

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

junio 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

43,4 Millones

Cobertura mes

94 %

PROMEDIO DIARIO

28,5 Millones

Cobertura día

61,7 %

jun-23



Cadena líder

A3

13,5%

CONSUMO TELEVISIÓN

289'
espectador/día

0' 0%

*Dif. jun-23 vs. jun-22

178'
persona/día

-4' -2%

*Dif. jun-23 vs. jun-22



RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	*Dif. jun-23 vs. jun-22	Espectadores Únicos
A3	13,5%	-0,2	34,6 mill.
T5	11,0%	-2,2	31,8 mill.
La1	9,7%	+1,3	35,3 mill.
AUT	8,7%	+0,1	28,4 mill.
LA SEXTA	6,5%	+0,2	31,7 mill.
CUATRO	5,1%	+0,1	32,3 mill.
ENERGY	3,0%	+0,4	14,7 mill.
La2	2,8%	-0,2	27,6 mill.
FDF	2,5%	-0,2	19,6 mill.
DIVINITY	2,3%	0,0	14,0 mill.
NOVA	2,3%	0,0	11,9 mill.
TRECE	2,0%	-0,2	14,7 mill.
NEOX	2,0%	+0,2	19,3 mill.
ATRESERIES	1,7%	+0,1	13,6 mill.
DMAX	1,6%	-0,1	18,2 mill.
MEGA	1,5%	+0,2	16,2 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,4%	-0,4	16,5 mill.
BEMADtv	1,4%	+0,8	14,6 mill.
DKISS	1,3%	+0,1	12,6 mill.
24H	1,1%	+0,1	16,9 mill.
BOING	0,9%	0,0	12,2 mill.
CLAN	0,9%	-0,1	13,1 mill.
GOL PLAY	0,8%	-0,1	13,0 mill.
TEN	0,8%	0,0	9,2 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,1	10,5 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	10,5 mill.
TELEDEPORTE	0,6%	0,0	14,4 mill.
AUT PRIV	0,4%	0,0	8,1 mill.
BOM Cine	0,3%	-0,1	6,1 mill.
VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,5 mill.

TIEMPO TOTAL USO TELEVISOR

(televisión tradicional+otros usos):

3:40
persona/día

+6' 3%

*Dif. jun-23 vs. jun-22

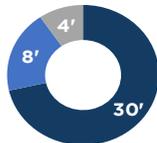
OTROS USOS TELEVISOR

41'
persona/día

+9' 28%

*Dif. jun-23 vs. jun-22

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



Temáticas Pago -> 9,5% (+0,7)

*Dif. jun-23 vs. jun-22

EMISIÓN MÁS VISTA

La1
PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA
7,3 millones y 48,4%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

7,7 millones
PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA
La1, 18-jun, 23:29h



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

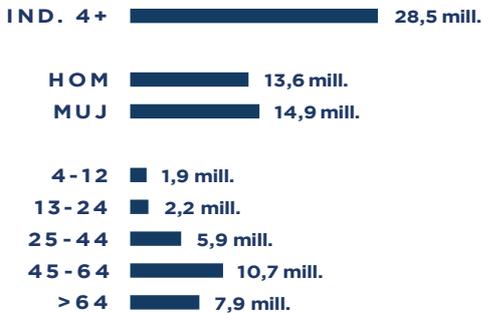
ESPECTADORES ÚNICOS

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de 43,4 millones, que representa el 94,0% de la población, que sí contacta con el medio televisivo en junio 2023.

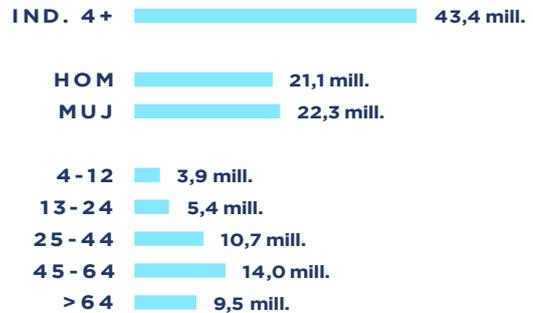
28,5 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 61,7% de la población.

Por el contrario, hay 2,8 millones de “telefóbicos”, el 6% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

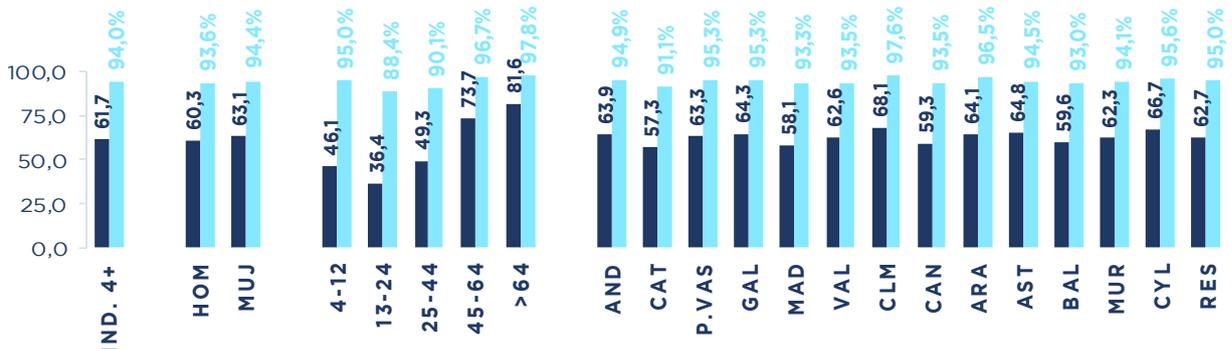
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

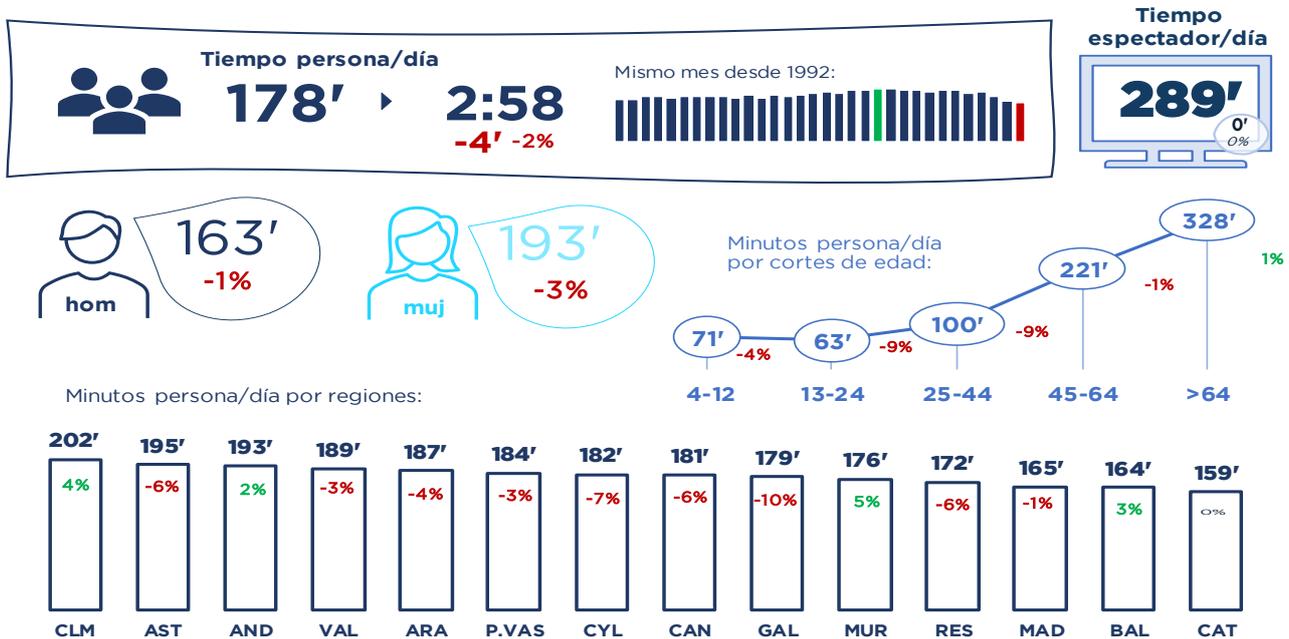


CONSUMO TV

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **289 minutos** (misma cifra que el mes de junio del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,2 millones) ha dedicado un promedio de **2 horas y 58 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone **-4' minutos (-2%)** con respecto al mes de junio 2022.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (193') y los mayores de 64 años (328') y, por regiones, Castilla La Mancha (202'), Asturias (195') y Andalucía (193').



*Diferencias jun-23 vs. jun-22

TOTAL USO TELEVISOR

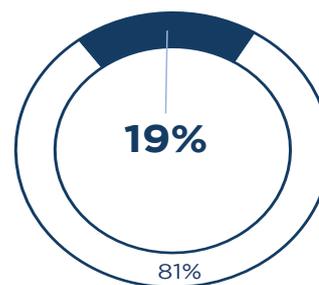
El tiempo total de uso del televisor (tradicional + otros usos) es de 3:40 por persona al día.

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. jun-23 vs. jun-22	
Total Individuos 4+	3:40	+6'	3%
Hombres	3:27	+8'	4%
Mujeres	3:52	+3'	1%
4-12	2:06	+6'	5%
13-24	1:35	-1'	-1%
25-44	2:34	0'	0%
45-64	4:26	+10'	4%
>64	5:48	+8'	2%
Andalucía	3:54	+10'	4%
Cataluña	3:26	+8'	4%
País Vasco	3:36	+3'	1%
Galicia	3:26	-12'	-6%
Madrid	3:34	+4'	2%
C. Valenciana	3:56	+8'	4%
Castilla La Mancha	3:59	+15'	7%
Canarias	3:43	-2'	-1%
Aragón	3:50	+7'	3%
Asturias	3:42	-3'	-1%
Baleares	3:18	+13'	7%
Murcia	3:42	+16'	8%
Castilla León	3:30	-3'	-1%
Resto	3:25	+3'	1%

Tiempo total uso televisor

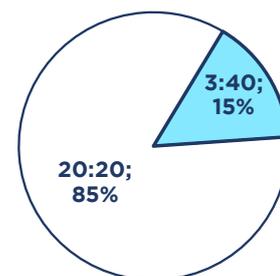
- Ver la televisión tradicional
- Otros usos televisor



En el mes de junio 2023 el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:40**, 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 junio 2022.

El 19% 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 jun-23 vs. jun-22



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

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

Videjuego y Radio TDT.

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

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 (55')**.



RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena 3 (13,5%) líder durante 20 meses consecutivos.

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 43,1 millones, el 93% de cobertura.

- ▶ T5 (11,0%) es la segunda cadena más vista de España.
- ▶ En tercera posición se sitúa La1 (9,7%), con su mejor junio de los últimos cinco años.
- ▶ En cuarto lugar, AUT (8,7%), con su mejor junio de los últimos once años.
- ▶ Seguida de LA SEXTA (6,2%), CUATRO (4,7%), ENERGY (3,1%), La2 (2,8%), FDF (2,6%) y DIVINITY (2,2%), entre las diez primeras.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (9,5%)** firman su mejor junio de la historia y se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. jun-23 vs. jun-22	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,5%	-0,2	34,6 mill.	74,8%
2	T5	11,0%	-2,2	31,8 mill.	68,7%
3	La1	9,7%	+1,3	★ 35,3 mill.	76,3%
4	AUT	8,7%	+0,1	28,4 mill.	61,5%
5	LA SEXTA	6,5%	+0,2	31,7 mill.	68,5%
6	CUATRO	5,1%	+0,1	32,3 mill.	69,8%
7	ENERGY	3,0%	+0,4	14,7 mill.	31,8%
8	La2	2,8%	-0,2	27,6 mill.	59,8%
9	FDF	2,5%	-0,2	19,6 mill.	42,4%
10	DIVINITY	2,3%	0,0	14,0 mill.	30,3%
11	NOVA	2,3%	0,0	11,9 mill.	25,8%
12	TRECE	2,0%	-0,2	14,7 mill.	31,9%
13	NEOX	2,0%	+0,2	19,3 mill.	41,8%
14	ATRESERIES	1,7%	+0,1	13,6 mill.	29,4%
15	DMAX	1,6%	-0,1	18,2 mill.	39,3%
16	MEGA	1,5%	+0,2	16,2 mill.	35,1%
17	PARAMOUNT NETWORK	1,4%	-0,4	16,5 mill.	35,7%
18	BEMADtv	1,4%	+0,8	14,6 mill.	31,6%
19	DKISS	1,3%	+0,1	12,6 mill.	27,2%
20	24H	1,1%	+0,1	16,9 mill.	36,6%
21	BOING	0,9%	0,0	12,2 mill.	26,5%
22	CLAN	0,9%	-0,1	13,1 mill.	28,4%
23	GOL PLAY	0,8%	-0,1	13,0 mill.	28,2%
24	TEN	0,8%	0,0	9,2 mill.	20,0%
25	DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,1	10,5 mill.	22,8%
26	REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	10,5 mill.	22,7%
27	TELEDEPORTE	0,6%	0,0	14,4 mill.	31,1%
28	AUT PRIV	0,4%	0,0	8,1 mill.	17,5%
29	BOM Cine	0,3%	-0,1	6,1 mill.	13,2%
30	VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,5 mill.	3,2%

LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en ambos sexos y en mayores de 45 años.**
- ▶ **Telecinco líder en los individuos de 13 a 44 años y en el target comercial.**
- ▶ **Boing líder en niños de 4 a 12 años.**

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

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

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

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

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

CADENA LÍDER DÍA A DÍA			
A3	▶	26	DÍAS
La1	▶	2	DÍAS
T5	▶	2	DÍAS

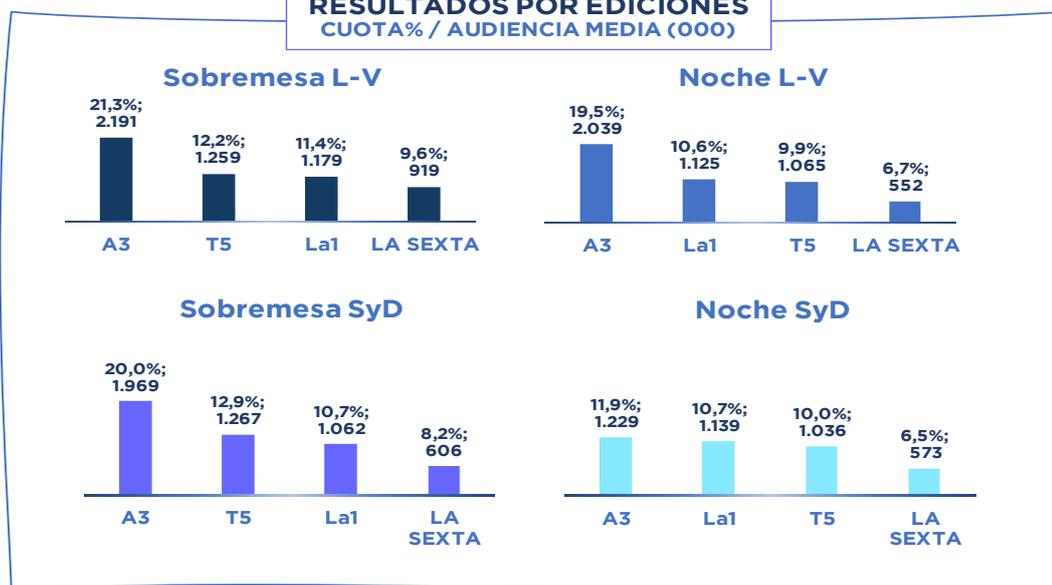
INFORMATIVOS DIARIOS

Los informativos de Antena 3 (1.958.000 de audiencia media y 19% de cuota) son los más vistos desde hace 42 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de Telecinco (1.155.000 de audiencia media y 11,1% de cuota) son la segunda opción más vista y los de La1 (1.137.000 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	60	1.958	19,0%	23,8 Mill.	52%
	T5	59	1.155	11,1%	18,5 Mill.	40%
	La1	57	1.137	10,9%	23,1 Mill.	50%
	LA SEXTA	60	674	7,9%	17,5 Mill.	38%
Lunes a Viernes	A3	44	2.115	20,4%	20,7 Mill.	45%
	T5	44	1.163	11,1%	15,7 Mill.	34%
	La1	43	1.153	11,0%	19,7 Mill.	43%
	LA SEXTA	44	711	8,1%	14,0 Mill.	30%
Sábado y Domingo	A3	16	1.600	15,9%	15,2 Mill.	33%
	T5	15	1.135	11,2%	11,0 Mill.	24%
	La1	14	1.090	10,7%	14,4 Mill.	31%
	LA SEXTA	16	591	7,3%	10,5 Mill.	23%

RESULTADOS POR EDICIONES
CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)



CADENAS AUTONÓMICAS

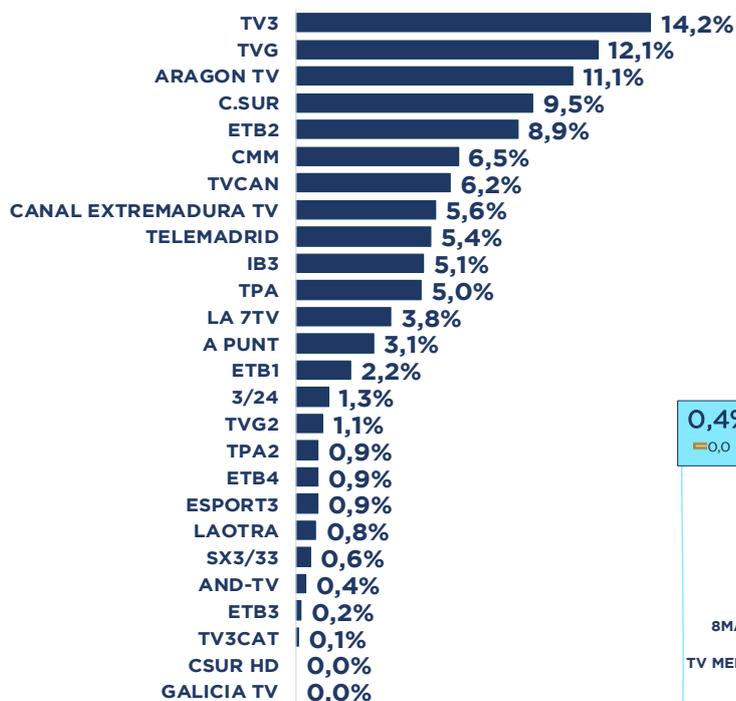
*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,7 % de cuota de pantalla, su mejor mes de junio de los últimos 11 años (2012).

El número de espectadores únicos acumulados es de 28,4 millones, el 61,5 % de cobertura.

La cadena autonómica con junior cuota es TV3 (14,2%), TVG (12,1%), ARAGON TV (11,1%), C.SUR (9,5%), ETB2 (8,9%), CMM (6,5%), TVCAN (6,2%), CANAL EXTREMADURA TV (5,6%), TELEMADRID (5,4%) y IB3 (5,1%), entre las 10 primeras.

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



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

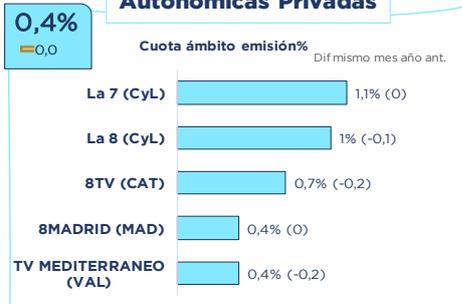
★ Aragón TV (Aragón): Mejor mes de junio desde 2013.

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

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

★ Telemadrid (Madrid): Mejor mes de junio desde 2011.

Autonómicas Privadas



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%
▶ TV3	25,3%	→	3.369	44,8%
▶ ARAGON TV	25,2%	→	678	52,9%
▶ ETB2	18,7%	→	1.003	47,3%
▶ TVG	15,1%	→	1.168	44,4%
▶ TVCAN	11,5%	→	893	40,1%
▶ C.SUR	11,0%	→	3.123	37,7%
▶ IB3	11,0%	→	346	28,6%
▶ TELEMADRID	9,9%	→	1.864	28,1%
▶ LA 7TV	9,0%	→	518	34,9%
▶ TPA	8,9%	→	318	32,4%
▶ CMM	8,7%	→	677	34,0%



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 (9,5%)
logran el mejor mes de junio de su historia.
Los espectadores únicos ascienden a 20,7 millones,
el 44,7% de cobertura poblacional.**

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

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



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

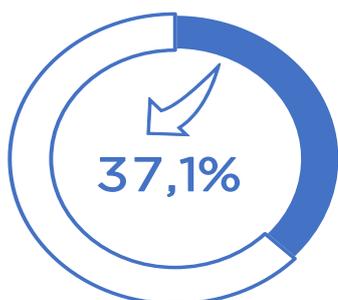
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	AMC NETWORKS INTERNATIONAL IBERIA	1,0%	8,9 Mill.	19,3%
②	MOVISTAR	0,9%	8,6 Mill.	18,7%
③	DISCOVERY NETWORKS	0,5%	6,4 Mill.	13,7%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,5%	7,0 Mill.	15,1%
⑤	TURNER	0,4%	6,0 Mill.	13,0%
⑥	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,3%	5,2 Mill.	11,3%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	5,0 Mill.	10,9%
⑧	DAZN	0,3%	4,1 Mill.	8,8%
⑨	VIACOM	0,3%	5,5 Mill.	11,8%

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

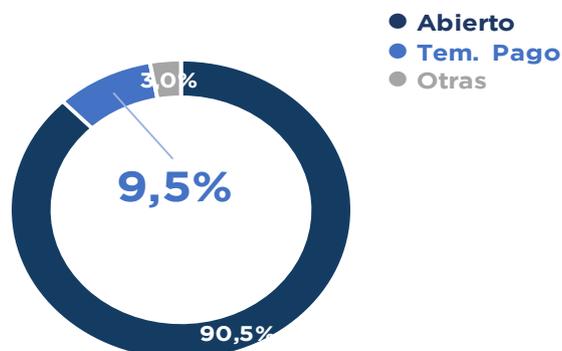
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,1%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **37,1%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **62,9%** a cadenas en abierto.

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



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a **PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA (La1): 7.261.000 y 48,4%**

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA	La1	18-jun-23	48,4%	7.261	8,1 mill.
2	PRORROGA FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA	La1	18-jun-23	41,7%	6.417	8,9 mill.
3	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA	La1	18-jun-23	37,7%	5.230	10,5 mill.
4	POST FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA	La1	18-jun-23	33,3%	4.062	8,4 mill.
5	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-ITALIA	La1	15-jun-23	30,3%	3.708	8,3 mill.
6	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / MANCHESTER CITY-INTER	La1	10-jun-23	31,6%	3.629	7,5 mill.
7	EL HORMIGUERO / ALBERTO NUÑEZ FEIJOO	A3	28-jun-23	25,9%	3.079	5,5 mill.
8	EL HORMIGUERO / PEDRO SANCHEZ	A3	27-jun-23	22,8%	2.922	6,0 mill.
9	EL HORMIGUERO / ROSALIA	A3	12-jun-23	18,7%	2.591	5,2 mill.
10	POST FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / MANCHESTER CITY-INTER	La1	10-jun-23	21,1%	2.536	4,9 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	08-jun-23	21,7%	2.514	3,9 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	05-jun-23	20,9%	2.504	3,9 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	13-jun-23	20,7%	2.438	3,9 mill.
14	EL HORMIGUERO / CHRIS HEMSWORTH	A3	07-jun-23	17,5%	2.418	5,2 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	13-jun-23	22,2%	2.368	3,4 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	07-jun-23	22,2%	2.359	3,7 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	12-jun-23	22,3%	2.357	3,3 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	05-jun-23	21,5%	2.345	3,7 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	15-jun-23	22,9%	2.336	3,4 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	07-jun-23	19,5%	2.325	3,4 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	20-jun-23	22,1%	2.320	3,4 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	19-jun-23	21,5%	2.317	3,3 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	12-jun-23	19,8%	2.301	3,6 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	06-jun-23	22,1%	2.297	3,6 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	14-jun-23	21,5%	2.291	3,6 mill.

LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / EL BUEN PATRON (La1, 11-jun-23): 1.855.000 y 14,4%
- 2 MULTICINE / AMOR EN MONACO (A3, 03-jun-23): 1.446.000 y 14,2%
- 3 LOS CLASICOS DE DISNEY COBRAN VIDA / MULAN(2020) (CUATRO, 03-jun-23): 1.437.000 y 13,1%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / ALBERTO NUÑEZ FEIJOO (A3, 28-jun-23): 3.079.000 y 25,9%
- 2 EL HORMIGUERO / PEDRO SANCHEZ (A3, 27-jun-23): 2.922.000 y 22,8%
- 3 EL HORMIGUERO / ROSALIA (A3, 12-jun-23): 2.591.000 y 18,7%



SERIES

- 1 HERMANOS (A3, 27-jun-23): 1.451.000 y 15%
- 2 4 ESTRELLAS (La1, 15-jun-23): 1.395.000 y 10,8%
- 3 HERMANOS / ¿CREES QUE EL CORAZON ES IRROMPIBLE POR NO TENER HUESOS? (A3, 05-jun-23): 1.394.000 y 13,8%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 08-jun-23): 2.514.000 y 21,7%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 05-jun-23): 2.504.000 y 20,9%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 13-jun-23): 2.438.000 y 20,7%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ROLLITOS DE CALABACIN RELLENOS DE GAMBAS (A3, 13-jun-23): 1.141.000 y 21,3%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / PATATAS RELLENAS DE SURIMI (A3, 20-jun-23): 1.064.000 y 20,7%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / TOSTA DE POLLO EN ESCABECHE (A3, 19-jun-23): 1.051.000 y 19,1%



DEPORTES

- 1 PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA (La1, 18-jun-23): 7.261.000 y 48,4%
- 2 PRORROGA FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA (La1, 18-jun-23): 6.417.000 y 41,7%
- 3 FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / CROACIA-ESPAÑA (La1, 18-jun-23): 5.230.000 y 37,7%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 27-jun-23): 388.000 y 3,9%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 27-jun-23): 381.000 y 4,4%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 27-jun-23): 325.000 y 3,1%



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / HARRY POTTER Y LAS RELIQUIAS DE LA MUERTE.PARTE 2 (CANAL HOLLYWOOD, 25-jun-23): 94.000 y 0,9%
- 2 CINE / THE GUARDIAN (CANAL HOLLYWOOD, 13-jun-23): 81.000 y 0,6%
- 3 CINE / EL JOVENCITO FRANKENSTEIN (TCM, 11-jun-23): 81.000 y 0,6%



ENTRETENIMIENTO

- 1 MAYDAY:CATASTROFES AEREAS / TERROR SOBRE EGIPTO (NATIONAL GEOGRAPHIC, 07-jun-23): 42.000 y 0,4%
- 2 SHOWRIANO (#0 por M+, 14-jun-23): 42.000 y 0,3%
- 3 ¿QUIEN DA MAS? / CONFIAMOS EN DUSTY (AMC BREAK, 25-jun-23): 40.000 y 0,8%



SERIES

- 1 9-1-1 (FOX, 12-jun-23): 87.000 y 0,6%
- 2 9-1-1 (FOX, 26-jun-23): 80.000 y 0,7%
- 3 INSPECTORA MARLEAU / FOLLIE'S (CALLE 13, 11-jun-23): 80.000 y 0,6%



INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.ALEMANIA (DAZN 1, 18-jun-23): 38.000 y 0,4%
- 2 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (#0 por M+, 26-jun-23): 26.000 y 0,2%
- 3 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.PAISES BAJOS (DAZN 1, 25-jun-23): 14.000 y 0,2%



CULTURALES

- 1 ALIENIGENAS / EL CODIGO DE LOS AGROGLIFOS (CANAL HISTORIA, 03-jun-23): 39.000 y 0,4%
- 2 ALIENIGENAS / ENCUENTROS CERCANOS (CANAL HISTORIA, 03-jun-23): 37.000 y 0,6%
- 3 GRANDES MISTERIOS DE LA HISTORIA / EL ARCA DE LA ALIANZA (CANAL HISTORIA, 15-jun-23): 35.000 y 0,4%



DEPORTES

- 1 FORMULA 1 / G.P.CANADA (DAZN F1, 18-jun-23): 707.000 y 6%
- 2 TENIS:ROLAND GARROS / C.ALCARAZ-N.DJOKOVIC (EUROSPORT, 09-jun-23): 693.000 y 6,9%
- 3 FORMULA 1 / G.P.ESPAÑA (DAZN F1, 04-jun-23): 623.000 y 5,8%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 25-jun-23): 61.000 y 0,7%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 29-jun-23): 60.000 y 0,7%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 05-jun-23): 56.000 y 0,5%



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, 30-jun-23): 349.000 y 17,3%
- 2 LA TARDE:ARRANCAMOS (C.SUR, 20-jun-23): 340.000 y 14,1%
- 3 LA TARDE,AQUI Y AHORA (C.SUR, 29-jun-23): 333.000 y 14,8%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 20-jun-23): 112.000 y 42,3%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 01-jun-23): 105.000 y 37,7%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 08-jun-23): 104.000 y 38,7%



TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 19-jun-23): 44.000 y 11,9%
- 2 EL PICU (TPA, 09-jun-23): 37.000 y 12,8%
- 3 EL PICU (TPA, 08-jun-23): 36.000 y 10,8%



IB3 (Balears)

- 1 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 26-jun-23): 52.000 y 22,8%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 28-jun-23): 52.000 y 21,1%
- 3 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 17-jun-23): 44.000 y 21,9%



TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS 2 (TVCAN, 06-jun-23): 93.000 y 18,2%
- 2 TELENOTICIAS (TVCAN, 16-jun-23): 82.000 y 21,7%
- 3 DEPORTES TN2 (TVCAN, 06-jun-23): 80.000 y 13,3%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 08-jun-23): 97.000 y 17,8%
- 2 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA FIN DE SEMANA 2 (CMM, 03-jun-23): 76.000 y 17,6%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 23-jun-23): 72.000 y 15%



TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 13-jun-23): 612.000 y 28,8%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 05-jun-23): 561.000 y 27,7%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 12-jun-23): 561.000 y 28,1%



TVG (Galicia)

- 1 TELEXORNAL 1 (TVG, 06-jun-23): 155.000 y 25,6%
- 2 ATRAPAME SE PODES (TVG, 06-jun-23): 143.000 y 17%
- 3 VAIA TROULA / PANORAMA A ORQUESTRA QUE ENCHE ESTADIOS (TVG, 07-jun-23): 139.000 y 18,5%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 05-jun-23): 172.000 y 18,4%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 26-jun-23): 171.000 y 15,9%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 08-jun-23): 159.000 y 16,3%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 15-jun-23): 50.000 y 17,5%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 14-jun-23): 49.000 y 16,2%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 12-jun-23): 45.000 y 16,2%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 19-jun-23): 138.000 y 22,6%
- 2 KIROLAK 1 (ETB2, 25-jun-23): 121.000 y 25,4%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 21-jun-23): 115.000 y 19,8%



A PUNT (Valencia)

- 1 PRORROGA FUTBOL:LLIGA ESPANYOLA 1RFEF / ELDENSE-RMADRID CASTILLA (A PUNT, 25-jun-23): 148.000 y 8,8%
- 2 L'ORATGE 1 (A PUNT, 02-jun-23): 136.000 y 10,6%
- 3 FUTBOL:LLIGA ESPANYOLA 1RFEF / ALCORCON-CASTELLON (A PUNT, 24-jun-23): 128.000 y 12,5%



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking de grupos editoriales con el 27,5% de cuota.

- ▶ Mediaset (26,1%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ Grupo Rtve (15,1%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,4%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,4%) con tres cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	27,5%	39,2 mill.	84,8%
	MEDIASET	26,1%	38,9 mill.	84,1%
	GRUPO RTVE	15,1%	38,4 mill.	83,2%
	FORTA	8,6%	27,8 mill.	60,1%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,4%	22,6 mill.	48,8%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,4%	23,0 mill.	49,7%

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 un -12,5% y el número de campañas activas un -4,6%.



*Diferencias jun-23 vs. jun-22

El spot más visto corresponde a la campaña “GENERALI/SEGUROS” en A3, con 25 Grp's 20” ('ANTENA 3 PRESENTA', 28 junio).

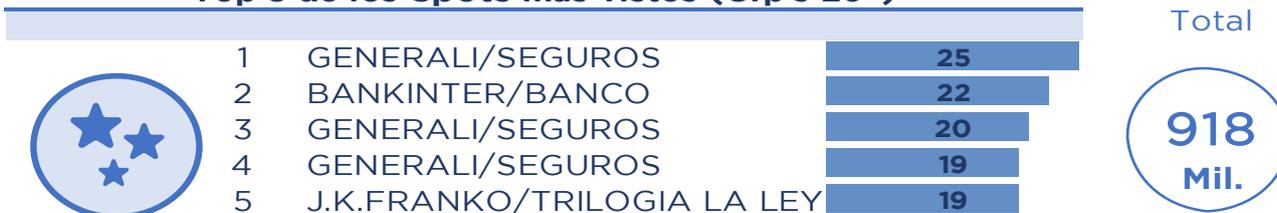
Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** “SECURITAS DIRECT/ALARMAS” con 1.763 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 4.257 Grp's 20”.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 4.146 Grp's 20”.
- **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 17% de la presión publicitaria.

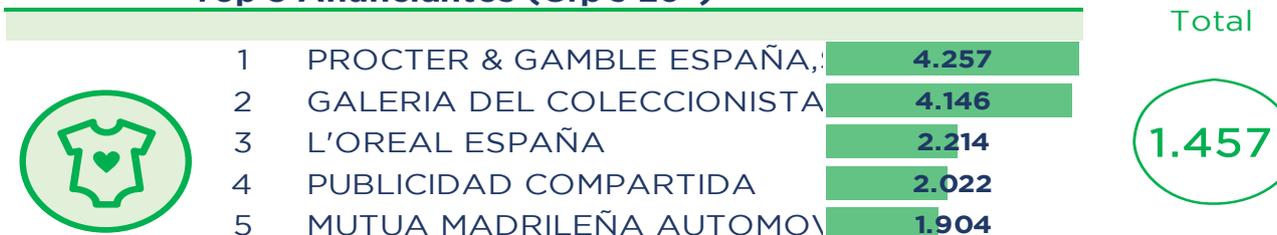
ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

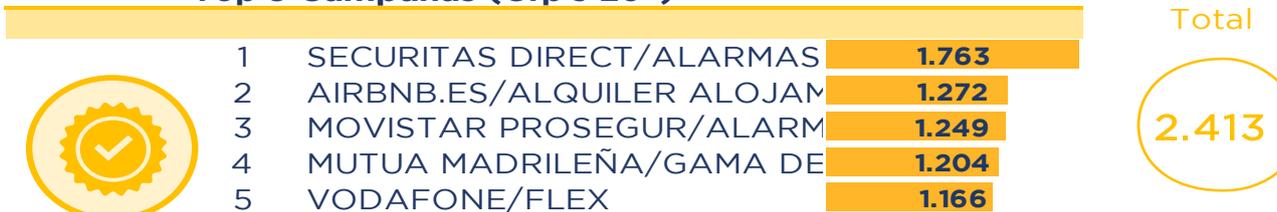
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



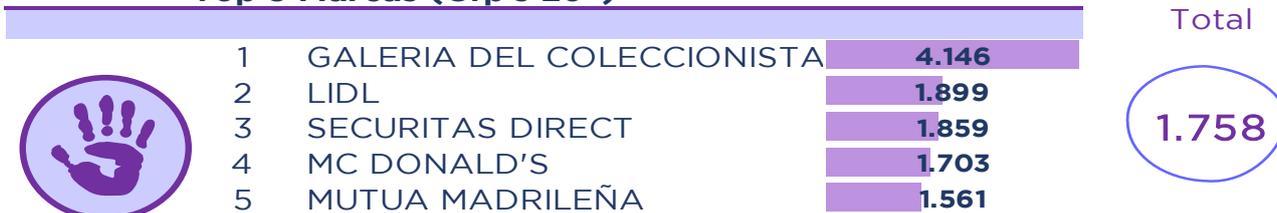
Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



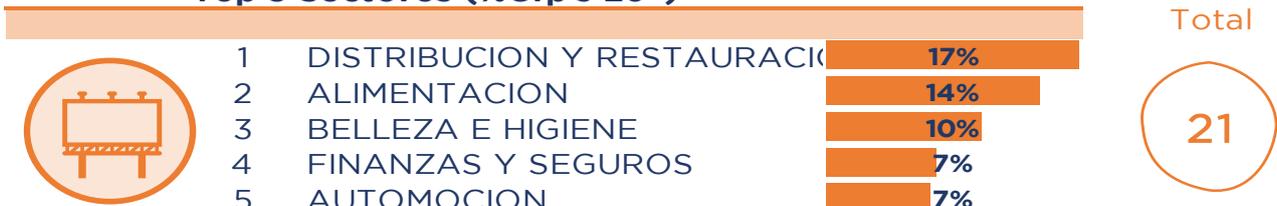
Top 5 Campañas (Grp's 20'')



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 junio 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: junio-2023

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS