

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

Agosto 2024



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

- ▶ Titulares destacados
- ▶ Visión Global mercado TV.
- ▶ Espectadores Únicos TV Tradicional.
- ▶ Consumo de televisión.
- ▶ Total Uso Televisor.
- ▶ Otros Consumos Audiovisuales.
- ▶ Ránking Cadenas en Abierto.
- ▶ Liderazgos demográficos.
- ▶ Informativos diarios.
- ▶ Cadenas Autonómicas.
- ▶ Temáticas de Pago.
- ▶ Emisiones más vistas.
- ▶ Grupos Televisivos.
- ▶ Actividad Publicitaria.
- ▶ Ficha técnica.

Titulares

- **ESPECTADORES ÚNICOS TOTALES:** Los Espectadores Únicos acumulados en el mes en Televisión Tradicional alcanzan la cifra de 41,6 millones (el 89,2 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 23,5 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 50,3 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor baja hasta 193 minutos por persona al día (-8', -4 % vs año anterior).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL baja hasta 145 minutos por persona al día (-14', -9 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 47 minutos por persona al día (+ 6', 15 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO EXCLUSIVO:** La audiencia exclusiva del Consumo Híbrido, es decir, el número de personas que usa diariamente el televisor para otra actividad diferente a ver la Televisión Tradicional es de 2,7 millones de espectadores.
- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:** Atresmedia es el grupo líder con el 24,3 % de cuota de pantalla. Le sigue Mediaset con el 24 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 17,9 %.

- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** Empate técnico en el liderazgo del mes entre Antena 3 y La1 con el 11,1 %. T5, 8,6% , con su mínimo mensual, entre las tres primeras.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 12,9 % , seguida de ARAGON TV con el 10,4 % y TVG con el 8,7 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago suman el 11,2 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: LALIGA TV por M+ (0,4 %), DAZN LaLiga (0,3 %) y EUROSPORT (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a JJOO TENIS / N.DJOKOVIC-C.ALCARAZ:INDIVIDUAL (La1, 04-ago-24) con 3,6 millones y 37,5% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión JJOO PARIS (La1, 04-ago, 16:54h) con una audiencia de 4,4 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 4 años y 8 meses de forma ininterrumpida con 1.369.000 de audiencia media y 16,7% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.205 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -4,1 % y el número de campañas activas un 3,5 %.

Visión Global

CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

289'
espectador/día

-10' -3%
*Dif. ago-24 vs. ago-23

145'
persona/día

-14' -9%
*Dif. ago-24 vs. ago-23



ago-24



Cadena líder

A3 / LA1

11,1%

RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	Dif. ago-24 vs. ago-23	Espectadores Únicos
A3	11,1%	-0,8	29,5 mill.
La1	11,1%	+0,9	33,0 mill.
T5	8,6%	-0,4	27,6 mill.
AUT	7,7%	-0,6	25,4 mill.
LA SEXTA	5,4%	-0,4	27,2 mill.
CUATRO	5,2%	-0,1	28,2 mill.
La2	2,9%	-0,3	25,5 mill.
FDI	2,8%	+0,1	17,8 mill.
ENERGY	2,5%	-0,6	13,0 mill.
NOVA	2,5%	+0,3	11,8 mill.
TRECE	2,1%	0,0	13,3 mill.
TELEDEPORTE	2,1%	+0,9	17,7 mill.
DIVINITY	2,1%	-0,1	13,6 mill.
ATRESERIES	2,1%	+0,1	12,5 mill.
BEMADtv	2,0%	+0,4	16,3 mill.
NEOX	2,0%	-0,1	17,8 mill.
DMAX	1,7%	-0,1	15,9 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	15,2 mill.
DKISS	1,4%	+0,1	11,5 mill.
TEN	1,4%	+0,4	9,7 mill.
MEGA	1,4%	-0,3	14,6 mill.
24H	1,0%	-0,2	14,1 mill.
GOL PLAY	0,9%	-0,3	12,2 mill.
BOING	0,9%	0,0	10,4 mill.
DISNEY CHANNEL	0,9%	+0,2	9,4 mill.
CLAN	0,8%	-0,2	10,8 mill.
REAL MADRID HD	0,7%	+0,2	10,0 mill.
BOM Cine	0,4%	+0,1	5,4 mill.
AUT PRIV	0,2%	-0,1	4,8 mill.

ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

ACUMULADO MENSUAL
41,6 Millones

Cobertura mes
89,2 %

PROMEDIO DIARIO
23,5 Millones

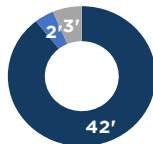
Cobertura día
50,3 %

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

47'
persona/día

+6' 15%
*Dif. ago-24 vs. ago-23

INTERNET PLAY OTROS



Temáticas Pago -> 11,2% (+0,8)

*Dif. ago-24 vs. ago-23

CONSUMO TOTAL TELEVISOR

193'
persona/día

-8' -4%

*Dif. ago-24 vs. ago-23

343'
espectador/día

-4' -1%

EMISIÓN MÁS VISTA

La1
JJOO TENIS / N.DJOKOVIC-C.ALCARAZ:INDIVIDUAL, 04-ago-24
3,6 millones y 37,5%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES
4,4 millones

JJOO PARIS
La1, 04-ago, 16:54h



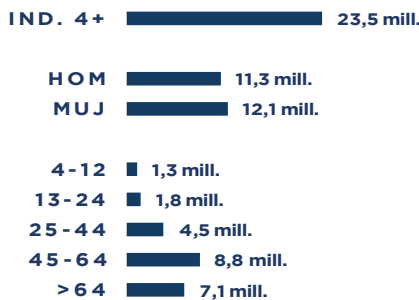
ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes de agosto 2024 alcanzan la cifra de 41,6 millones, que representa el 89,2% de la población, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

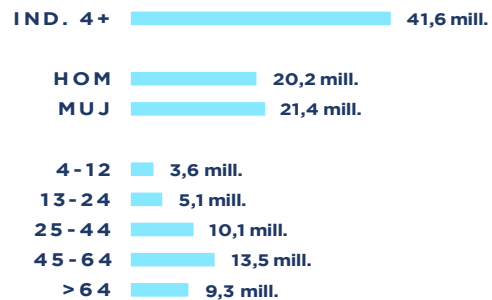
23,5 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 50,3% de la población.

Por el contrario, hay 5,0 millones de “telefóbicos”, el 11% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

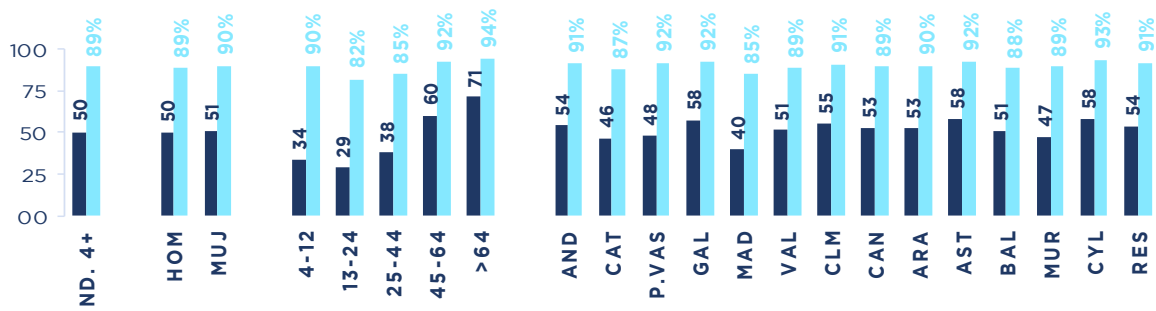
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

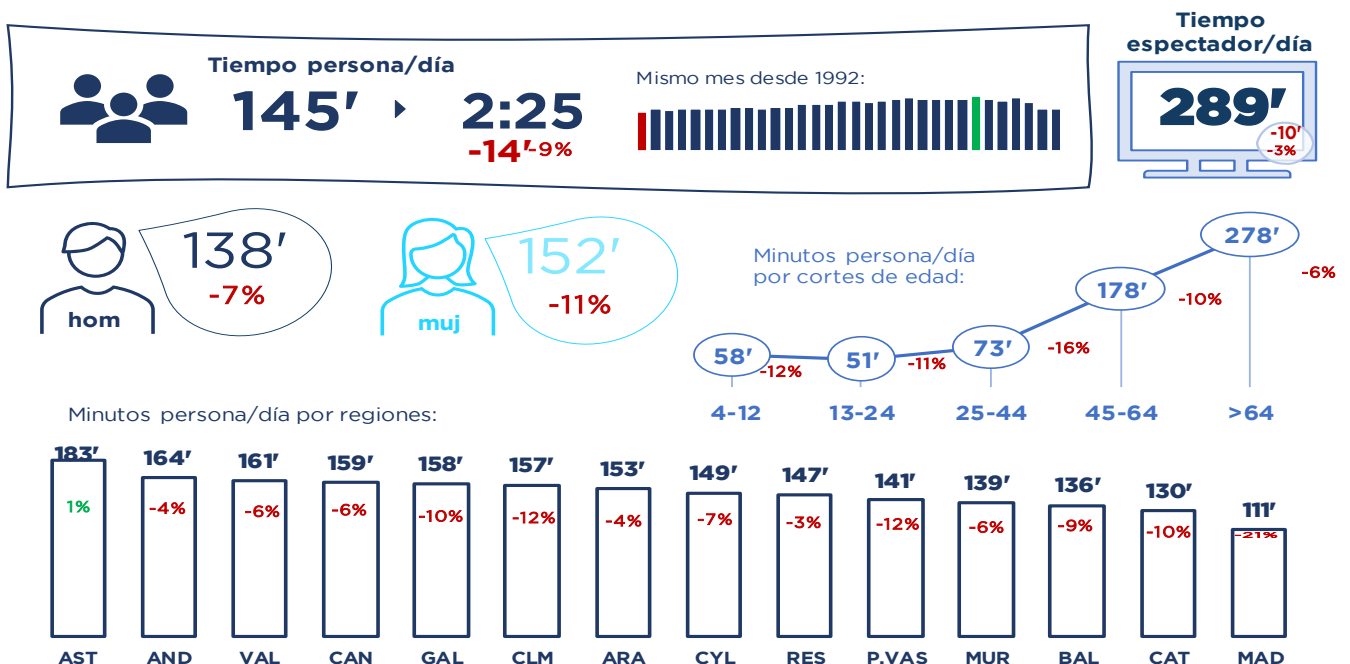


CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **289 minutos** (-10' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,6 millones) ha dedicado un promedio de **145 minutos** (2 horas y 25 minutos) al día a ver la televisión Tradicional este mes, lo que supone **-14' (-9%)** con respecto al mes de agosto-23.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (152') y los mayores de 64 años (278') y, por regiones, Asturias (183'), Andalucía (164') y C. Valenciana (161').



*Diferencias ago-24 vs. ago-23

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

El promedio de los “Otros Consumos Audiovisuales” es de 47 minutos por persona al día, +6’ (15%) que en agosto-23.

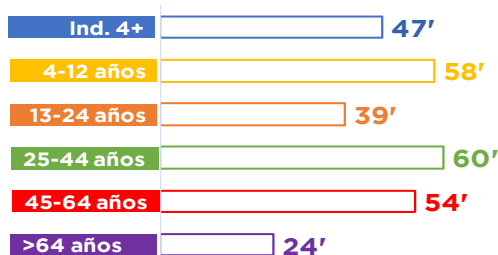
El 24% del total uso del televisor es para “Otros consumos audiovisuales” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Plataformas de streaming, de vídeo, Contenidos grabados, Juegos, Radio...

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 Lineal-Tradicional es de 2.447.000 espectadores.



Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros consumos audiovisuales” son los individuos de 25 a 44 años (60’) y los niños de 4 a 12 años (58’).

Tiempo promedio consumo “Otros consumos audiovisuales” por grupos de edad



CONSUMO TOTAL TELEVISOR

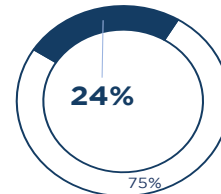
**El tiempo total de uso del televisor
(Tradicional + otros consumos)
es de 193' por persona al día
y de 343' por espectador al día**

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. ago-24 vs. ago-23
Total Individuos 4+	193'	-8' -4%
Hombres	187'	-4' -2%
Mujeres	198'	-12' -6%
4-12	116'	-6' -5%
13-24	90'	-1' -1%
25-44	134'	-6' -4%
45-64	232'	-11' -5%
>64	301'	-12' -4%
Andalucía	210'	-3' -1%
Cataluña	186'	-6' -3%
País Vasco	174'	-21' -11%
Galicia	186'	-15' -7%
Madrid	168'	-21' -11%
C. Valenciana	210'	-4' -2%
Castilla La Mancha	205'	-19' -8%
Canarias	212'	-2' -1%
Aragón	199'	-3' -1%
Asturias	212'	+5' 2%
Baleares	187'	-2' -1%
Murcia	181'	-12' -6%
Castilla León	183'	-3' -2%
Resto	191'	+4' 2%

Tiempo total uso televisor

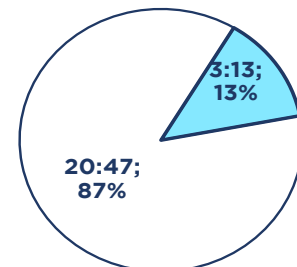
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:13**, que sobre las 24 horas del día, supone el 13% del total.

Tiempo total uso televisor sobre el total del día

- Usando el televisor
- Resto del día



RÁNKING CADENAS ABIERTO

Empate técnico en el liderazgo del mes entre Antena 3 y La1 con el 11,1 %.

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 41,1 millones, el 88% de cobertura.

- ▶ Empate técnico en el liderazgo del mes entre Antena 3 y La1 con el 11,1 %.
- ▶ En tercera posición se sitúa T5 (8,6%), con su mínimo mensual.
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (7,7%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (5,4%),
- ▶ Les siguen CUATRO (5,2%), La2 (2,9%), FDF (2,8%), ENERGY (2,5%) y NOVA (2,5%), para completar la tabla de las diez primeras.
- ▶ Máximo mensual de BeMadTV.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (11,2%)**, se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. ago-24 vs. ago-23	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	11,1%	-0,8	29,5 mill.	63,4%
2	La1	11,1%	+0,9	★ 33,0 mill.	70,7%
3	T5	8,6%	-0,4	27,6 mill.	59,2%
4	AUT	7,7%	-0,6	25,4 mill.	54,4%
5	LA SEXTA	5,4%	-0,4	27,2 mill.	58,4%
6	CUATRO	5,2%	-0,1	28,2 mill.	60,4%
7	La2	2,9%	-0,3	25,5 mill.	54,7%
8	FDf	2,8%	+0,1	17,8 mill.	38,1%
9	ENERGY	2,5%	-0,6	13,0 mill.	27,9%
10	NOVA	2,5%	+0,3	11,8 mill.	25,4%
11	TRECE	2,1%	0,0	13,3 mill.	28,6%
12	TELEDEPORTE	2,1%	+0,9	17,7 mill.	38,0%
13	DIVINITY	2,1%	-0,1	13,6 mill.	29,1%
14	ATRESERIES	2,1%	+0,1	12,5 mill.	26,9%
15	BEMADtv	2,0%	+0,4	16,3 mill.	34,9%
16	NEOX	2,0%	-0,1	17,8 mill.	38,2%
17	DMAX	1,7%	-0,1	15,9 mill.	34,0%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	15,2 mill.	32,5%
19	DKISS	1,4%	+0,1	11,5 mill.	24,8%
20	TEN	1,4%	+0,4	9,7 mill.	20,8%
21	MEGA	1,4%	-0,3	14,6 mill.	31,4%
22	24H	1,0%	-0,2	14,1 mill.	30,3%
23	GOL PLAY	0,9%	-0,3	12,2 mill.	26,1%
24	BOING	0,9%	0,0	10,4 mill.	22,4%
25	DISNEY CHANNEL	0,9%	+0,2	9,4 mill.	20,2%
26	CLAN	0,8%	-0,2	10,8 mill.	23,3%
27	REAL MADRID HD	0,7%	+0,2	10,0 mill.	21,5%
28	BOM Cine	0,4%	+0,1	5,4 mill.	11,6%
29	AUT PRIV	0,2%	-0,1	4,8 mill.	10,3%

LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **La1 lidera en hombres y en el grupo de 13 a 64 años.**
- ▶ **Antena3 líder en mujeres y mayores de 64 años.**
- ▶ **Disney Channel lidera en niños de 4 a 12 años.**

Por regiones La1 es la cadena líder en Aragón, Asturias, Madrid, País Vasco y Resto y Antena 3 es líder en Andalucía, Baleares, C. Valenciana, Canarias, Castilla La Mancha, Castilla León, Galicia y Murcia. TV3 es la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, La1 lidera en la mañana, tarde y “prime-time”, mientras que Antena3 es la opción más vista en la sobremesa, Telecinco en el “Late-night” y Energy en la madrugada.

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	3ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	A3	La1	T5
HOM	La1	A3	LA SEXTA
MUJ	A3	T5	La1
4-12	DISNEY CHANNEL	BOING	La1
13-24	La1	A3	FDF
25-44	La1	T5	A3
45-64	La1	A3	T5
>64	A3	La1	T5
T.COMERCIAL	La1	T5	A3
ANDALUCIA	A3	T5	La1
CATALUÑA	TV3	La1	A3
PAÍS VASCO	La1	T5	A3
GALICIA	A3	La1	T5
MADRID	La1	A3	T5
C. VALENCIANA	A3	La1	T5
CASTILLA LA MANCHA	A3	La1	T5
CANARIAS	A3	T5	La1
ARAGÓN	La1	A3	ARAGON TV
ASTURIAS	La1	A3	T5
BALEARES	A3	La1	T5
MURCIA	A3	La1	T5
CASTILLA LEÓN	A3	La1	T5
RESTO	La1	A3	T5

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS		
MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
La1	A3	La1
PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
La1	T5	ENERGY

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA						
LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
A3	A3	A3	A3	La1	La1	La1

CADENA LÍDER DÍA A DÍA		
A3	▶ 20 DÍAS	La1 ▶ 11 DÍAS

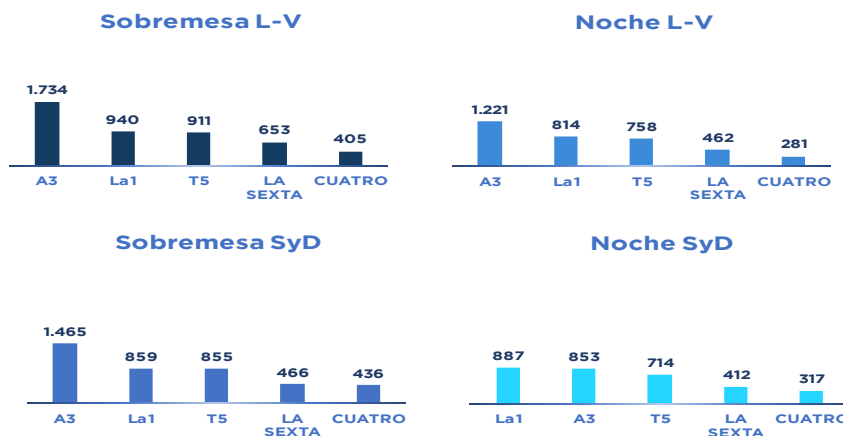
INFORMATIVOS DIARIOS

Los informativos de Antena 3 (1.369.000 de audiencia media y 16,7% de cuota) son los más vistos desde hace 4 años y 8 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (877.000 de audiencia media y 10,6% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (818.000 de audiencia media y 9,9% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	62	1.369	16,7%	19,8 Mill.	43%
	La1	62	877	10,6%	22,4 Mill.	48%
	T5	62	818	9,9%	15,5 Mill.	33%
	LA SEXTA	62	508	7,1%	14,9 Mill.	32%
	CUATRO	61	357	5,2%	15,0 Mill.	32%
Lunes a Viernes	A3	44	1.478	17,8%	17,2 Mill.	37%
	La1	44	879	10,5%	19,5 Mill.	42%
	T5	44	830	10,0%	13,4 Mill.	29%
	LA SEXTA	44	544	7,4%	12,1 Mill.	26%
	CUATRO	43	348	5,1%	11,6 Mill.	25%
Sábado y Domingo	A3	18	1.151	14,4%	12,6 Mill.	27%
	La1	18	871	10,9%	14,5 Mill.	31%
	T5	18	788	9,8%	8,9 Mill.	19%
	LA SEXTA	18	440	6,5%	8,8 Mill.	19%
	CUATRO	18	378	5,5%	9,0 Mill.	19%

RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)



CADENAS AUTONÓMICAS

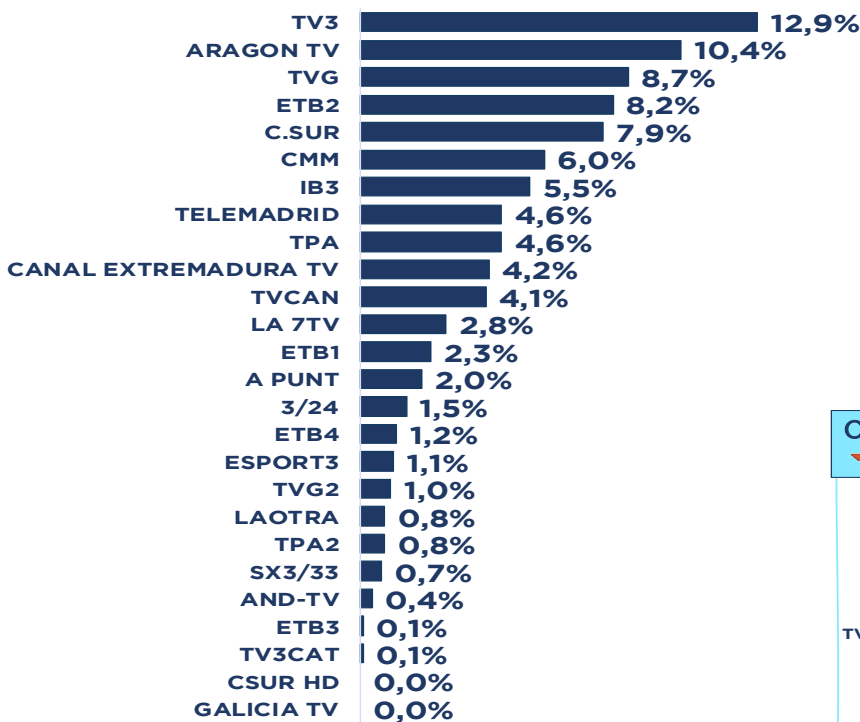
*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 7,7 % de cuota de pantalla.

El número de espectadores únicos acumulados es de 25,4 millones, el 54,4 % de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota este mes es TV3 (12,9%), ARAGON TV (10,4%), TVG (8,7%), ETB2 (8,2%), C.SUR (7,9%), CMM (6%), IB3 (5,5%), TELEMADRID (4,6%), TPA (4,6%) y CANAL EXTREMADURA TV (4,2%), entre las 10 primeras.

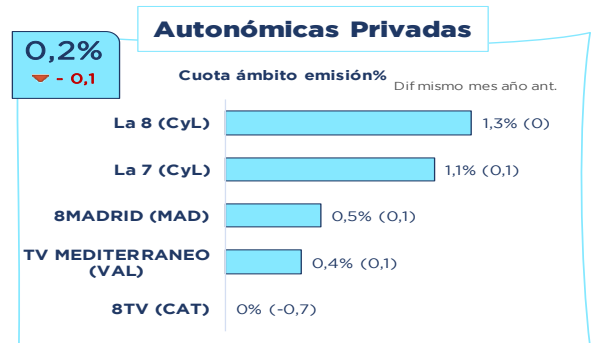
Cuota en su ámbito de emisión [+2r TOT]



★ IB3 (Baleares) : Mejor mes de agosto desde 2022.

★ Telemadrid (Madrid) : Mejor mes de agosto desde 2021.

★ ETB2 (País Vasco) : Mejor mes de agosto desde 2022.



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ ETB2	22,2%	→	825	38,7%
▶ TV3	22,0%	→	3.061	40,2%
▶ ARAGON TV	20,0%	→	594	46,2%
▶ TVG	12,9%	→	1.069	40,6%
▶ IB3	10,2%	→	325	26,4%
▶ C.SUR	9,7%	→	2.649	31,8%
▶ CMM	9,2%	→	638	31,8%
▶ TELEMADRID	8,9%	→	1.232	18,3%
▶ TVCAN	8,8%	→	758	33,5%
▶ TPA	8,3%	→	299	30,5%
▶ LA 7TV	6,0%	→	416	27,7%
▶ A PUNT	5,0%	→	927	18,4%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



La 7 TV Murcia



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



RÁNKING TEMÁTICAS PAGO

**Las Temáticas de Pago firman el 11,2%
Los espectadores únicos ascienden a 18,8 millones,
el 40,2% de cobertura poblacional.**

El ranking de cadenas de este grupo de cadenas está conformado por LALIGA TV por M+ (0,4%), DAZN LaLiga (0,3%), EUROSPOORT (0,3%), AXN (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), EUROSPOORT 2 (0,2%), WARNER TV (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%) y MOVISTAR PLUS+ (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	11,2%	+0,8	18,8 mill.	40,2%
1	LALIGA TV por M+	0,4%	+0,1	4,0 mill.	8,6%
2	DAZN LaLiga	0,3%	0,0	3,8 mill.	8,1%
3	EUROSPOORT	0,3%	+0,2	4,3 mill.	9,3%
4	AXN	0,2%	-0,1	3,4 mill.	7,3%
5	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	-0,1	3,9 mill.	8,3%
6	STAR CHANNEL	0,2%	-0,1	3,9 mill.	8,4%
7	EUROSPOORT 2	0,2%	+0,2	3,8 mill.	8,1%
8	WARNER TV	0,2%	-0,1	3,7 mill.	8,0%
9	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	3,7 mill.	8,0%
10	MOVISTAR PLUS+	0,2%	+0,1	3,3 mill.	7,0%
11	CANAL HISTORIA	0,1%	-0,1	2,5 mill.	5,4%
12	CALLE 13	0,1%	-0,1	2,9 mill.	6,2%
13	TCM	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,5%
14	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,5%
15	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,9%
16	SOMOS	0,1%	0,0	1,1 mill.	2,4%
17	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,9%
18	AMC	0,1%	0,0	1,9 mill.	4,0%
19	AXN MOVIES	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,8%
20	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,0 mill.	6,5%
21	DECASA	0,1%	0,0	1,9 mill.	4,0%
22	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,6%
23	SYFY	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,5%
24	DAZN F1	0,1%	0,0	1,4 mill.	2,9%
25	AMC CRIME	0,1%	0,0	0,9 mill.	1,9%



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

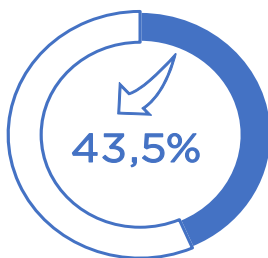
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,2%	8,1 Mill.	17,4%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHEASTERN	1,1%	8,0 Mill.	17,2%
③	DISCOVERY NETWORKS	0,6%	6,4 Mill.	13,6%
④	DAZN	0,5%	5,0 Mill.	10,6%
⑤	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,4%	5,4 Mill.	11,6%
⑥	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL NETWORKS	0,3%	4,1 Mill.	8,7%
⑦	TURNER	0,3%	5,2 Mill.	11,1%
⑧	VIACOM	0,3%	4,6 Mill.	9,9%
⑨	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,2%	3,9 Mill.	8,3%

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

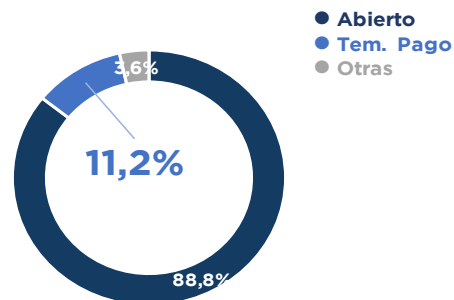
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **43,5%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **56,5%** 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
**JJOO TENIS / N.DJOKOVIC-
C.ALCARAZ:INDIVIDUAL (La1, 04-ago-24):
3.556.000 y 37,5%**

***(sin tener en cuenta las emisiones en simulcast)**

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	JJOO TENIS / N.DJOKOVIC-C.ALCARAZ:INDIVIDUAL	La1	04-ago-24	37,5%	3.556	7,7 mill.
2	JJOO PRORROGA FUTBOL / FRANCIA-ESPAÑA	La1	09-ago-24	41,7%	3.377	4,8 mill.
3	JJOO FUTBOL / FRANCIA-ESPAÑA	La1	09-ago-24	35,0%	2.817	5,5 mill.
4	JJOO PENALTIS FUTBOL:FEMENINO / ESPAÑA-COLOMBIA	La1	03-ago-24	33,0%	2.731	3,1 mill.
5	JJOO POST FUTBOL / FRANCIA-ESPAÑA	La1	09-ago-24	32,1%	2.632	5,7 mill.
6	JJOO PARIS	La1	04-ago-24	27,9%	2.467	10,5 mill.
7	JJOO PRORROGA FUTBOL:FEMENINO / ESPAÑA-COLOMBIA	La1	03-ago-24	29,7%	2.459	3,5 mill.
8	JJOO FUTBOL / MARRUECOS-ESPAÑA	La1	05-ago-24	29,5%	2.389	5,1 mill.
9	JJOO FUTBOL:FEMENINO / BRASIL-ESPAÑA	La1	06-ago-24	24,6%	2.353	6,5 mill.
10	JJOO ATLETISMO / 100 M	La1	04-ago-24	23,6%	2.289	2,9 mill.
11	JJOO ATLETISMO:AMBOS	La1	03-ago-24	29,1%	2.236	4,5 mill.
12	JJOO PARIS	La1	09-ago-24	26,3%	2.235	9,5 mill.
13	JJOO TENIS / T.PAUL-C.ALCARAZ:INDIVIDUAL	La1	01-ago-24	22,2%	2.107	5,4 mill.
14	JJOO GOLF	La1	04-ago-24	21,6%	1.976	3,4 mill.
15	PARIS,EN JUEGOS	La1	04-ago-24	19,9%	1.966	4,3 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	27-ago-24	21,5%	1.910	2,9 mill.
17	JJOO PARIS	La1	03-ago-24	22,6%	1.900	8,3 mill.
18	JJOO BALONCESTO 3X3:FEMENINO / ALEMANIA-ESPAÑA	La1	05-ago-24	18,3%	1.898	3,0 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-ago-24	21,6%	1.882	2,9 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	26-ago-24	21,4%	1.869	2,7 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	28-ago-24	21,5%	1.865	2,8 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	30-ago-24	21,3%	1.858	2,8 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	20-ago-24	21,8%	1.825	2,7 mill.
24	JJOO FUTBOL:FEMENINO / ESPAÑA-COLOMBIA	La1	03-ago-24	21,0%	1.822	4,9 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	19-ago-24	20,9%	1.812	2,7 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / TODA LA VERDAD(2016) (La1, 04-ago-24): 1.232.000 y 14%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / TOMB RAIDER (La1, 25-ago-24): 1.128.000 y 12,5%
- 3 MULTICINE / MAS ALLA DE LA SOSPECHA (A3, 31-ago-24): 997.000 y 11,4%



ENTRETENIMIENTO

- 1 LA RULETA DE LA SUERTE (A3, 27-ago-24): 1.658.000 y 23,2%
- 2 LA RULETA DE LA SUERTE (A3, 28-ago-24): 1.493.000 y 22,7%
- 3 LA RULETA DE LA SUERTE (A3, 29-ago-24): 1.477.000 y 22,2%



SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 28-ago-24): 1.219.000 y 14,3%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 06-ago-24): 1.193.000 y 12,8%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 12-ago-24): 1.191.000 y 13,7%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 27-ago-24): 1.910.000 y 21,5%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 29-ago-24): 1.882.000 y 21,6%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 26-ago-24): 1.869.000 y 21,4%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / TERNERA DE LA ABUELA (A3, 27-ago-24): 932.000 y 19,2%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ENSALADA DE ARROZ Y JUDIAS VERDES (A3, 30-ago-24): 787.000 y 18,1%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / PATATAS,BACALAO Y ARROZ (A3, 28-ago-24): 766.000 y 17,6%



DEPORTES

- 1 JJOO TENIS / N.DJOKOVIC-C.ALCARAZ:INDIVIDUAL (La1, 04-ago-24): 3.556.000 y 37,5%
- 2 JJOO PRORROGA FUTBOL / FRANCIA-ESPAÑA (La1, 09-ago-24): 3.377.000 y 41,7%
- 3 JJOO FUTBOL / FRANCIA-ESPAÑA (La1, 09-ago-24): 2.817.000 y 35%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 09-ago-24): 269.000 y 3%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 09-ago-24): 264.000 y 2,9%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 15-ago-24): 245.000 y 3,6%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1ªs AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 LA TARDE,AQUI Y AHORA (C.SUR, 29-ago-24): 245.000 y 12,8%
- 2 NOTICIAS 1 (C.SUR, 21-ago-24): 234.000 y 13,8%
- 3 NOTICIAS 1 (C.SUR, 18-ago-24): 230.000 y 14,1%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 26-ago-24): 87.000 y 36,9%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 27-ago-24): 77.000 y 32,8%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 12-ago-24): 77.000 y 37,2%



TPA (Asturias)

- 1 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 18-ago-24): 31.000 y 15,2%
- 2 GIJON:NOCHE DE FUEGOS (TPA, 14-ago-24): 26.000 y 11,5%
- 3 TPA DEPORTES 2 (TPA, 09-ago-24): 25.000 y 11,7%



IB3 (Balears)

- 1 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 13-ago-24): 40.000 y 22,2%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 14-ago-24): 38.000 y 21%
- 3 EL TEMPS 1 (IB3, 17-ago-24): 37.000 y 19%



TVCAN (Canarias)

- 1 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 04-ago-24): 72.000 y 14,8%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / LAS PALMAS-SEVILLA (TVCAN, 16-ago-24): 72.000 y 16,4%
- 3 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 11-ago-24): 72.000 y 15,7%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 12-ago-24): 60.000 y 16,6%
- 2 TOROS / DESDE VILLAMALEA (CMM, 11-ago-24): 55.000 y 14,9%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 02-ago-24): 54.000 y 11,4%



TV3 (Cataluña)

- 1 FUTBOL:TROFEU JOAN GAMPER / BARCELONA-MONACO (TV3, 12-ago-24): 446.000 y 33,5%
- 2 EL GAMPER (TV3, 12-ago-24): 431.000 y 33,2%
- 3 TELENOTICIES MIGDIA (TV3, 08-ago-24): 413.000 y 33,4%



TVG (Galicia)

- 1 TELEXORNAL 2 (TVG, 26-ago-24): 161.000 y 22,9%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VILLARREAL-CELTA VIGO (TVG, 26-ago-24): 160.000 y 23,8%
- 3 TELEXORNAL 1 (TVG, 29-ago-24): 117.000 y 22,2%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 06-ago-24): 109.000 y 11,3%
- 2 +TN (TELEMADRID, 27-ago-24): 108.000 y 12,6%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 26-ago-24): 106.000 y 15,2%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 24-ago-24): 33.000 y 16,9%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 09-ago-24): 31.000 y 13,3%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 05-ago-24): 29.000 y 10,2%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 20-ago-24): 101.000 y 27,6%
- 2 KIROLAK 1 (ETB2, 01-ago-24): 97.000 y 21,9%
- 3 TELEBERRI 1 (ETB2, 01-ago-24): 95.000 y 23,1%



A PUNT (Valencia)

- 1 NTC MIGDIA (A PUNT, 14-ago-24): 97.000 y 11,9%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 22-ago-24): 93.000 y 10,6%
- 3 NTC MIGDIA (A PUNT, 19-ago-24): 93.000 y 10,5%



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / INDIANA JONES Y LA ULTIMA CRUZADA (STAR CHANNEL, 24-ago-24): 79.000 y 1%
- 2 CINE / INDIANA JONES Y EL REINO DE LA CALAVERA DE CRISTAL (STAR CHANNEL, 31-ago-24): 72.000 y 0,9%
- 3 CINE / INDIANA JONES Y LA ULTIMA CRUZADA (STAR CHANNEL, 18-ago-24): 66.000 y 0,8%



ENTRETENIMIENTO

- 1 LEO TALKS (MOVISTAR PLUS+, 03-ago-24): 65.000 y 1,7%
- 2 LA RESISTENCIA (MOVISTAR PLUS+, 03-ago-24): 40.000 y 1,3%
- 3 LEO TALKS (MOVISTAR PLUS+, 14-ago-24): 36.000 y 0,6%



SERIES

- 1 NAVY:INVESTIGACION CRIMINAL / EL ARIZONA (AXN, 29-ago-24): 46.000 y 0,7%
- 2 FBI (WARNER TV, 01-ago-24): 37.000 y 0,4%
- 3 WILL TRENT (STAR CHANNEL, 28-ago-24): 35.000 y 0,4%



INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.GRAN BRETAÑA (DAZN 1, 04-ago-24): 9.000 y 0,1%
- 2 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.AUSTRIA (DAZN 1, 18-ago-24): 8.000 y 0,1%
- 3 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (MOVISTAR PLUS+, 28-ago-24): 8.000 y 0,4%



CULTURALES

- 1 COMER EN CARRETERA (CANAL COCINA, 27-ago-24): 42.000 y 0,5%
- 2 EL CLUB DE LA LUCHA ANIMAL / LOS MAS LETALES DE AFRICA (NGC WILD, 30-ago-24): 42.000 y 0,5%
- 3 JAMIE OLIVER EN EL MEDITERRANEO / CERDO Y PIMIENTOS (CANAL COCINA, 26-ago-24): 40.000 y 0,4%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / LAS PALMAS-R.MADRID (LALIGA TV por M+, 29-ago-24): 901.000 y 9,6%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / RAYO VALLECANO-BARCELONA (DAZN LaLiga, 27-ago-24): 874.000 y 8,9%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / MALLORCA-R.MADRID (DAZN LaLiga, 18-ago-24): 753.000 y 8,3%



ANIMACIÓN







- 1 BOB ESPONJA (NICKELODEON, 14-ago-24): 37.000 y 0,4%
- 2 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 17-ago-24): 33.000 y 0,4%
- 3 PATRICIO ES LA ESTRELLA (NICKELODEON, 07-ago-24): 26.000 y 1,3%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 24,3% de cuota.

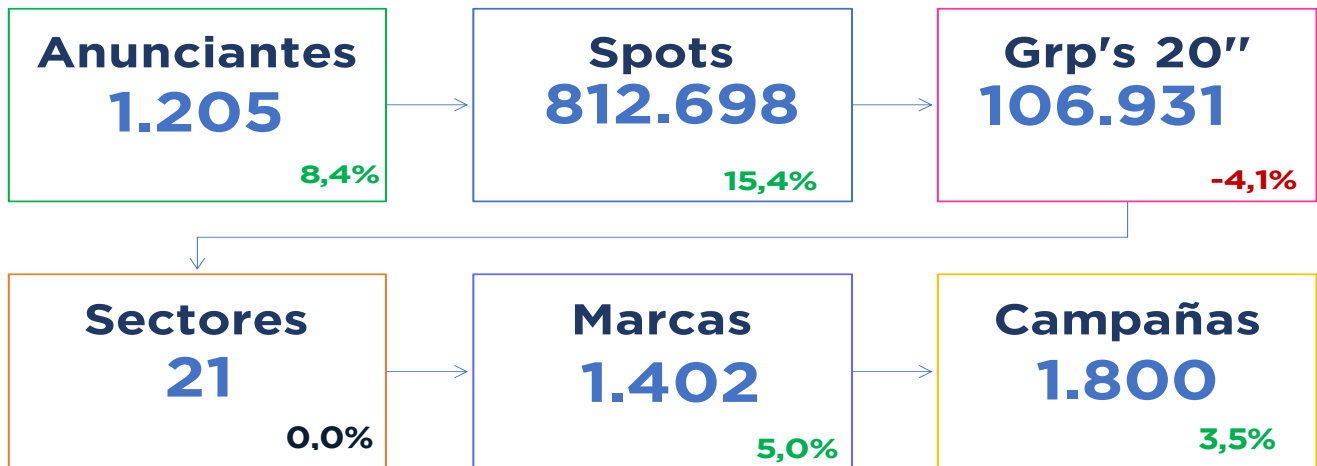
- ▶ Mediaset (24,0%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (17,9%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Squirrel Media (2,8%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,7%) con dos cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	24,3%	34,9 mill.	74,8%
	MEDIASET	24,0%	35,6 mill.	76,3%
	GRUPO RTVE	17,9%	35,7 mill.	76,5%
	FORTA	7,5%	24,8 mill.	53,2%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,8%	20,6 mill.	44,2%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,7%	20,0 mill.	42,9%

MEDIASET: T5, CUATRO, FDF-T5, DIVINITY, ENERGY, BOING, BEMADtv / ATRESMEDIA: A3, LA SEXTA, NEOX, NOVA, MEGA, ATRESERIES. / RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDEPORTE, 24H. / SQUIRREL MEDIA: 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 -4,1% y el número de campañas activas sube un 3,5%.



*Diferencias ago-24 vs. ago-23

El spot más visto corresponde a la campaña “DYMO/LETRATAG 200B” en A3, con 13 Grp's 20” (‘LA RULETA DE LA SUERTE’, 27 agosto).


Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** “ING/CUENTA NOMINA” con 1.708 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 5.818 Grp's 20”.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 4.894 Grp's 20”.
- **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 19% de la presión publicitaria.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

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

	1	DYMO/LETRATAG 200B	13
	2	REMESCAR/BOLSAS Y OJERAS	12
	3	ARCOS/SAMOA/SARTENES Y	12
	4	REMESCAR/BOLSAS Y OJERAS	12
	5	DYMO/LETRATAG 200B	11

Total

813
Mil.


Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')

	1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	5.818
	2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.993
	3	RECKITT BENCKISER	2.569
	4	RECKITT BENCKISER HEALTHC	2.247
	5	BDF NIVEA,S.A.	2.069

Total

1.205


Top 5 Campañas (Grp's 20'')

	1	ING/CUENTA NOMINA	1.708
	2	ORANGE/LOVE FUTBOL	1.518
	3	VODAFONE/OP.TELEFONIA	1.360
	4	LINEA DIRECTA ASEGURADOR	1.276
	5	GALERIA DEL COLECCIONISTA	1.239

Total

1.800


Top 5 Marcas (Grp's 20'')

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.894
	2	NIVEA	2.069
	3	LIDL	2.048
	4	FERRERO	2.023
	5	PLANETA DEAGOSTINI	1.787

Total

1.402

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

	1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	19%
	2	ALIMENTACION	14%
	3	BELLEZA E HIGIENE	11%
	4	SALUD	9%
	5	CULTURA, ENSEÑANZA Y MED	8%

Total

21

FICHA TÉCNICA

- **Fuente de los datos: Kantar.**
- El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable “invitados” que comenzó a medir Kantar en 2017.
- En los resultados de consumo televisivo se tiene en cuenta tanto el visionado en lineal como el diferido (audiencia durante los siete días siguientes a la emisión en lineal, que comenzó a medirse en 2015).
- Se incluye la audiencia de las 2ª residencias desde 2020. Desde el informe de ene-2023 también se incluyen las segundas residencias totales para el dato de cadenas Autonómicas, que hasta entonces era en ámbito propio.
- Parámetros extracción de datos: Ind.4+ (inv) | Lineal | TSD | España (+2r Total).
- Fecha: agosto-2024

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS