores Únicos (000)	Cob%
1	A3	13,0%	+0,2	31.068	65,3%
2	La1	12,3%	+1,8	33.410	70,2%
3	AUT	9,1%	+0,6	27.242	57,3%
4	T5	8,7%	-0,9	27.642	58,1%
5	CUATRO	6,1%	+0,1	29.345	61,7%
6	LA SEXTA	6,1%	-0,5	28.939	60,8%
7	La2	3,2%	+0,4	25.546	53,7%
8	FDF	2,2%	-0,1	15.955	33,5%
9	ENERGY	2,1%	-0,4	12.058	25,4%
10	NOVA	1,9%	-0,3	10.334	21,7%
11	TRECE	1,8%	-0,1	12.618	26,5%
12	ATRESERIES	1,8%	-0,1	10.772	22,6%
13	NEOX	1,7%	-0,1	16.824	35,4%
14	BEMADtv	1,6%	-0,3	15.123	31,8%
15	DMAX	1,5%	-0,2	14.704	30,9%
16	24H	1,4%	+0,4	15.198	32,0%
17	MEGA	1,3%	-0,1	13.887	29,2%
18	DIVINITY	1,2%	-0,4	12.284	25,8%
19	TELEDEPORTE	1,1%	+0,8	13.729	28,9%
20	SQUIRREL	1,0%	+0,1	12.525	26,3%
21	DKISS	1,0%	-0,3	10.693	22,5%
22	TEN	0,9%	-0,4	8.157	17,2%
23	SQUIRREL DOS	0,9%	-	11.045	23,2%
24	VEO 7	0,9%	-	10.142	21,3%
25	BOING	0,9%	0,0	10.175	21,4%
26	CLAN	0,7%	-0,1	10.950	23,0%
27	REAL MADRID HD	0,6%	0,0	9.392	19,7%
28	BOM Cine	0,3%	-0,1	5.260	11,1%
29	AUT PRIV	0,3%	+0,1	4.505	9,5%

Temáticas Pago= 11,8% (+0,6)

Liderazgos Demográficos

- A3 es líder en total Individuos (13%), en mujeres (15,1%), en el grupo de 65 a 74 años (14,3%) y en mayores de 75 años (17,3%).

- La1 líder en hombres (12%), en jóvenes de 13 a 24 años (13%), en adultos jóvenes de 25 a 44 años (11,3%), en maduros de 45 a 64 años (12,5%) y "Target Comercial" (12,9%).

- BOING líder en niños de 4 a 12 años (13,8%)

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

LIDERAZGOS CUOTAS
TARGETS

ESPAÑA

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

CADENA LÍDER
FRANJAS HORARIAS

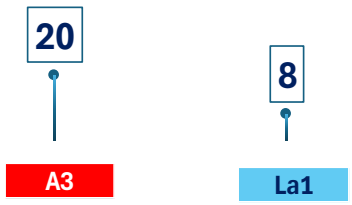
MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
La1	A3	La1

PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
A3	T5	La1

CADENA LÍDER
DÍAS DE LA SEMANA

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

CADENA LÍDER
NÚMERO DE DÍAS LÍDER



Informativos diarios

Los informativos de A3 (2.125.000 de audiencia media y 19,5% 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 2 meses consecutivos.

Los segundos informativos más vistos son los de La1 (1.478.000 de audiencia media y 13,8% de cuota).

Y en tercer lugar se sitúan los informativos de T5 (903.000 de audiencia media y 8,4% de cuota).

TOTAL EDICIONES (Lunes - Domingo)

RK	Cadena	Nº Emis.	Audi.Med. (000)	Cuota	Esp. Úni. (000)	Cobertura %
1	A3	56	2.125	19,5%	21.877	46%
2	La1	53	1.478	13,8%	21.247	45%
3	T5	56	903	8,4%	15.998	34%
4	LA SEXTA	56	715	7,9%	16.564	35%
5	CUATRO	56	571	6,6%	16.606	35%

Leyenda 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 ránking por ediciones:

TOTAL EDICIONES (Lunes - Domingo)

RK	Cadena	Nº Emis.	Audi.Med. (000)	Cuota	Esp. Úni. (000)	Cobertura %
1	A3	56	2.125	19,5%	21.877	46%
2	La1	53	1.478	13,8%	21.247	45%
3	T5	56	903	8,4%	15.998	34%
4	LA SEXTA	56	715	7,9%	16.564	35%
5	CUATRO	56	571	6,6%	16.606	35%

EDICIÓN SOBREMESA (L-D)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.187	22,9%
2	La1	1.413	14,8%
3	T5	878	9,2%
4	LA SEXTA	685	8,6%
5	CUATRO	587	8,0%

EDICIÓN NOCHE (L-D)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.066	17,0%
2	La1	1.553	12,9%
3	T5	931	7,7%
4	LA SEXTA	740	7,4%
5	CUATRO	555	5,6%

TOTAL EDICIONES (Lunes - Viernes)

RK	Cadena	Nº Emis.	Audi.Med. (000)	Cuota	Esp. Úni. (000)	Cobertura %
1	A3	40	2.290	20,8%	18.431	39%
2	La1	37	1.521	14,1%	16.960	36%
3	T5	40	920	8,5%	13.002	27%
4	LA SEXTA	40	716	7,7%	12.360	26%
5	CUATRO	40	554	6,4%	11.825	25%

EDICIÓN SOBREMESA (L-V)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.242	23,2%
2	La1	1.488	15,4%
3	T5	920	9,5%
4	LA SEXTA	721	8,5%
5	CUATRO	587	7,9%

EDICIÓN NOCHE (L-V)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.337	18,9%
2	La1	1.560	12,9%
3	T5	919	7,5%
4	LA SEXTA	712	7,2%
5	CUATRO	520	5,3%

TOTAL EDICIONES (Sábado y Domingo)

RK	Cadena	Nº Emis.	Audi.Med. (000)	Cuota	Esp. Úni. (000)	Cobertura %
1	A3	16	1.779	16,7%	14.339	30%
2	La1	16	1.386	13,2%	14.802	31%
3	T5	16	863	8,2%	9.668	20%
4	LA SEXTA	16	713	8,3%	10.981	23%
5	CUATRO	16	613	7,2%	11.108	23%

EDICIÓN SOBREMESA (SyD)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	A3	2.068	22,1%
2	La1	1.257	13,4%
3	T5	769	8,2%
4	LA SEXTA	628	8,8%
5	CUATRO	587	8,2%

EDICIÓN NOCHE (SyD)

RNK	Cadena	Audi.Med. (000)	Cuota
1	La1	1.538	13,1%
2	A3	1.525	13,0%
3	T5	959	8,2%
4	LA SEXTA	805	7,9%
5	CUATRO	641	6,3%

Emisiones más vistas en Abierto

La emisión más vista del mes en España corresponde a FUTBOL:COPA DEL REY / AT.MADRID-BARCELONA (La1) con 3.699.000 de audiencia media y 26,7% 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 / AT.MADRID-BARCELONA	La1	12-feb-26	26,7%	3.699	8.351
2	PASAPALABRA	A3	05-feb-26	36,8%	3.696	5.350
3	EL HORMIGUERO / ROSA RODRIGUEZ Y MANU PASCUAL	A3	05-feb-26	23,5%	3.239	6.370
4	FUTBOL:COPA DEL REY / ALBACETE-BARCELONA	La1	03-feb-26	22,8%	3.199	7.711
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	05-feb-26	22,4%	3.037	4.541
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	04-feb-26	20,7%	2.745	3.942
7	PASAPALABRA.ROSA Y MANU:UN DUELO DE RECORDS	A3	05-feb-26	23,6%	2.672	5.193
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	02-feb-26	20,1%	2.650	4.061
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	05-feb-26	24,4%	2.561	3.590
10	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	03-feb-26	18,3%	2.487	3.742
11	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	06-feb-26	24,9%	2.481	3.586
12	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	10-feb-26	25,3%	2.479	3.323
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	04-feb-26	23,3%	2.472	3.396
14	PASAPALABRA	A3	02-feb-26	21,7%	2.463	4.348
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	09-feb-26	19,5%	2.463	3.828
16	PASAPALABRA	A3	03-feb-26	22,1%	2.439	4.553
17	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	06-feb-26	21,4%	2.438	3.662
18	PASAPALABRA	A3	04-feb-26	21,6%	2.433	4.561
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	07-feb-26	23,9%	2.422	3.439
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	09-feb-26	23,7%	2.399	3.267
21	40 PREMIOS GOYA:BARCELONA	La1	28-feb-26	26,0%	2.396	5.162
22	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	19-feb-26	19,6%	2.392	3.648
23	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	11-feb-26	18,6%	2.388	3.830
24	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	23-feb-26	19,2%	2.387	3.655
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	16-feb-26	23,3%	2.372	3.292

Lo más visto por géneros

CINE

1 SOMOS CINE RTVE / EL 47 (La1, 21-feb-26): 1.457.000 y 14,8%
2 SESION DE TARDE / LA DUQUESA(2008) (La1, 07-feb-26): 1.318.000 y 13%
3 PELICULA DE LA SEMANA / JUEGO DE LADRONES.EL ATRACO PERFECTO (La1, 01-feb-26): 1.287.000 y 11,8%

ENTRETENIMIENTO (Entretenimiento, Concursos, Factual)

1 PASAPALABRA (A3, 05-feb-26): 3.696.000 y 36,8%
2 EL HORMIGUERO / ROSA RODRIGUEZ Y MANU PASCUAL (A3, 05-feb-26): 3.239.000 y 23,5%
3 PASAPALABRA.ROSA Y MANU:UN DUELO DE RECORDS (A3, 05-feb-26): 2.672.000 y 23,6%

SERIES

1 ANATOMIA DE UN INSTANTE / UN FALANGISTA DE PROVINCIAS (La1, 22-feb-26): 1.643.000 y 13,2%
2 ANATOMIA DE UN INSTANTE / UN REVOLUCIONARIO FRENTE AL GOLPE (La1, 22-feb-26): 1.582.000 y 14,9%
3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 05-feb-26): 1.549.000 y 15,8%

INFORMACIÓN

1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 05-feb-26): 3.037.000 y 22,4%
2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 04-feb-26): 2.745.000 y 20,7%
3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 02-feb-26): 2.650.000 y 20,1%

CULTURALES

1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SALTEADO DE CALAMARES ENCEBOLLADOS CON ARROZ NEGRO (A3, 06-feb-26): 981.000 y 18,7%
2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CARBONADA DE CERDO (A3, 04-feb-26): 960.000 y 16,2%
3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / DORADA GUISADA (A3, 11-feb-26): 959.000 y 17,7%

DEPORTES

1 FUTBOL:COPA DEL REY / AT.MADRID-BARCELONA (La1, 12-feb-26): 3.699.000 y 26,7%
2 FUTBOL:COPA DEL REY / ALBACETE-BARCELONA (La1, 03-feb-26): 3.199.000 y 22,8%
3 FUTBOL:COPA DEL REY / ATH.BILBAO-R.SOCIEDAD (La1, 11-feb-26): 2.193.000 y 16,7%

ANIMACIÓN

1 LOS SIMPSONS (NEOX, 14-feb-26): 332.000 y 3,6%
2 LOS SIMPSONS (NEOX, 14-feb-26): 296.000 y 3,6%
3 LOS SIMPSONS (NEOX, 16-feb-26): 264.000 y 2,6%

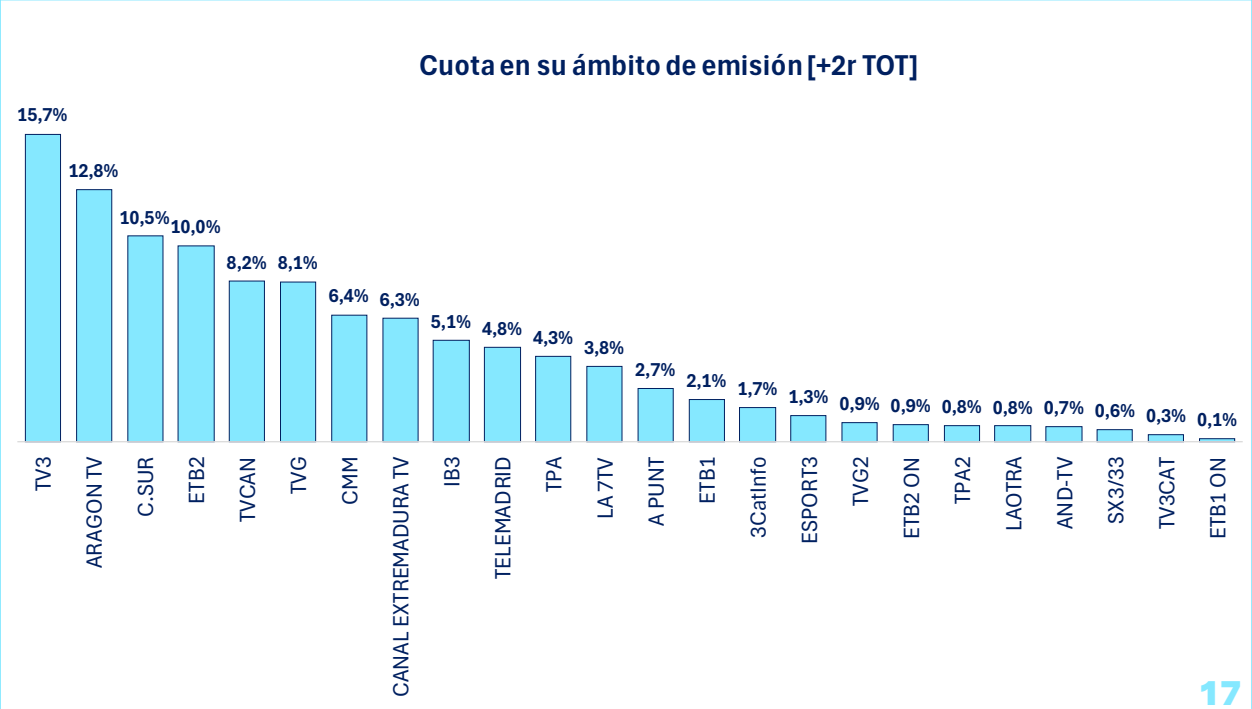
Cadenas Autonómicas

El conjunto del total cadenas Autonómicas en España promedia el 9,1% de cuota de pantalla en febrero 2026.

El ránking de las diez cadenas Autonómicas con mayor cuota de pantalla es el siguiente TV3 (15,7%), ARAGON TV (12,8%), C.SUR (10,5%), ETB2 (10%), TVCAN (8,2%), TVG (8,1%), CMM (6,4%), CANAL EXTREMADURA TV (6,3%), IB3 (5,1%) y TELEMADRID (4,8%).

El número de espectadores únicos en el mes de las cadenas Autonómicas es de 27.242.000, una cobertura del 57,3% de la población nacional.

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



Cadenas Autonómicas

Andalucía

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
C.SUR	10.5% →	5.741	68.3%
AND-TV	0.7% →	3.065	36.4%

Aragón

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
ARAGON TV	12.8% →	920	69.5%

Asturias

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TPA	4.3% →	541	54.5%
TPA2	0.8% →	291	29.3%

Baleares

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
IB3	5.1% →	507	41.9%

Canarias

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TVCAN	8.2% →	1.243	56.4%

Castilla La Mancha

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
CMM	6.4% →	1.115	53.9%

Cataluña

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TV3	15.7% →	4.093	52.0%
3CatInfo	1.7% →	2.453	31.2%
SX3/33	0.6% →	1.781	22.6%
TV3CAT	0.3% →	312	11.8%
ESPORT3	1.3% →	1.742	22.1%

Extremadura

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
C. EXT	6.3% →	617	60.5%

Galicia

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TVG	8.1% →	1.621	61.2%
TVG2	0.9% →	1.009	38.1%

Madrid

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TELEMADRID	4.8% →	3.169	45.9%
LAOTRA	0.8% →	2.084	30.2%

Murcia

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
LA 7TV	3.8% →	827	53.9%

Valencia

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
A PUNT	2.7% →	2.103	39.6%

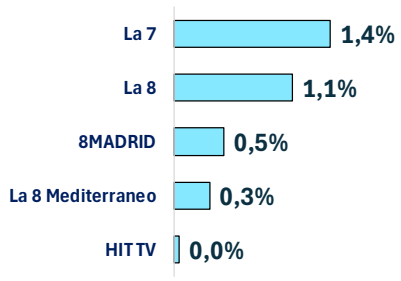
País Vasco

	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
ETB1	2.1% →	971	44.7%
ETB2	10.0% →	1.394	64.2%
ETB1 ON	0.1% →	348	16.0%
ETB2 ON	0.9% →	568	26.1%

Autonómicas Privadas

0,3

Cuota ámbito emisión%



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 25,3%.

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

- **ARAGON NOTICIAS 1 / ARAGON TV= 32,2%.**
- **TELENOTICIES MIGDIA / TV3= 26,8%.**
- **TELENOTICIES VESPRE / TV3= 24%.**

En la siguiente tabla se detallan los resultados por cadenas:

Cadena	Cuota%AE		Espectadores Únicos (000)	Cob%
TV3	25,3%	→	3.257	41,4%
ARAGON TV	22,9%	→	608	45,9%
ETB2	21,4%	→	993	45,7%
C.SUR	12,6%	→	3.866	46,0%
TVG	12,6%	→	1.012	38,2%
TVCAN	12,2%	→	857	38,8%
TELEMADRID	8,3%	→	1.541	22,3%
CMM	8,1%	→	581	28,1%
IB3	7,8%	→	346	28,7%
TPA	7,1%	→	315	31,7%
LA 7TV	6,3%	→	428	27,9%
A PUNT	5,0%	→	1.241	23,4%

Cadenas Temáticas de Pago

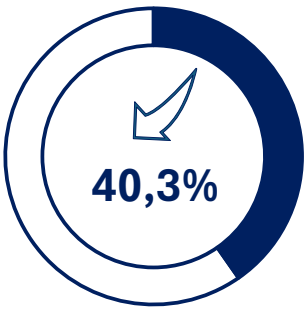
El conjunto de Temáticas de Pago en España promedia el 11,8% de cuota de pantalla, el mejor febrero de su historia.

El número de espectadores únicos en el mes de las Temáticas de Pago es de 21.119.000, una cobertura del 44,4% de la población de España.

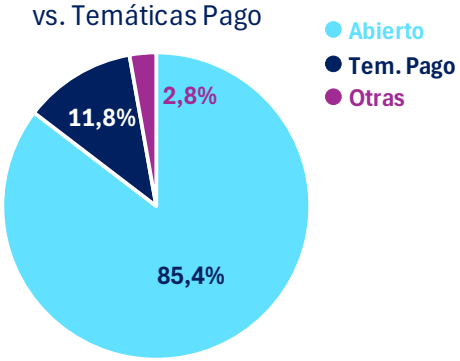
El ránking de las diez cadenas Temáticas de Pago más vistas está conformado por DAZN LaLiga (0,5%), LALIGA TV por M+ (0,5%), EUROSPORT (0,3%), WARNER TV (0,3%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), SYFY (0,1%), CANAL HOLLYWOOD (0,1%) y AMC CRIME (0,1%).

- **El consumo a través de la TV de Pago representa el 31,3% del total.**
- **De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el 40,3% corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante 59,7% 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. feb-26 vs. feb-25	Espect. Únicos (000)	Cob%
	TEMATICAS PAGO	11,8%	+0,6	21.119	44,4%
1	DAZN LaLiga	0,5%	+0,1	5.531	11,6%
2	LALIGA TV por M+	0,5%	+0,1	5.169	10,9%
3	EUROSPORT	0,3%	+0,2	3.975	8,4%
4	WARNER TV	0,3%	+0,1	4.328	9,1%
5	MOVISTAR PLUS+	0,3%	0,0	4.090	8,6%
6	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	0,0	3.484	7,3%
7	STAR CHANNEL	0,2%	0,0	3.973	8,4%
8	SYFY	0,1%	0,0	2.583	5,4%
9	CANAL HOLLYWOOD	0,1%	0,0	2.143	4,5%
10	AMC CRIME	0,1%	0,0	1.217	2,6%
11	SOMOS	0,1%	0,0	1.752	3,7%
12	AXN	0,1%	-0,1	2.823	5,9%
13	CALLE 13	0,1%	-0,1	2.645	5,6%
14	LALIGA TV HYPERMOTION	0,1%	0,0	2.119	4,5%
15	COMEDY CENTRAL	0,1%	0,0	2.914	6,1%
16	COSMO	0,1%	0,0	3.137	6,6%
17	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	-0,1	2.232	4,7%
18	AMC	0,1%	0,0	2.118	4,5%
19	EUROSPORT 2	0,1%	+0,1	1.946	4,1%
20	NGC WILD	0,1%	0,0	1.566	3,3%
21	XTRM	0,1%	0,0	1.547	3,3%
22	AXN MOVIES	0,1%	+0,1	2.642	5,6%
23	DISCOVERY	0,1%	0,0	2.020	4,2%
24	VAMOS por M+	0,1%	0,0	2.991	6,3%
25	TCM	0,1%	0,0	3.257	6,8%

Emisiones más vistas Temáticas de Pago

La emisión más vista de las cadenas Temáticas de Pago en España corresponde a FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VALENCIA-R.MADRID (DAZN LaLiga, 08/02/2026) con 1.348.000 espectadores de audiencia media y 10,1% 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 / VALENCIA-R.MADRID	DAZN LaLiga	08/02/2026	10,1%	1.348	2.110
2	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / GIRONA-BARCELONA	DAZN LaLiga	16/02/2026	9,8%	1.272	2.104
3	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BENFICA-R.MADRID	LIGA DE CAM	17/02/2026	9,4%	1.193	1.903
4	POST TENIS:OPEN AUSTRALIA / C.ALCARAZ-N.DJOKOVIC	EUROSPORT	01/02/2026	20,5%	1.123	1.474
5	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-RAYO VALLECANO	DAZN LaLiga	01/02/2026	9,7%	911	1.524
6	TENIS:OPEN AUSTRALIA / C.ALCARAZ-N.DJOKOVIC	EUROSPORT	01/02/2026	20,1%	865	1.820
7	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / OSASUNA-R.MADRID	DAZN LaLiga	21/02/2026	10,4%	843	1.509
8	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-BENFICA	LIGA DE CAM	25/02/2026	6,6%	830	1.370
9	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-R.SOCIEDAD	LALIGA TV p	14/02/2026	6,4%	720	1.217
10	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-LEVANTE	LALIGA TV p	22/02/2026	7,9%	705	1.181
11	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-MALLORCA	LALIGA TV p	07/02/2026	6,0%	597	1.084
12	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-VILLARREAL	LALIGA TV p	28/02/2026	7,1%	590	984
13	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / AT.MADRID-BRUJAS	LIGA DE CAM	24/02/2026	6,6%	542	959
14	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-R.BETIS	LALIGA TV p	08/02/2026	5,1%	528	1.067
15	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-BENFICA	MOVISTAR PL	25/02/2026	4,0%	507	899
16	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ATH.BILBAO-R.SOCIEDAD	DAZN LaLiga	01/02/2026	3,8%	505	930
17	LA CASA DEL FUTBOL / BARCELONA-LEVANTE	LALIGA TV p	22/02/2026	5,3%	466	1.223
18	PREVIO FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-R.SOCIEDAD	LALIGA TV p	14/02/2026	4,4%	450	678
19	FUTBOL:COPA DEL REY / R.BETIS-AT.MADRID	LALIGA TV p	05/02/2026	3,1%	425	899
20	PASANDO BOLAS	EUROSPORT	01/02/2026	6,9%	415	821
21	PREVIO FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-LEVANTE	LALIGA TV p	22/02/2026	4,4%	400	574
22	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BRUJAS-AT.MADRID	LIGA DE CAM	18/02/2026	3,1%	399	803
23	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / MALLORCA-R.BETIS	DAZN LaLiga	15/02/2026	3,1%	398	923
24	LA CASA DEL FUTBOL / BARCELONA-MALLORCA	LALIGA TV p	07/02/2026	4,0%	395	1.159
25	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VILLARREAL-VALENCIA	LALIGA TV p	22/02/2026	3,2%	392	862

Lo más visto por géneros
Temáticas pago

CINE

1 CINE / JURASSIC WORLD:DOMINION (WARNER TV, 15-feb-26): 119.000 y 1,3%
2 JURASSIC MONTH / JURASSIC WORLD:EL REINO CAIDO (WARNER TV, 22-feb-26): 108.000 y 1%
3 JURASSIC MONTH / JURASSIC WORLD:DOMINION (WARNER TV, 22-feb-26): 101.000 y 0,9%

ENTRETENIMIENTO (Entretenimiento, Concursos, Factual)

1 LALIGA VS:LA FUERZA DE NUESTRO FUTBOL (LALIGA TV HYPERMOTION, 02-feb-26): 54.000 y 0,4%
2 DENTRO DEL AEROPUERTO:EQUIPAJE PERDIDO (NATIONAL GEOGRAPHIC, 05-feb-26): 50.000 y 0,4%
3 LAS PAREJAS DE LOS ASESINOS / JOANNA DENNEHY (AMC CRIME, 07-feb-26): 39.000 y 0,4%

SERIES

1 SE HA ESCRITO UN CRIMEN / EL CADAVER VIAJA EN PRIMERA CLASE (VINTV, 12-feb-26): 48.000 y 0,6%
2 HAWAI 5.0 / NO SE LE PUEDE ATRAPAR PORQUE ES UN PEZ ULUA DE LAS PROFUNDIDADES (WARNER TV, 03-feb-26): 48.000 y 0,4%
3 FBI (WARNER TV, 19-feb-26): 43.000 y 0,3%

INFORMACIÓN

1 INFORME LOBATON / LA ENVENENADORA:PAQUI BALLESTEROS (AMC CRIME, 28-feb-26): 13.000 y 2%
2 REINICIANDO / LA DESIGUALDAD (ORIGINALES por M+, 10-feb-26): 11.000 y 0,9%
3 REINICIANDO / EL DEPORTE DE ELITE (ORIGINALES por M+, 05-feb-26): 3.000 y 0,1%

CULTURALES

1 STRANGEST THINGS (NATIONAL GEOGRAPHIC, 05-feb-26): 58.000 y 0,4%
2 REVELADO / CHOLO SIMEONE (DAZN LaLiga, 15-feb-26): 49.000 y 0,5%
3 STRANGEST THINGS (NATIONAL GEOGRAPHIC, 05-feb-26): 37.000 y 0,3%

DEPORTES

1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VALENCIA-R.MADRID (DAZN LaLiga, 08-feb-26): 1.348.000 y 10,1%
2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / GIRONA-BARCELONA (DAZN LaLiga, 16-feb-26): 1.272.000 y 9,8%
3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BENFICA-R.MADRID (LIGA DE CAMPEONES por M+, 17-feb-26): 1.193.000 y 9,4%

ANIMACIÓN

1 SUPERKITTIES (DISNEY JUNIOR, 14-feb-26): 31.000 y 1%
2 UNA CASA DE LOCOS (NICKELODEON, 25-feb-26): 31.000 y 0,3%
3 SPIDEY Y SU SUPEREQUIPO (DISNEY JUNIOR, 14-feb-26): 31.000 y 1%

Grupos Comunicación

ABIERTO

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Dif cuota Y/Y	Espectadores únicos (000)	Cob%
1	ATRESMEDIA	25,7%	-0,9	36.909	77,6%
2	MEDIASET	22,8%	-2,1	36.694	77,1%
3	GRUPO RTVE	18,6%	+3,2	37.001	77,8%
4	FORTA	8,9%	+0,6	26.637	56,0%
5	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,4%	-0,1	18.136	38,1%
6	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,2%	-0,5	16.618	34,9%

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	1,6%	-0,1	10.426	21,9%
2	AMC NETWORKS INTERNATION	1,0%	+0,1	6.477	13,6%
3	WARNER BROS DISCOVERY	0,8%	+0,2	8.908	18,7%
4	DAZN	0,6%	+0,1	6.093	12,8%
5	THE WALT DISNEY COMPANY	0,5%	0,0	6.458	13,6%
6	UNIVERSAL NETWORKS INTER	0,3%	0,0	3.797	8,0%
7	SONY PICTURES ENTERTAINM	0,2%	0,0	3.800	8,0%
8	PARAMOUNT	0,2%	0,0	3.555	7,5%
9	LA LIGA	0,1%	0,0	2.278	4,8%
10	HEARST CORPORATION INC	0,1%	0,0	3.137	6,6%

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

Actividad Publicitaria

✔ **Se registra actividad de 1.310 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -4,3% y el número de campañas activas suben un +5,4%.**

El spot más visto del mes corresponde a 'SANTA LUCIA/SEGUROS', 23 febrero, A3, 28 grp's 20''.

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **ANUNCIANTE =PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 5.043 grp's 20''.**
- **CAMPAÑA =SECURITAS DIRECT/ALARMAS con 1.886 grp's 20''.**
- **MARCA =GALERIA DEL COLECCIONISTA con 2.769 grp's 20''.**
- **SECTOR =ALIMENTACION con el 17,2% de los grps.**

Anunciantes	Spots	Grp's 20''
1.310 (8,1%)	754.054 (-2,6%)	121.382 (-4,3%)

Sectores	Marcas	Campañas
21 (0,0%)	1.522 (5,8%)	2.015 (5,4%)

*Diferencias feb-26 vs. feb-25

Actividad Publicitaria

RÁNKINGS PUBLICITARIOS

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

1	SANTA LUCIA/SEGUROS	28
2	NESCAFE/DOLCE GUSTO	17
3	SANTA LUCIA/SEGUROS	15
4	SANTA LUCIA/SEGUROS	15
5	SANTA LUCIA/SEGUROS	15

Total: 754 Mil.

Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')

1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A.	5.043
2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	2.770
3	MONDELEZ ESPAÑA SERVICES S.L.U	2.405
4	L'OREAL ESPAÑA	2.145
5	SOCIEDAD NESTLE,A.E.P.A.	2.060

Total: 1.310

Top 5 Campañas (Grp's 20'')

1	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.886
2	MUTUA MADRILEÑA/GAMA DE SEGUROS	1.462
3	SANTA LUCIA/SEGUROS	1.298
4	CHECK24/CHECKAZO	1.270
5	ALDI/SUPERMERCADO	1.134

Total: 2.015

Top 5 Marcas (Grp's 20'')

1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	2.769
2	SECURITAS DIRECT	2.024
3	LIDL	2.010
4	MUTUA MADRILEÑA	1.795
5	DANONE	1.709

Total: 1.522

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

1	ALIMENTACION	17%
2	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	17%
3	FINANZAS Y SEGUROS	10%
4	BELLEZA E HIGIENE	9%
5	SALUD	7%

Total: 21

Ficha Técnica

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

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Suscríbete a nuestra Newsletter

📞 91 446 17 57

📧 blvcom@barloventocomunicacion.es

🌐 www.barloventocomunicacion.es

Síguenos en Redes: @blvcom