

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

Agosto 2025



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

- ▶ Titulares destacados
- ▶ Visión Global mercado TV.
- ▶ Espectadores Únicos TV Tradicional.
- ▶ Consumo de televisión.
- ▶ Total Uso Televisor.
- ▶ Consumo Híbrido.
- ▶ 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 41,5 millones (el 88,1 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 22,8 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 48,5 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor es de 190 minutos por persona al día (-3', -2 % vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 341 minutos (-2', -0,6%).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL es de 280 minutos por espectador al día (-9', -3 % vs año anterior) y mínimo histórico de consumo de TV Tradicional con 138 minutos por persona al día (-7', -5 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 52 minutos por persona al día (+ 5', 11 % vs año anterior). Por espectador al día el promedio es de 200 minutos (4', 0,2%). % 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 3 millones de espectadores.

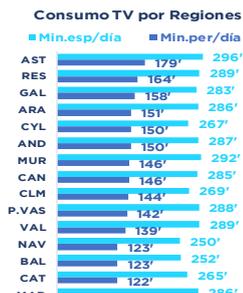
- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:** Atresmedia es el grupo líder con el 25,2 % de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 23,7 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 16,5 %.
- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 12,2 % de cuota de pantalla, vuelve a liderar el mes. Le siguen La1, 10,4 % y Autonómicas, 8,7 %, entre las tres primeras. Telecinco ocupa la 4ª posición con su mínimo histórico, 8,0 %.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ranking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 14,2 % , seguida de ARAGON TV con el 12,2 % y C.SUR con el 10 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago firman el 12 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: DAZN LaLiga (0,3 %), LALIGA TV por M+ (0,3 %) y WARNER TV (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 18-ago-25) con 2,1 millones y 22,9% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión LA RULETA DE LA SUERTE (A3, 25-ago, 14:57h) con una audiencia de 2,5 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 5 años y 8 meses de forma ininterrumpida con 1.529.000 de audiencia media y 19% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.143 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -12,5 % y el número de campañas activas un -4,4 %.

Visión Global

CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

280'
espectador/día

-9' -3%
*Dif. ago-25 vs. ago-24



138'
persona/día

-7' -5%
*Dif. ago-25 vs. ago-24

ago-25



Cadena líder

A3

12,2%

RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	*Dif. ago-25 vs. ago-24	Espectadores Únicos
A3	12,2%	+1,1	29,9 mill.
La1	10,4%	-0,7	★30,3 mill.
AUT	8,7%	+1,0	25,7 mill.
T5	8,0%	-0,6	27,0 mill.
LA SEXTA	5,5%	+0,1	26,9 mill.
CUATRO	5,3%	+0,1	27,3 mill.
La2	3,3%	+0,4	24,0 mill.
FDF	2,9%	+0,1	16,9 mill.
ENERGY	2,9%	+0,4	13,0 mill.
TRECE	2,1%	0,0	12,5 mill.
NEOX	2,1%	+0,1	17,2 mill.
ATRESERIES	2,0%	-0,1	12,3 mill.
NOVA	2,0%	-0,5	10,5 mill.
BEMADtv	1,9%	-0,1	15,7 mill.
DMAX	1,9%	+0,2	15,6 mill.
DIVINITY	1,6%	-0,5	13,1 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	15,0 mill.
MEGA	1,4%	0,0	14,2 mill.
DKISS	1,3%	-0,1	10,8 mill.
24H	1,1%	+0,1	13,4 mill.
TEN	1,1%	-0,3	9,1 mill.
BOING	1,1%	+0,2	10,4 mill.
SQUIRREL	1,0%	-	11,7 mill.
CLAN	0,9%	+0,1	10,5 mill.
TELEDEPORTE	0,8%	-1,3	11,8 mill.
REAL MADRID HD	0,7%	0,0	9,8 mill.
VEO 7	0,6%	-	9,6 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	5,7 mill.
AUT PRIV	0,3%	+0,1	4,5 mill.

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

41,5 Millones

Cobertura

88,1 %

PROMEDIO DIARIO

22,8 Millones

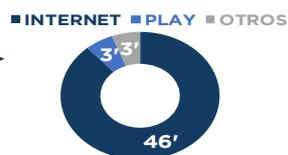
Cobertura

48,5 %

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

52'
persona/día

+5' 11%
*Dif. ago-25 vs. ago-24



Temáticas Pago -> 12% (+0,8)

*Dif. ago-25 vs. ago-24

EMISIÓN MÁS VISTA

A3

ANTENA 3 NOTICIAS 1, 18-ago-25
2,1 millones y 22,9%

CONSUMO TOTAL TELEVISOR (televisión tradicional+otros consumos audiovisuales):

190'
persona/día

-3' -2%
*Dif. ago-25 vs. ago-24

341'
espectador/día

-2' -0,6%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

2,5 millones

LA RULETA DE LA SUERTE
A3, 25-ago, 14:57h

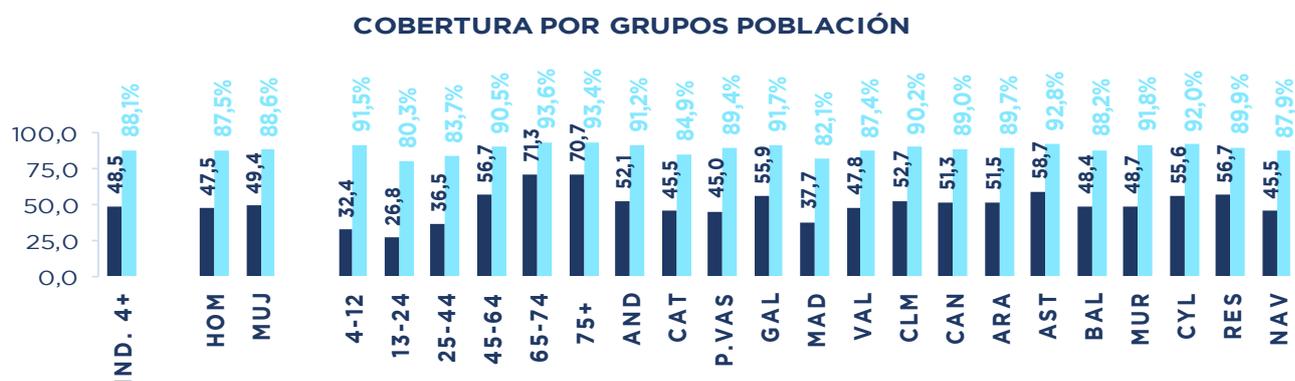


ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

Los **ESPECTADORES ÚNICOS** acumulados en el mes de agosto 2025 alcanzan la cifra de **41,5 millones**, que representa el **88,1%** de la población, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

22,8 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el **48,5%** de la población.

Por el contrario, hay 5,6 millones de “telefónicos”, el 12% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

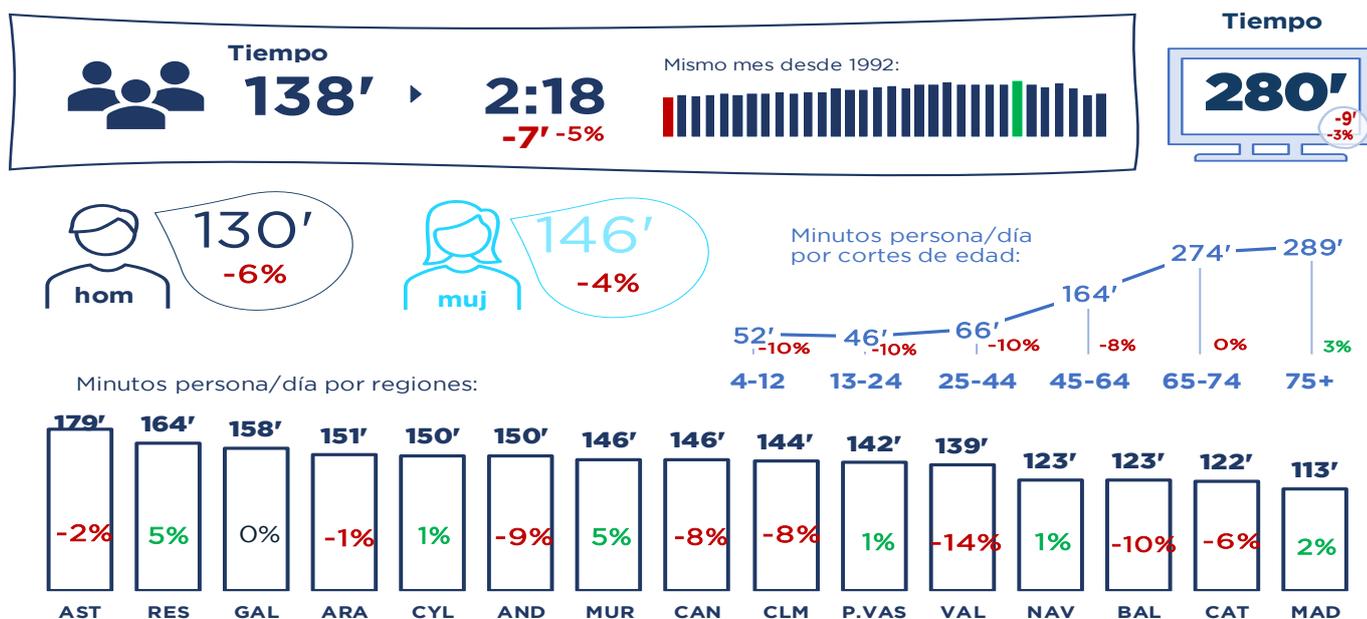


CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **280 minutos** (-9' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 47,1 millones) ha dedicado un promedio de **138 minutos** (2 horas y 18 minutos) al día a ver la Televisión Tradicional este mes, lo que supone **-7' (-5%)** con respecto al mes de agosto-24, mínimo histórico mensual.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (146') y los mayores de 64 años (274') y, por regiones, Asturias (179'), Resto (164') y Galicia (158').



*Diferencias ago-25 vs. ago-24

CONSUMO HÍBRIDO

(OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES)

El promedio del consumo híbrido (“Otros Consumos Audiovisuales”) es de 52 minutos por persona al día, +5' (11%) que en agosto-24.

El 27% 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 espectadores es de 2.991.000.

52 MINUTOS PERSONA/DÍA **+5' 11%**
33,4 MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO
12,1 MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias ago-25 vs. ago-24



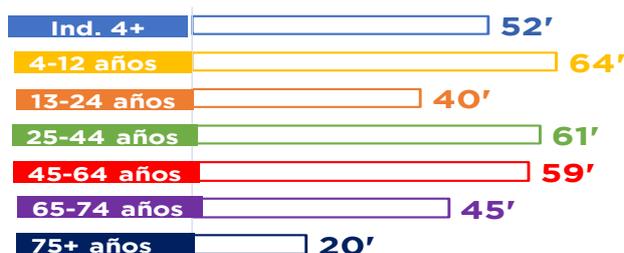
Streaming y consumo de video cuyo origen es Internet, ejemplo YouTube.

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

Videojuego y Radio TDT.

Tiempo promedio consumo “Otros consumos”

Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros consumos audiovisuales” son los individuos de 4-12 años (64' por persona al día).



CONSUMO TOTAL TELEVISOR

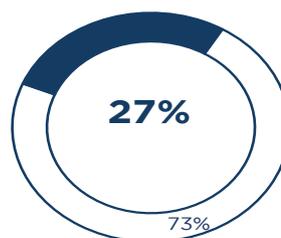
El tiempo total de uso del televisor (Tradicional + otros consumos) es de 190' por persona al día y de 341' por espectador al día

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET		TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. ago-25 vs. ago-24	
Ind. 4+ (inv)	👉	190'	-3'	-2%
HOM	👉	182'	-5'	-3%
MUJ	👉	198'	0'	0%
4-12	👉	116'	0'	0%
13-24	👉	85'	-5'	-6%
25-44	👉	127'	-7'	-5%
45-64	👉	223'	-9'	-4%
65-74	👉	319'	+16'	5%
75+	👉	308'	+8'	3%
ANDALUCIA	👉	204'	-6'	-3%
CATALUÑA	👉	180'	-6'	-3%
PAÍS VASCO	👉	178'	+4'	2%
GALICIA	👉	191'	+5'	3%
MADRID	👉	170'	+2'	1%
C. VALENCIANA	👉	197'	-13'	-6%
CASTILLA LA MAN	👉	188'	-17'	-8%
CANARIAS	👉	209'	-3'	-1%
ARAGÓN	👉	200'	+1'	1%
ASTURIAS	👉	214'	+2'	1%
BALEARES	👉	182'	-5'	-3%
MURCIA	👉	191'	+10'	6%
CASTILLA LEÓN	👉	192'	+9'	5%
RESTO	👉	210'	+7'	3%
NAVARRA	👉	160'	+2'	1%
T.COMERCIAL	👉	142'	-5'	-3%

Tiempo total uso televisor

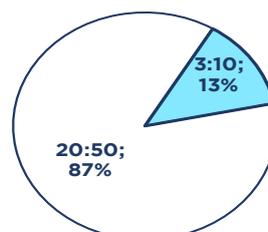
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:10**, 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

Antena3, 12,2%, cadena líder en el mes

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 40,9 millones, el 87% de cobertura.

- ▶ Antena3 encabeza el ranking de cadenas con el 12,2%.
- ▶ La1 es segunda opción con el 10,4%.
- ▶ En tercer lugar se sitúan las Autonómicas, 8,7%.
- ▶ En cuarto puesto, Telecinco (8,0%) con su mínimo histórico.
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (5,5%) y CUATRO (5,3%) en sexto lugar.
- ▶ Les siguen La2 (3,3%), FDF (2,9%), ENERGY (2,9%) y TRECE (2,1%), para completar la tabla de las diez primeras.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (12,0%)**, se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. ago-25 vs. ago-24	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	12,2%	+1,1	29,9 mill.	63,5%
2	La1	10,4%	-0,7	★30,3 mill.	64,4%
3	AUT	8,7%	+1,0	25,7 mill.	54,6%
4	T5	8,0%	-0,6	27,0 mill.	57,4%
5	LA SEXTA	5,5%	+0,1	26,9 mill.	57,1%
6	CUATRO	5,3%	+0,1	27,3 mill.	58,0%
7	La2	3,3%	+0,4	24,0 mill.	50,9%
8	FDF	2,9%	+0,1	16,9 mill.	35,9%
9	ENERGY	2,9%	+0,4	13,0 mill.	27,6%
10	TRECE	2,1%	0,0	12,5 mill.	26,6%
11	NEOX	2,1%	+0,1	17,2 mill.	36,6%
12	ATRESERIES	2,0%	-0,1	12,3 mill.	26,1%
13	NOVA	2,0%	-0,5	10,5 mill.	22,3%
14	BEMADtv	1,9%	-0,1	15,7 mill.	33,4%
15	DMAX	1,9%	+0,2	15,6 mill.	33,1%
16	DIVINITY	1,6%	-0,5	13,1 mill.	27,7%
17	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	15,0 mill.	31,8%
18	MEGA	1,4%	0,0	14,2 mill.	30,2%
19	DKISS	1,3%	-0,1	10,8 mill.	22,9%
20	24H	1,1%	+0,1	13,4 mill.	28,5%
21	TEN	1,1%	-0,3	9,1 mill.	19,3%
22	BOING	1,1%	+0,2	10,4 mill.	22,2%
23	SQUIRREL	1,0%	-	11,7 mill.	24,9%
24	CLAN	0,9%	+0,1	10,5 mill.	22,3%
25	TELEDEPORTE	0,8%	-1,3	11,8 mill.	25,1%
26	REAL MADRID HD	0,7%	0,0	9,8 mill.	20,9%
27	VEO 7	0,6%	-	9,6 mill.	20,4%
28	BOM Cine	0,4%	0,0	5,7 mill.	12,1%
29	AUT PRIV	0,3%	+0,1	4,5 mill.	9,5%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena3 líder en mujeres, en los grupos de 13 a 44 años y de más de 65 años, así como en el “Target Comercial”.**
- ▶ **La1 lidera en hombres y en el grupo de 45 a 64 años.**
- ▶ **Boing lidera en niños de 4 a 12 años.**

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

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

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	3ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	A3	La1	AUT
HOM	La1	A3	AUT
MUJ	A3	La1	T5
4-12	BOING	A3	CLAN
13-24	A3	La1	FDF
25-44	A3	A3	T5
45-64	La1	A3	T5
65-74	A3	La1	AUT
75+	A3	AUT	La1
T.COMERCIAL	A3	La1	T5
AND	A3	C.SUR	T5
CAT	TV3	La1	A3
EUS	La1	ETB2	A3
GAL	A3	La1	TVG
MAD	La1	A3	T5
C.V	A3	La1	T5
CLM	A3	La1	T5
CAN	A3	T5	La1
ARA	A3	ARAGON TV	La1
AST	A3	La1	T5
BAL	La1	A3	T5
MUR	A3	La1	T5
CYL	A3	La1	T5
NAV	La1	A3	T5
RES	La1	A3	T5

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

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

CADENA LÍDER DÍA A DÍA	
A3 ▶ 26 DÍAS	La1 ▶ 5 DÍAS

INFORMATIVOS DIARIOS

**Los informativos de Antena 3
(1.529.000 de audiencia media y 19% de cuota)
son los más vistos desde hace 5 años y 8 meses consecutivos,
en el promedio de la audiencia media
de las principales ediciones de sobremesa y noche.**

Los informativos de La1 (932.000 de audiencia media y 11,5% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (676.000 de audiencia media y 8,3% de cuota) los terceros.

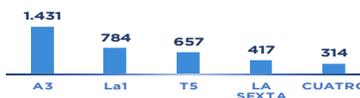
Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	62	1.529	19,0%	20,5 Mill.	44%
	La1	62	932	11,5%	18,9 Mill.	40%
	T5	62	676	8,3%	14,9 Mill.	32%
	LA SEXTA	62	469	6,8%	14,8 Mill.	32%
	CUATRO	62	404	6,0%	15,1 Mill.	32%
Lunes a Viernes	A3	42	1.658	20,3%	17,1 Mill.	36%
	La1	42	919	11,2%	15,1 Mill.	32%
	T5	42	729	8,8%	12,4 Mill.	26%
	LA SEXTA	42	479	6,8%	11,2 Mill.	24%
	CUATRO	42	380	5,6%	11,1 Mill.	24%
Sábado y Domingo	A3	20	1.307	16,7%	13,5 Mill.	29%
	La1	20	957	12,0%	12,7 Mill.	27%
	T5	20	565	7,2%	8,6 Mill.	18%
	CUATRO	20	453	6,9%	10,0 Mill.	21%
	LA SEXTA	20	450	6,8%	9,5 Mill.	20%

RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)

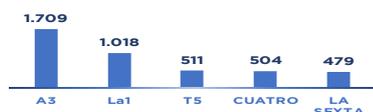
Sobremesa L-V



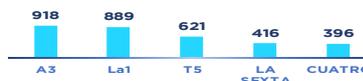
Noche L-V



Sobremesa SyD



Noche SyD



CADENAS AUTONÓMICAS

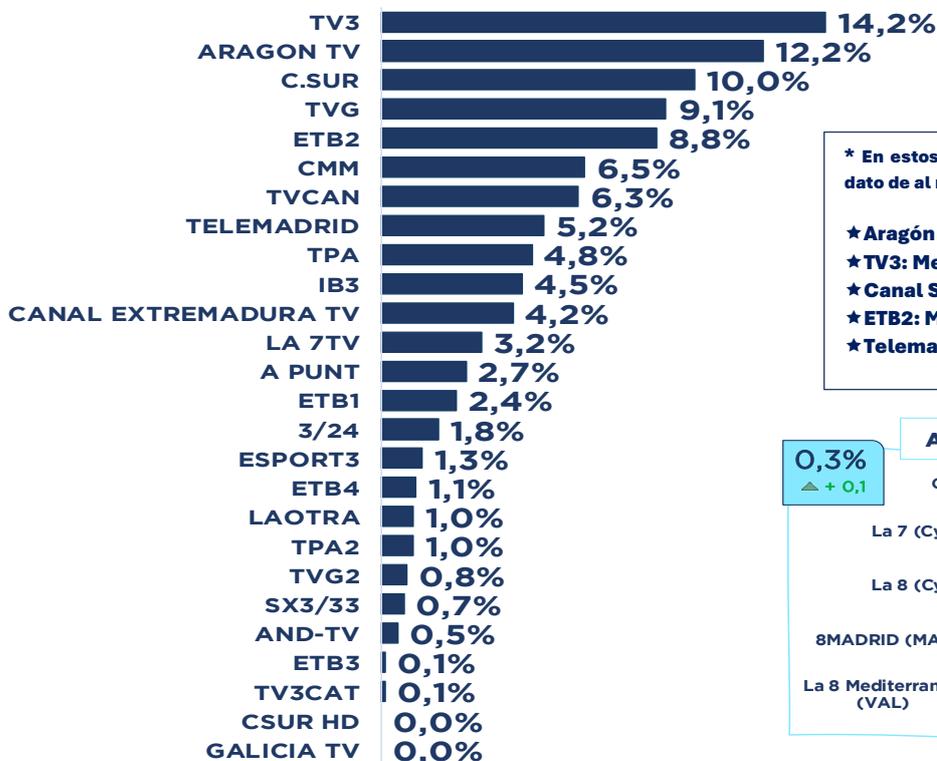
*Desde Febrero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,7 % de cuota de pantalla.

El número de espectadores únicos acumulados es de 25,7 millones, el 54,6 % de cobertura.

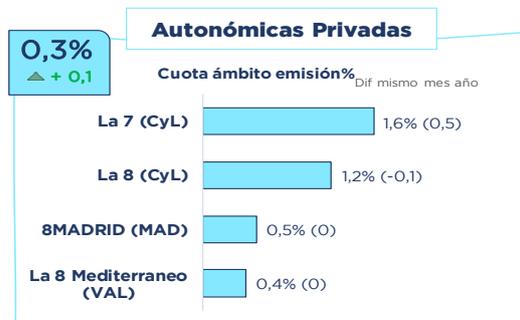
La cadena autonómica con mejor cuota este mes es TV3 (14,2%), ARAGON TV (12,2%), C.SUR (10%), TVG (9,1%), ETB2 (8,8%), CMM (6,5%), TVCAN (6,3%), TELEMADRID (5,2%), TPA (4,8%) y IB3 (4,5%), entre las 10 primeras.

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



* En estos titulares de destacan las cadenas que logran su mejor dato de al menos los últimos 5 años.

- ★ Aragón TV: Mejor mes de agosto desde el año 2013.
- ★ TV3: Mejor mes de agosto desde el año 2007.
- ★ Canal Sur: Mejor mes de agosto desde el año 2010.
- ★ ETB2: Mejor mes de agosto desde el año 2020.
- ★ Telemadrid: Mejor mes de agosto desde el año 2020.



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	10,0%	→ 5,1 Mill.	61,6%
AND-TV	0,5%	→ 2,5 Mill.	30,2%



Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	12,2%	→ 0,8 Mill.	64,5%



Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	4,8%	→ 0,6 Mill.	60,8%
TPA2	1,0%	→ 0,4 Mill.	36,1%



Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	4,5%	→ 0,5 Mill.	43,3%



Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	6,3%	→ 1,2 Mill.	55,4%



Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	6,5%	→ 1,1 Mill.	52,8%



Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	14,2%	→ 3,9 Mill.	50,4%
SX3/33	0,7%	→ 1,9 Mill.	24,5%
3/24	1,8%	→ 2,7 Mill.	34,1%
ESPORT3	1,3%	→ 1,8 Mill.	23,4%
TV3CAT	0,1%	→ 0,3 Mill.	3,8%



Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	4,2%	→ 0,5 Mill.	53,2%



Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	9,1%	→ 1,7 Mill.	63,2%
TVG2	0,8%	→ 1,1 Mill.	40,9%
GAL. TV	0,0%	→ 0,1 Mill.	1,9%



Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	3,2%	→ 0,7 Mill.	43,0%



Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	5,2%	→ 2,7 Mill.	39,7%
LAOTRA	1,0%	→ 1,8 Mill.	25,7%



Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	2,7%	→ 2,1 Mill.	41,1%



País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	2,4%	→ 1,0 Mill.	44,0%
ETB2	8,8%	→ 1,2 Mill.	56,6%
ETB3	0,1%	→ 0,2 Mill.	8,2%
ETB4	1,1%	→ 0,6 Mill.	26,9%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión	→	Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	24,1%	→	3.094	39,7%
▶ ARAGON TV	23,4%	→	571	43,9%
▶ ETB2	21,9%	→	854	39,5%
▶ TVG	14,4%	→	1.033	39,3%
▶ TVCAN	11,7%	→	782	35,8%
▶ C.SUR	10,3%	→	2.906	34,8%
▶ TELEMADRID	10,0%	→	1.108	16,2%
▶ CMM	9,8%	→	615	30,1%
▶ TPA	9,0%	→	316	32,1%
▶ IB3	8,8%	→	309	25,9%
▶ LA 7TV	5,4%	→	384	25,3%
▶ A PUNT	5,4%	→	1.018	19,6%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



La 7 TV Murcia



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



RÁNKING TEMÁTICAS

PAGO

Temáticas de Pago que firman el 12,0% de cuota de pantalla.

Los espectadores únicos ascienden a 19,2 millones, el 40,7% de cobertura poblacional.

El ránking de cadenas de este grupo de cadenas está conformado por DAZN LaLiga (0,3%), LALIGA TV por M+ (0,3%), WARNER TV (0,3%), STAR CHANNEL (0,2%), MOVISTAR PLUS+ (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), AXN (0,2%), CALLE 13 (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%) y SYFY (0,2%).

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



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,3%	7,9 Mill.	16,8%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHEAST	1,2%	6,3 Mill.	13,4%
③	WARNER BROS DISCOVERY	0,7%	7,0 Mill.	14,9%
④	DAZN	0,6%	5,4 Mill.	11,4%
⑤	THE WALT DISNEY COMPANY	0,5%	6,2 Mill.	13,2%
⑥	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,4 Mill.	9,4%
⑦	SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA S.	0,3%	4,0 Mill.	8,5%
⑧	PARAMOUNT	0,3%	4,7 Mill.	9,9%
⑨	HEARST CORPORATION INC	0,1%	3,0 Mill.	6,3%
⑩	MEDIAPRO	0,1%	2,1 Mill.	4,5%

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

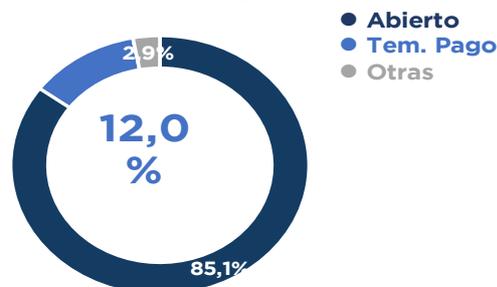
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **29,2%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **44,2%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **55,8%** a cadenas en abierto.

Peso del consumo de las cadenas exclusivas de pago sobre el total TV



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



EMISIONES MÁS VISTAS

**La emisión más vista del mes corresponde a
ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 18-ago-25): 2.067.000 y 22,9%**

*(sin tener en cuenta las emisiones en simulcast)

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	18-ago-25	22,9%	2.067	2,9 mill.
2	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	25-ago-25	22,7%	2.004	2,8 mill.
3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	05-ago-25	23,5%	1.975	2,7 mill.
4	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	19-ago-25	23,4%	1.972	2,8 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	13-ago-25	22,5%	1.953	2,8 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	04-ago-25	22,4%	1.950	2,8 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	11-ago-25	22,2%	1.932	2,8 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	21-ago-25	22,7%	1.928	2,8 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	27-ago-25	21,5%	1.913	2,8 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	20-ago-25	22,3%	1.907	2,6 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	06-ago-25	22,6%	1.894	2,8 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	07-ago-25	22,5%	1.882	2,9 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	26-ago-25	21,5%	1.875	2,8 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	12-ago-25	21,4%	1.870	2,7 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	28-ago-25	21,1%	1.861	2,7 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	01-ago-25	22,1%	1.859	2,7 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-ago-25	21,7%	1.801	2,7 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	08-ago-25	21,8%	1.797	2,7 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	23-ago-25	22,9%	1.795	2,8 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	14-ago-25	21,9%	1.790	2,6 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	16-ago-25	22,4%	1.776	2,8 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	02-ago-25	22,5%	1.773	2,7 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	22-ago-25	22,0%	1.773	2,5 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	17-ago-25	21,5%	1.755	2,6 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	31-ago-25	19,7%	1.727	2,8 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / JURASSIC WORLD:EL REINO CAIDO (La1, 24-ago-25): 1.172.000 y 12,9%
- 2 MULTICINE / EL CASO AMISH (A3, 31-ago-25): 1.165.000 y 13%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / SOMBRAS DEL PASADO(2024) (La1, 31-ago-25): 1.038.000 y 10,3%



ENTRETENIMIENTO

- 1 LA RULETA DE LA SUERTE (A3, 25-ago-25): 1.705.000 y 24,1%
- 2 LA RULETA DE LA SUERTE (A3, 18-ago-25): 1.693.000 y 23,1%
- 3 LA RULETA DE LA SUERTE (A3, 13-ago-25): 1.626.000 y 23,3%



SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 06-ago-25): 1.238.000 y 15,7%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 21-ago-25): 1.231.000 y 15%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 11-ago-25): 1.199.000 y 14,5%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 18-ago-25): 2.067.000 y 22,9%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 25-ago-25): 2.004.000 y 22,7%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 05-ago-25): 1.975.000 y 23,5%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ARROZ CALDOSO DE POLLO (A3, 25-ago-25): 878.000 y 18%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SOLOMILLO DE CERDO CON SALSA DE QUESO AZUL (A3, 20-ago-25): 878.000 y 18,5%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SEPIA CON GUI SANTES Y ALBONDIGAS (A3, 18-ago-25): 865.000 y 17,2%



DEPORTES

- 1 LA VUELTA / OLOT-PAL.ANDORRA (La1, 28-ago-25): 986.000 y 12,1%
- 2 FUTBOL:AMISTOSO / WSG TIROL-R.MADRID (La1, 12-ago-25): 951.000 y 12,7%
- 3 LA VUELTA:PROGRAMA / OLOT-PAL.ANDORRA (La1, 28-ago-25): 946.000 y 11,8%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 20-ago-25): 315.000 y 3,7%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 02-ago-25): 315.000 y 4%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 01-ago-25): 314.000 y 3,7%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 12-ago-25): 300.000 y 19,6%
- 2 TOROS / DESDE LA MALAGUETA (C.SUR, 19-ago-25): 291.000 y 19,6%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 28-ago-25): 287.000 y 16,7%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 EL TIEMPO (ARAGON TV, 27-ago-25): 85.000 y 27,9%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 25-ago-25): 84.000 y 37,9%
- 3 ARAGON DEPORTES (ARAGON TV, 27-ago-25): 84.000 y 29,5%



TPA (Asturias)

- 1 GIJON:NOCHE DE FUEGOS (TPA, 14-ago-25): 46.000 y 26,1%
- 2 CINE / HORIZONTES DE GRANDEZA (TPA, 16-ago-25): 35.000 y 19,4%
- 3 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 03-ago-25): 29.000 y 13,4%



IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 04-ago-25): 29.000 y 18,3%
- 2 IB3 NOTICIES MIGDIA (IB3, 07-ago-25): 29.000 y 17,7%
- 3 EL TEMPS 1 (IB3, 20-ago-25): 28.000 y 14,5%



TVCAN (Canarias)

- 1 FUTBOL:TROFEO TEIDE / TENERIFE-LAS PALMAS (TVCAN, 02-ago-25): 73.000 y 23,7%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA 2 D / CORDOBA-LAS PALMAS (TVCAN, 25-ago-25): 68.000 y 15,8%
- 3 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 31-ago-25): 68.000 y 15,5%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 01-ago-25): 59.000 y 19,3%
- 2 TOROS / DESDE VILLACAÑAS (CMM, 10-ago-25): 58.000 y 17,1%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 08-ago-25): 54.000 y 12,9%



TV3 (Cataluña)

- 1 FUTBOL:TROFEO JOAN GAMPER / BARCELONA-COMO (TV3, 10-ago-25): 624.000 y 40,1%
- 2 PREVI FUTBOL:TROFEO JOAN GAMPER / BARCELONA-COMO (TV3, 10-ago-25): 474.000 y 35,8%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 27-ago-25): 454.000 y 31,4%



TVG (Galicia)

- 1 GALICIA NOTICIAS (TVG, 04-ago-25): 104.000 y 22,8%
- 2 TELEXORNAL 1 (TVG, 09-ago-25): 102.000 y 23,3%
- 3 O TEMPO (TVG, 29-ago-25): 99.000 y 15,2%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 AQUI SE HACE (TELEMADRID, 04-ago-25): 149.000 y 14,7%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 06-ago-25): 139.000 y 19,7%
- 3 AQUI SE HACE (TELEMADRID, 18-ago-25): 121.000 y 12,3%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 03-ago-25): 27.000 y 13,5%
- 2 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 10-ago-25): 24.000 y 10,9%
- 3 MURCIA A LA VISTA (LA 7TV, 29-ago-25): 24.000 y 9,8%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 1 (ETB2, 20-ago-25): 113.000 y 27,8%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 20-ago-25): 106.000 y 24,6%
- 3 KIROLAK 1 (ETB2, 20-ago-25): 103.000 y 25,3%



A PUNT (Valencia)

- 1 FUTBOL:TROFEO TARONJA / VALENCIA-TORINO (A PUNT, 09-ago-25): 113.000 y 14,1%
- 2 LA FINESTRA ESPORTIVA (A PUNT, 09-ago-25): 110.000 y 13,7%
- 3 NTC ORATGE 1 (A PUNT, 29-ago-25): 98.000 y 9,4%



LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / THE BANK JOB (WARNER TV, 10-ago-25): 58.000 y 0,7%
- 2 CINE / MUERTE EN EL NILO(2020) (STAR CHANNEL, 21-ago-25): 58.000 y 0,7%
- 3 CINE / HARRY POTTER Y EL MISTERIO DEL PRINCIPE (WARNER TV, 31-ago-25): 56.000 y 0,6%



ENTRETENIMIENTO

- 1 LALIGA VS:LA FUERZA DE NUESTRO FUTBOL (LALIGA TV HYPERMOTION, 31-ago-25): 52.000 y 0,6%
- 2 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 29-ago-25): 42.000 y 0,6%
- 3 PAREJA A LA PUJA / LA PANDILLA (AMC BREAK, 05-ago-25): 39.000 y 0,5%



SERIES

- 1 ENTRE FANTASMAS / EXCESIVO CELO (SYFY, 14-ago-25): 52.000 y 0,7%
- 2 TRACKER / AL OTRO LADO DE LOS MUROS DEL CAMPUS (STAR CHANNEL, 05-ago-25): 50.000 y 0,6%
- 3 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 28-ago-25): 50.000 y 0,7%



INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.HUNGRIA (DAZN 1, 24-ago-25): 22.000 y 0,3%
- 2 INFORME LOBATON / HISTORIA DE UNA OBSESION:ROSA COBO (AMC CRIME, 01-ago-25): 15.000 y 0,2%
- 3 INFORME LOBATON / UNA DENUNCIA TARDIA,GUSTAVO ROMERO (AMC CRIME, 01-ago-25): 7.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 EL REGRESO DEL TIBURON BLANCO (NGC WILD, 16-ago-25): 54.000 y 0,7%
- 2 CANADA:HOGAR DEL TIBURON BLANCO (NGC WILD, 16-ago-25): 51.000 y 0,6%
- 3 MISSISSIPPI SALVAJE / LA HELADA (NGC WILD, 16-ago-25): 49.000 y 0,7%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / RAYO VALLECANO-BARCELONA (DAZN LaLiga, 31-ago-25): 1.078.000 y 10,5%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / OVIEDO-R.MADRID (DAZN LaLiga, 24-ago-25): 879.000 y 9,3%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-OSASUNA (DAZN LaLiga, 19-ago-25): 738.000 y 8,4%



ANIMACIÓN

- 1 UNA CASA DE LOCOS (NICKELODEON, 05-ago-25): 49.000 y 0,6%
- 2 BOB ESPONJA (NICKELODEON, 05-ago-25): 45.000 y 0,6%
- 3 UNA CASA DE LOCOS (NICKELODEON, 05-ago-25): 41.000 y 0,5%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ranking por grupos editoriales con el 25,2% de cuota.

- ▶ MEDIASET (23,7%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (16,5%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Squirrel Media (2,9%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,5%) con dos cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	25,2%	35,2 mill.	74,8%
	MEDIASET	23,7%	35,1 mill.	74,6%
	GRUPO RTVE	16,5%	34,1 mill.	72,4%
	FORTA	8,6%	25,2 mill.	53,6%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,9%	18,6 mill.	39,5%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,5%	18,1 mill.	38,5%

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, SQUIRREL Y BOM Cine. / UNIDAD EDITORIAL: DISCOVERY MAX y VEO 7. / FORTA: TV Autonómicas incluidas en la Federación.

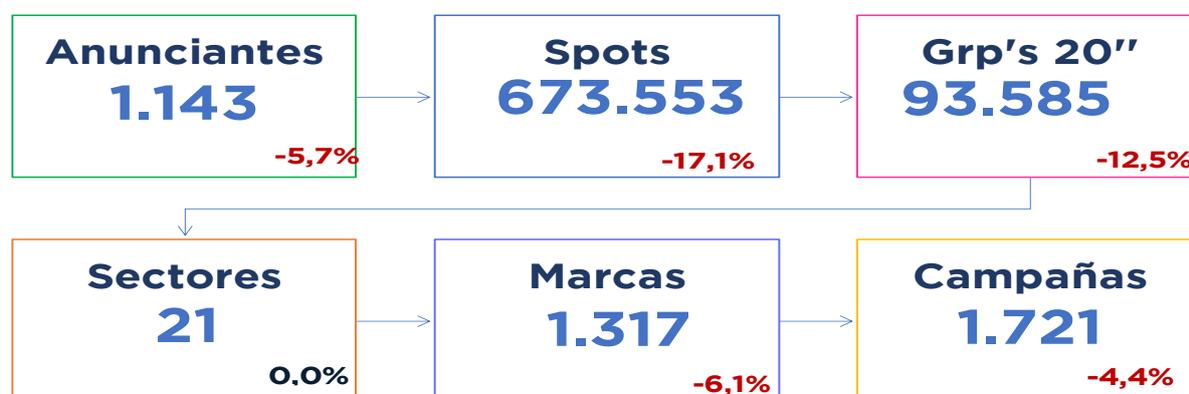
ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Desciende la presión publicitaria de GRPs en -12,5% y el número de campañas activas un -4,4%.

El spot más visto corresponde a la campaña “REPSOL/COMPAÑIA” en A3, con 16 Grp's 20” (‘REPSOL EN ESCENA’, 7 agosto).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- ▶ **CAMPAÑA:** “CARGLASS/REP.CRIST.c” con 1.675 Grp's 20”.
- ▶ **ANUNCIANTE:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA con 4.525 Grp's 20”.
- ▶ **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 4.525 Grp's 20”.
- ▶ **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 20% de la presión publicitaria.



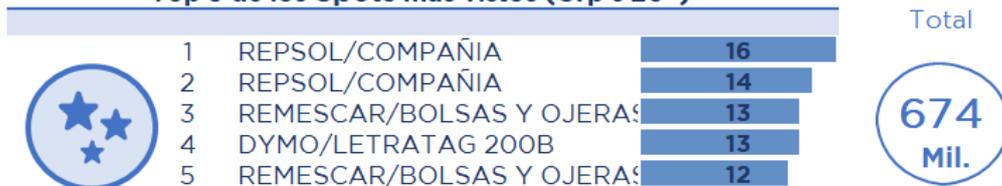
*Diferencias ago-25 vs. ago-24

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

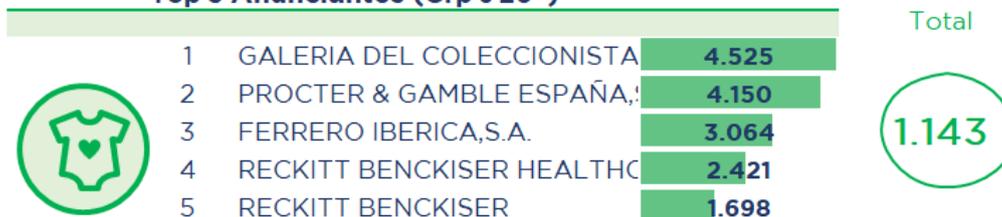
RÁNKINGS PUBLICITARIOS

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

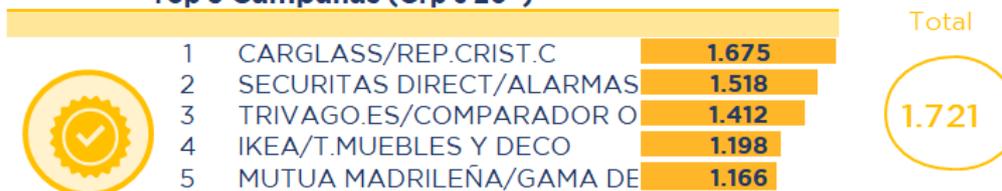
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



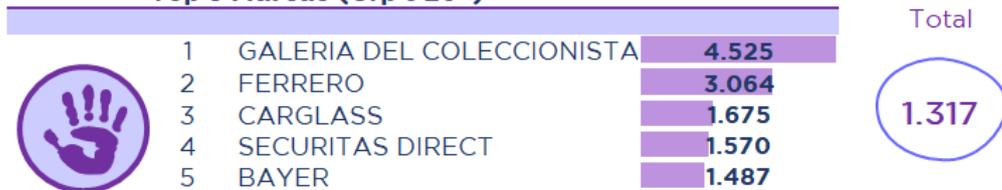
Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



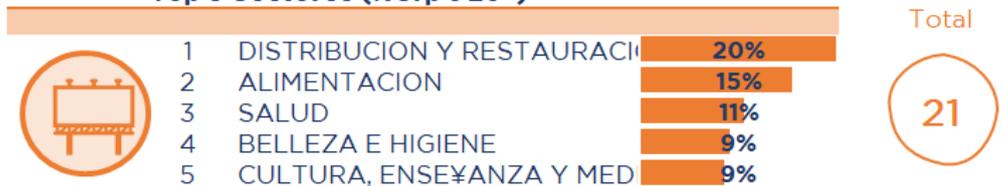
Top 5 Campañas (Grp's 20'')



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 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-2025

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS