

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

Junio 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 43,7 millones (el 92,9 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 26,8 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 57 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor es de 209 minutos por persona al día (-7', -3 % vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 325 minutos (-4', -1,2%).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL es de 276 minutos por espectador al día (-7', -2 % vs año anterior) y de 158 minutos por persona al día (-10', -6 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 51 minutos por persona al día (+ 3', 6 % vs año anterior). Por espectador al día el promedio es de 179 minutos (6', 0,2%).
- **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 3,2 millones de espectadores.
- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:** Atresmedia es el grupo líder con el 26,7 % de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 25,4 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 16,5 %.

- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 13,1 % de cuota de pantalla, vuelve a liderar el mes. Le siguen La1, 10,7 % y T5, 10,2 %, entre las tres primeras.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 14 % , seguida de ARAGON TV con el 11,6 % y C.SUR con el 9,2 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago firman el 10,8 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: EUROSPORT (0,5 %), MOVISTAR PLUS+ (0,3 %) y WARNER TV (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA (La1, 08-jun-25) con 9 millones y 60,7% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE (La1, 08-jun, 22:48h) con una audiencia de 9,6 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 5 años y 6 meses de forma ininterrumpida con 1.831.000 de audiencia media y 19,8% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.547 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -6,8 % y el número de campañas activas un -1,7 %.

Visión Global

CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

276'
espectador/día

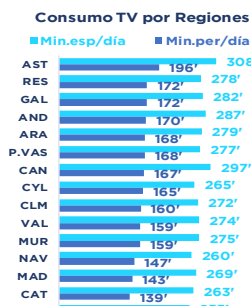
-7' -2%

*Dif. jun-25 vs. jun-24

158'
persona/día

-10' -6%

*Dif. jun-25 vs. jun-24



jun-25



Cadena líder

A3

13,1%

RÁNKING CADENAS

	Cuota	*Dif. jun-25 vs. jun-24	Espectadores Únicos
A3	13,1%	+0,7	32,5 mill.
La1	10,7%	-2,0	34,7 mill.
T5	10,2%	+0,2	31,4 mill.
AUT	8,2%	+0,5	27,0 mill.
LA SEXTA	6,7%	+0,5	29,4 mill.
CUATRO	6,0%	+0,9	30,3 mill.
La2	3,2%	+0,4	25,7 mill.
ENERGY	2,6%	+0,3	13,3 mill.
FDF	2,5%	0,0	17,2 mill.
ATRESERIES	1,9%	-0,3	12,3 mill.
NOVA	1,9%	-0,2	10,9 mill.
TRECE	1,8%	-0,1	13,7 mill.
DMAX	1,8%	0,0	17,4 mill.
BEMADtv	1,8%	+0,1	15,8 mill.
NEOX	1,7%	-0,1	17,8 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,4%	-0,1	15,1 mill.
DIVINITY	1,4%	-0,5	13,3 mill.
MEGA	1,4%	-0,1	14,9 mill.
DKISS	1,2%	-0,2	11,1 mill.
24H	1,2%	+0,2	15,2 mill.
BOING	0,9%	0,0	11,2 mill.
SQUIRREL	0,9%	-	12,1 mill.
CLAN	0,9%	+0,2	11,2 mill.
TEN	0,9%	-0,5	10,0 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	-0,1	10,2 mill.
TELEDEPORTE	0,5%	-0,2	11,9 mill.
BOM Cine	0,3%	-0,1	5,6 mill.
AUT PRIV	0,3%	+0,1	4,8 mill.
VEO 7	0,2%	-	6,6 mill.

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

43,7 Millones

Cobertura

92,9 %

PROMEDIO DIARIO

26,8 Millones

Cobertura

57,0 %

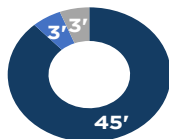
OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

51'
persona/día

+3' 6%

*Dif. jun-25 vs. jun-24

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



Temáticas Pago -> 10,8%

*Dif. jun-25 vs. jun-24

CONSUMO TOTAL TELEVISOR

(televisión tradicional+otros consumos audiovisuales):

209'
persona/día

-7' -3%

*Dif. jun-25 vs. jun-24

325'
espectador/día

-4' -1,2%

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE /
PORTUGAL-ESPAÑA, 08-jun-25
9 millones y 60,7%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

9,6 millones

FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE
La1, 08-jun, 22:48h



BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes de junio 2025 alcanzan la cifra de 43,7 millones, que representa el 92,9% de la población, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

26,8 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 57,0% de la población.

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

ESPECTADORES ÚNICOS (millones)

DIARIOS

IND. 4+ 26,8 mill.

HOM 12,9 mill.
MUJ 13,9 mill.

4-12 1,6 mill.
13-24 2,1 mill.
25-44 5,3 mill.
45-64 10,0 mill.
65-74 4,0 mill.
75+ 3,9 mill.

ESPECTADORES ÚNICOS (millones)

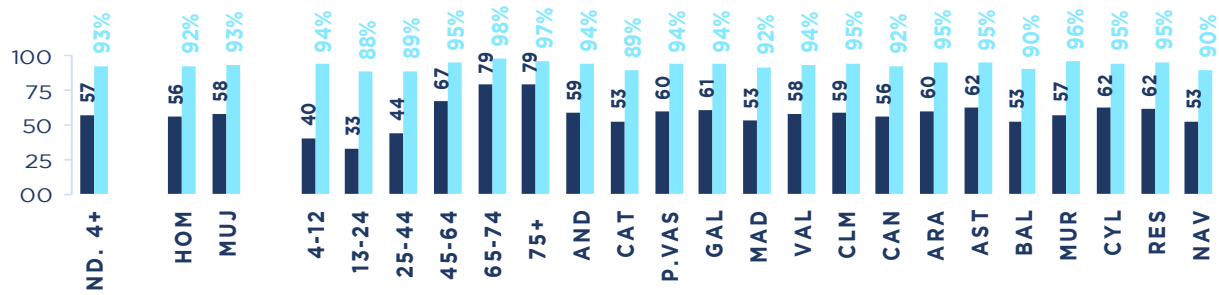
EN EL MES

IND. 4+ 43,7 mill.

HOM 21,3 mill.
MUJ 22,4 mill.

4-12 3,7 mill.
13-24 5,6 mill.
25-44 10,7 mill.
45-64 14,1 mill.
65-74 4,9 mill.
75+ 4,7 mill.

COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN

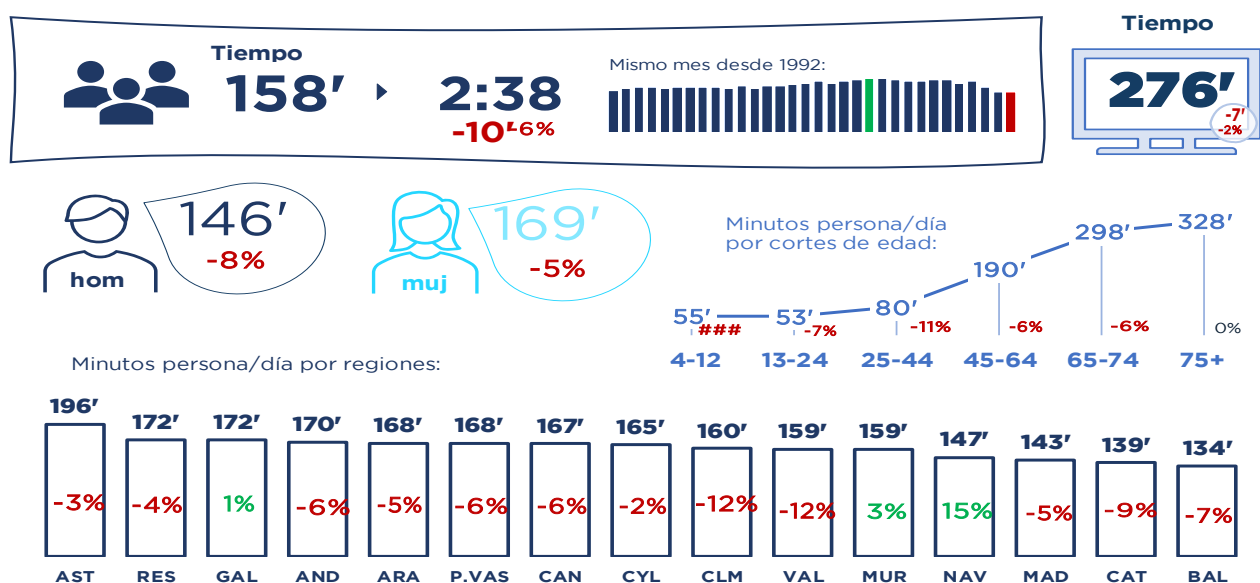


CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **276 minutos** (-7' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 47,1 millones) ha dedicado un promedio de **158 minutos** (2 horas y 38 minutos) al día a ver la Televisión Tradicional este mes, lo que supone **-10' (-6%)** con respecto al mes de junio-24.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (169') y los juniors de 64 años (298') y, por regiones, Asturias (196'), Resto (172') y Galicia (172').



*Diferencias jun-25 vs. jun-24

CONSUMO HÍBRIDO

(OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES)

El promedio del consumo híbrido (“Otros Consumos Audiovisuales”) es de 51 minutos por persona al día, +3' (6%) que en junio-24.

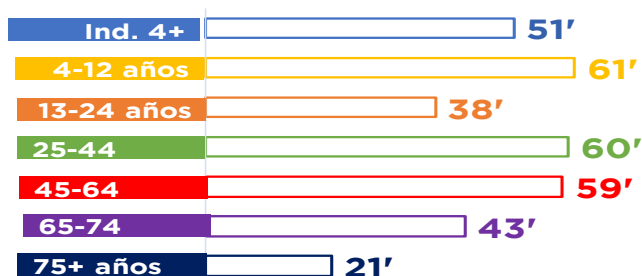
El 24% del total uso del televisor es para “Otros consumos audiovisuales” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Plataformas de streaming, de vídeo, Contenidos grabados, Juegos, Radio...

La audiencia exclusiva de esta modalidad, es decir, el número de personas que usa diariamente el televisor para otra actividad diferente a ver la televisión Lineal-Tradicional es de espectadores es de 3.228.000.



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

Tiempo promedio consumo “Otros consumos”



CONSUMO TOTAL TELEVISOR

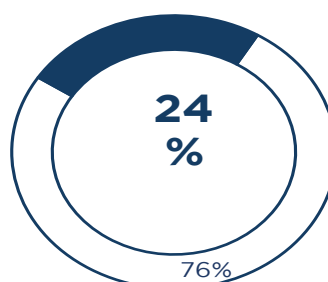
**El tiempo total de uso del televisor
(Tradicional + otros consumos)
es de 209' por persona al día
y de 325' por espectador al día**

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET		TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. jun-25 vs. jun-24
Ind. 4+ (inv)	👉	209'	-7' -3%
HOM	👉	199'	-7' -3%
MUJ	👉	219'	-6' -3%
4-12	👉	116'	-8' -6%
13-24	👉	91'	-2' -2%
25-44	👉	140'	-11' -7%
45-64	👉	248'	-8' -3%
65-74	👉	341'	-6' -2%
75+	👉	349'	+1' 0%
ANDALUCIA	👉	221'	-4' -2%
CATALUÑA	👉	198'	-10' -5%
PAÍS VASCO	👉	206'	-6' -3%
GALICIA	👉	204'	-1' 0%
MADRID	👉	200'	-9' -4%
C. VALENCIANA	👉	214'	-18' -8%
CASTILLA LA MAN	👉	204'	-27' -12%
CANARIAS	👉	224'	-6' -3%
ARAGÓN	👉	214'	-7' -3%
ASTURIAS	👉	232'	-1' 0%
BALEARES	👉	189'	0' 0%
MURCIA	👉	209'	+6' 3%
CASTILLA LEÓN	👉	206'	-2' -1%
RESTO	👉	223'	+7' 3%
NAVARRA	👉	183'	+19' 12%
T.COMERCIAL	👉	161'	-7' -4%

Tiempo total uso televisor

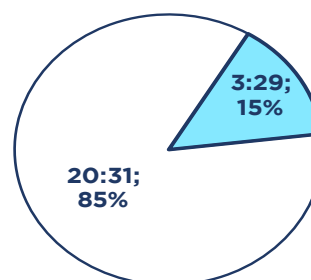
- ☐ Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:29**, 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



RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena3, 13,1%, cadena líder en el mes

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 43,2 millones, el 92% de cobertura.

- ▶ La cadena más vista es Antena 3 con el 13,1%.
- ▶ La1 (10,7%) mantiene la segunda posición y Telecinco (10,2%) se sitúa tercer lugar.
- ▶ En cuarto puesto, AUTONÓMICAS (8,2%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (6,7%) y CUATRO (6%) en sexto lugar.
- ▶ Les siguen La2 (3,2%), ENERGY (2,6%), FDF (2,5%) y ATRESERIES (1,9%), para completar la tabla de las diez primeras.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,8%)**, se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK			Cuota	*Dif. jun-25 vs. jun-24	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3		13,1%	+0,7	32,5 mill.	69,0%
2	La1		10,7%	-2,0	★34,7 mill.	73,7%
3	T5		10,2%	+0,2	31,4 mill.	66,6%
4	AUT		8,2%	+0,5	27,0 mill.	57,3%
5	LA SEXTA		6,7%	+0,5	29,4 mill.	62,6%
6	CUATRO		6,0%	+0,9	30,3 mill.	64,3%
7	La2		3,2%	+0,4	25,7 mill.	54,6%
8	ENERGY		2,6%	+0,3	13,3 mill.	28,2%
9	FDF		2,5%	0,0	17,2 mill.	36,5%
10	ATRESERIES		1,9%	-0,3	12,3 mill.	26,1%
11	NOVA		1,9%	-0,2	10,9 mill.	23,2%
12	TRECE		1,8%	-0,1	13,7 mill.	29,0%
13	DMAX		1,8%	0,0	17,4 mill.	36,9%
14	BEMADtv		1,8%	+0,1	15,8 mill.	33,5%
15	NEOX		1,7%	-0,1	17,8 mill.	37,8%
16	PARAMOUNT NETWORK		1,4%	-0,1	15,1 mill.	32,1%
17	DIVINITY		1,4%	-0,5	13,3 mill.	28,3%
18	MEGA		1,4%	-0,1	14,9 mill.	31,6%
19	DKISS		1,2%	-0,2	11,1 mill.	23,6%
20	24H		1,2%	+0,2	15,2 mill.	32,4%
21	BOING		0,9%	0,0	11,2 mill.	23,8%
22	SQUIRREL		0,9%	-	12,1 mill.	25,7%
23	CLAN		0,9%	+0,2	11,2 mill.	23,9%
24	TEN		0,9%	-0,5	10,0 mill.	21,3%
25	REAL MADRID HD		0,6%	-0,1	10,2 mill.	21,7%
26	TELEDEPORTE		0,5%	-0,2	11,9 mill.	25,2%
27	BOM Cine		0,3%	-0,1	5,6 mill.	11,9%
28	AUT PRIV		0,3%	+0,1	4,8 mill.	10,3%
29	VEO 7		0,2%	-	6,6 mill.	14,1%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena3 líder en mujeres y en mayores de 45 años.**
- ▶ **La1 lidera en hombres, en los grupos de 13 a 44 años y en el “Target Comercial”.**
- ▶ **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, Telecinco la más vista en el “Late-night” y Energy en la madrugada.

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



INFORMATIVOS DIARIOS

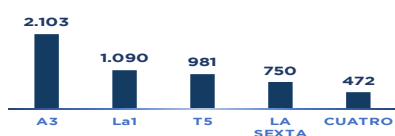
**Los informativos de Antena 3
(1.831.000 de audiencia media y 19,8% de cuota)
son los más vistos desde hace 5 años y 6 meses consecutivos,**
en el promedio de la audiencia media
de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.018.000 de audiencia media y 11% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (833.000 de audiencia media y 9,3% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	1.831	19,8%	22,4 Mill.	48%
	La1	54	1.018	11,0%	20,1 Mill.	43%
	T5	59	833	9,3%	16,6 Mill.	35%
	LA SEXTA	61	641	8,4%	17,0 Mill.	36%
	CUATRO	59	452	6,1%	17,2 Mill.	37%
Lunes a Viernes	A3	42	1.993	21,3%	18,9 Mill.	40%
	La1	38	1.035	11,2%	16,0 Mill.	34%
	T5	42	845	9,4%	13,4 Mill.	29%
	LA SEXTA	43	670	8,7%	13,3 Mill.	28%
	CUATRO	41	425	5,8%	12,4 Mill.	26%
Sábado y Domingo	A3	18	1.502	16,6%	14,8 Mill.	31%
	La1	16	978	10,7%	12,8 Mill.	27%
	T5	17	806	9,1%	10,0 Mill.	21%
	LA SEXTA	18	582	7,7%	11,0 Mill.	23%
	CUATRO	18	514	6,9%	11,2 Mill.	24%

RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)

Sobremesa L-V



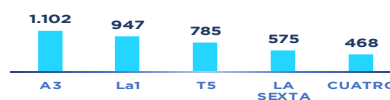
Noche L-V



Sobremesa SyD



Noche SyD



CADENAS AUTONÓMICAS

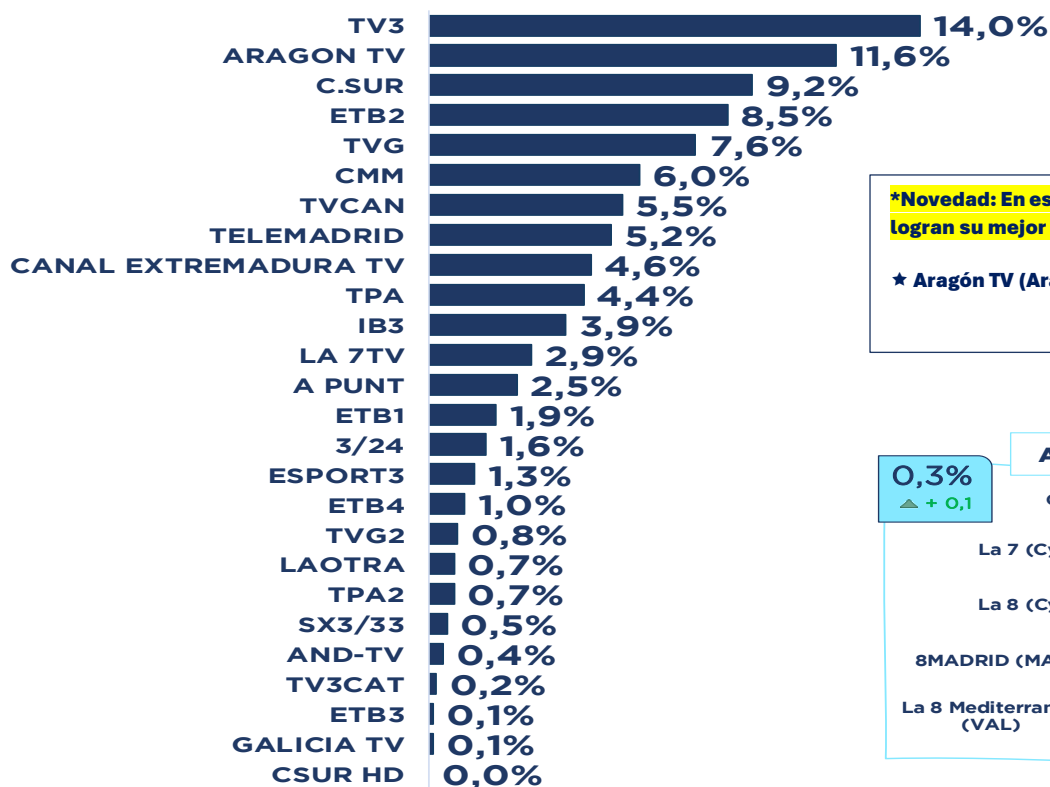
*Desde Febrero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,2 % de cuota de pantalla.

El número de espectadores únicos acumulados es de 27,0 millones, el 57,3 % de cobertura.

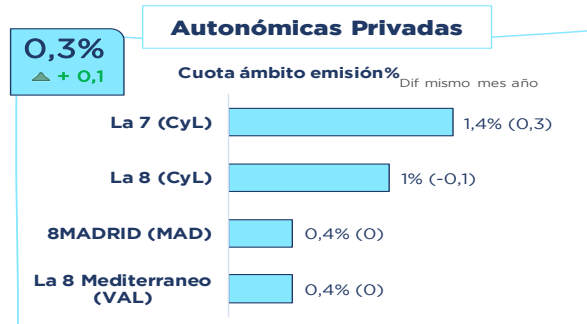
La cadena autonómica con junior cuota este mes es TV3 (14%), ARAGON TV (11,6%), C.SUR (9,2%), ETB2 (8,5%), TVG (7,6%), CMM (6%), TVCAN (5,5%), TELEMADRID (5,2%), CANAL EXTREMADURA TV (4,6%) y TPA (4,4%), entre las 10 primeras.

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



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

★ Aragón TV (Aragón): Mejor mes de junio de su historia.



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	9,2% →	5,1 Mill.	61,4%
AND-TV	0,4% →	2,5 Mill.	30,3%



Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	11,6% →	0,9 Mill.	66,0%



Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	4,4% →	0,5 Mill.	55,0%
TPA2	0,7% →	0,3 Mill.	34,5%



Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	3,9% →	0,5 Mill.	39,5%



Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	5,5% →	1,2 Mill.	56,7%



Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	6,0% →	1,1 Mill.	52,6%



Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	14,0% →	4,0 Mill.	51,8%
SX3/33	0,5% →	2,0 Mill.	25,3%
3/24	1,6% →	2,8 Mill.	35,6%
ESPORT3	1,3% →	1,9 Mill.	24,4%
TV3CAT	0,2% →	0,4 Mill.	4,7%



Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	4,6% →	0,6 Mill.	62,0%



Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	7,6% →	1,6 Mill.	60,8%
TVG2	0,8% →	1,2 Mill.	43,9%
GAL. TV	0,1% →	0,1 Mill.	2,5%



Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	2,9% →	0,7 Mill.	46,7%



Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	5,2% →	3,3 Mill.	48,0%
LAOTRA	0,7% →	2,3 Mill.	33,3%



Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	2,5% →	2,2 Mill.	42,8%



País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	1,9% →	0,9 Mill.	43,4%
ETB2	8,5% →	1,4 Mill.	63,2%
ETB3	0,1% →	0,3 Mill.	14,6%
ETB4	1,0% →	0,6 Mill.	29,5%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	22,5%	→	3.108	39,9%
▶ ARAGON TV	22,2%	→	597	45,9%
▶ ETB2	19,6%	→	961	44,5%
▶ TVG	11,5%	→	973	37,0%
▶ C.SUR	10,1%	→	3.028	36,3%
▶ CMM	10,0%	→	565	27,7%
▶ TELEMADRID	9,6%	→	1.682	24,6%
▶ TVCAN	8,8%	→	772	35,3%
▶ TPA	7,3%	→	290	29,5%
▶ IB3	7,1%	→	295	24,6%
▶ A PUNT	4,4%	→	1.260	24,2%
▶ LA 7TV	4,4%	→	345	22,7%



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

Temáticas de Pago que firman el 10,8% de cuota de pantalla.

Los espectadores únicos ascienden a 19,5 millones, el 41,3% de cobertura poblacional.

El ránking de cadenas de este grupo de cadenas está conformado por EUROSPORT (0,5%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), WARNER TV (0,3%), STAR CHANNEL (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), AXN (0,2%), CALLE 13 (0,2%), SYFY (0,2%), VAMOS por M+ (0,1%) y AXN MOVIES (0,1%).

Rnk	TEMATICAS PAGO	Cuota	Dif y/y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,8%	+0,8	19,5 mill.	41,3%
1	EUROSPORT	0,5%	+0,1	4,5 mill.	9,6%
2	MOVISTAR PLUS+	0,3%	+0,1	3,7 mill.	8,0%
3	WARNER TV	0,3%	+0,1	3,8 mill.	8,2%
4	STAR CHANNEL	0,2%	0,0	3,9 mill.	8,4%
5	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	2,6 mill.	5,4%
6	AXN	0,2%	0,0	3,0 mill.	6,3%
7	CALLE 13	0,2%	+0,1	3,2 mill.	6,9%
8	SYFY	0,2%	+0,1	2,8 mill.	6,0%
9	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,6 mill.	7,7%
10	AXN MOVIES	0,1%	0,0	3,3 mill.	6,9%
11	DAZN F1	0,1%	-0,1	1,9 mill.	4,0%
12	COMEDY CENTRAL	0,1%	0,0	3,8 mill.	8,0%
13	SOMOS	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,6%
14	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,8%
15	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,2%
16	AMC	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,4%
17	CANAL HISTORIA	0,1%	-0,1	1,5 mill.	3,2%
18	TCM	0,1%	0,0	3,4 mill.	7,1%
19	AMC CRIME	0,1%	0,0	0,8 mill.	1,7%
20	DAZN 1	0,1%	0,0	1,3 mill.	2,7%
21	COSMO	0,1%	0,0	3,3 mill.	7,0%
22	ODISEA	0,1%	+0,1	1,6 mill.	3,4%
23	EUROSPORT 2	0,1%	+0,1	2,2 mill.	4,7%
24	NGC WILD	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,7%
25	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,6%



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

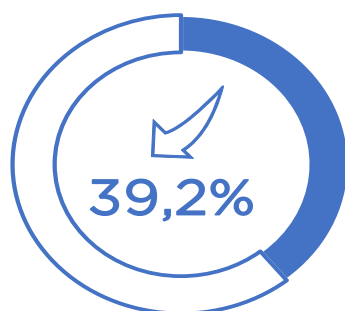
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,0%	7,5 Mill.	15,9%
②	WARNER BROS DISCOVERY	1,0%	8,5 Mill.	18,2%
③	THE WALT DISNEY COMPANY	0,5%	6,2 Mill.	13,2%
④	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,3 Mill.	9,1%
⑤	SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA S.	0,3%	4,3 Mill.	9,1%
⑥	DAZN	0,2%	3,1 Mill.	6,6%
⑦	PARAMOUNT	0,2%	4,9 Mill.	10,4%
⑧	HEARST CORPORATION INC	0,1%	3,3 Mill.	7,0%
⑨	LA LIGA	0,1%	1,3 Mill.	2,8%
⑩	MEDIAPRO	0,0%	1,2 Mill.	2,5%

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

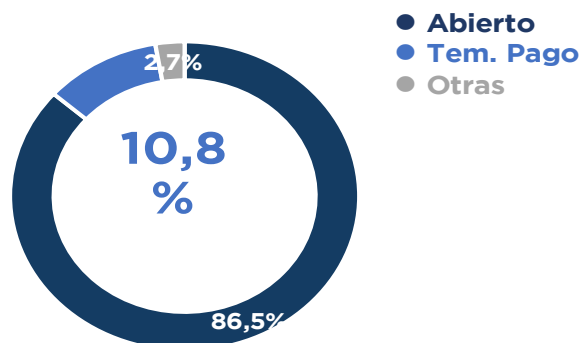
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **29,8%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **39,2%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **60,8%** 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
**PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE /
 PORTUGAL-ESPAÑA (La1, 08-jun-25): 9.032.000 y 60,7%**

*(sin tener en cuenta las emisiones en simulcast)

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA	La1	08-jun-25	60,7%	9.032	9,7 mill.
2	PRORROGA FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA	La1	08-jun-25	58,2%	8.959	11,2 mill.
3	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA	La1	08-jun-25	54,1%	8.024	13,4 mill.
4	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-FRANCIA	La1	05-jun-25	43,4%	5.758	10,6 mill.
5	POST FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-FRANCIA	La1	05-jun-25	31,5%	4.294	7,3 mill.
6	FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES / R.MADRID-AL HILAL	T5	18-jun-25	27,4%	3.228	7,0 mill.
7	FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES / R.MADRID-PACHUCA	T5	22-jun-25	27,1%	2.998	7,0 mill.
8	POST FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA	La1	08-jun-25	27,6%	2.800	9,5 mill.
9	FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES / PARIS ST.GERMAIN-AT.MADRID	T5	15-jun-25	22,8%	2.668	7,2 mill.
10	EL HORMIGUERO / MELODY	A3	04-jun-25	19,9%	2.443	5,4 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	12-jun-25	23,9%	2.322	3,4 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	12-jun-25	24,9%	2.302	3,4 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	30-jun-25	23,3%	2.276	3,4 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	13-jun-25	25,0%	2.255	3,3 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	16-jun-25	22,0%	2.224	3,5 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	16-jun-25	23,0%	2.203	3,2 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	25-jun-25	24,1%	2.200	3,1 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	18-jun-25	23,2%	2.193	3,1 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	30-jun-25	22,6%	2.178	3,3 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	26-jun-25	24,2%	2.149	3,2 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	19-jun-25	22,2%	2.142	3,2 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	23-jun-25	22,9%	2.140	3,1 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	20-jun-25	23,5%	2.124	3,0 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	15-jun-25	23,0%	2.124	3,2 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	04-jun-25	23,6%	2.121	3,0 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 LA PELICULA DE LA SEMANA: TODO AL ROSA / BARBIE (La1, 01-jun-25): 1.220.000 y 11%
- 2 SESION DE TARDE / UN DON EXCEPCIONAL (La1, 29-jun-25): 1.187.000 y 13,6%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / PEQUEÑOS DETALLES (La1, 29-jun-25): 1.159.000 y 12,2%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / MELODY (A3, 04-jun-25): 2.443.000 y 19,9%
- 2 EL HORMIGUERO / ROBERTO LEAL (A3, 10-jun-25): 2.052.000 y 16,8%
- 3 EL HORMIGUERO / PACO LEON (A3, 16-jun-25): 2.041.000 y 17%



SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 10-jun-25): 1.316.000 y 14,5%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 30-jun-25): 1.267.000 y 13,5%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 02-jun-25): 1.255.000 y 13,9%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 12-jun-25): 2.322.000 y 23,9%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 12-jun-25): 2.302.000 y 24,9%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 30-jun-25): 2.276.000 y 23,3%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / BOCADOS DE ANCHOA Y FRESA (A3, 16-jun-25): 951.000 y 18,5%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ENSALADA DE JUDIAS VERDES CON PATATA NUEVA (A3, 17-jun-25): 931.000 y 18,3%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / MARMITAKO PICANTITO DE BONITO (A3, 25-jun-25): 931.000 y 19,3%



DEPORTES

- 1 PENALTIS FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA (La1, 08-jun-25): 9.032.000 y 60,7%
- 2 PRORROGA FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA (La1, 08-jun-25): 8.959.000 y 58,2%
- 3 FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA (La1, 08-jun-25): 8.024.000 y 54,1%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 19-jun-25): 334.000 y 3,8%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 19-jun-25): 326.000 y 3,6%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 19-jun-25): 287.000 y 3,6%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1ªs AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 LA TARDE,AQUI Y AHORA (C.SUR, 23-jun-25): 315.000 y 16,7%
- 2 PREVIO TOROS / DESDE GRANADA (C.SUR, 21-jun-25): 289.000 y 18,9%
- 3 LA TARDE,AQUI Y AHORA (C.SUR, 02-jun-25): 282.000 y 15,1%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 09-jun-25): 86.000 y 33,6%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 05-jun-25): 82.000 y 35,9%
- 3 EL TIEMPO (ARAGON TV, 23-jun-25): 81.000 y 26,5%



TPA (Asturias)

- 1 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 01-jun-25): 35.000 y 14,4%
- 2 EL PICU (TPA, 12-jun-25): 28.000 y 9,8%
- 3 CINE / NOCHE SALVAJE (TPA, 03-jun-25): 27.000 y 13,1%



IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 03-jun-25): 37.000 y 18,4%
- 2 EL TEMPS 1 (IB3, 05-jun-25): 30.000 y 16%
- 3 IB3 NOTICIES MIGDIA (IB3, 25-jun-25): 30.000 y 18,7%



TVCAN (Canarias)

- 1 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 15-jun-25): 67.000 y 14,5%
- 2 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 15-jun-25): 67.000 y 11,3%
- 3 1 HORA MENOS (TVCAN, 11-jun-25): 57.000 y 9,6%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA FIN DE SEMANA (CMM, 15-jun-25): 67.000 y 18,3%
- 2 TOROS:FERIA DE SAN ISIDRO / DESDE LAS VENTAS (CMM, 15-jun-25): 58.000 y 14%
- 3 PREVIO TOROS:FERIA DE SAN ISIDRO / DESDE LAS VENTAS (CMM, 15-jun-25): 58.000 y 13,2%



TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 10-jun-25): 444.000 y 25,4%
- 2 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 11-jun-25): 414.000 y 24,9%
- 3 TELENOTICIES MIGDIA (TV3, 10-jun-25): 413.000 y 30,1%



TVG (Galicia)

- 1 TELEXORNAL 1 (TVG, 03-jun-25): 103.000 y 17,6%
- 2 TELEXORNAL 1 (TVG, 30-jun-25): 102.000 y 18,6%
- 3 TELEXORNAL 1 (TVG, 06-jun-25): 102.000 y 17,5%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TOROS:FERIA DE SAN ISIDRO / DESDE LAS VENTAS (TELEMADRID, 15-jun-25): 174.000 y 14,6%
- 2 TOROS:FERIA DE SAN ISIDRO / DESDE LAS VENTAS (TELEMADRID, 04-jun-25): 159.000 y 14,5%
- 3 EL ANALISIS:DIARIO DE LA NOCHE (TELEMADRID, 19-jun-25): 158.000 y 10,8%



LA 7TV (Murcia)

- 1 EL PINCHAZO (LA 7TV, 10-jun-25): 27.000 y 7,8%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 15-jun-25): 23.000 y 8,2%
- 3 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 29-jun-25): 22.000 y 8,4%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 01-jun-25): 127.000 y 20%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 17-jun-25): 123.000 y 24%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 11-jun-25): 121.000 y 21,3%



A PUNT (Valencia)

- 1 NTC ESPORTS 1 (A PUNT, 24-jun-25): 115.000 y 9,4%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 24-jun-25): 107.000 y 9,8%
- 3 NTC ORATGE 1 (A PUNT, 24-jun-25): 102.000 y 8,3%



LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / THE EQUALIZER 3 (AXN, 28-jun-25): 87.000 y 1,3%
- 2 CINE / X 2 (STAR CHANNEL, 14-jun-25): 78.000 y 0,9%
- 3 CINE / THE EQUALIZER 2 (AXN, 28-jun-25): 76.000 y 1,1%



ENTRETENIMIENTO

- 1 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 24-jun-25): 36.000 y 0,3%
- 2 PAREJA A LA PUJA / PUJAR O MORIR (AMC BREAK, 29-jun-25): 26.000 y 0,3%
- 3 AVENTURA EN PELOTAS (DISCOVERY, 24-jun-25): 25.000 y 0,3%



SERIES

- 1 9-1-1 (STAR CHANNEL, 02-jun-25): 86.000 y 0,7%
- 2 9-1-1 (STAR CHANNEL, 09-jun-25): 66.000 y 0,5%
- 3 FBI (WARNER TV, 26-jun-25): 59.000 y 0,5%



INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.ITALIA (DAZN 1, 22-jun-25): 33.000 y 0,4%
- 2 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.ARAGON (DAZN 1, 08-jun-25): 21.000 y 0,2%
- 3 OBJETIVO NEVENKA (AMC CRIME, 18-jun-25): 9.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 PEDRO X JAVIS / AMIGAS Y MADRES (MOVISTAR PLUS+, 21-jun-25): 78.000 y 1%
- 2 TESOROS PERDIDOS DE ROMA / INGENIO EN LA ANTIGUEDAD (NATIONAL GEOGRAPHIC, 02-jun-25): 55.000 y 0,7%
- 3 ¿COMO FUNCIONA LA TIERRA? (ODISEA, 21-jun-25): 54.000 y 0,7%



DEPORTES

- 1 TENIS:ROLAND GARROS / J.SINNER-C.ALCARAZ (EUROSPORT, 08-jun-25): 1.065.000 y 11%
- 2 POST TENIS:ROLAND GARROS / J.SINNER-C.ALCARAZ (EUROSPORT, 08-jun-25): 825.000 y 6,3%
- 3 FORMULA 1 / G.P.CANADA (DAZN F1, 15-jun-25): 521.000 y 5,4%



ANIMACIÓN

- 1 UNA CASA DE LOCOS (NICKELODEON, 01-jun-25): 37.000 y 0,3%
- 2 UNA CASA DE LOCOS (NICKELODEON, 01-jun-25): 33.000 y 1,1%
- 3 SPIDEY Y SU SUPEREQUIPO (DISNEY JUNIOR, 13-jun-25): 33.000 y 0,5%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 26,7% de cuota.

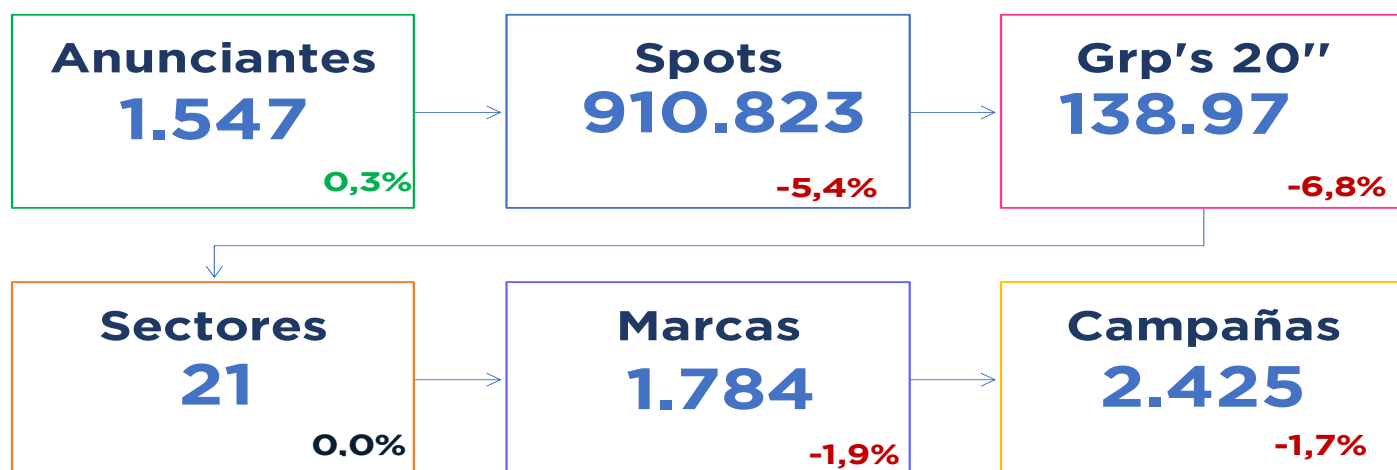
- ▶ MEDIASET (25,4%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (16,5%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Squirrel Media (2,7%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,4%) con dos cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	26,7%	37,6 mill.	80,0%
	MEDIASET	25,4%	38,1 mill.	81,1%
	GRUPO RTVE	16,5%	37,3 mill.	79,3%
	FORTA	8,1%	26,4 mill.	56,0%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,7%	19,4 mill.	41,3%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,4%	20,4 mill.	43,4%

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, 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 -6,8% y el número de campañas activas un -1,7%.



*Diferencias jun-25 vs. jun-24

El spot más visto corresponde a la campaña “VICTORIA/CERVEZA” en La1, con 59 Grp's 20” (‘PRORROGA FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE’, 8 junio).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

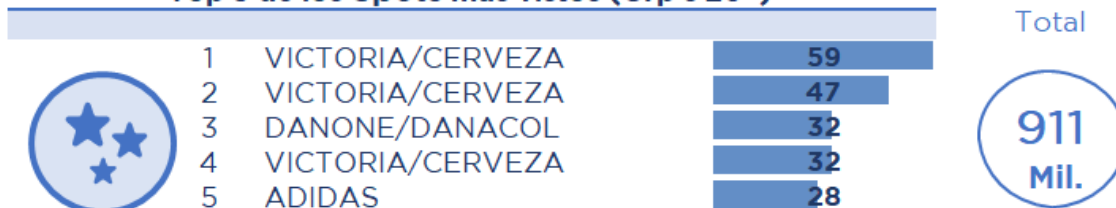
- **CAMPAÑA:** “CARGLASS/REP.CRIST.c” con 2.351 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 4.594 Grp's 20”.
- **MARCA:** “DANONE” con 3.274 Grp's 20”.
- **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 17% de la presión publicitaria.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

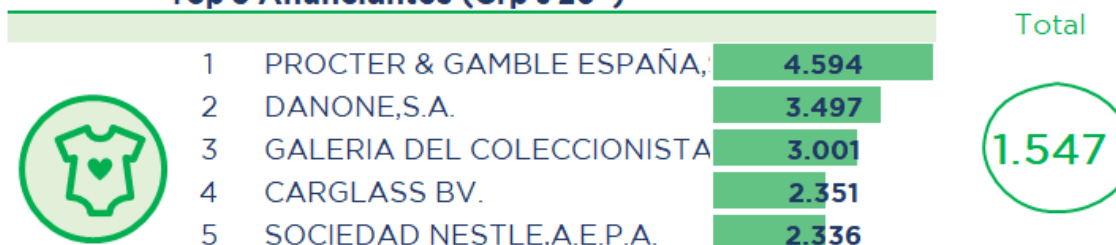
RÁNKINGS PUBLICITARIOS

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

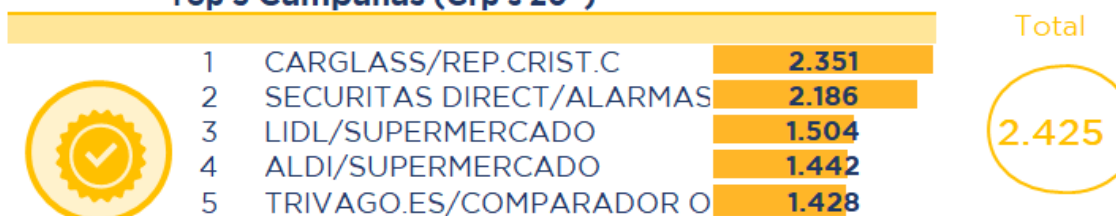
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



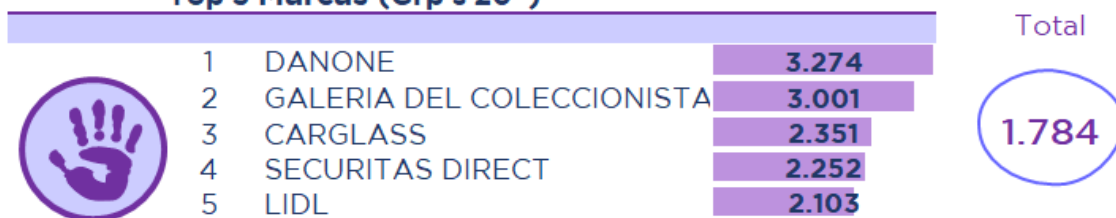
Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



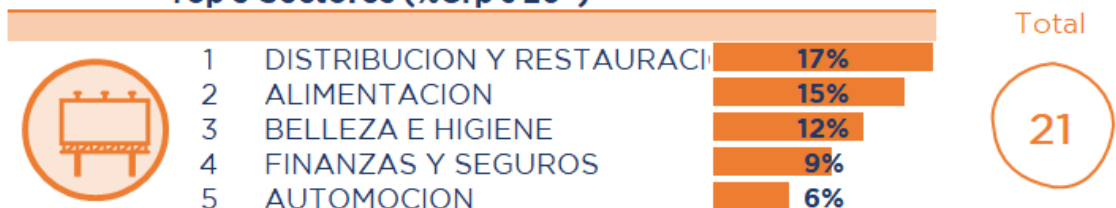
Top 5 Campañas (Grp's 20'')



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: junio-2025

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS