

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

julio 2023



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

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

Visión Global

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

43,0 Millones

Cobertura mes

92,9 %

PROMEDIO DIARIO

26,5 Millones

Cobertura día

57,3 %

jul-23



Cadena líder

A3

12,9%

RÁNKING CADENAS

CONSUMO TELEVISIÓN

293'
espectador/día

0' 0%
*Dif. jul-23 vs. jul-22

168'
persona/día

-2' -1%
*Dif. jul-23 vs. jul-22



TIEMPO TOTAL USO TELEVISOR

(televisión tradicional+otros usos):

3:29

persona/día

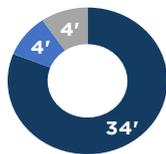
+7' 3%
*Dif. jul-23 vs. jul-22

OTROS USOS TELEVISOR

41'
persona/día

+9' 28%
*Dif. jul-23 vs. jul-22

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



EMISIÓN MÁS VISTA

La1

23J EL DEBATE FINAL

3,5 millones y 28,8%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

3,9 millones

23J EL DEBATE FINAL

La1, 19-jul, 22:55h

Temáticas Pago -> 9,9% (+0,7)

*Dif. jul-23 vs. jul-22

Cadena	Cuota	*Dif. jul-23 vs. jul-22	Espectadores Únicos
A3	12,9%	-0,7	34,0 mill.
La1	9,9%	+1,4	34,7 mill.
T5	9,3%	-3,8	31,5 mill.
AUT	8,6%	+0,3	28,4 mill.
LA SEXTA	6,8%	+1,5	32,1 mill.
CUATRO	5,2%	+0,4	31,4 mill.
La2	3,1%	-0,1	27,7 mill.
ENERGY	3,0%	+0,3	14,9 mill.
FDI	2,6%	-0,2	20,4 mill.
DIVINITY	2,1%	-0,4	14,2 mill.
NOVA	2,1%	0,0	12,1 mill.
TRECE	2,0%	-0,3	14,9 mill.
NEOX	2,0%	+0,3	19,4 mill.
ATRESERIES	1,8%	0,0	14,0 mill.
DMAX	1,7%	+0,1	17,5 mill.
MEGA	1,6%	+0,4	16,2 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,4%	-0,2	16,8 mill.
BEMADtv	1,4%	+0,7	14,5 mill.
TELEDEPORTE	1,3%	+0,1	15,7 mill.
24H	1,3%	+0,3	17,8 mill.
DKISS	1,2%	-0,1	12,2 mill.
CLAN	0,9%	0,0	13,1 mill.
TEN	0,9%	0,0	9,4 mill.
BOING	0,8%	-0,1	11,3 mill.
GOL PLAY	0,8%	0,0	13,0 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,2	9,8 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	10,1 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	5,9 mill.
AUT PRIV	0,3%	-0,1	7,8 mill.
VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,7 mill.



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

ESPECTADORES ÚNICOS

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de 43,0 millones, que representa el 92,9% de la población, que sí contacta con el medio televisivo en julio 2023.

26,5 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 57,3% de la población.

Por el contrario, hay 3,3 millones de “telefónicos”, el 7% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS

IND. 4+ 26,5 mill.

HOM 12,7 mill.
MUJ 13,8 mill.

4-12 1,6 mill.
13-24 2,0 mill.
25-44 5,3 mill.
45-64 9,9 mill.
>64 7,6 mill.

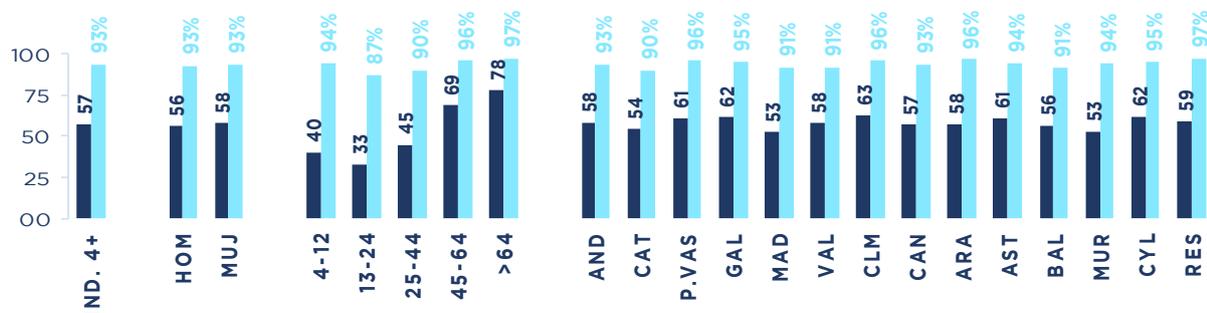
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES

IND. 4+ 43,0 mill.

HOM 20,9 mill.
MUJ 22,1 mill.

4-12 3,8 mill.
13-24 5,3 mill.
25-44 10,7 mill.
45-64 13,8 mill.
>64 9,4 mill.

COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

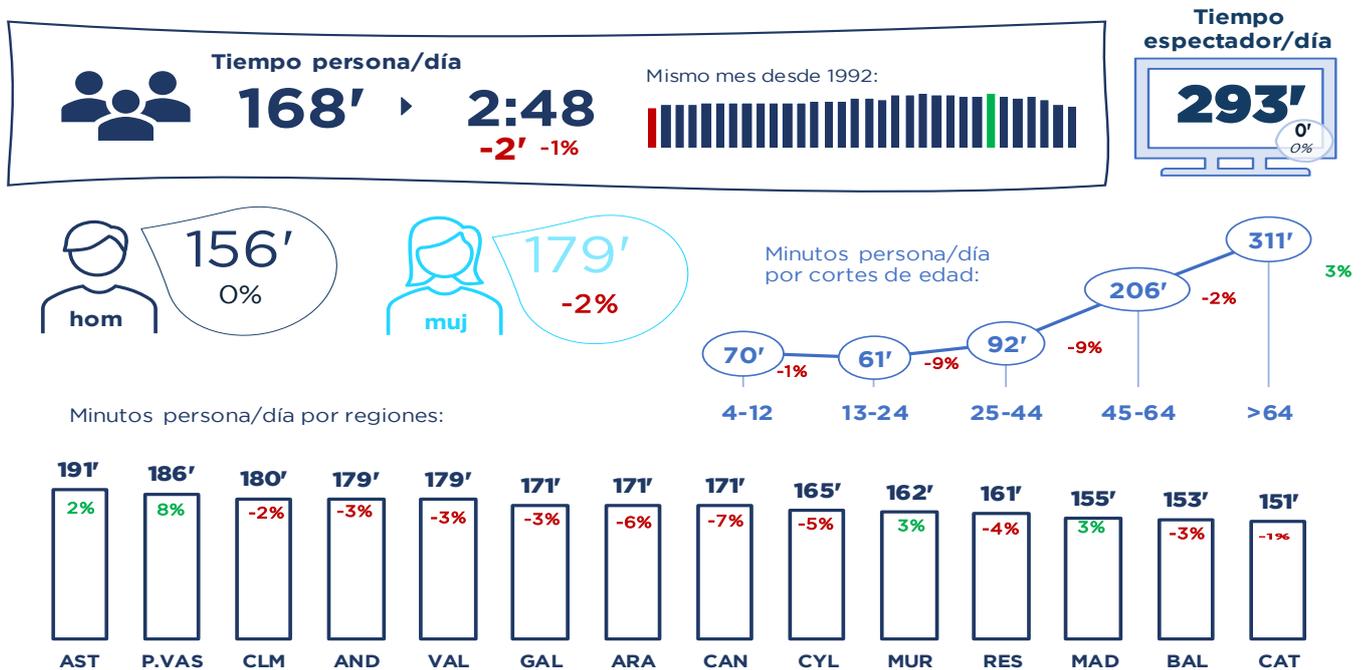


CONSUMO TV

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **293 minutos** (misma cifra que en el mes de julio del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,2 millones) ha dedicado un promedio de **2 horas y 48 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone **-2' minutos (-1%)** con respecto al mes de julio 2022.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (179') y los mayores de 64 años (311') y, por regiones, Asturias (191'), País Vasco (186') y Castilla La Mancha (180').



*Diferencias jul-23 vs. jul-22

TOTAL USO TELEVISOR

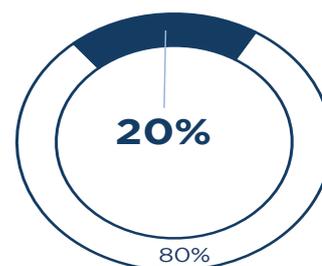
El tiempo total de uso del televisor (tradicional + otros usos) es de 3:29 por persona al día.

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. jul-23 vs. jul-22
Total Individuos 4+	3:29	+7' 3%
Hombres	3:19	+9' 5%
Mujeres	3:38	+4' 2%
4-12	2:09	+9' 8%
13-24	1:35	+1' 1%
25-44	2:25	+1' 1%
45-64	4:11	+8' 3%
>64	5:29	+13' 4%
Andalucía	3:41	+3' 1%
Cataluña	3:20	+8' 4%
País Vasco	3:38	+23' 12%
Galicia	3:17	+2' 1%
Madrid	3:26	+15' 8%
C. Valenciana	3:43	+2' 1%
Castilla La Mancha	3:39	+7' 3%
Canarias	3:33	-4' -2%
Aragón	3:31	+1' 0%
Asturias	3:38	+17' 8%
Baleares	3:13	+8' 4%
Murcia	3:26	+14' 7%
Castilla León	3:09	-2' -1%
Resto	3:13	+5' 3%

Tiempo total uso televisor

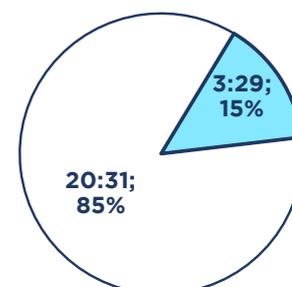
- Ver la televisión tradicional
- Otros usos televisor



En el mes de julio 2023 el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:29**, que sobre las 24 horas del día, supone el 15% del total.

Tiempo total uso televisor sobre el total del día

- Usando el televisor
- Resto del día



OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de 41 minutos por persona al día, 9 minutos más que en julio 2022.

El 20% del total uso del televisor es para “Otros Usos” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Plataformas de streaming y plataformas de vídeo, 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 2.447.000 espectadores.

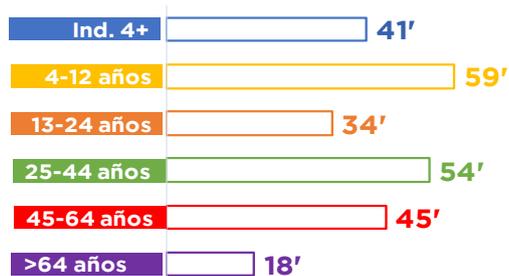


*Diferencias jul-23 vs. jul-22



Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Usos del Televisor” son **los individuos de 25 a 44 años (54')** y los **niños de 4 a 12 años (59')**.

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



RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena 3 (12,9%) líder durante 21 meses consecutivos.

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 42,6 millones, el 92% de cobertura.

- ▶ La1 (9,9%) es la segunda cadena más vista, posición que no ocupaba desde diciembre 2022. Además, es su mejor julio de los últimos cinco años.
- ▶ En tercera posición se sitúa T5 (9,3%), con su mínimo histórico mensual.
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (8,6%), con su mejor julio de los últimos once años.
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (6,8%) firma su mejor julio de los últimos nueve años y es la cadena que más crece este mes.
- ▶ Les siguen CUATRO (5,2%), La2 (3,1%), ENERGY (3%), FDF (2,6%) y DIVINITY (2,1%), entre las diez primeras.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (9,9%)** firman su mejor julio y se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. jul-23 vs. jul-22	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	12,9%	-0,7	34,0 mill.	73,5%
2	La1	9,9%	+1,4	★ 34,7 mill.	75,0%
3	T5	9,3%	-3,8	31,5 mill.	68,2%
4	AUT	8,6%	+0,3	28,4 mill.	61,3%
5	LA SEXTA	6,8%	+1,5	32,1 mill.	69,5%
6	CUATRO	5,2%	+0,4	31,4 mill.	68,0%
7	La2	3,1%	-0,1	27,7 mill.	60,0%
8	ENERGY	3,0%	+0,3	14,9 mill.	32,2%
9	FDF	2,6%	-0,2	20,4 mill.	44,1%
10	DIVINITY	2,1%	-0,4	14,2 mill.	30,7%
11	NOVA	2,1%	0,0	12,1 mill.	26,3%
12	TRECE	2,0%	-0,3	14,9 mill.	32,2%
13	NEOX	2,0%	+0,3	19,4 mill.	42,0%
14	ATRESERIES	1,8%	0,0	14,0 mill.	30,2%
15	DMAX	1,7%	+0,1	17,5 mill.	37,8%
16	MEGA	1,6%	+0,4	16,2 mill.	35,1%
17	PARAMOUNT NETWORK	1,4%	-0,2	16,8 mill.	36,3%
18	BEMADtv	1,4%	+0,7	14,5 mill.	31,4%
19	TELEDEPORTE	1,3%	+0,1	15,7 mill.	33,9%
20	24H	1,3%	+0,3	17,8 mill.	38,4%
21	DKISS	1,2%	-0,1	12,2 mill.	26,4%
22	CLAN	0,9%	0,0	13,1 mill.	28,3%
23	TEN	0,9%	0,0	9,4 mill.	20,4%
24	BOING	0,8%	-0,1	11,3 mill.	24,3%
25	GOL PLAY	0,8%	0,0	13,0 mill.	28,2%
26	DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,2	9,8 mill.	21,3%
27	REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	10,1 mill.	21,8%
28	BOM Cine	0,4%	0,0	5,9 mill.	12,8%
29	AUT PRIV	0,3%	-0,1	7,8 mill.	17,0%
30	VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,7 mill.	3,6%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en ambos sexos y en mayores de 13 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. Por su parte, La1 lidera en País Vasco y Resto, mientras que TV3 se mantiene como la cadena más vista en Cataluña.

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

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

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	▶	27	DÍAS
La1	▶	2	DÍAS
T5	▶	2	DÍAS

INFORMATIVOS

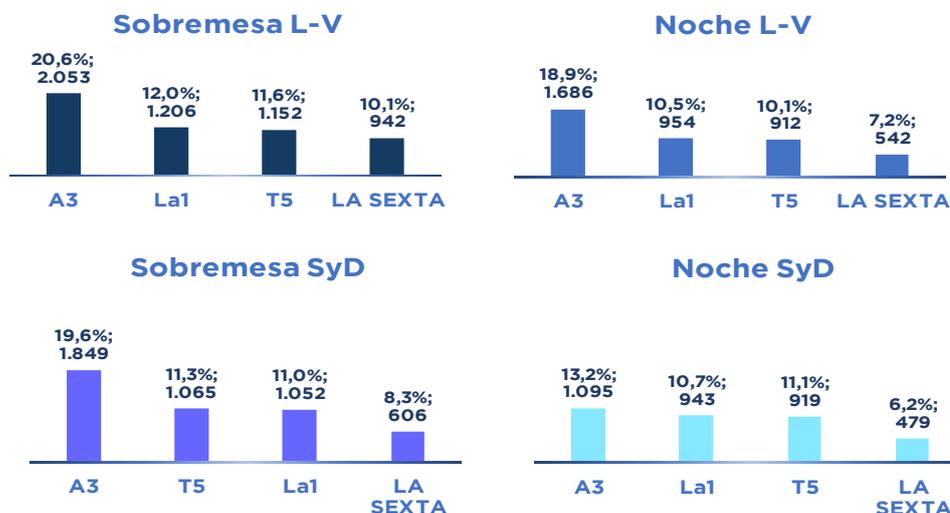
DIARIOS

Los informativos de Antena 3 (1.729.000 de audiencia media y 18,8% de cuota) son los más vistos desde hace 43 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.058.000 de audiencia media y 11,1% de cuota) son la segunda opción más vista y los de Telecinco (1.018.000 de audiencia media y 11% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	61	1.729	18,8%	22,9 Mill.	50%
	La1	59	1.058	11,1%	22,8 Mill.	49%
	T5	61	1.018	11,0%	17,5 Mill.	38%
	LA SEXTA	61	657	8,2%	17,5 Mill.	38%
Lunes a Viernes	A3	42	1.858	19,8%	19,5 Mill.	42%
	La1	41	1.080	11,3%	18,9 Mill.	41%
	T5	42	1.029	10,9%	14,4 Mill.	31%
	LA SEXTA	42	718	8,6%	13,8 Mill.	30%
Sábado y Domingo	A3	19	1.496	16,8%	15,2 Mill.	33%
	La1	18	1.010	10,9%	15,4 Mill.	33%
	T5	19	995	11,2%	11,0 Mill.	24%
	LA SEXTA	19	550	7,3%	11,0 Mill.	24%

RESULTADOS POR EDICIONES CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)



CADENAS AUTONÓMICAS

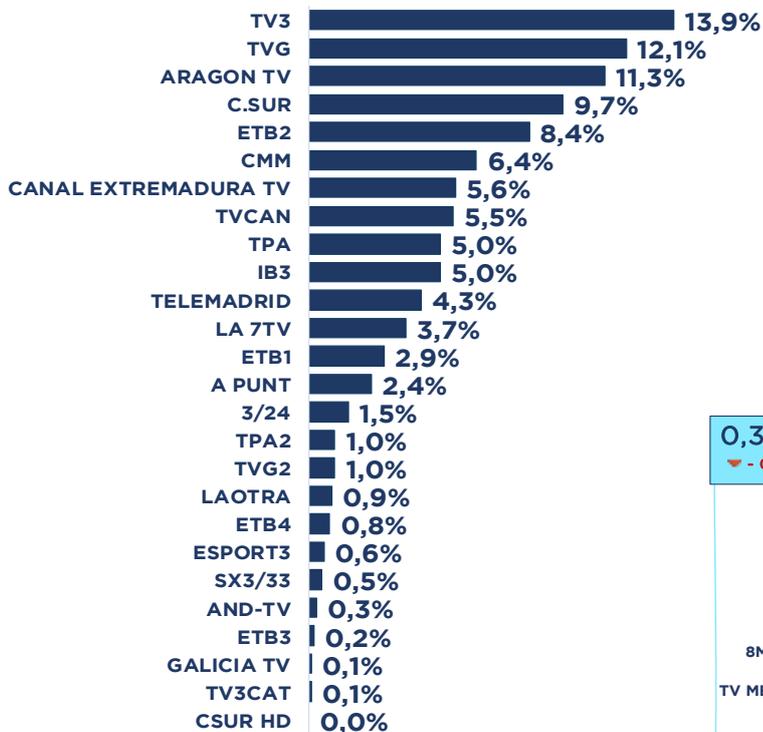
*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,6 % de cuota de pantalla, su mejor mes de julio de los últimos 11 años (2012).

El número de espectadores únicos acumulados es de 28,4 millones, el 61,3 % de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (13,9%), TVG (12,1%), ARAGÓN TV (11,3%), C.SUR (9,7%), ETB2 (8,4%), CMM (6,4%), CANAL EXTREMADURA TV (5,6%), TVCAN (5,5%), TPA (5%) y IB3 (5%), entre las 10 primeras.

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



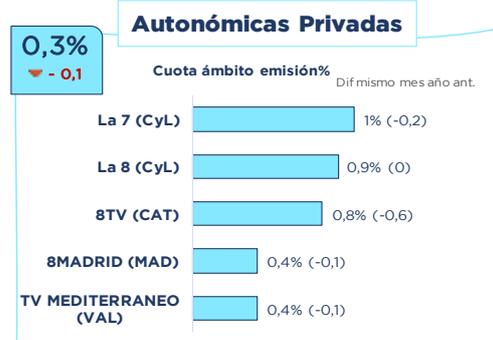
★ C.SUR (Andalucía): Mejor mes de julio desde 2010.

★ Aragón TV (Aragón): Mejor mes de julio desde 2013.

★ TV3 (Cataluña): Mejor mes de julio desde 2007.

★ TVG (Galicia): Mejor mes de julio desde 2009.

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



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%
▶ ARAGON TV	27,1%	→	677	52,8%
▶ TV3	25,8%	→	3.328	44,2%
▶ ETB2	18,0%	→	974	45,9%
▶ TVG	15,2%	→	1.174	44,6%
▶ TVCAN	11,4%	→	952	42,7%
▶ C.SUR	10,7%	→	3.067	37,0%
▶ IB3	10,5%	→	340	28,1%
▶ CMM	9,8%	→	644	32,3%
▶ TELEMADRID	9,0%	→	1.694	25,5%
▶ TPA	8,8%	→	334	34,0%
▶ LA 7TV	7,8%	→	490	33,0%



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 (9,9%)
logran su mejor mes de julio.
Los espectadores únicos ascienden a 20,3 millones,
el 44% de cobertura poblacional.**

El ránking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por VAMOS por M+ (0,4%), AXN (0,3%), DAZN F1 (0,3%), FOX (0,3%), CANAL HOLLYWOOD (0,3%), WARNER TV (0,2%), CALLE 13 (0,2%), EUROSPORT (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%) y CANAL HISTORIA (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	9,9%	+0,7	20,3 mill.	44,0%
1	VAMOS por M+	0,4%	+0,1	4,2 mill.	9,0%
2	AXN	0,3%	0,0	4,2 mill.	9,1%
3	DAZN F1	0,3%	+0,1	2,8 mill.	6,0%
4	FOX	0,3%	0,0	4,8 mill.	10,3%
5	CANAL HOLLYWOOD	0,3%	+0,1	4,5 mill.	9,8%
6	WARNER TV	0,2%	0,0	4,7 mill.	10,2%
7	CALLE 13	0,2%	0,0	3,6 mill.	7,8%
8	EUROSPORT	0,2%	0,0	2,9 mill.	6,2%
9	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,4 mill.	9,5%
10	CANAL HISTORIA	0,2%	+0,1	3,0 mill.	6,6%
11	TCM	0,1%	0,0	4,3 mill.	9,3%
12	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,9 mill.	6,2%
13	#0 por M+	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,5%
14	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	3,0 mill.	6,6%
15	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,6%
16	COSMO	0,1%	0,0	3,7 mill.	8,0%
17	SYFY	0,1%	0,0	3,0 mill.	6,5%
18	DECASA	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,2%
19	NGC WILD	0,1%	0,0	2,8 mill.	6,1%
20	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,5%
21	AMC	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,7%
22	AXN MOVIES	0,1%	-	1,9 mill.	4,0%
23	DEPORTES por M+	0,1%	0,0	1,1 mill.	2,4%
24	SOMOS	0,1%	-0,1	1,2 mill.	2,5%
25	NICKELODEON	0,1%	0,0	1,0 mill.	2,1%

GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	AMC NETWORKS INTERNATIONAL IBERIA	1,1%	9,2 Mill.	20,0%
②	MOVISTAR	1,0%	8,1 Mill.	17,5%
③	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,5%	7,2 Mill.	15,6%
④	TURNER	0,4%	6,4 Mill.	13,8%
⑤	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,4%	4,7 Mill.	10,1%
⑥	DISCOVERY NETWORKS	0,3%	4,9 Mill.	10,6%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	5,1 Mill.	10,9%
⑧	DAZN	0,3%	3,6 Mill.	7,8%
⑨	VIACOM	0,3%	5,7 Mill.	12,3%

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

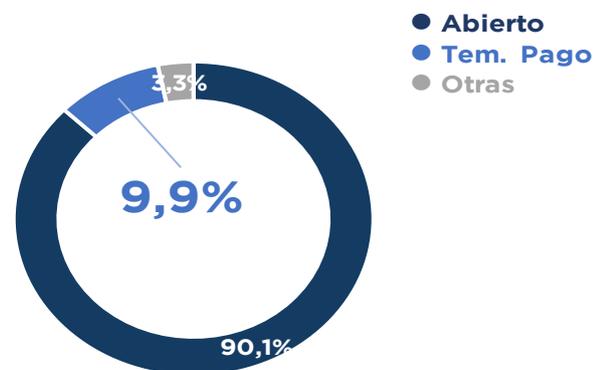
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **27,8%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **39,0%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **61,0%** 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
23J EL DEBATE FINAL (La1): 3.460.000 y 28,8%**

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

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	23J EL DEBATE FINAL	La1	19-jul-23	28,8%	3.460	6,7 mill.
2	CARA A CARA:EL DEBATE:ATRESMEDIA	A3	10-jul-23	25,1%	3.194	6,8 mill.
3	CARA A CARA:EL DEBATE:ATRESMEDIA	LA SEXTA	10-jul-23	21,4%	2.716	6,0 mill.
4	GRAND PRIX	La1	24-jul-23	26,1%	2.572	5,9 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	11-jul-23	22,3%	2.324	3,4 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	24-jul-23	21,6%	2.281	3,3 mill.
7	ESPECIAL CARA A CARA	A3	10-jul-23	20,4%	2.243	3,7 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	17-jul-23	21,6%	2.183	3,2 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	03-jul-23	21,1%	2.167	3,2 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	01-jul-23	22,3%	2.140	3,4 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	18-jul-23	21,3%	2.120	3,0 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	05-jul-23	20,9%	2.118	3,1 mill.
13	EL HORMIGUERO / SANTIAGO SEGURA	A3	03-jul-23	17,6%	2.115	4,5 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	19-jul-23	20,9%	2.112	3,1 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	12-jul-23	20,9%	2.089	3,1 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	22-jul-23	21,2%	2.058	3,2 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	06-jul-23	20,0%	2.050	3,0 mill.
18	23J:TU DECIDES	La1	23-jul-23	15,4%	2.048	7,8 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	29-jul-23	22,3%	2.034	3,2 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	25-jul-23	20,6%	2.023	3,0 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	20-jul-23	20,4%	2.013	2,9 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	27-jul-23	21,0%	2.010	3,0 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	10-jul-23	20,2%	2.009	3,0 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	07-jul-23	20,8%	1.995	2,9 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	26-jul-23	20,7%	1.990	3,0 mill.

LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / THE EQUALIZER 2 (La1, 09-jul-23): 1.453.000 y 13,4%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / AVA (La1, 30-jul-23): 1.415.000 y 13,2%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / JUMANJI:SIGUIENTE NIVEL (La1, 02-jul-23): 1.310.000 y 11,4%



ENTRETENIMIENTO

- 1 GRAND PRIX (La1, 24-jul-23): 2.572.000 y 26,1%
- 2 EL HORMIGUERO / SANTIAGO SEGURA (A3, 03-jul-23): 2.115.000 y 17,6%
- 3 TU CARA ME SUENA (A3, 21-jul-23): 1.894.000 y 23,4%



SERIES

- 1 HERMANOS / ICREO QUE SOÑAMOS DESPIERTOS CON MATERIAL DE MALA CALIDAD,PORQUE SE DESCOMPONE CONSTANTEMENTE! (A3, 03-jul-23): 1.305.000 y 14,1%
- 2 HERMANOS (A3, 25-jul-23): 1.302.000 y 14,5%
- 3 HERMANOS (A3, 04-jul-23): 1.286.000 y 13,7%



INFORMACIÓN

- 1 23J EL DEBATE FINAL (La1, 19-jul-23): 3.460.000 y 28,8%
- 2 CARA A CARA:EL DEBATE:ATRESMEDIA (A3, 10-jul-23): 3.194.000 y 25,1%
- 3 CARA A CARA:EL DEBATE:ATRESMEDIA (LA SEXTA, 10-jul-23): 2.716.000 y 21,4%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / QUESO FETA AL HORNO CON SEMILLAS DE SESAMO (A3, 17-jul-23): 1.054.000 y 18,9%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / LENTEJAS CON AGUACATE Y ANACARDOS (A3, 18-jul-23): 1.010.000 y 18,2%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / TRINXAT CON BACON (A3, 11-jul-23): 979.000 y 18,5%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:EUROCOPA SUB 21 / INGLATERRA-ESPAÑA (La1, 08-jul-23): 1.930.000 y 22,9%
- 2 FUTBOL:EUROCOPA SUB 21 / ESPAÑA-UCRANIA (La1, 05-jul-23): 1.917.000 y 18,1%
- 3 PRORROGA FUTBOL:EUROCOPA SUB 21 / ESPAÑA-SUIZA (La1, 01-jul-23): 1.616.000 y 16,3%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 25-jul-23): 303.000 y 3,1%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 10-jul-23): 299.000 y 3,3%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 10-jul-23): 292.000 y 2,9%



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / FAST & FURIOUS 8 (FOX, 01-jul-23): 94.000 y 1%
- 2 CINE / LA BATALLA DE MIDWAY (TCM, 25-jul-23): 88.000 y 0,9%
- 3 CINE / TRANSPORTER (FOX, 16-jul-23): 87.000 y 0,9%



ENTRETENIMIENTO

- 1 LAS HERMANAS PASTELERAS / TARTA PACIFICA DE LATTE DE CALABAZA (CANAL COCINA, 16-jul-23): 41.000 y 0,5%
- 2 MAESTROS DE LA RESTAURACION (DISCOVERY, 13-jul-23): 38.000 y 0,5%
- 3 ¿QUIEN DA MAS?CANADA (AMC BREAK, 14-jul-23): 38.000 y 0,8%



SERIES

- 1 FBI (WARNER TV, 06-jul-23): 68.000 y 0,9%
- 2 FBI (WARNER TV, 06-jul-23): 66.000 y 0,6%
- 3 RIZZOLI & ISLES (WARNER TV, 11-jul-23): 55.000 y 0,7%



INFORMACIÓN

- 1 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (#0 por M+, 03-jul-23): 15.000 y 0,1%
- 2 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (#0 por M+, 04-jul-23): 14.000 y 0,3%
- 3 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (SERIES por M+, 15-jul-23): 12.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 TRIANGULO DE LAS BERMUDAS:EN AGUAS MALDITAS (CANAL HISTORIA, 26-jul-23): 48.000 y 0,5%
- 2 CARA A CARA / CINE Y MODA SEGUN LORENZO CAPRILE Y ALBA GALOCHA (TCM, 25-jul-23): 46.000 y 0,6%
- 3 FOGONES TRADICIONALES / FOGONES EN SAN PABLO DE BUCEITE (CANAL COCINA, 20-jul-23): 44.000 y 0,6%



DEPORTES

- 1 POST TENIS:WIMBLEDON / C.ALCARAZ-N.DJOKOVIC (#VAMOS por M+, 16-jul-23): 768.000 y 9,1%
- 2 FORMULA 1 / G.P.AUSTRIA (DAZN F1, 02-jul-23): 747.000 y 7,5%
- 3 TENIS:WIMBLEDON / C.ALCARAZ-N.DJOKOVIC (#VAMOS por M+, 16-jul-23): 703.000 y 7,4%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 26-jul-23): 74.000 y 0,8%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 09-jul-23): 54.000 y 1%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 09-jul-23): 51.000 y 1%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 ANDALUCIA DIRECTO (C.SUR, 13-jul-23): 384.000 y 22,1%
- 2 LA TARDE,AQUI Y AHORA (C.SUR, 11-jul-23): 358.000 y 17,2%
- 3 LA TARDE,AQUI Y AHORA (C.SUR, 13-jul-23): 352.000 y 16,6%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 18-jul-23): 109.000 y 43,3%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 17-jul-23): 107.000 y 46,1%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 06-jul-23): 101.000 y 43,8%



TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 20-jul-23): 31.000 y 12,4%
- 2 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 04-jul-23): 28.000 y 12,8%
- 3 EL PICU (TPA, 26-jul-23): 27.000 y 10%



IB3 (Baleares)

- 1 IB3 NOTICIES MIGDIA (IB3, 17-jul-23): 41.000 y 21%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 27-jul-23): 40.000 y 18,7%
- 3 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 26-jul-23): 38.000 y 19,6%



TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS FIN SE 2 (TVCAN, 16-jul-23): 97.000 y 19,9%
- 2 TELENOTICIAS 2 (TVCAN, 25-jul-23): 94.000 y 19,7%
- 3 TELENOTICIAS FIN SE 1 (TVCAN, 16-jul-23): 89.000 y 20,4%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 EN COMPAÑIA (CMM, 04-jul-23): 77.000 y 17%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 27-jul-23): 76.000 y 18%
- 3 EL CAMPO (CMM, 25-jul-23): 72.000 y 14%



TV3 (Cataluña)

- 1 E23:ELS RESULTATS:ELECCIONS GENERALS (TV3, 23-jul-23): 563.000 y 27%
- 2 E23:LES REACCIONS:ELECCIONS GENERALS (TV3, 23-jul-23): 489.000 y 24,5%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 06-jul-23): 476.000 y 27,6%



TVG (Galicia)

- 1 ATRAPAME SE PODES (TVG, 03-jul-23): 144.000 y 18,2%
- 2 TELEXORNAL 1 (TVG, 03-jul-23): 131.000 y 20,2%
- 3 GALICIA NOTICIAS (TVG, 03-jul-23): 127.000 y 26,7%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 05-jul-23): 142.000 y 17,5%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 20-jul-23): 140.000 y 15,9%
- 3 TELENOTICIAS FIN SE 1 (TELEMADRID, 22-jul-23): 132.000 y 14,9%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 05-jul-23): 41.000 y 14,2%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 17-jul-23): 41.000 y 14,5%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 12-jul-23): 41.000 y 15,9%



ETB2 (País Vasco)

- 1 EL CONQUISTADOR DEL CARIBE (ETB2, 03-jul-23): 119.000 y 25,1%
- 2 TELEBERRI 1 (ETB2, 17-jul-23): 119.000 y 24,3%
- 3 TELEBERRI 1 (ETB2, 12-jul-23): 108.000 y 22,3%



A PUNT (Valencia)

- 1 ESPORTS 1 (A PUNT, 21-jul-23): 105.000 y 8,7%
- 2 L'ORATGE 1 (A PUNT, 10-jul-23): 103.000 y 9%
- 3 DESPRES DE TU / SI VULL (A PUNT, 09-jul-23): 103.000 y 7%

GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 27,1% de cuota.

- ▶ Mediaset (24,5%), 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 (2,5%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,5%) con dos cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	27,1%	38,6 mill.	83,5%
	MEDIASET	24,5%	38,3 mill.	82,9%
	GRUPO RTVE	16,5%	37,8 mill.	81,9%
	FORTA	8,4%	27,7 mill.	60,0%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,5%	22,7 mill.	49,1%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,5%	21,7 mill.	46,9%

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 -6,3% y el número de campañas activas sube 1,7%.



*Diferencias jul-23 vs. jul-22

El spot más visto corresponde a la campaña "FUNDACION LA CAIXA" en A3, con 27 Grp's 20" ('DEPORTES', 17 julio).

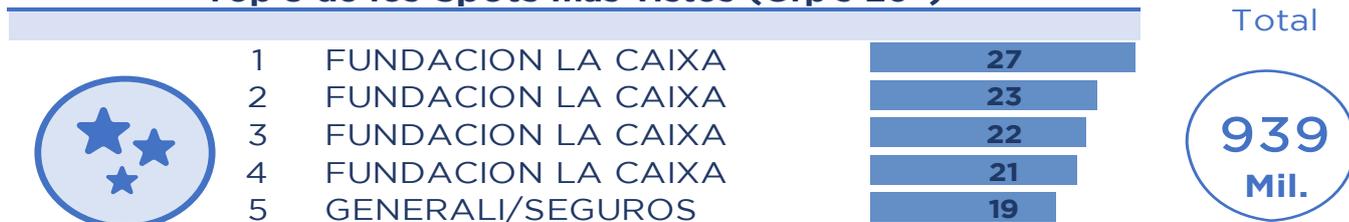
Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA/INSTACHILL" con 2.783 Grp's 20".
- **ANUNCIANTE:** "PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 4.991 Grp's 20".
- **MARCA:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 4.161 Grp's 20".
- **SECTOR:** "DISTRIBUCION Y RESTAURACION" con el 15% de la presión publicitaria.

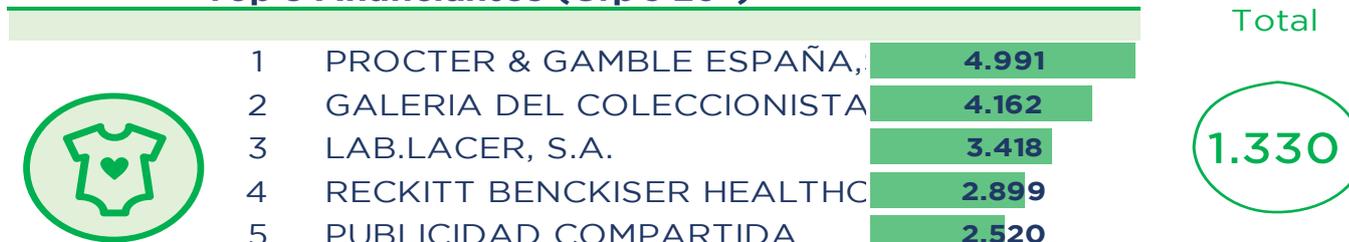
ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

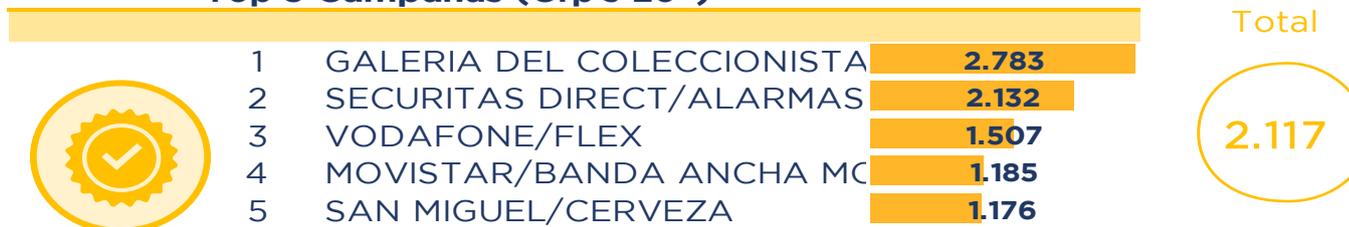
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20")



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: julio-2023

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS