

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

Espectadores Únicos TV Tradicional

ACUMULADO MENSUAL

43.822.00

Cobertura mes

92,1 %

PROMEDIO DIARIO

27.622.00

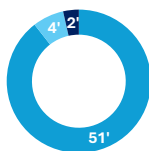
Cobertura día

58,1 %

Consumo Híbrido

57' **+1'** **2%**
persona/día

■ INTERNET
■ PLAY
■ OTROS



Consumo TOTAL TELEVISOR

222' **-11'** **-5%** **339'** **-10'** **-3%**
persona/día espectador/día

* Dif. mar-26 vs. mar-25

Emisión más vista

La1

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

4.028.000 de audiencia media y 26,9%

Cadena líder

A3

12,6% **+0,1**

* Dif. mar-26 vs. mar-25

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	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%

Temáticas Pago= 11,7% (+0,4)

★ MINUTO MÁS VISTO

4.784.000

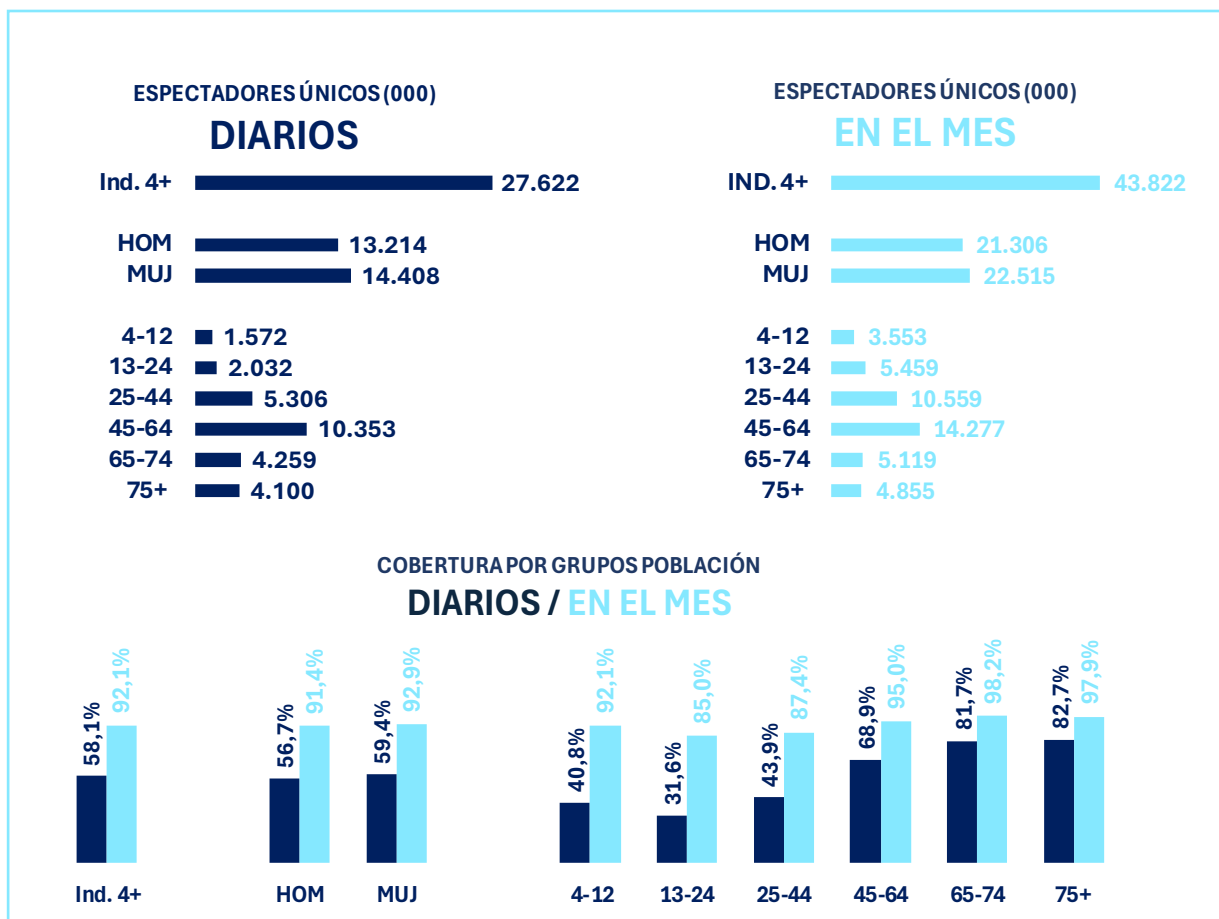
FUTBOL: COPA DEL REY
BARCELONA-AT.MADRID
La1, 03-mar, 23:01h

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.

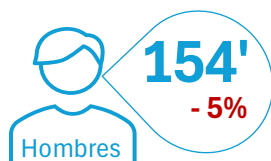


Consumo TV Tradicional

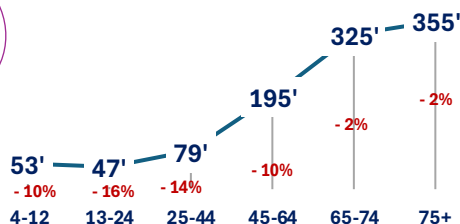
El tiempo de consumo de TV Tradicional por espectador* al día es de 284 minutos (-11 minutos, -3,7%, con respecto al año pasado).

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

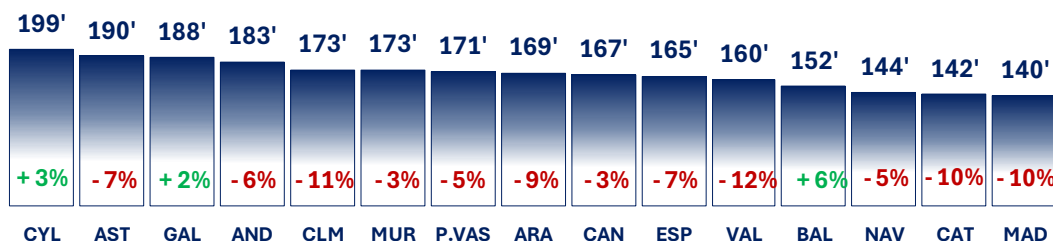
Los grupos sociodemográficos que más tiempo dedican al día a ver televisión son: por sexos, las mujeres (176') y, por cortes de edad, las personas de 64 a 74 años (325') y los mayores de 74 años (355').



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

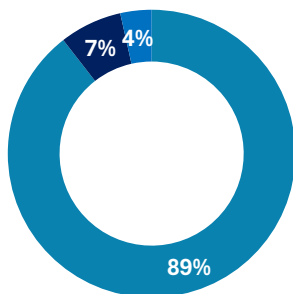
MILLONES
ESPECTADORES ÚNICOS
TOTALES

14,5

MILLONES
ESPECTADORES ÚNICOS
DIARIOS

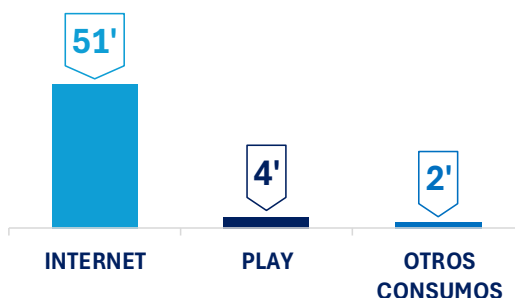
“INTERNET”

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.

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

22

A3

9

La1

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

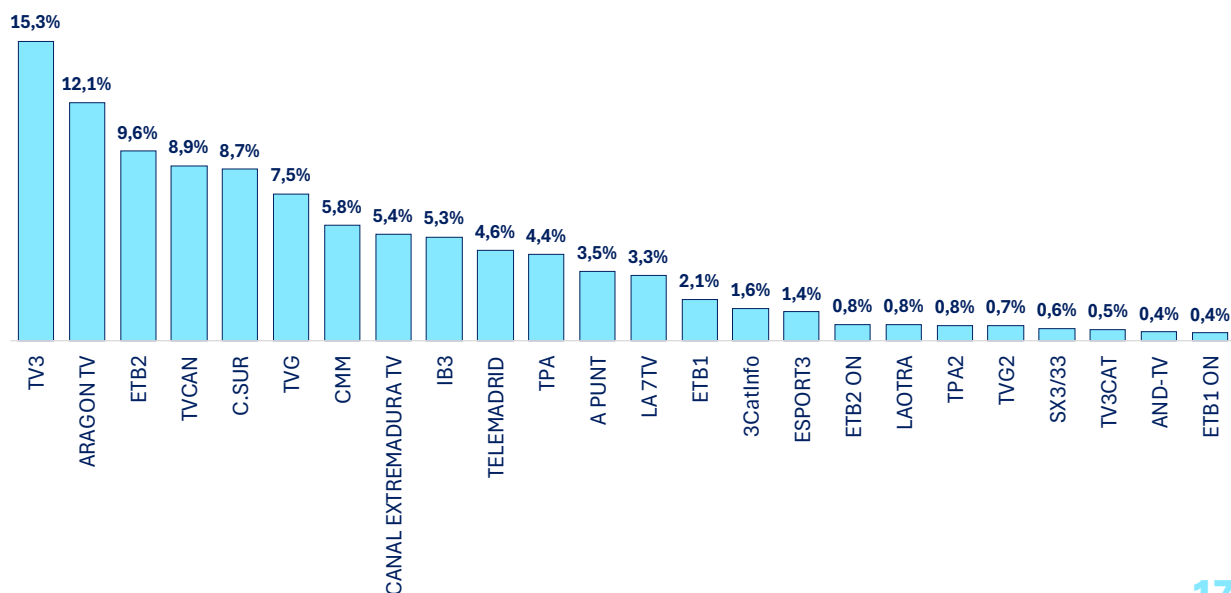
El conjunto del total cadenas Autonómicas en España promedia el 8,6% de cuota de pantalla en marzo 2026.

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%

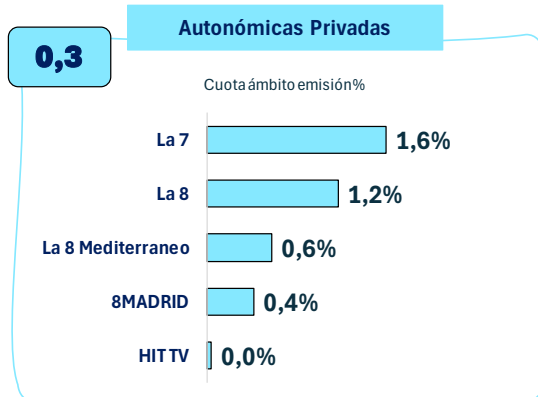
Galicia			
	cuota	ESP. ÚN.(000)	Cob%
TVG	7,5% →	1.597	60,4%
TVG2	0,7% →	984	37,2%

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%

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

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.

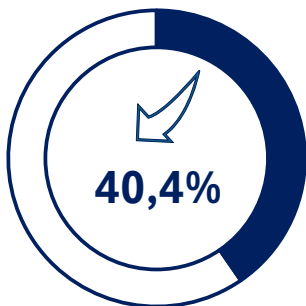
El número de espectadores únicos en el mes de las Temáticas de Pago es de 21.566.000, una cobertura del 45,3% de la población de España.

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%).

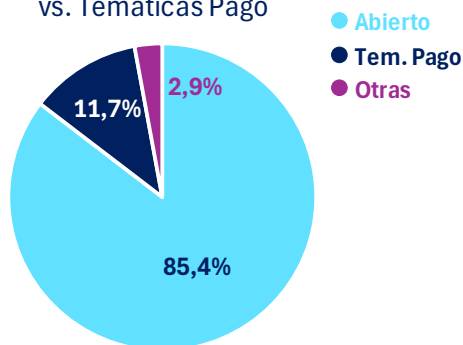
◇ El consumo a través de la TV de Pago representa el 31,2% del total.

◇ 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%
TEMATICAS PAGO		11,7%	+0,4	21.566	45,3%
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, ATRERIES. / RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDIARIO, 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.

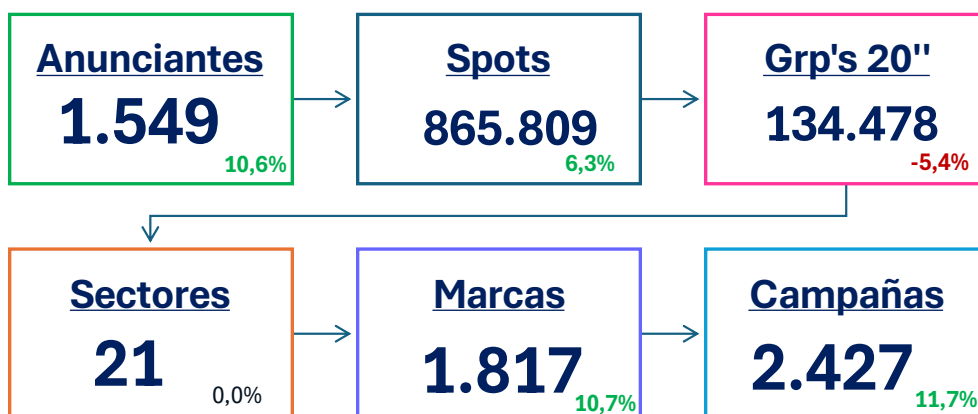
Actividad Publicitaria

✓ 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

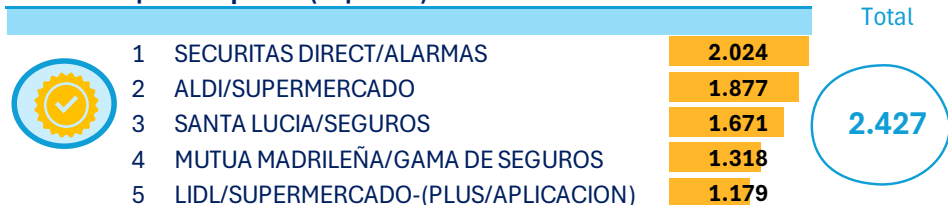
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20")



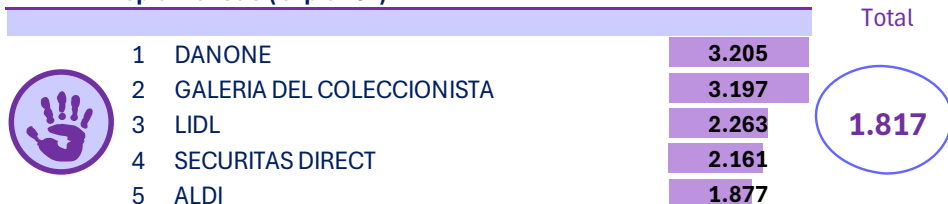
Top 5 Anunciantes (Grp's 20")



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

Susíbete a nuestra Newsletter

 **91 446 17 57**

 **blvcom@barloventocomunicacion.es**

 **www.barloventocomunicacion.es**

Síguenos en Redes: @blvcom

