

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

abril 2023



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

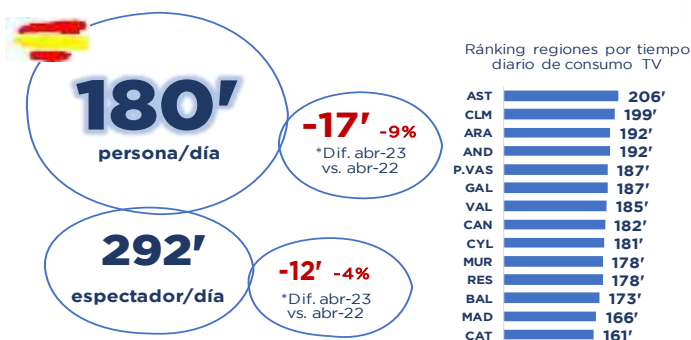
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

- Visión Global mercado TV.
- Consumo de televisión.
- Otros Usos Televisor
- Ránking Cadenas en Abierto.
- Liderazgos Demográficos.
- Espectadores Únicos.
- Informativos diarios.
- Cadenas Autonómicas.
- Temáticas de Pago.
- Emisiones más vistas.
- Grupos Televisivos.
- Actividad Publicitaria.
- Ficha técnica.

Visión Global

CONSUMO TELEVISIÓN



abr-23

Cadena líder

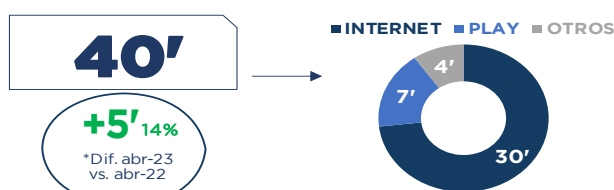
A3

12,9%

RÁNKING CADENAS

	Cuota	*Dif. abr-23 vs. abr-22	Espectadores Únicos
A3	12,9%	-0,7	34,8 mill.
T5	11,4%	-0,7	31,9 mill.
La1	9,0%	+0,7	35,0 mill.
AUT	8,5%	+0,2	29,0 mill.
LA SEXTA	5,8%	-0,5	31,6 mill.
CUATRO	4,8%	-0,2	32,3 mill.
ENERGY	3,1%	+0,8	15,6 mill.
La2	2,6%	-0,4	27,3 mill.
FDF	2,5%	-0,2	20,0 mill.
DIVINITY	2,4%	+0,4	15,0 mill.
NOVA	2,1%	-0,4	12,4 mill.
TRECE	2,0%	-0,2	15,5 mill.
NEOX	2,0%	0,0	20,6 mill.
DMAX	1,6%	0,0	18,0 mill.
ATRESERIES	1,6%	-0,3	12,7 mill.
MEGA	1,4%	-0,2	16,5 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,5	17,7 mill.
BEMADtv	1,3%	+0,7	14,3 mill.
DKISS	1,1%	-0,1	12,8 mill.
GOL PLAY	1,0%	-0,3	14,9 mill.
24H	1,0%	-0,2	16,2 mill.
BOING	1,0%	+0,2	13,0 mill.
CLAN	0,9%	+0,1	13,3 mill.
TELEDEPORTE	0,8%	+0,1	14,5 mill.
TEN	0,8%	+0,1	9,2 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,2	10,4 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	10,8 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	7,7 mill.
AUT PRIV	0,4%	0,0	8,3 mill.
VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,4 mill.

OTROS USOS TELEVISOR



TIEMPO TOTAL USO TELEVISOR (televisión tradicional+otros usos):

3:40
persona/día

-12' -5%
*Dif. abr-23 vs. abr-22

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

43,7 Millones

Cobertura

94,5 %

PROMEDIO DIARIO

28,5 Millones

Cobertura

61,6 %

Temáticas Pago -> 11,1% (+0,9)

*Dif. abr-23 vs. abr-22

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-R.MADRID

5,5 millones y 40,7%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

6,3 millones

FUTBOL:COPA DEL REY:

La1, 05-abr, 22:35h

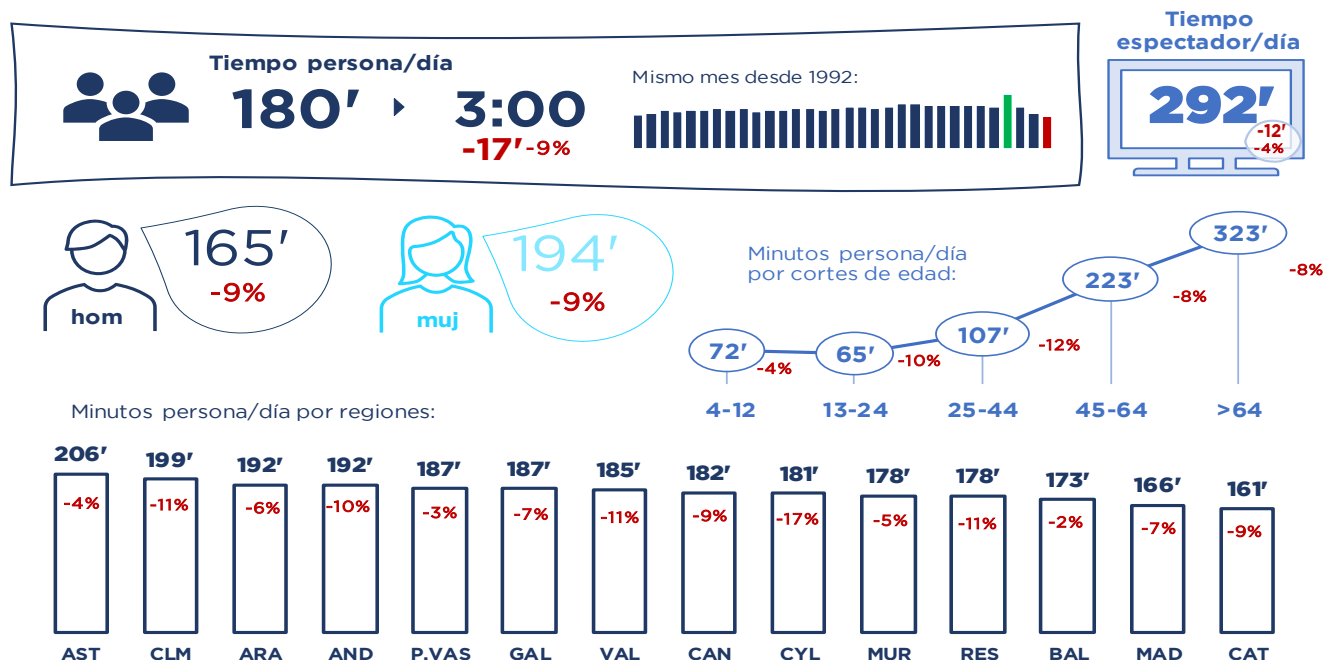
CONSUMO TV

Mes de abril de menor consumo de la historia con 180 minutos de promedio diario por persona.

Cada persona (sobre el universo de población de 46,2 millones) ha dedicado un promedio de **3 horas** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone un **descenso de -17' minutos (-9%)** con respecto al mes de abril 2022.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión son las mujeres (194') y los mayores de 64 años (323') y, por regiones, Asturias (206'), Castilla La Mancha (199') y Aragón (192').

Asimismo, el **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de 292 minutos (-12' minutos respecto al mismo mes del año pasado).



*Diferencias abr-23 vs. abr-22

OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de 40 minutos por persona al día, 5 minutos más que en abril 2022.

40 MINUTOS PERSONA/DÍA
+5' 14%

*Diferencias abr-23 vs. abr-22

31,9 MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES

11,5 MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS



Streaming y consumo de video cuyo origen es Internet, ejemplo YouTube.

+



Reproducción de contenidos grabados (y no emitidos los 7 días previos).

+

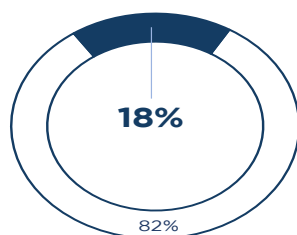


Videojuego y Radio TDT.

Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Usos del Televisor” son **los individuos de 25 a 44 años (55')** y los **niños de 4 a 12 años (56')**.

Tiempo total uso televisor

- ☐ Ver la televisión convencional
- ☒ Otros usos televisor



El **18%** del **total uso del televisor** es para “Otros Usos” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Internet, Contenidos grabados, Juegos, Radio...

La **audiencia exclusiva de “Otros Usos”**, es decir, el número de personas que usa **diariamente** el televisor para otra actividad diferente a ver la televisión lineal tradicional es de **2.369.00** espectadores.

Tiempo promedio consumo “Otros usos televisor” por grupos de edad



Tiempo total de uso del televisor (televisión tradicional+otros usos):

3:40 -12' -5%

*Dif. abr-23 vs. abr-22

RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena 3 (12,9%) líder durante 18 meses consecutivos.

Los espectadores únicos del total de las cadenas en Abierto son 43,3 millones, el 94% de cobertura.

- ▶ T5 (11,4%) ocupa la segunda posición en el ránking de cadenas con el mes de abril más bajo de su historia.
- ▶ En tercera posición se sitúa La1 (9,0%) y en cuarto lugar AUT (8,5%), seguida de LA SEXTA (5,8%), CUATRO (4,8%), ENERGY (3,1%), La2 (2,6%), FDF (2,5%) y DIVINITY (2,4%), entre las diez primeras.
- ▶ Máximo mensual de BemadTv.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (11,1%)** firman su máximo mensual y se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK			Cuota	*Dif. abr-23 vs. abr-22	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3		12,9%	-0,7	34,8 mill.	75,4%
2	T5		11,4%	-0,7	31,9 mill.	69,0%
3	La1		9,0%	+0,7	★ 35,0 mill.	75,7%
4	AUT		8,5%	+0,2	29,0 mill.	62,6%
5	LA SEXTA		5,8%	-0,5	31,6 mill.	68,5%
6	CUATRO		4,8%	-0,2	32,3 mill.	69,9%
7	ENERGY		3,1%	+0,8	15,6 mill.	33,8%
8	La2		2,6%	-0,4	27,3 mill.	59,0%
9	FDF		2,5%	-0,2	20,0 mill.	43,2%
10	DIVINITY		2,4%	+0,4	15,0 mill.	32,4%
11	NOVA		2,1%	-0,4	12,4 mill.	26,9%
12	TRECE		2,0%	-0,2	15,5 mill.	33,5%
13	NEOX		2,0%	0,0	20,6 mill.	44,5%
14	DMAX		1,6%	0,0	18,0 mill.	38,8%
15	ATRESERIES		1,6%	-0,3	12,7 mill.	27,6%
16	MEGA		1,4%	-0,2	16,5 mill.	35,7%
17	PARAMOUNT NETWORK		1,3%	-0,5	17,7 mill.	38,3%
18	BEMADtv		1,3%	+0,7	14,3 mill.	30,9%
19	DKISS		1,1%	-0,1	12,8 mill.	27,7%
20	GOL PLAY		1,0%	-0,3	14,9 mill.	32,2%
21	24H		1,0%	-0,2	16,2 mill.	35,0%
22	BOING		1,0%	+0,2	13,0 mill.	28,2%
23	CLAN		0,9%	+0,1	13,3 mill.	28,7%
24	TELEDEPORTE		0,8%	+0,1	14,5 mill.	31,4%
25	TEN		0,8%	+0,1	9,2 mill.	20,0%
26	DISNEY CHANNEL		0,7%	+0,2	10,4 mill.	22,6%
27	REAL MADRID HD		0,6%	+0,1	10,8 mill.	23,4%
28	BOM Cine		0,4%	0,0	7,7 mill.	16,6%
29	AUT PRIV		0,4%	0,0	8,3 mill.	17,9%
30	VERDI CLASSICS		0,1%	0,0	1,4 mill.	3,1%

LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en ambos sexos y en mayores de 64 años.**
- ▶ **Telecinco líder en los individuos de 13 a 64 años y en el target comercial.**
- ▶ **Boing líder en niños de 4 a 12 años.**

Por regiones Antena 3 es la cadena líder en Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, C. Valenciana, Castilla La Mancha, Castilla León, Galicia, Madrid, Murcia y Resto. Por su parte, Telecinco lidera en Canarias y País Vasco y TV3 es la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, Antena 3 lidera la sobremesa, la tarde, el “prime-time”, mientras que Telecinco es la cadena más vista en la mañana y “late-night” y Energy en la madrugada.

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets		LÍDER	2ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	→	A3	T5
HOM	→	A3	La1
MUJ	→	A3	T5
4-12	→	BOING	A3
13-24	→	T5	A3
25-44	→	T5	A3
45-64	→	T5	A3
>64	→	A3	T5
T.COMERCIAL	→	T5	A3
ANDALUCÍA	→	A3	T5
CATALUÑA	→	TV3	A3
PAÍS VASCO	→	T5	A3
GALICIA	→	A3	T5
MADRID	→	A3	T5
C. VALENCIANA	→	A3	T5
CASTILLA LA MANCHA	→	A3	T5
CANARIAS	→	T5	A3
ARAGÓN	→	A3	ARAGON TV
ASTURIAS	→	A3	T5
BALEARES	→	A3	T5
MURCIA	→	A3	T5
CASTILLA LEÓN	→	A3	La1
RESTO	→	A3	T5

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS

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

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
A3	A3	A3	A3	A3	A3	T5

CADENA LÍDER DÍA A DÍA

A3	23	DÍAS	T5	6	DÍAS
La1	1	DÍAS			

ESPECTADORES ÚNICOS

28,5 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 62% de la población.

Los **ESPECTADORES ÚNICOS** acumulados en el mes alcanzan la cifra de **43,7 millones, que representa el 95%** de la población, que sí contacta con el medio televisivo en abril 2023.

Por el contrario, hay 2,5 millones de “telefóbicos”, el 6% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS

IND. 4+ 28,5 mill.

HOM 13,6 mill.
MUJ 14,9 mill.

4-12 1,8 mill.
13-24 2,2 mill.
25-44 6,0 mill.
45-64 10,5 mill.
> 64 7,9 mill.

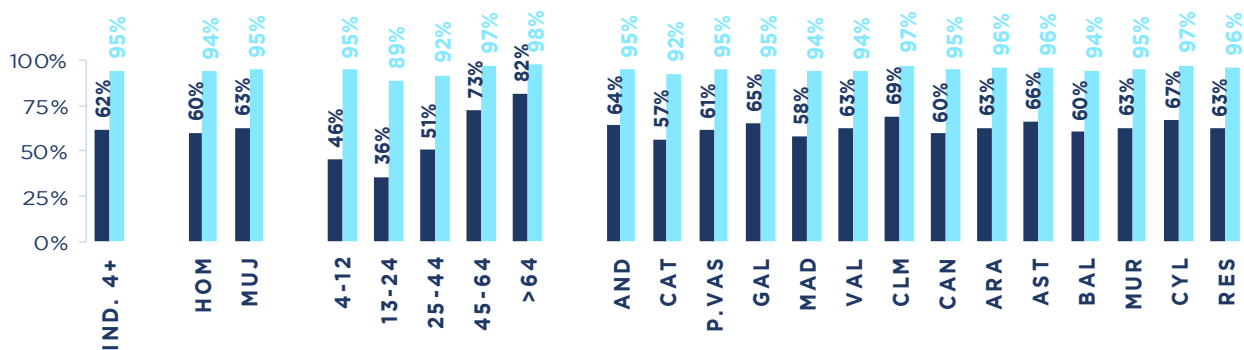
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES

IND. 4+ 43,7 mill.

HOM 21,2 mill.
MUJ 22,5 mill.

4-12 3,8 mill.
13-24 5,4 mill.
25-44 10,9 mill.
45-64 14,0 mill.
> 64 9,5 mill.

COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES



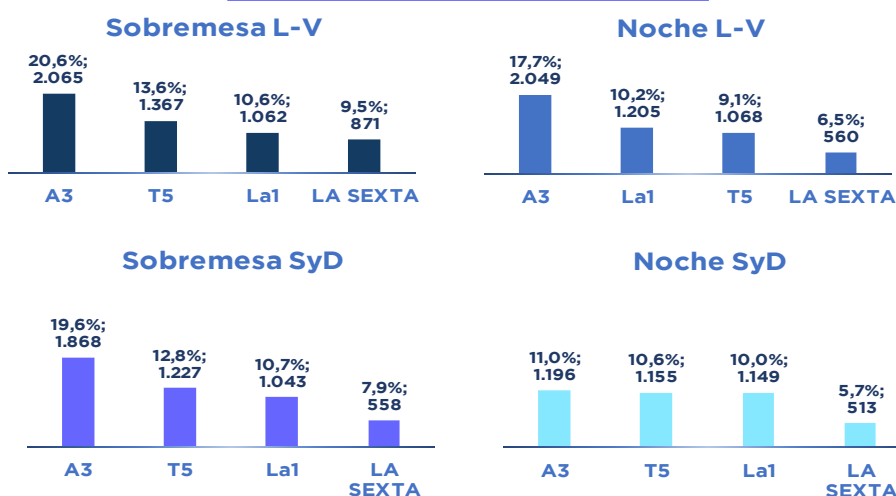
INFORMATIVOS DIARIOS

Los informativos de Antena3
(1.868.000 de audiencia media y 17,7% de cuota)
son los más vistos desde hace 40 meses consecutivos,
en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones
de sobremesa y noche.

Los informativos de Telecinco (1.214.000 de audiencia media y 11,4% de cuota) son la segunda opción más vista y los de La1 (1.119.000 de audiencia media y 10,4% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	1.868	17,7%	24,2 Mill.	52%
	T5	60	1.214	11,4%	19,1 Mill.	41%
	La1	58	1.119	10,4%	23,7 Mill.	51%
	LA SEXTA	60	637	7,4%	17,5 Mill.	38%
Lunes a Viernes	A3	40	2.058	19,1%	20,4 Mill.	44%
	T5	40	1.227	11,3%	15,8 Mill.	34%
	La1	38	1.134	10,3%	19,5 Mill.	42%
	LA SEXTA	40	697	7,8%	13,4 Mill.	29%
Sábado y Domingo	A3	20	1.521	14,9%	16,2 Mill.	35%
	T5	20	1.188	11,5%	12,5 Mill.	27%
	La1	20	1.088	10,4%	16,5 Mill.	36%
	LA SEXTA	20	537	6,7%	11,3 Mill.	24%

RESULTADOS POR EDICIONES CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)



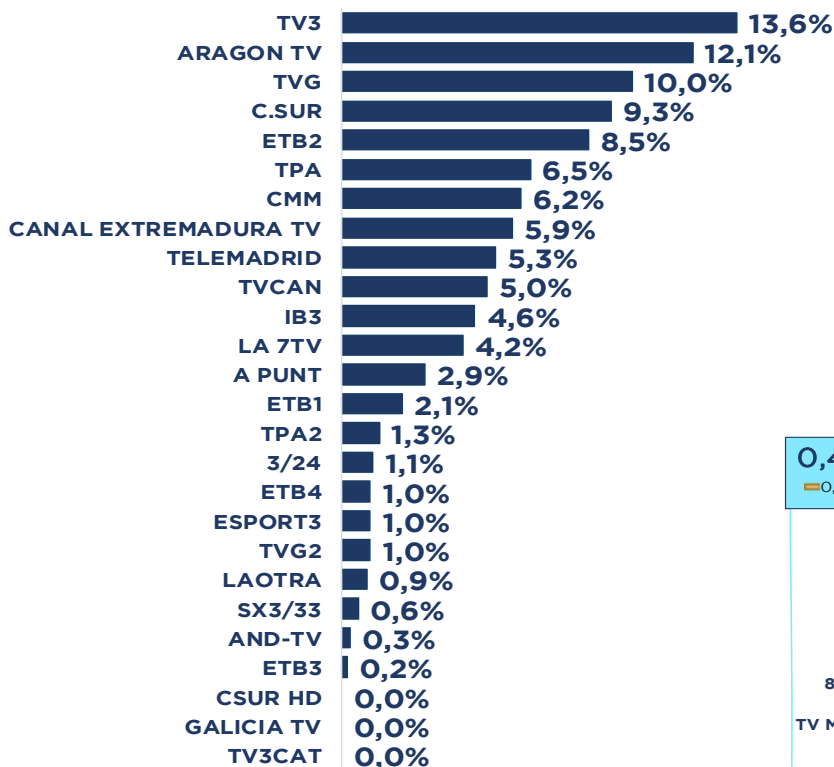
CADENAS AUTONÓMICAS*

*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,5 % de cuota de pantalla, su mejor mes de abril desde 2013. El número de espectadores únicos acumulados es de 29,0 millones, el 62,6 % de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (13,6%), ARAGÓN TV (12,1%), TVG (10%), C.SUR (9,3%), ETB2 (8,5%), TPA (6,5%), CMM (6,2%), CANAL EXTREMADURA TV (5,9%), TELEMADRID (5,3%) y TVCAN (5%), entre las 10 primeras.

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



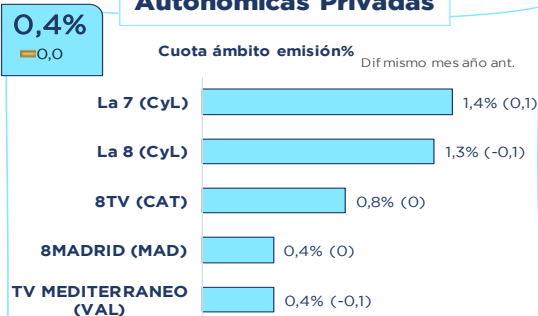
★ C.SUR (Andalucía): Mejor mes de abril desde 2017.

★ Aragón TV (Aragón): Mejor mes de abril de su historia.

★ Canal Extremadura TV (EXT): Mejor mes de abril desde 2020.

★ Telemadrid (Madrid): Mejor mes de abril desde 2020.

Autonómicas Privadas



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	9,3%	→ 5,8 Mill.	70,2%
AND-TV	0,3%	→ 2,5 Mill.	30,1%



Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	12,1%	→ 1,0 Mill.	74,4%



Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	6,5%	→ 0,6 Mill.	60,5%
TPA2	1,3%	→ 0,4 Mill.	39,7%



Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	4,6%	→ 0,6 Mill.	49,9%



Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	5,0%	→ 1,4 Mill.	63,1%



Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	6,2%	→ 1,3 Mill.	66,9%



Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	13,6%	→ 4,0 Mill.	52,7%
SX3/33	0,6%	→ 1,6 Mill.	21,8%
3/24	1,1%	→ 2,4 Mill.	31,5%
ESPORT3	1,0%	→ 1,8 Mill.	23,4%
TV3CAT	0,0%	→ 0,3 Mill.	3,7%



Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	5,9%	→ 0,7 Mill.	68,3%



Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	10,0%	→ 1,8 Mill.	68,8%
TVG2	1,0%	→ 1,2 Mill.	45,7%
GAL. TV	0,0%	→ 0,1 Mill.	2,4%



Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	4,2%	→ 0,9 Mill.	60,1%



Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	5,3%	→ 3,6 Mill.	54,7%
LAOTRA	0,9%	→ 2,3 Mill.	34,6%



Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	2,9%	→ 2,4 Mill.	47,6%



País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	2,1%	→ 1,0 Mill.	48,8%
ETB2	8,5%	→ 1,5 Mill.	68,7%
ETB3	0,2%	→ 0,3 Mill.	16,4%
ETB4	1,0%	→ 0,7 Mill.	31,3%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

Se ponderan las principales ediciones de sobremesa y noche de lunes a domingo.

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ ARAGON TV	25,7%	→	702	54,8%
▶ TV3	24,4%	→	3.227	42,9%
▶ ETB2	17,4%	→	1.045	49,2%
▶ TVG	13,4%	→	1.225	46,6%
▶ TPA	11,0%	→	393	40,0%
▶ C.SUR	10,9%	→	3.302	39,8%
▶ IB3	9,9%	→	336	27,8%
▶ TELEMADRID	9,6%	→	1.973	29,7%
▶ CMM	9,5%	→	672	33,7%
▶ TVCAN	8,8%	→	908	40,7%
▶ LA 7TV	8,0%	→	491	33,1%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



La 7 TV Murcia



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

RÁNKING TEMÁTICAS PAGO

Las Temáticas de Pago (11,1%) logran su máximo mensual. Los espectadores únicos ascienden a 21,3 millones, el 46,1% de cobertura poblacional.

El ránking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por DAZN LaLiga (0,6%), LALIGATV por M+ (0,6%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,3%), FOX (0,3%), AXN (0,3%), WARNER TV (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), CALLE 13 (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%) y EUROSPOORT (0,2%).

		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
Rnk	TEMATICAS PAGO	11,1%	+0,9	21,3 mill.	46,1%
1	DAZN LaLiga	0,6%	-	5,4 mill.	11,7%
2	LALIGATV por M+	0,6%	-0,2	5,4 mill.	11,7%
3	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,3%	-0,2	4,4 mill.	9,5%
4	FOX	0,3%	0,0	5,0 mill.	10,8%
5	AXN	0,3%	0,0	4,5 mill.	9,7%
6	WARNER TV	0,2%	-0,1	4,8 mill.	10,4%
7	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,7 mill.	10,3%
8	CALLE 13	0,2%	0,0	3,3 mill.	7,2%
9	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,2%
10	EUROSPOORT	0,2%	+0,1	2,0 mill.	4,3%
11	#VAMOS por M+	0,1%	-0,1	3,7 mill.	8,1%
12	CANAL HISTORIA	0,1%	0,0	2,7 mill.	5,9%
13	AMC	0,1%	-0,1	3,8 mill.	8,2%
14	#0 por M+	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,5%
15	SOMOS	0,1%	0,0	2,9 mill.	6,2%
16	AXN WHITE	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,5%
17	AMC BREAK	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,4%
18	DAZN 1	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,5%
19	TCM	0,1%	0,0	4,0 mill.	8,6%
20	SYFY	0,1%	0,0	3,4 mill.	7,3%
21	DAZN F1	0,1%	0,0	1,9 mill.	4,0%
22	NGC WILD	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,7%
23	XTRM	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,8%
24	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,2%
25	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,7%



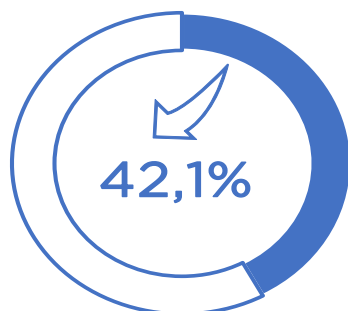
GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,6%	10,5 Mill.	22,7%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL IBERIA	1,3%	9,8 Mill.	21,1%
③	DAZN	0,8%	6,8 Mill.	14,8%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,5%	7,1 Mill.	15,3%
⑤	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,4%	5,4 Mill.	11,6%
⑥	TURNER	0,3%	6,3 Mill.	13,5%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	5,0 Mill.	10,9%
⑧	DISCOVERY NETWORKS	0,3%	4,4 Mill.	9,5%
⑨	VIACOM	0,3%	5,5 Mill.	11,8%

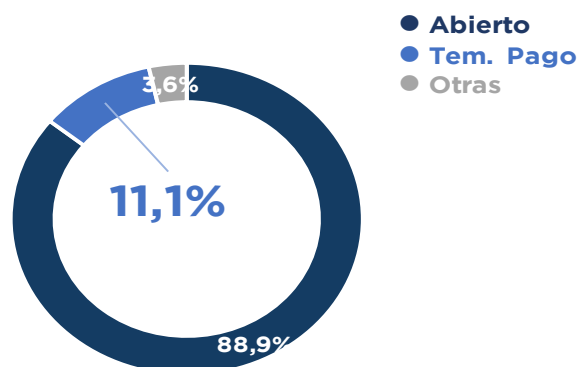
*Dentro de cada grupo sólo se incluye la aportación de las cadenas de pago.

El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,7%** del total. De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **42,1%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **57,9%** 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



EMISIONES MÁS VISTAS

**La emisión más vista del mes corresponde a
FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-R.MADRID (La1):
5.507.000 y 40,7%**

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-R.MADRID	La1	05-abr-23	40,7%	5.507	9,9 mill.
2	PRORROGA FUTBOL:C.REY / ATH.BILBAO-OSASUNA	La1	04-abr-23	21,2%	2.705	4,7 mill.
3	FUTBOL:COPA DEL REY / ATH.BILBAO-OSASUNA	La1	04-abr-23	19,1%	2.585	6,7 mill.
4	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	13-abr-23	20,4%	2.525	4,0 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	03-abr-23	20,2%	2.458	4,2 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	04-abr-23	20,3%	2.456	3,9 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	24-abr-23	20,2%	2.449	3,8 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	17-abr-23	19,3%	2.343	3,8 mill.
9	EL HORMIGUERO / WILLIAM LEVY	A3	17-abr-23	15,7%	2.335	4,8 mill.
10	EL HORMIGUERO / ROSARIO	A3	19-abr-23	16,7%	2.333	5,1 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	19-abr-23	19,4%	2.295	3,7 mill.
12	EL HORMIGUERO / DAVID BUSTAMANTE	A3	11-abr-23	16,0%	2.290	4,9 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	10-abr-23	17,8%	2.281	3,8 mill.
14	EL HORMIGUERO / RICARDO DARIN	A3	24-abr-23	15,3%	2.256	5,1 mill.
15	EL HORMIGUERO / MICHELLE JENNER Y ANA POLVOROSA	A3	20-abr-23	16,0%	2.236	5,1 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	15-abr-23	22,2%	2.234	3,6 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	18-abr-23	21,7%	2.223	3,3 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	11-abr-23	17,9%	2.216	3,6 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	27-abr-23	22,0%	2.210	3,4 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	12-abr-23	20,3%	2.175	3,4 mill.
21	PASAPALABRA	A3	04-abr-23	22,8%	2.174	4,1 mill.
22	PASAPALABRA	A3	13-abr-23	22,2%	2.160	4,2 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	20-abr-23	21,4%	2.156	3,5 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	10-abr-23	21,3%	2.153	3,4 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	20-abr-23	18,2%	2.148	3,5 mill.

LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 EL PELICULON / GENTE QUE VIENE Y BAH (A3, 01-abr-23): 1.407.000 y 12,1%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / GEMINIS(2019) (La1, 30-abr-23): 1.402.000 y 12,1%
- 3 MULTICINE / SUCIAS MENTIRAS (A3, 01-abr-23): 1.335.000 y 13,5%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / WILLIAM LEVY (A3, 17-abr-23): 2.335.000 y 15,7%
- 2 EL HORMIGUERO / ROSARIO (A3, 19-abr-23): 2.333.000 y 16,7%
- 3 EL HORMIGUERO / DAVID BUSTAMANTE (A3, 11-abr-23): 2.290.000 y 16%



SERIES

- 1 HERIDAS (A3, 13-abr-23): 1.492.000 y 13,2%
- 2 4 ESTRELLAS (La1, 23-abr-23): 1.451.000 y 10,5%
- 3 HERMANOS (A3, 04-abr-23): 1.408.000 y 12,5%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 13-abr-23): 2.525.000 y 20,4%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 03-abr-23): 2.458.000 y 20,2%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 04-abr-23): 2.456.000 y 20,3%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CHAMPIÑONES A LA MOSTAZA (A3, 24-abr-23): 978.000 y 20,2%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CARRILLERA DE TERNERA CON MENESTRA (A3, 05-abr-23): 909.000 y 18,4%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SAMOSA DE LA INDIA (A3, 14-abr-23): 908.000 y 19,2%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-R.MADRID (La1, 05-abr-23): 5.507.000 y 40,7%
- 2 PRORROGA FUTBOL:C.REY / ATH.BILBAO-OSASUNA (La1, 04-abr-23): 2.705.000 y 21,2%
- 3 FUTBOL:COPA DEL REY / ATH.BILBAO-OSASUNA (La1, 04-abr-23): 2.585.000 y 19,1%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 03-abr-23): 327.000 y 3,1%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 15-abr-23): 316.000 y 3%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 11-abr-23): 304.000 y 3%



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / SHOOTER:EL TIRADOR (CANAL HOLLYWOOD, 29-abr-23): 76.000 y 0,7%
- 2 CINE / CHARLIE Y LA FABRICA DE CHOCOLATE (CANAL HOLLYWOOD, 29-abr-23): 74.000 y 0,8%
- 3 CINE / FAST & FURIOUS 8 (FOX, 15-abr-23): 70.000 y 0,7%



ENTRETENIMIENTO

- 1 GRANDES EXITOS:CARRETERA,GASOLINA Y VERBENA / VOL.2:ESTABA DE PARRANDA (#0 por M+, 09-abr-23): 60.000 y 0,6%
- 2 GRANDES EXITOS:CARRETERA,GASOLINA Y VERBENA / VOL.3:BUSCANDO EL SOL EN LA PLAYA (#0 por M+, 09-abr-23): 52.000 y 0,4%
- 3 LEO HARLEM,20 AÑOS NO ES NADA (#0 por M+, 09-abr-23): 51.000 y 0,6%



SERIES

- 1 FBI (WARNER TV, 13-abr-23): 80.000 y 0,6%
- 2 THE EQUALIZER (CALLE 13, 11-abr-23): 77.000 y 0,5%
- 3 FBI (WARNER TV, 27-abr-23): 69.000 y 0,5%



INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA (DAZN 1, 01-abr-23): 11.000 y 0,1%
- 2 MILA Y LEVY (#0 por M+, 23-abr-23): 11.000 y 0,1%
- 3 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.AZERBAIYAN (DAZN F1, 27-abr-23): 8.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 DECOD3D / KARIM BENZEMA (DAZN LaLiga, 22-abr-23): 60.000 y 0,6%
- 2 SUPER TIBURON TORO (NGC WILD, 23-abr-23): 47.000 y 0,5%
- 3 LO INEXPLICABLE / EL PODER DEL ORO (CANAL HISTORIA, 23-abr-23): 46.000 y 0,9%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / CHELSEA-R.MADRID (LIGA DE CAMPEONES por M+, 18-abr-23): 1.322.000 y 9,7%
- 2 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-CHELSEA (LIGA DE CAMPEONES por M+, 12-abr-23): 1.292.000 y 9,5%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-GIRONA (DAZN LaLiga, 10-abr-23): 1.008.000 y 7,2%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 02-abr-23): 51.000 y 0,7%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 02-abr-23): 49.000 y 0,5%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 18-abr-23): 48.000 y 0,5%

LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1ªs AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 17-abr-23): 400.000 y 13,7%
- 2 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 24-abr-23): 376.000 y 14,3%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 10-abr-23): 367.000 y 12,7%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 17-abr-23): 116.000 y 44,9%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 28-abr-23): 111.000 y 48,8%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 24-abr-23): 111.000 y 43,1%



TPA (Asturias)

- 1 TPA DEPORTES 2 (TPA, 23-abr-23): 46.000 y 15,4%
- 2 EL PICU (TPA, 12-abr-23): 45.000 y 12,7%
- 3 CICLISMO-VUELTA CICLISTA A ASTURIAS RESUMEN / OVIEDO-POLA DE LENA (TPA, 28-abr-23): 44.000 y 14,4%



IB3 (Balears)

- 1 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 12-abr-23): 45.000 y 17,8%
- 2 IB3 NOTICIES MIGDIA (IB3, 24-abr-23): 40.000 y 19,8%
- 3 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 25-abr-23): 38.000 y 14,6%



TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS (TVCAN, 03-abr-23): 64.000 y 15,9%
- 2 TELENOTICIAS (TVCAN, 06-abr-23): 63.000 y 15,2%
- 3 TELENOTICIAS 2 (TVCAN, 04-abr-23): 62.000 y 11%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (CMM, 10-abr-23): 70.000 y 9,9%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 17-abr-23): 66.000 y 14,6%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 13-abr-23): 66.000 y 14,5%



TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES CAP DE SETMANA VESPRE (TV3, 23-abr-23): 585.000 y 28,1%
- 2 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 24-abr-23): 575.000 y 27,1%
- 3 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 13-abr-23): 573.000 y 27,9%



TVG (Galicia)

- 1 TELEXORNAL 1 (TVG, 13-abr-23): 145.000 y 23%
- 2 GALICIA NOTICIAS (TVG, 21-abr-23): 144.000 y 27,1%
- 3 TELEXORNAL 1 (TVG, 25-abr-23): 143.000 y 23%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 27-abr-23): 177.000 y 19,6%
- 2 +TN (TELEMADRID, 27-abr-23): 174.000 y 15,2%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 24-abr-23): 163.000 y 15,4%



LA 7TV (Murcia)

- 1 ENTIERRO DE LA SARDINA / FIESTAS DE PRIMAVERA (LA 7TV, 15-abr-23): 49.000 y 15,5%
- 2 SEMANA SANTA / PRECIOSISSIMA SANGRE DE NUESTRO SEÑOR JESUCRISTO MURCIA (LA 7TV, 05-abr-23): 43.000 y 12%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 16-abr-23): 43.000 y 18,1%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 24-abr-23): 138.000 y 22,1%
- 2 EL CONQUISTADOR DEL CARIBE: CAMPAMENTOS (ETB2, 24-abr-23): 126.000 y 18,5%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 23-abr-23): 126.000 y 17,4%



A PUNT (Valencia)

- 1 DESPRES DE TU / EL GANIVET-48 HORES (A PUNT, 23-abr-23): 122.000 y 7,3%
- 2 L'ORATGE 1 (A PUNT, 17-abr-23): 111.000 y 9,3%
- 3 DESPRES DE TU / LA VISITA-ADEU FATIMA, ADEU RAQUEL (A PUNT, 30-abr-23): 108.000 y 7,8%



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Mediaset, con siete cadenas en emisión, ocupa la primera posición en el ránking de grupos editoriales con el 26,5% de cuota.

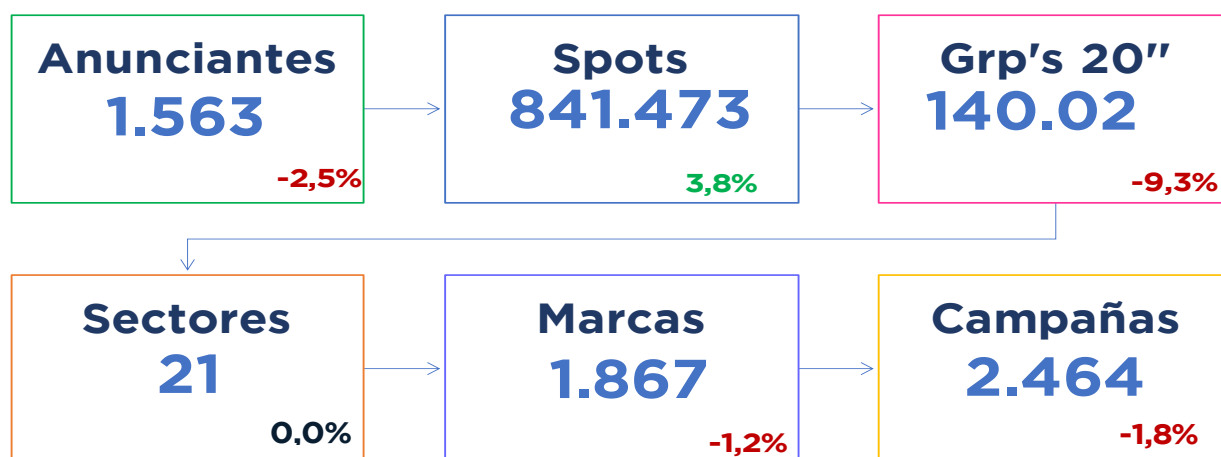
- ▶ Atresmedia (25,9%), con seis cadenas en emisión, es el segundo grupo del ránking.
- ▶ Grupo Rtve (14,3%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,6%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,4%) con tres cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	MEDIASET	26,5%	39,5 mill.	85,4%
	ATRESMEDIA	25,9%	39,1 mill.	84,6%
	GRUPO RTVE	14,3%	38,3 mill.	82,8%
	FORTA	8,3%	28,2 mill.	61,0%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,6%	23,5 mill.	50,9%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,4%	24,0 mill.	51,9%

MEDIASET: T5, CUATRO, FDF-T5, DIVINITY, ENERGY, BOING, BEMADtv / ATRESMEDIA: A3, LA SEXTA, NEOX, NOVA, MEGA, ATRESERIES. / RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDIESTE, 24H. / SQUIRREL MEDIA: PARAMOUNT CHANNEL, DISNEY CHANNEL Y BOM Cine. / UNIDAD EDITORIAL: DISCOVERY MAX y GOL. / FORTA: TV Autonómicas incluidas en la Federación

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -9,3% y el número de campañas activas un -1,8%.



*Diferencias abr-23 vs. abr-22

El spot más visto corresponde a la campaña "CAIXABANK/BANCO" en A3, con 22 Grp's 20" ('ANTENA 3 NOTICIAS 2', 24 abril).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** "SECURITAS DIRECT/ALARMAS" con 1.662 Grp's 20".
- **ANUNCIANTE:** "PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 3.617 Grp's 20".
- **MARCA:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 3.594 Grp's 20".
- **SECTOR:** "DISTRIBUCION Y RESTAURACION" con el 16% de la presión publicitaria.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

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

	1	CAIXABANK/BANCO	22
	2	CAIXABANK/BANCO	20
	3	CAIXABANK/BANCO	19
	4	CAIXABANK/BANCO	17
	5	REMESCAR/BOLSAS Y OJERAS	14

Total

841
Mil.

Top 5 Anunciantes (Grp's 20")

	1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	3.617
	2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	3.594
	3	L'OREAL ESPAÑA	2.994
	4	SECURITAS SEG.ESPAÑA	1.745
	5	RECKITT BENCKISER	1.703

Total

1.563

Top 5 Campañas (Grp's 20")

	1	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.662
	2	REPSOL/PLANES ENERGÍAS	1.485
	3	MOVISTAR/MIMOVISTAR	1.229
	4	ALDI/SUPERMERCADO	1.104
	5	OCASO/SEGUROS	1.057

Total

2.464

Top 5 Marcas (Grp's 20")

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	3.594
	2	SECURITAS DIRECT	1.745
	3	L'OREAL	1.700
	4	LIDL	1.585
	5	REPSOL	1.485

Total

1.867

Top 5 Sectores (%Grp's 20")

	1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	16%
	2	ALIMENTACION	13%
	3	BELLEZA E HIGIENE	11%
	4	FINANZAS Y SEGUROS	8%
	5	BEBIDAS	6%

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 abril de 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 enero 2020. Desde el informe de enero 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 | España (+2r Total).
- Fecha: abril-2023

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS