

# **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<sup>a</sup> 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'** -2' -1%

espectador/día

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

**175'** -2' -1%

persona/día

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

## Espectadores Únicos TV Tradicional

ACUMULADO MENSUAL

**44.163.00**

Cobertura mes

**92,9 %**

PROMEDIO DIARIO

**27.876.00**

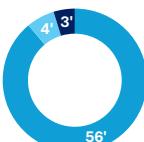
Cobertura día

**58,8 %**

## Consumo Híbrido

**62'** +4' 7%  
persona/día →

INTERNET  
PLAY  
OTROS



## Consumo TOTAL TELEVISOR

**237'** +2' 1%  
persona/día      **358'** +3'  
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+



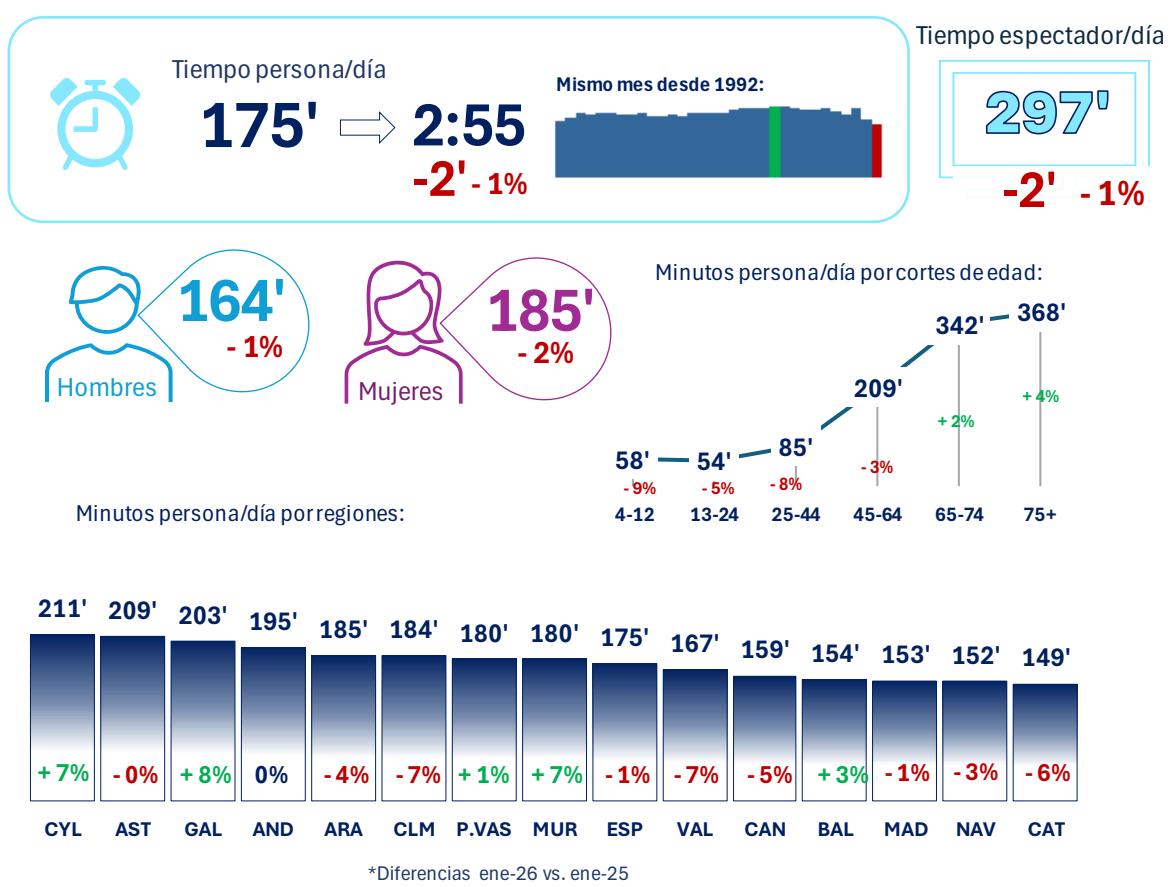
Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar

# 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%

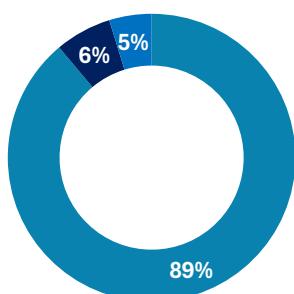
\*Dif. ene-26 vs. ene-25

**36,5**  
 MILLONES  
 ESPECTADORES ÚNICOS  
 TOTALES

**15,1**  
 MILLONES  
 ESPECTADORES ÚNICOS  
 DIARIOS

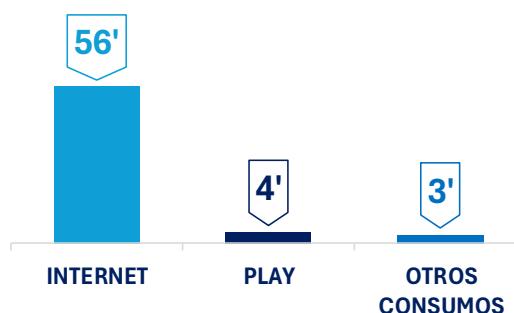
## “INTERNET”

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

	TELÉVISIÓN 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	TELÉVISIÓN 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<sup>a</sup> 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<sup>a</sup> 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.**



Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar

# 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%

Temáticas Pago= 12,4% (+1,1) Máximo mensual

## 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

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





# 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



Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar

# 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%



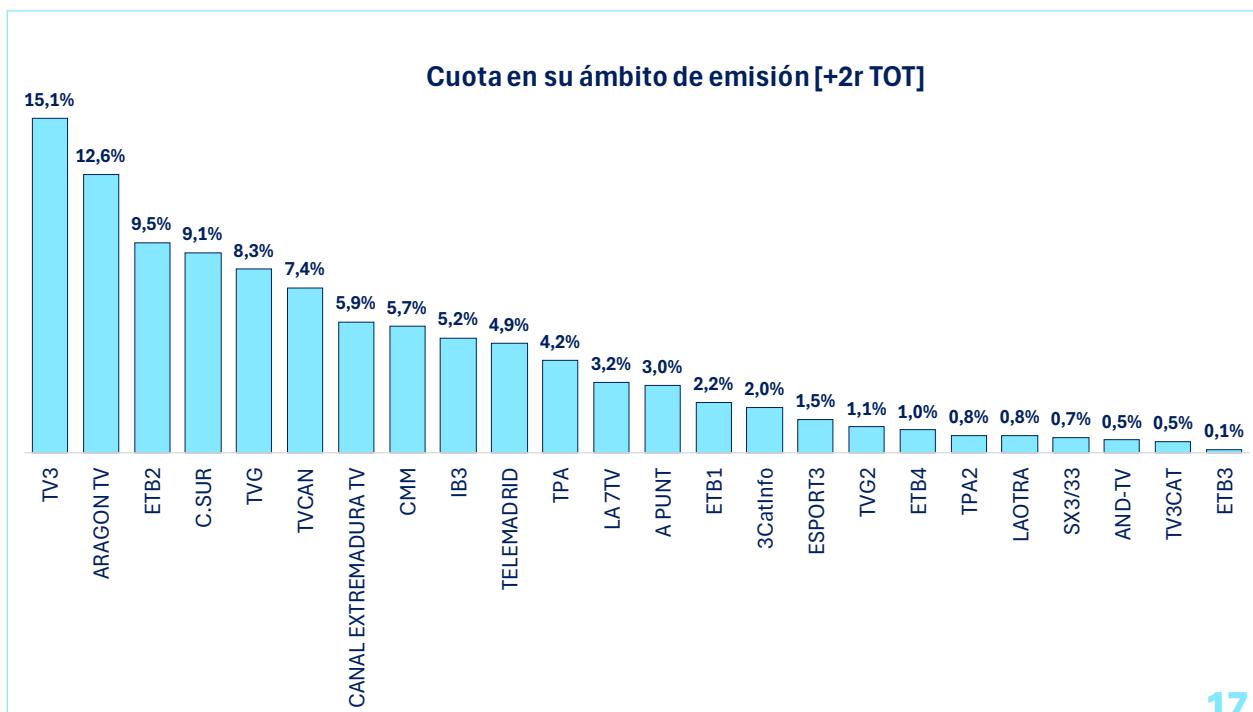
# Cadenas Autonómicas

**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.**



# 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%

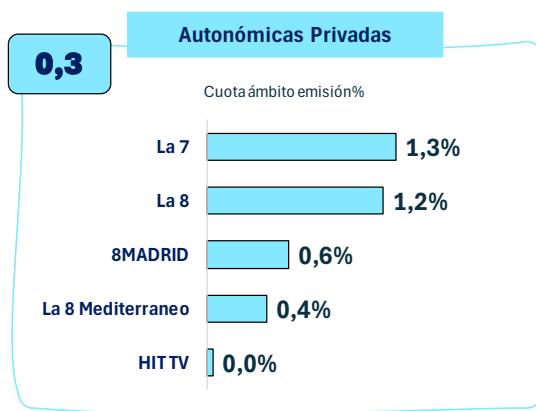
Galicia		
	cuota ESP.ÚN.(000)	Cob%
TVG	8,3% → 1.679	63,5%
TVG2	1,1% → 1.165	44,0%

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

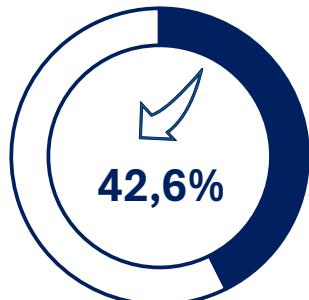
**El conjunto de Temáticas de Pago en España promedia el 12,4% de cuota de pantalla, MÁXIMO MENSUAL.**

**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.**

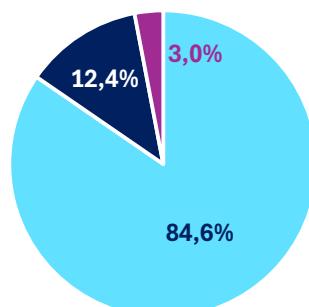
**El ránking de las diez cadenas Temáticas de Pago más vistas está conformado por LALIGA TV por M+ (0,7%), DAZN LaLiga (0,5%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), STAR CHANNEL (0,3%), WARNER TV (0,2%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), EUROSPORT (0,2%), CALLE 13 (0,1%) y AXN (0,1%).**

- ◊ 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





# 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%



Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar

# 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.



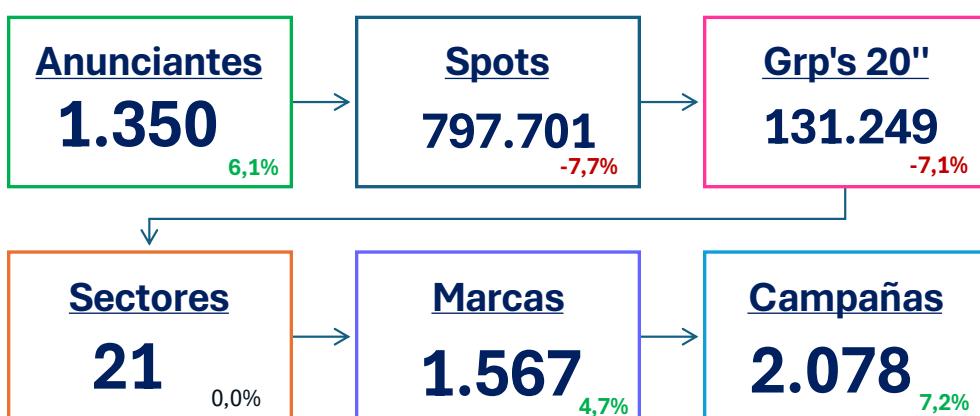
# Actividad Publicitaria

✓ 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.



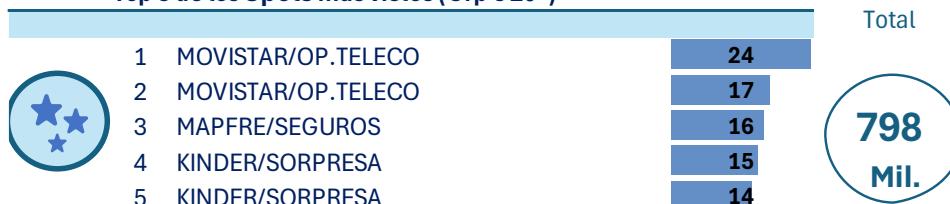
\*Diferencias ene-26 vs. ene-25



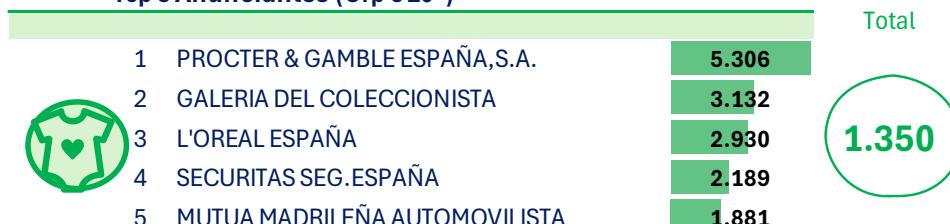
# Actividad Publicitaria

## RANKINGS PUBLICITARIOS

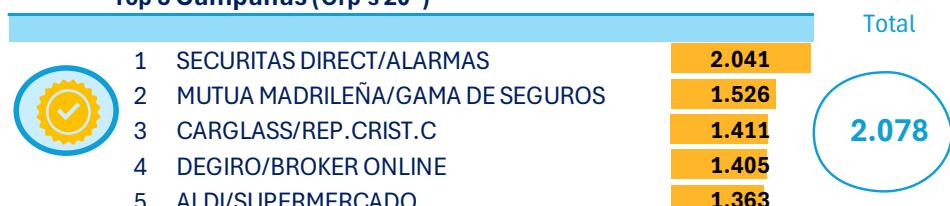
### Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



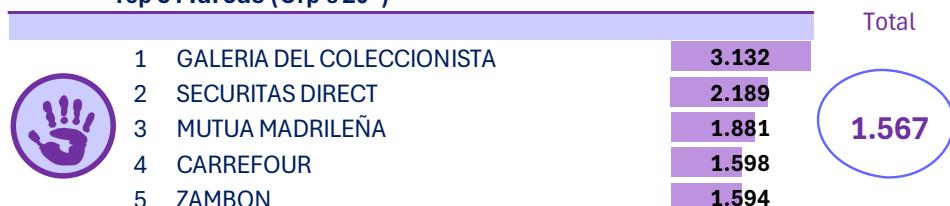
### Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



### Top 5 Campañas (Grp's 20'')



### Top 5 Marcas (Grp's 20'')

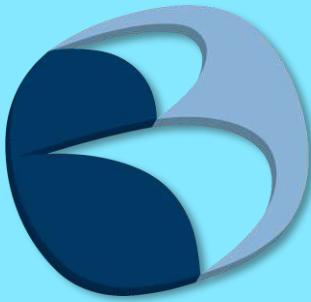


### Top 5 Sectores (%Grp's 20'')



# 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<sup>a</sup> 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](mailto:blvcom@barloventocomunicacion.es)

🌐 [www.barloventocomunicacion.es](http://www.barloventocomunicacion.es)

**Síguenos en Redes: @blvcom**

