

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

enero 2023



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

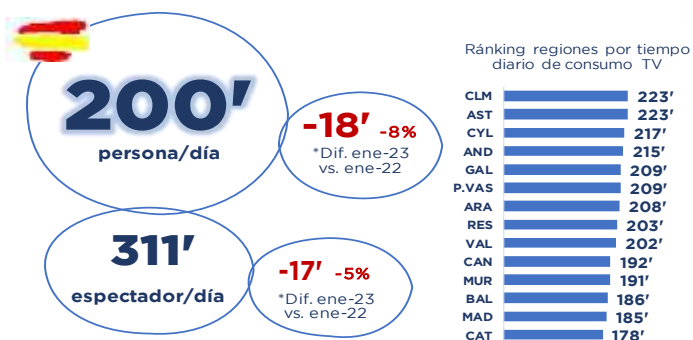
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

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



ene-23

Cadena líder

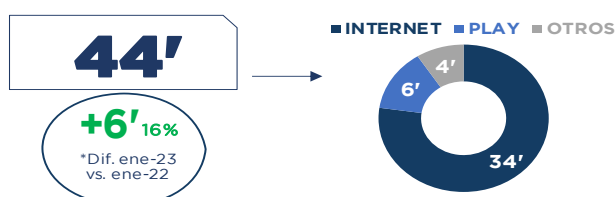
A3

14,2%

RÁNKING CADENAS

	Cuota	*Dif. ene-23 vs. ene-22	Espectadores Únicos
A3	14,2%	+0,2	36,4 mill.
T5	10,5%	-2,6	33,5 mill.
La1	9,4%	+0,5	37,2 mill.
AUT	8,9%	+0,6	30,4 mill.
LA SEXTA	6,0%	0,0	33,3 mill.
CUATRO	5,2%	-0,1	34,2 mill.
ENERGY	3,0%	+0,8	15,9 mill.
La2	2,9%	-0,1	29,5 mill.
FDF	2,4%	-0,1	21,0 mill.
TRECE	2,2%	0,0	16,4 mill.
DIVINITY	2,2%	+0,3	16,4 mill.
NOVA	2,0%	-0,3	12,8 mill.
NEOX	2,0%	-0,1	20,9 mill.
ATRESERIES	1,7%	0,0	14,1 mill.
DMAX	1,6%	0,0	19,1 mill.
MEGA	1,2%	-0,3	17,7 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,2%	-0,5	17,9 mill.
BEMADtv	1,1%	+0,4	14,6 mill.
DKISS	1,1%	0,0	13,1 mill.
24H	1,0%	+0,1	18,1 mill.
GOL PLAY	0,9%	-0,1	15,4 mill.
CLAN	0,9%	-0,1	14,0 mill.
BOING	0,8%	-0,1	12,6 mill.
TEN	0,7%	+0,1	9,8 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,2	10,4 mill.
TELEDEPORTE	0,6%	+0,1	15,2 mill.
REAL MADRID HD	0,5%	0,0	10,4 mill.
BOM Cine	0,4%	+0,1	7,5 mill.
AUT PRIV	0,4%	0,0	7,7 mill.
VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,4 mill.

OTROS USOS TELEVISOR



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

4:04
persona/día

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

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

43,9 Millones

Cobertura

94,9 %

PROMEDIO DIARIO

29,6 Millones

Cobertura

64,2 %

Temáticas Pago -> 10,7% (+1,1)

*Dif. ene-23 vs. ene-22

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

PRORROGA FUTBOL:C.REY / R.MADRID-AT.MADRID

5,5 millones y 36,5%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

6,2 millones

FUTBOL:COPA DEL REY:

La1, 26-ene, 22:48h

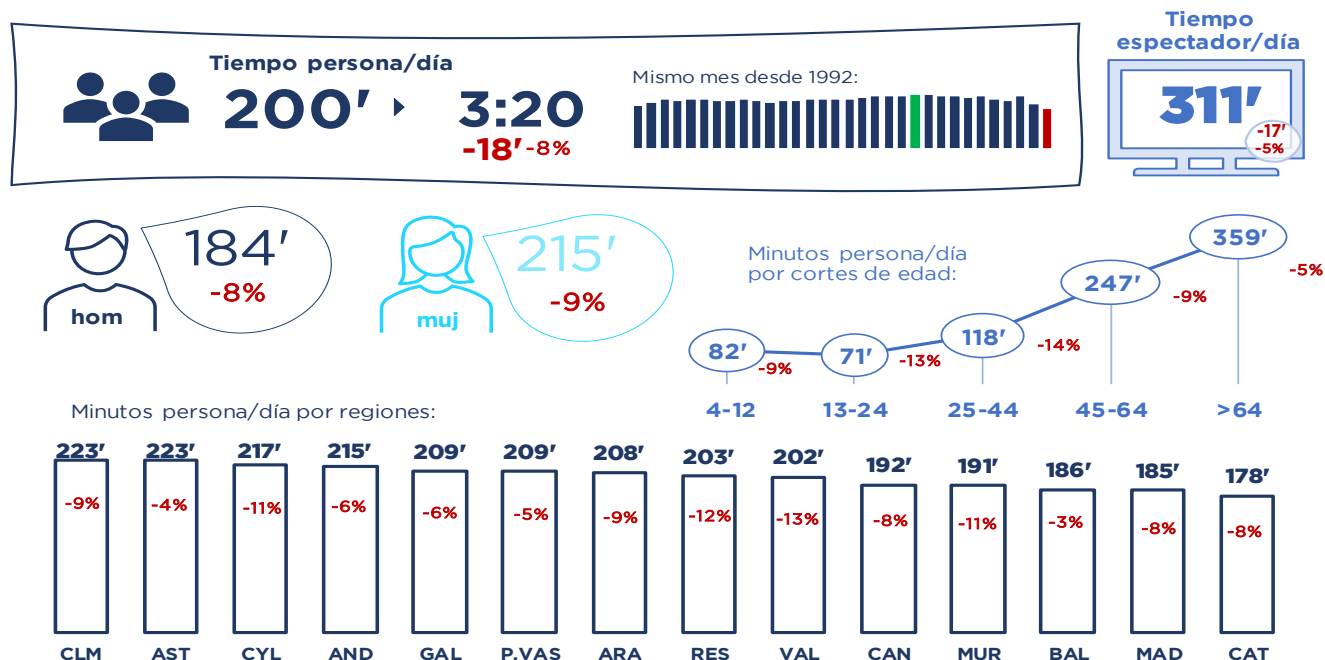
CONSUMO TV

Mes de enero de menor consumo de la historia con 200 minutos de promedio diario por persona.

Cada persona (sobre el universo de población de 46,2 millones) ha dedicado un promedio de **3 horas y 20 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone un **descenso de -18' minutos (-8%)** con respecto al mes de enero 2022.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión son las mujeres (215') y los mayores de 64 años (359') y, por regiones, Castilla La Mancha (223'), Asturias (223') y Castilla León (217').

Asimismo, el **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de 311 minutos (-17' minutos respecto al mismo mes del año pasado).



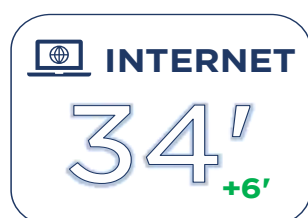
*Diferencias ene-23 vs. ene-22

OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de 44 minutos por persona al día, 6 minutos más que en enero 2022.

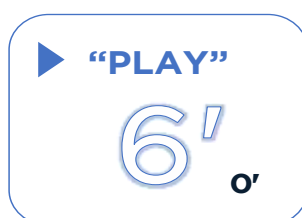
44 MINUTOS PERSONA/DÍA **+6' 16%** **32,8** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES **12,1** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias ene-23 vs. ene-22



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

+



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

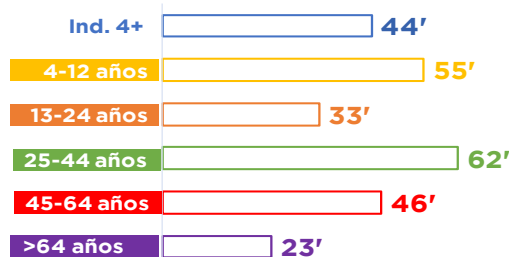
+



Videojuego y Radio TDT.

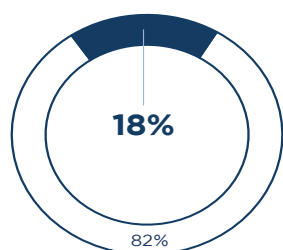
Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Usos del Televisor” son **los individuos de 25 a 44 años (62')** y los **niños de 4 a 12 años (55')**.

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



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 **2.298.00** espectadores.

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

4:04 **-12'** **-5%**

*Dif. ene-23 vs. ene-22

RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena 3 (14,2%) líder durante 15 meses consecutivos, con su mejor enero de los últimos 14 años.

Los espectadores únicos de las cadenas en Abierto son 43,6 millones, el 94% de cobertura.

- ▶ T5 (10,5%) ocupa la segunda posición en el ránking de cadenas con su mínimo histórico mensual.
- ▶ La1 (9,4%) es tercera opción en el mes de enero.
- ▶ En cuarta posición del ránking se sitúa AUT (8,9%), seguida de LA SEXTA (6%), CUATRO (5,2%), ENERGY (3%), La2 (2,9%), FDF (2,4%) y TRECE (2,2%), entre las diez primeras.
- ▶ Máximos mensuales de Energy y BeMad.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,7%)** firman el mejor mes de enero de su historia y se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK			Cuota	*Dif. ene-23 vs. ene-22	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3		14,2%	+0,2	36,4 mill.	78,8%
2	T5		10,5%	-2,6	33,5 mill.	72,5%
3	La1		9,4%	+0,5	★ 37,2 mill.	80,5%
4	AUT		8,9%	+0,6	30,4 mill.	65,9%
5	LA SEXTA		6,0%	0,0	33,3 mill.	72,1%
6	CUATRO		5,2%	-0,1	34,2 mill.	74,1%
7	ENERGY		3,0%	+0,8	15,9 mill.	34,5%
8	La2		2,9%	-0,1	29,5 mill.	63,8%
9	FDF		2,4%	-0,1	21,0 mill.	45,5%
10	TRECE		2,2%	0,0	16,4 mill.	35,5%
11	DIVINITY		2,2%	+0,3	16,4 mill.	35,4%
12	NOVA		2,0%	-0,3	12,8 mill.	27,7%
13	NEOX		2,0%	-0,1	20,9 mill.	45,1%
14	ATRESERIES		1,7%	0,0	14,1 mill.	30,4%
15	DMAX		1,6%	0,0	19,1 mill.	41,4%
16	MEGA		1,2%	-0,3	17,7 mill.	38,4%
17	PARAMOUNT NETWORK		1,2%	-0,5	17,9 mill.	38,8%
18	BEMADtv		1,1%	+0,4	14,6 mill.	31,7%
19	DKISS		1,1%	0,0	13,1 mill.	28,4%
20	24H		1,0%	+0,1	18,1 mill.	39,2%
21	GOL PLAY		0,9%	-0,1	15,4 mill.	33,3%
22	CLAN		0,9%	-0,1	14,0 mill.	30,4%
23	BOING		0,8%	-0,1	12,6 mill.	27,3%
24	TEN		0,7%	+0,1	9,8 mill.	21,1%
25	DISNEY CHANNEL		0,7%	+0,2	10,4 mill.	22,4%
26	TELEDEPORTE		0,6%	+0,1	15,2 mill.	32,9%
27	REAL MADRID HD		0,5%	0,0	10,4 mill.	22,4%
28	BOM Cine		0,4%	+0,1	7,5 mill.	16,3%
29	AUT PRIV		0,4%	0,0	7,7 mill.	16,8%
30	VERDI CLASSICS		0,1%	0,0	1,4 mill.	2,9%

LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en ambos sexos, mayores de 45 años y jóvenes de 13 a 24 años.**
- ▶ **Telecinco líder en los individuos de 25 a 44 años.**
- ▶ **Boing líder en niños de 4 a 12 años.**

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

Por franjas horarias, Antena 3 lidera la sobremesa, la tarde, el “prime-time” y “late-night”, mientras que Telecinco es la cadena más vista en la mañana 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	→	A3	T5
25-44	→	T5	A3
45-64	→	A3	T5
>64	→	A3	La1
T.COMERCIAL	→	A3	T5
ANDALUCÍA	→	A3	T5
CATALUÑA	→	TV3	A3
PAÍS VASCO	→	T5	A3
GALICIA	→	A3	TVG
MADRID	→	A3	T5
C. VALENCIANA	→	A3	T5
CASTILLA LA MANCHA	→	A3	La1
CANARIAS	→	A3	T5
ARAGÓN	→	A3	ARAGON TV
ASTURIAS	→	A3	T5
BALEARES	→	A3	T5
MURCIA	→	A3	T5
CASTILLA LEÓN	→	A3	La1
RESTO	→	A3	La1

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS

MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
T5	A3	A3
PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
A3	A3	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 ▶ 29 DÍAS La1 ▶ 2 DÍAS



ESPECTADORES ÚNICOS

29,6 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 64% de la población.

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de **43,9 millones, que representa el 95%** de la población, que sí contacta con el medio televisivo en enero 2023.

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

ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS

IND. 4+ 29,6 mill.

HOM 14,2 mill.
MUJ 15,4 mill.

4-12 2,0 mill.
13-24 2,3 mill.
25-44 6,3 mill.
45-64 10,9 mill.
> 64 8,1 mill.

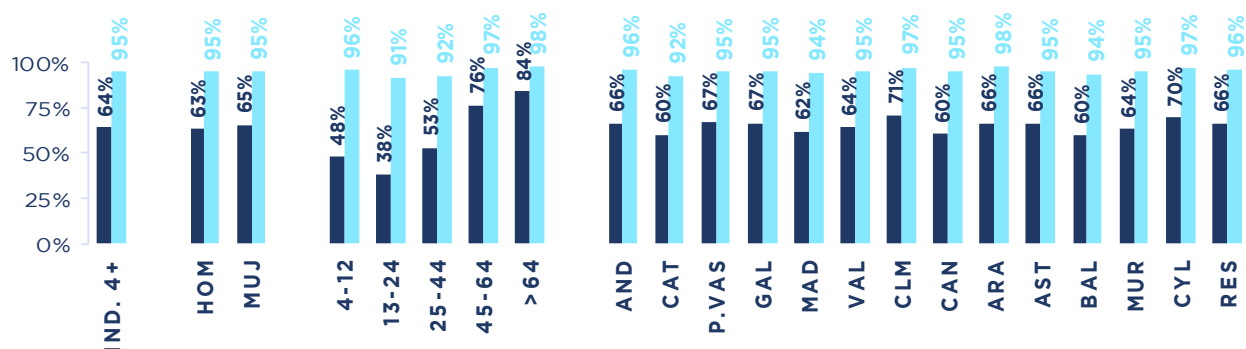
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES

IND. 4+ 43,9 mill.

HOM 21,4 mill.
MUJ 22,5 mill.

4-12 3,9 mill.
13-24 5,5 mill.
25-44 11,0 mill.
45-64 14,0 mill.
> 64 9,5 mill.

COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES



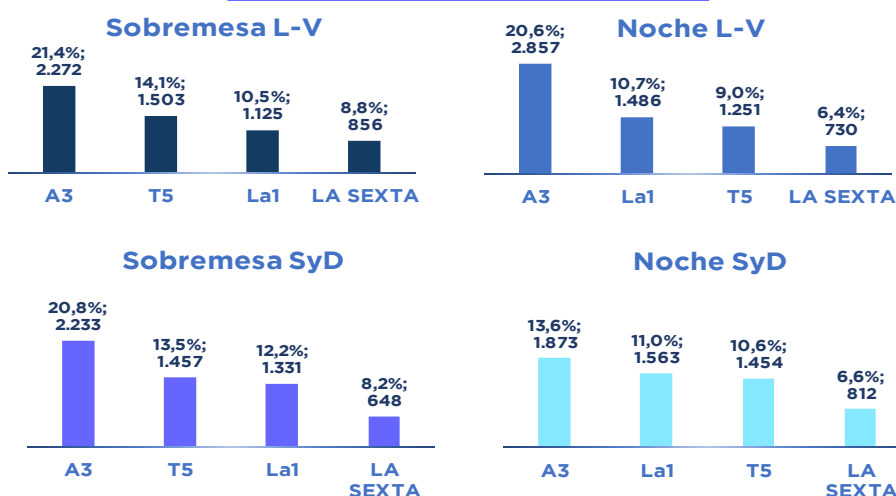
INFORMATIVOS DIARIOS

**Los informativos de Antena3
(2.383.000 de audiencia media y 19,6% de cuota)
son los más vistos desde hace 37 meses consecutivos,**
en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones
de sobremesa y noche.

Los informativos de Telecinco (1.407.000 de audiencia media y 11,5% de cuota) son la segunda opción más vista y los de La1 (1.345.000 de audiencia media y 10,9% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	62	2.383	19,6%	27,5 Mill.	59%
	T5	62	1.407	11,5%	21,3 Mill.	46%
	La1	58	1.345	10,9%	26,5 Mill.	57%
	LA SEXTA	62	766	7,4%	19,7 Mill.	43%
Lunes a Viernes	A3	44	2.539	21,0%	23,9 Mill.	52%
	T5	44	1.387	11,4%	17,9 Mill.	39%
	La1	40	1.304	10,6%	21,8 Mill.	47%
	LA SEXTA	44	787	7,4%	15,4 Mill.	33%
Sábado y Domingo	A3	18	2.044	16,6%	18,8 Mill.	41%
	T5	18	1.456	11,8%	13,8 Mill.	30%
	La1	18	1.436	11,6%	19,2 Mill.	42%
	LA SEXTA	18	726	7,3%	13,0 Mill.	28%

RESULTADOS POR EDICIONES CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)



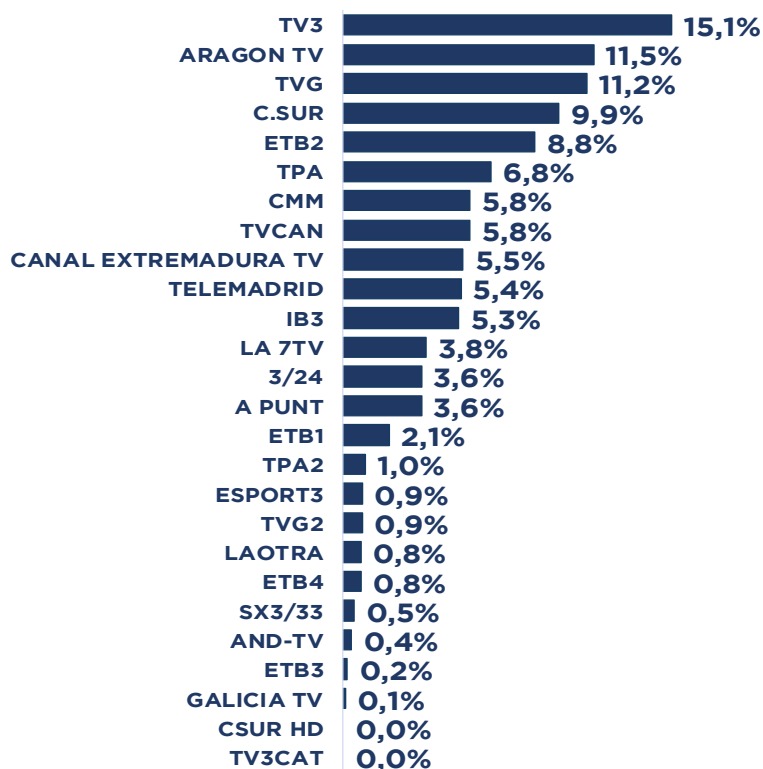
CADENAS AUTONÓMICAS*

*A partir de este informe (enero 2023) se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias TOTALES, que hasta entonces eran en ámbito propio.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,9 % de cuota de pantalla. El número de espectadores únicos acumulados es de 30,4 millones, el 65,9 % de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (15,1%), ARAGON TV (11,5%), TVG (11,2%), C.SUR (9,9%), ETB2 (8,8%), TPA (6,8%), CMM (5,8%), TVCAN (5,8%), CANAL EXTREMADURA TV (5,5%) y TELEMADRID (5,4%), entre las 10 primeras.

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



★C.SUR (Andalucía): Mejor mes de enero desde 2014.

★Aragón TV (Aragón): Repite el mejor mes de enero de su historia.

★ IB3 (Baleares): Mejor mes de enero desde 2015.

★ TV3 (Cataluña): Mejor mes de enero desde 2020.

★TVG (Galicia): Mejor mes de enero desde 2014.

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

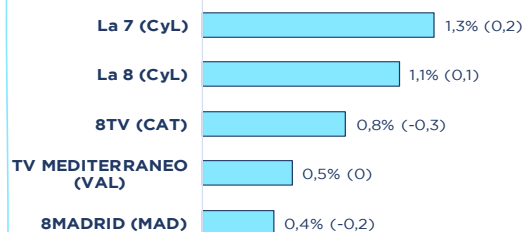
Autonómicas Privadas

0,4%

0,0

Cuota ámbito emisión%

Dif mismo mes año ant.



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	9,9%	→ 5,9 Mill.	71,4%
AND-TV	0,4%	→ 2,6 Mill.	30,9%



Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	11,5%	→ 1,0 Mill.	78,3%



Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	6,8%	→ 0,6 Mill.	60,7%
TPA2	1,0%	→ 0,3 Mill.	34,5%



Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	5,3%	→ 0,7 Mill.	56,4%



Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	5,8%	→ 1,5 Mill.	65,7%



Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	5,8%	→ 1,4 Mill.	68,5%



Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	15,1%	→ 4,7 Mill.	62,4%
SX3/33	0,5%	→ 2,0 Mill.	26,8%
3/24	1,2%	→ 2,9 Mill.	37,9%
ESPORT3	0,9%	→ 1,8 Mill.	23,9%
TV3CAT	0,0%	→ 0,3 Mill.	4,6%



Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	5,5%	→ 0,8 Mill.	73,7%



Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	11,2%	→ 1,9 Mill.	72,2%
TVG2	0,9%	→ 1,3 Mill.	48,5%
GAL. TV	0,1%	→ 0,1 Mill.	2,3%



Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	3,8%	→ 0,8 Mill.	57,2%



Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	5,4%	→ 3,9 Mill.	58,8%
LAOTRA	0,8%	→ 2,4 Mill.	35,5%



Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	3,6%	→ 0,0 Mill.	0,0%



País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	2,1%	→ 1,2 Mill.	56,4%
ETB2	8,8%	→ 1,6 Mill.	76,7%
ETB3	0,2%	→ 0,4 Mill.	18,3%
ETB4	0,8%	→ 0,8 Mill.	35,8%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	26,3%	→	3.711	49,3%
▶ ARAGON TV	23,1%	→	746	58,2%
▶ ETB2	18,9%	→	1.164	54,8%
▶ TVG	14,3%	→	1.325	50,4%
▶ TPA	11,7%	→	398	40,5%
▶ C.SUR	11,2%	→	3.737	45,1%
▶ TVCAN	10,4%	→	981	44,0%
▶ IB3	10,4%	→	420	34,7%
▶ TELEMADRID	9,7%	→	2.312	34,8%
▶ CMM	8,7%	→	773	38,8%
▶ LA 7TV	7,9%	→	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 (10,7%) logran el mejor mes de enero de su historia.
Los espectadores únicos ascienden a 21,8 millones, el 47,1% de cobertura poblacional.

El ránking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por DAZN LaLiga (0,4%), LALIGATV por M+ (0,3%), AXN (0,3%), FOX (0,3%), TNT (0,3%), SUPERCOPA DE ESPAÑA por M+ (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), CALLE 13 (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%) y SOMOS (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,7%	+1,1	21,8 mill.	47,1%
1	DAZN LaLiga	0,4%	-	5,1 mill.	11,1%
2	LALIGATV por M+	0,3%	-0,2	4,6 mill.	10,0%
3	AXN	0,3%	0,0	4,8 mill.	10,4%
4	FOX	0,3%	0,0	5,6 mill.	12,0%
5	TNT	0,3%	0,0	5,3 mill.	11,4%
6	SUPERCOPA DE ESPAÑA por M+	0,2%	-	4,1 mill.	8,8%
7	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,9 mill.	10,6%
8	CALLE 13	0,2%	-0,1	3,7 mill.	7,9%
9	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,8 mill.	10,4%
10	SOMOS	0,2%	+0,1	2,9 mill.	6,3%
11	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,1%	+0,1	3,5 mill.	7,6%
12	AMC	0,1%	0,0	4,1 mill.	8,8%
13	#0 por M+	0,1%	0,0	3,4 mill.	7,3%
14	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,3%
15	AXN WHITE	0,1%	0,0	3,8 mill.	8,3%
16	CANAL HISTORIA	0,1%	-0,1	2,7 mill.	5,8%
17	SYFY	0,1%	0,0	3,6 mill.	7,7%
18	AMC BREAK	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,6%
19	#VAMOS por M+	0,1%	-0,2	3,6 mill.	7,8%
20	TCM	0,1%	0,0	4,2 mill.	9,2%
21	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	3,2 mill.	6,8%
22	NGC WILD	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,6%
23	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,5%
24	AMC CRIME	0,1%	0,0	1,4 mill.	3,0%
25	EUROSPORT	0,1%	-0,2	2,4 mill.	5,1%



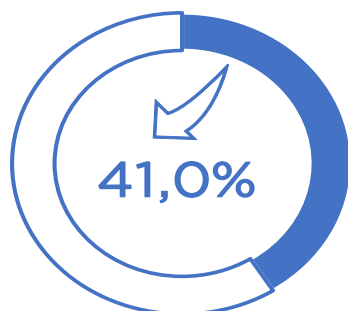
GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	AMC NETWORKS INTERNATIONAL IBERIA	1,3%	10,4 Mill.	22,4%
②	MOVISTAR	1,3%	10,7 Mill.	23,1%
③	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,5%	7,6 Mill.	16,5%
④	DAZN	0,4%	5,8 Mill.	12,5%
⑤	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,4%	5,9 Mill.	12,7%
⑥	TURNER	0,4%	6,6 Mill.	14,4%
⑦	VIACOM	0,3%	6,2 Mill.	13,4%
⑧	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	5,3 Mill.	11,4%
⑨	DISCOVERY NETWORKS	0,3%	4,5 Mill.	9,7%

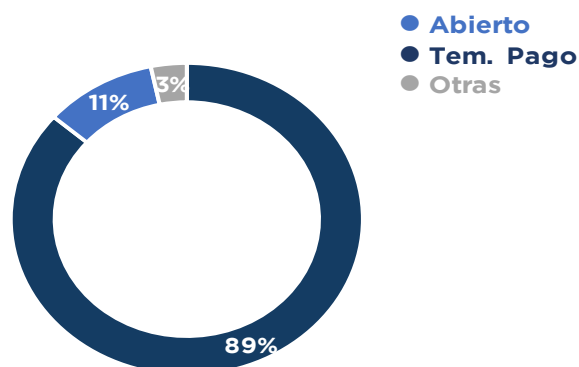
*Dentro de cada grupo sólo se incluye la aportación de las cadenas de pago.

El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,3%** del total. De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el 41,0% corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante 65,5% 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
PRORROGA FUTBOL:C.REY / R.MADRID-AT.MADRID (La1):
5.467.000 y 36,5%**

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	PRORROGA FUTBOL:C.REY / R.MADRID-AT.MADRID	La1	26-ene-23	36,5%	5.467	7,7 mill.
2	FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-AT.MADRID	La1	26-ene-23	32,1%	5.142	9,9 mill.
3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	18-ene-23	23,3%	3.412	5,2 mill.
4	FUTBOL:COPA DEL REY / VILLARREAL-R.MADRID	La1	19-ene-23	21,0%	3.161	8,0 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	24-ene-23	21,5%	3.136	4,7 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	16-ene-23	21,4%	3.129	4,8 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	31-ene-23	21,7%	3.123	4,7 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	10-ene-23	22,1%	3.098	4,8 mill.
9	PASAPALABRA	A3	16-ene-23	24,7%	3.086	5,6 mill.
10	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES	A3	23-ene-23	23,7%	3.063	5,8 mill.
11	PASAPALABRA	A3	18-ene-23	24,2%	3.058	5,9 mill.
12	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES	A3	30-ene-23	24,9%	3.052	5,4 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	30-ene-23	21,1%	3.044	4,7 mill.
14	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES	A3	31-ene-23	25,2%	3.038	5,6 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	23-ene-23	20,1%	3.014	4,7 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	17-ene-23	21,1%	2.997	5,2 mill.
17	PASAPALABRA	A3	10-ene-23	24,9%	2.990	5,6 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	09-ene-23	21,1%	2.985	4,7 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	02-ene-23	21,5%	2.945	4,4 mill.
20	EL HORMIGUERO / MIGUEL ANGEL REVILLA	A3	23-ene-23	19,1%	2.941	5,9 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	19-ene-23	19,8%	2.917	4,8 mill.
22	PASAPALABRA	A3	20-ene-23	25,2%	2.912	5,0 mill.
23	PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES	A3	26-ene-23	23,3%	2.893	5,3 mill.
24	PASAPALABRA	A3	17-ene-23	22,8%	2.869	5,4 mill.
25	PASAPALABRA	A3	19-ene-23	22,5%	2.851	5,4 mill.

LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 EL PELICULON / PADRE NO HAY MAS QUE UNO 2:LA LLEGADA DE LA SUEGRA (A3, 04-ene-23): 2.235.000 y 22%
- 2 MULTICINE / PADRE NO HAY MAS QUE UNO (A3, 01-ene-23): 2.091.000 y 20,3%
- 3 EL PELICULON / EN GUERRA CON MI ABUELO (A3, 07-ene-23): 1.625.000 y 12,4%



ENTRETENIMIENTO

- 1 PASAPALABRA (A3, 16-ene-23): 3.086.000 y 24,7%
- 2 PASAPALABRA / DUELO DE CAMPEONES (A3, 23-ene-23): 3.063.000 y 23,7%
- 3 PASAPALABRA (A3, 18-ene-23): 3.058.000 y 24,2%



SERIES

- 1 HERMANOS / ¿POR QUE TE FUISTE CUANDO TODO IBA MAL? (A3, 02-ene-23): 1.537.000 y 14,5%
- 2 HERMANOS / DEJAR LA POSICION EN LA QUE ENCUENTRAS LA FELICIDAD (A3, 23-ene-23): 1.525.000 y 14%
- 3 HERMANOS (A3, 24-ene-23): 1.520.000 y 13,9%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 18-ene-23): 3.412.000 y 23,3%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 24-ene-23): 3.136.000 y 21,5%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 16-ene-23): 3.129.000 y 21,4%



CULTURALES

- 1 CINE DE BARRIO PRESENTACION / LA TONTA DEL BOTE (La1, 07-ene-23): 1.176.000 y 10,8%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / BATIDO DE MANZANA,KIWI Y PLATANO (A3, 16-ene-23): 1.134.000 y 19,9%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / BORRAJA CON GARBANZOS (A3, 17-ene-23): 1.114.000 y 19,2%



DEPORTES

- 1 PRORROGA FUTBOL:C.REY / R.MADRID-AT.MADRID (La1, 26-ene-23): 5.467.000 y 36,5%
- 2 FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-AT.MADRID (La1, 26-ene-23): 5.142.000 y 32,1%
- 3 FUTBOL:COPA DEL REY / VILLARREAL-R.MADRID (La1, 19-ene-23): 3.161.000 y 21%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 08-ene-23): 390.000 y 3,1%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 07-ene-23): 374.000 y 3,9%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 08-ene-23): 362.000 y 3%



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / JURASSIC WORLD:EL REINO CAIDO (SYFY, 08-ene-23): 126.000 y 0,9%
- 2 CINE / MARTE(THE MARTIAN) (FOX, 01-ene-23): 120.000 y 1,2%
- 3 NAVIDADES FANTASTICAS / ¡SHAZAM! (TNT, 01-ene-23): 107.000 y 0,8%



ENTRETENIMIENTO

- 1 PAREJA A LA PUJA (SELEKT, 06-ene-23): 59.000 y 0,6%
- 2 PAREJA A LA PUJA (SELEKT, 06-ene-23): 56.000 y 0,6%
- 3 EMPEÑOS A LO BESTIA (AMC BREAK, 08-ene-23): 56.000 y 0,4%



SERIES

- 1 FBI INTERNACIONAL (TNT, 10-ene-23): 113.000 y 0,8%
- 2 FBI (TNT, 10-ene-23): 80.000 y 0,6%
- 3 NAVY:INVESTIGACION CRIMINAL / TIEMPO PERDIDO (AXN, 24-ene-23): 80.000 y 0,8%



INFORMACIÓN

- 1 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 04-ene-23): 14.000 y 0,2%
- 2 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 02-ene-23): 13.000 y 0,1%
- 3 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 03-ene-23): 12.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 EL ROMANTICO:LA HISTORIA DE MASSIMO MORATTI / FALSO AMANECER (DAZN LaLiga, 28-ene-23): 65.000 y 0,6%
- 2 PRODUCTOS ARTESANOS (CANAL COCINA, 07-ene-23): 49.000 y 0,4%
- 3 COMICOS NUESTROS / RAFAELA APARICIO (SOMOS, 25-ene-23): 46.000 y 0,5%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:SUPERCOPA / R.MADRID-BARCELONA (SUPERCOPA DE ESPAÑA por M+, 15-ene-23): 1.824.000 y 12,8%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-BARCELONA (DAZN LaLiga, 08-ene-23): 1.678.000 y 10,9%
- 3 PENALTIS FUTBOL:SUPERCOPA / R.BETIS-BARCELONA (SUPERCOPA DE ESPAÑA por M+, 12-ene-23): 1.600.000 y 10,6%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 15-ene-23): 83.000 y 0,7%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 08-ene-23): 79.000 y 0,6%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 08-ene-23): 77.000 y 0,6%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 TIERRA DE TALENTO / ESPECIAL LOLA FLORES (C.SUR, 21-ene-23): 477.000 y 21,7%
- 2 ATRAPAME SI PUEDES:CHRISTMAS EDITION (C.SUR, 02-ene-23): 462.000 y 16,3%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES:CHRISTMAS EDITION (C.SUR, 03-ene-23): 449.000 y 15,5%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 30-ene-23): 109.000 y 37,7%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 02-ene-23): 103.000 y 39,2%
- 3 EL TIEMPO (ARAGON TV, 30-ene-23): 102.000 y 29,6%



TPA (Asturias)

- 1 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 15-ene-23): 52.000 y 15,9%
- 2 TPA DEPORTES 2 (TPA, 23-ene-23): 45.000 y 13,8%
- 3 CINE / TIERRA SALVAJE (TPA, 18-ene-23): 45.000 y 15,8%



IB3 (Balears)

- 1 CUINA AMB SANTI TAURA / COSTELLAM DE PORC TERIYAKI AMB VERDURES (IB3, 19-ene-23): 53.000 y 20,8%
- 2 EL TEMPS 1 (IB3, 19-ene-23): 53.000 y 21%
- 3 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 26-ene-23): 49.000 y 18,6%



TVCAN (Canarias)

- 1 KIKE PEREZ 2023 (TVCAN, 01-ene-23): 97.000 y 14,3%
- 2 NOVELEROS / ¡ALUCINA,VECINA! (TVCAN, 03-ene-23): 76.000 y 11,6%
- 3 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 15-ene-23): 73.000 y 10,1%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 CINE ESPAÑOL / ¿QUE HACEMOS CON LOS HIJOS? (CMM, 01-ene-23): 78.000 y 10,8%
- 2 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 31-ene-23): 68.000 y 18,8%
- 3 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 3 (CMM, 09-ene-23): 67.000 y 10,6%



TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 24-ene-23): 719.000 y 30,8%
- 2 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 23-ene-23): 718.000 y 31%
- 3 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 16-ene-23): 687.000 y 29%



TVG (Galicia)

- 1 DEPORTES (TVG, 01-ene-23): 173.000 y 25,7%
- 2 TELEXORNAL 1 (TVG, 01-ene-23): 158.000 y 24%
- 3 O TEMPO (TVG, 06-ene-23): 156.000 y 23,6%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 23-ene-23): 194.000 y 12,1%
- 2 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 05-ene-23): 189.000 y 12,1%
- 3 MADRID DIRECTO / CABALGATA DE REYES (TELEMADRID, 05-ene-23): 185.000 y 14,6%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 22-ene-23): 41.000 y 10,5%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 08-ene-23): 39.000 y 14,6%
- 3 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 24-ene-23): 37.000 y 10,9%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 18-ene-23): 174.000 y 25%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 01-ene-23): 169.000 y 24,5%
- 3 AVANCE NOTICIAS / ALERTA INUNDACIONES EN BIZKAIA (ETB2, 16-ene-23): 159.000 y 26%



A PUNT (Valencia)

- 1 TRESOR O TRASTO (A PUNT, 05-ene-23): 181.000 y 12,5%
- 2 L'ORATGE 1 (A PUNT, 02-ene-23): 168.000 y 13,9%
- 3 MR.BEAN / COMPTE AMB EL NEN,MR.BEAN (A PUNT, 05-ene-23): 157.000 y 13,9%



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia, con seis cadenas en emisión, ocupa la primera posición en el ránking de grupos editoriales con el 27,2% de cuota.

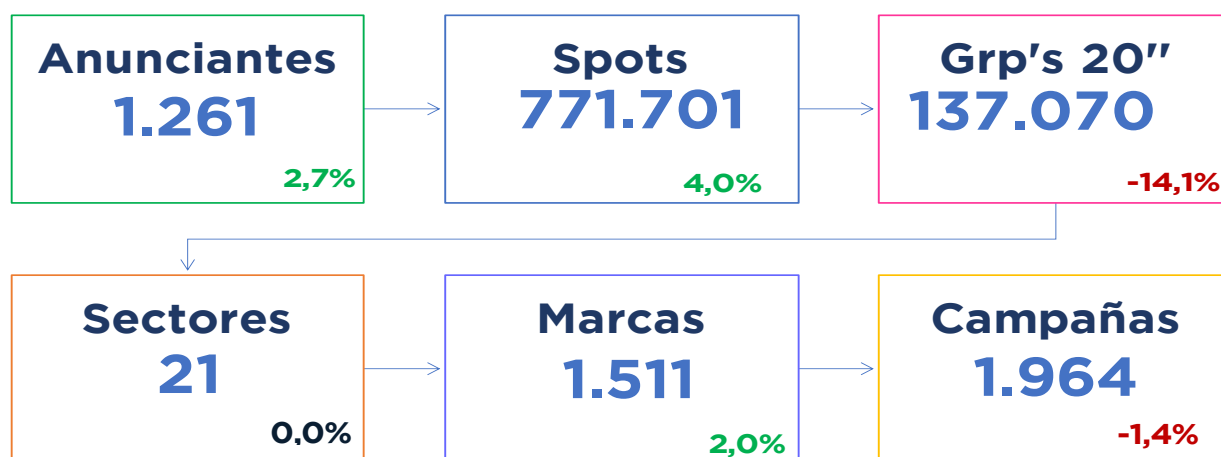
- ▶ Mediaset (25,3%), con siete cadenas en emisión, es el segundo grupo del ránking.
- ▶ Grupo Rtve (14,8%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,5%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,3%) con tres cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Dif cuota Y/Y	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	27,2%	-0,3	40,2 mill.	87,0%
	MEDIASET	25,3%	-1,4	40,2 mill.	86,9%
	GRUPO RTVE	14,8%	+0,6	39,9 mill.	86,3%
	FORTA	8,7%	+0,5	29,6 mill.	64,1%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,5%	-0,1	24,7 mill.	53,4%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,3%	-0,3	24,2 mill.	52,3%

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 -14,1% y el número de campañas activas en un -1,4%.



*Diferencias ene-23 vs. ene-22

El spot más visto corresponde a la campaña "GALERIA DEL COLECCIONISTA/ELITE SILVER/COLCHON" en A3, con 18 Grp's 20" ('MULTICINE 2', 22 enero).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** "SECURITAS DIRECT/ALARMAS" con 1.997 Grp's 20".
- **ANUNCIANTE:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 4.138 Grp's 20".
- **MARCA:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 4.138 Grp's 20".
- **SECTOR:** "DISTRIBUCION Y RESTAURACION" con el 18% de la presión publicitaria.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

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

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	18
	2	REMESCAR/BOLSAS Y OJERAS	17
	3	GALERIA DEL COLECCIONISTA	16
	4	CUIDEO/CUIDADO DE ANCIAN	16
	5	CUIDEO/CUIDADO DE ANCIAN	16

Total

772
Mil.

Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.138
	2	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	3.670
	3	L'OREAL ESPAÑA	3.287
	4	ANTONIO PUIG,S.A.	3.160
	5	DANONE,S.A.	3.144

Total

1.261

Top 5 Campañas (Grp's 20'')

	1	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.997
	2	LINEA DIRECTA ASEGURADOR	1.672
	3	ALDI/SUPERMERCADO	1.285
	4	MUTUA MADRILEÑA/GAMA DE	1.260
	5	JAZZTEL/FIBRA OPTICA	1.229

Total

1.964

Top 5 Marcas (Grp's 20'')

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.138
	2	DANONE	2.789
	3	LINEA DIRECTA ASEGURADOR	2.522
	4	SECURITAS DIRECT	2.044
	5	PACO RABANNE	1.684

Total

1.511

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

	1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	18%
	2	BELLEZA E HIGIENE	13%
	3	ALIMENTACION	11%
	4	CULTURA, ENSEÑANZA Y MED	9%
	5	SALUD	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 marzo 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: enero-2023

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS