

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

marzo 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



mar-23

Cadena líder

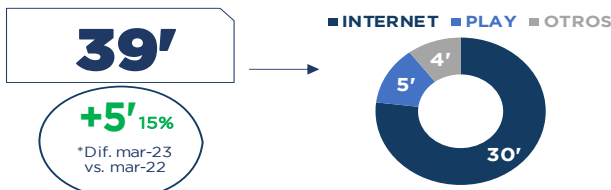
A3

14,1%

RÁNKING CADENAS

	Cuota	*Dif. mar-23 vs. mar-22	Espectadores Únicos
A3	14,1%	-0,3	34,8 mill.
T5	11,2%	-0,7	31,9 mill.
La1	9,1%	+0,6	35,3 mill.
AUT	8,6%	+0,2	28,8 mill.
LA SEXTA	6,3%	-1,1	32,0 mill.
CUATRO	5,1%	-0,7	32,7 mill.
ENERGY	3,1%	+0,9	15,0 mill.
La2	2,7%	-0,2	27,2 mill.
FDF	2,6%	-0,1	20,0 mill.
DIVINITY	2,4%	+0,5	14,9 mill.
TRECE	2,0%	-0,2	14,9 mill.
NEOX	2,0%	+0,3	19,8 mill.
NOVA	1,9%	-0,5	12,3 mill.
DMAX	1,6%	0,0	17,5 mill.
ATRESERIES	1,6%	-0,1	12,7 mill.
MEGA	1,3%	-0,2	16,7 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,3	16,4 mill.
BEMADtv	1,1%	+0,6	14,1 mill.
DKISS	1,1%	0,0	12,1 mill.
24H	1,1%	-0,4	16,2 mill.
GOL PLAY	0,9%	-0,2	14,6 mill.
CLAN	0,9%	+0,1	13,1 mill.
BOING	0,8%	0,0	11,4 mill.
TEN	0,8%	+0,1	9,4 mill.
DISNEY CHANNEL	0,6%	+0,1	9,5 mill.
REAL MADRID HD	0,5%	0,0	10,3 mill.
TELEDEPORTE	0,5%	-0,1	12,9 mill.
BOM Cine	0,4%	+0,1	7,6 mill.
AUT PRIV	0,4%	0,0	8,2 mill.
VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,3 mill.

OTROS USOS TELEVISOR



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



ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

43,6 Millones

Cobertura

94,2 %

PROMEDIO DIARIO

29,5 Millones

Cobertura

63,8 %

Temáticas Pago -> 10% (+0,9)

*Dif. mar-23 vs. mar-22

EMISIÓN MÁS VISTA

La1
FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-BARCELONA
6 millones y 36,3%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

6,9 millones

FUTBOL:COPA DEL REY:

La1, 02-mar, 22:51h

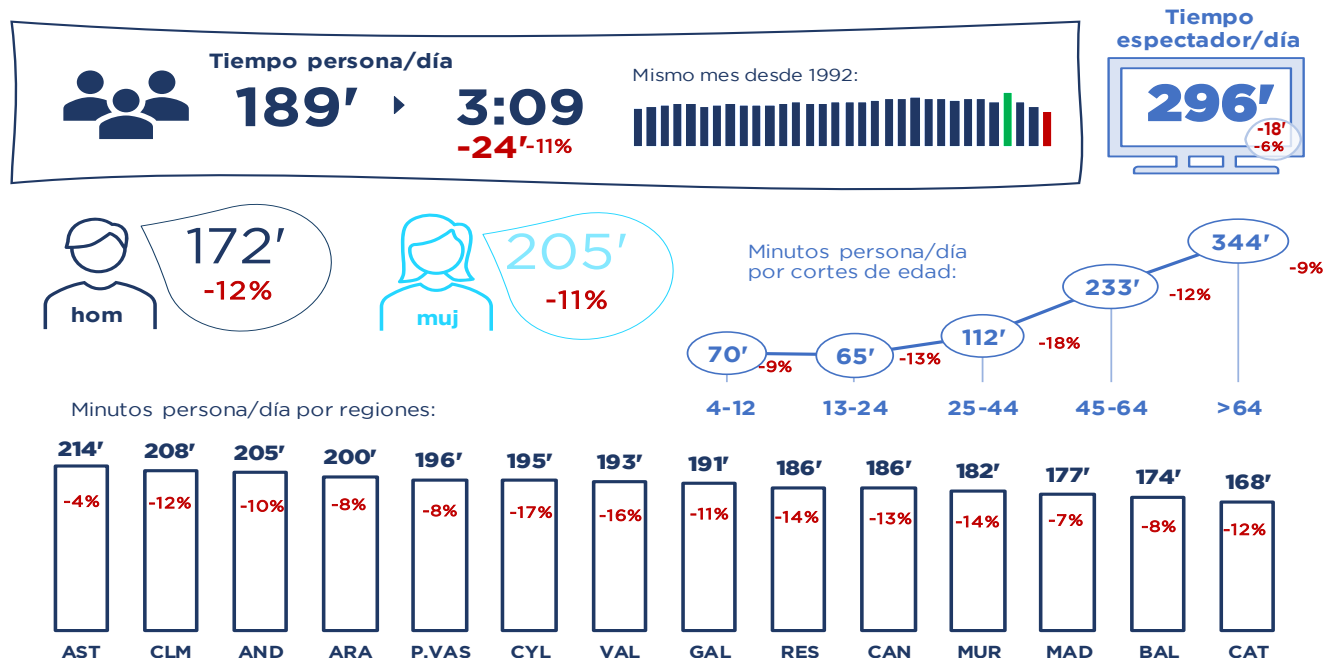
CONSUMO TV

Mes de marzo de menor consumo de la historia con 189 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 9 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone un **descenso de -24' minutos (-11%)** con respecto al mes de marzo 2022.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión son las mujeres (205') y los mayores de 64 años (344') y, por regiones, Asturias (214'), Castilla La Mancha (208') y Andalucía (205').

Asimismo, el **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de 296 minutos (-18' minutos respecto al mismo mes del año pasado).



*Diferencias mar-23 vs. mar-22

OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de **39 minutos por persona al día**, 5 minutos más que en marzo 2022.

39 MINUTOS PERSONA/DÍA
+5' 15%

*Diferencias mar-23 vs. mar-22

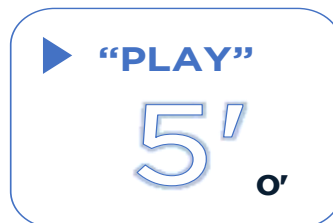
31,6 MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES

11,7 MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS



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

+



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

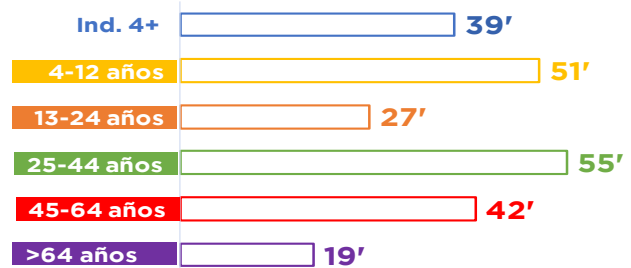
+



Videojuego y Radio TDT.

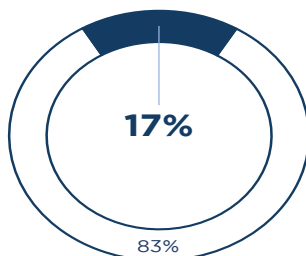
Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Usos del Televisor” son **los individuos de 25 a 44 años (55')** y los **niños de 4 a 12 años (51')**.

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



Tiempo total uso televisor

- ▣ Ver la televisión convencional
- Otros usos televisor



El **17%** 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 **2.404.00** espectadores.

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

3:48 -19' -8%

*Dif. mar-23 vs. mar-22

RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena 3 (14,1%) líder durante 17 meses consecutivos.

Los espectadores únicos del total de las cadenas en Abierto son 43,2 millones, el 93% de cobertura.

- ▶ T5 (11,2%) ocupa la segunda posición en el ránking de cadenas con el mes de marzo más bajo de su historia.
- ▶ En tercera posición se sitúa La1 (9,1%) y en cuarto lugar AUT (8,6%), seguida de LA SEXTA (6,3%), CUATRO (5,1%), ENERGY (3,1%), La2 (2,7%), FDF (2,6%) y DIVINITY (2,4%), entre las diez primeras.
- ▶ Máximo histórico mensual de ENERGY.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,0%)** firman el mejor mes de marzo de su historia y se analizan en un epígrafe independiente.



RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. mar-23 vs. mar-22	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	14,1%	-0,3	34,8 mill.	75,2%
2	T5	11,2%	-0,7	31,9 mill.	69,0%
3	La1	9,1%	+0,6	★ 35,3 mill.	76,4%
4	AUT	8,6%	+0,2	28,8 mill.	62,3%
5	LA SEXTA	6,3%	-1,1	32,0 mill.	69,1%
6	CUATRO	5,1%	-0,7	32,7 mill.	70,7%
7	ENERGY	3,1%	+0,9	15,0 mill.	32,5%
8	La2	2,7%	-0,2	27,2 mill.	58,7%
9	FDF	2,6%	-0,1	20,0 mill.	43,3%
10	DIVINITY	2,4%	+0,5	14,9 mill.	32,1%
11	TRECE	2,0%	-0,2	14,9 mill.	32,2%
12	NEOX	2,0%	+0,3	19,8 mill.	42,8%
13	NOVA	1,9%	-0,5	12,3 mill.	26,6%
14	DMAX	1,6%	0,0	17,5 mill.	37,8%
15	ATRESERIES	1,6%	-0,1	12,7 mill.	27,5%
16	MEGA	1,3%	-0,2	16,7 mill.	36,1%
17	PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,3	16,4 mill.	35,4%
18	BEMADtv	1,1%	+0,6	14,1 mill.	30,5%
19	DKISS	1,1%	0,0	12,1 mill.	26,1%
20	24H	1,1%	-0,4	16,2 mill.	35,0%
21	GOL PLAY	0,9%	-0,2	14,6 mill.	31,5%
22	CLAN	0,9%	+0,1	13,1 mill.	28,2%
23	BOING	0,8%	0,0	11,4 mill.	24,7%
24	TEN	0,8%	+0,1	9,4 mill.	20,4%
25	DISNEY CHANNEL	0,6%	+0,1	9,5 mill.	20,6%
26	REAL MADRID HD	0,5%	0,0	10,3 mill.	22,2%
27	TELEDEPORTE	0,5%	-0,1	12,9 mill.	27,8%
28	BOM Cine	0,4%	+0,1	7,6 mill.	16,4%
29	AUT PRIV	0,4%	0,0	8,2 mill.	17,7%
30	VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,3 mill.	2,9%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en ambos sexos, en jóvenes de 13 a 24 años y en mayores de 45 años.**
- ▶ **Telecinco líder en los individuos de 25 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 y Resto. Por su parte, Telecinco lidera en Canarias y País Vasco 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	A3	T5	La1
25-44	T5	A3	LA SEXTA
45-64	A3	T5	La1
>64	A3	T5	La1
T.COMERCIAL	T5	A3	La1
ANDALUCÍA	A3	T5	C.SUR
CATALUÑA	TV3	A3	T5
PAÍS VASCO	T5	A3	La1
GALICIA	A3	T5	TVG
MADRID	A3	T5	La1
C. VALENCIANA	A3	La1	T5
CASTILLA LA MANCHA	A3	T5	La1
CANARIAS	T5	A3	LA SEXTA
ARAGÓN	A3	ARAGON TV	La1
ASTURIAS	A3	T5	La1
BALEARES	A3	T5	La1
MURCIA	A3	T5	La1
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	T5

CADENA LÍDER DÍA A DÍA	
A3 ▶ 27 DÍAS	La1 ▶ 2 DÍAS
T5 ▶ 2 DÍAS	

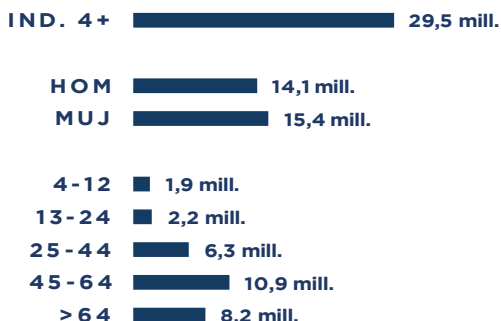
ESPECTADORES ÚNICOS

29,5 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 64% de la población.

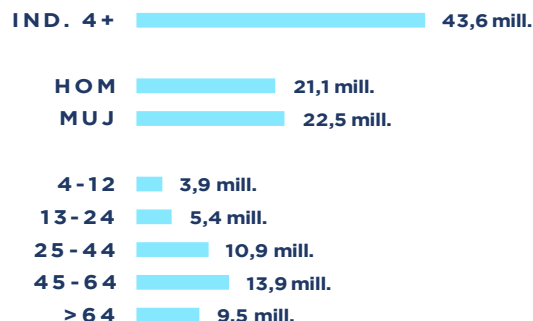
Los **ESPECTADORES ÚNICOS** acumulados en el mes alcanzan la cifra de **43,6 millones, que representa el 94%** de la población, que sí contacta con el medio televisivo en marzo 2023.

Por el contrario, hay 2,7 millones de “telefónicos”, el 6% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

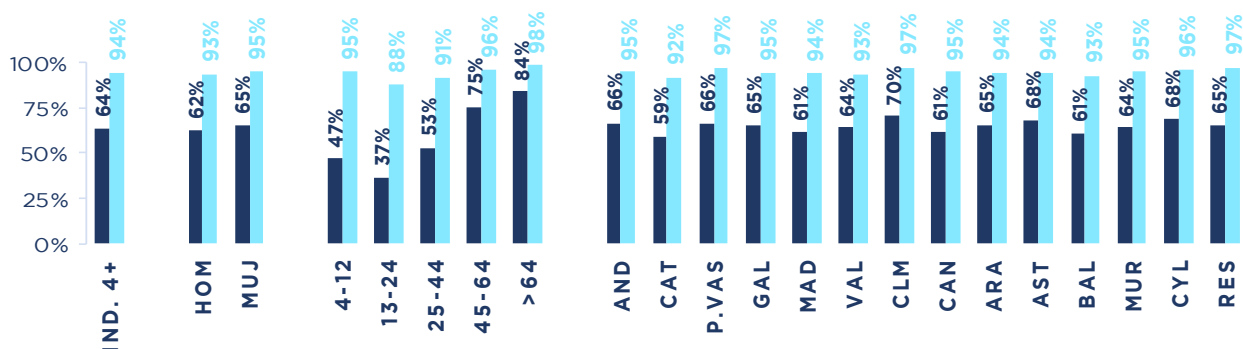
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES



INFORMATIVOS

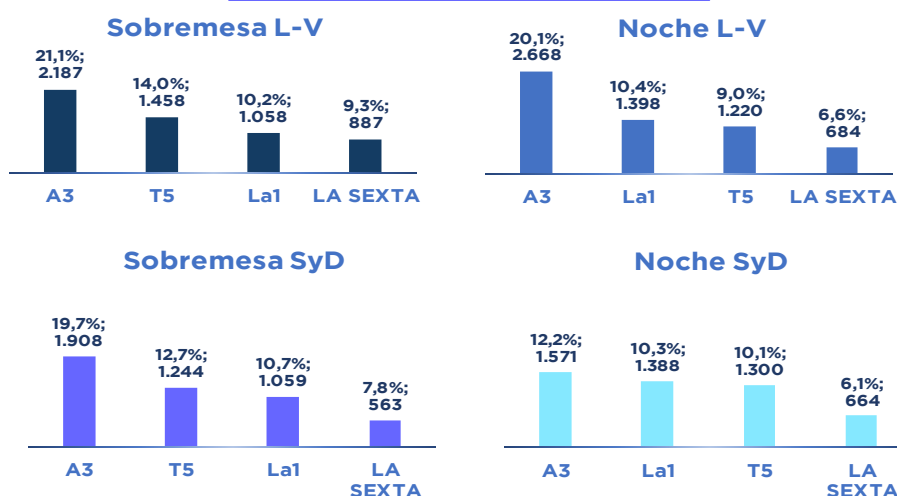
DIARIOS

Los informativos de Antena3 (2.220.000 de audiencia media y 19,1% de cuota) son los más vistos desde hace 39 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de Telecinco (1.329.000 de audiencia media y 11,3% de cuota) son la segunda opción más vista y los de La1 (1.222.000 de audiencia media y 10,3% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	62	2.220	19,1%	25,1 Mill.	54%
	T5	62	1.329	11,3%	20,3 Mill.	44%
	La1	58	1.222	10,3%	23,8 Mill.	51%
	LA SEXTA	62	724	7,5%	18,1 Mill.	39%
Lunes a Viernes	A3	46	2.407	20,6%	22,1 Mill.	48%
	T5	46	1.348	11,4%	17,2 Mill.	37%
	La1	43	1.231	10,3%	20,0 Mill.	43%
	LA SEXTA	46	772	7,7%	14,7 Mill.	32%
Sábado y Domingo	A3	16	1.735	15,3%	16,1 Mill.	35%
	T5	16	1.274	11,1%	12,2 Mill.	26%
	La1	15	1.196	10,5%	15,7 Mill.	34%
	LA SEXTA	16	610	6,8%	10,8 Mill.	23%

RESULTADOS POR EDICIONES CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)



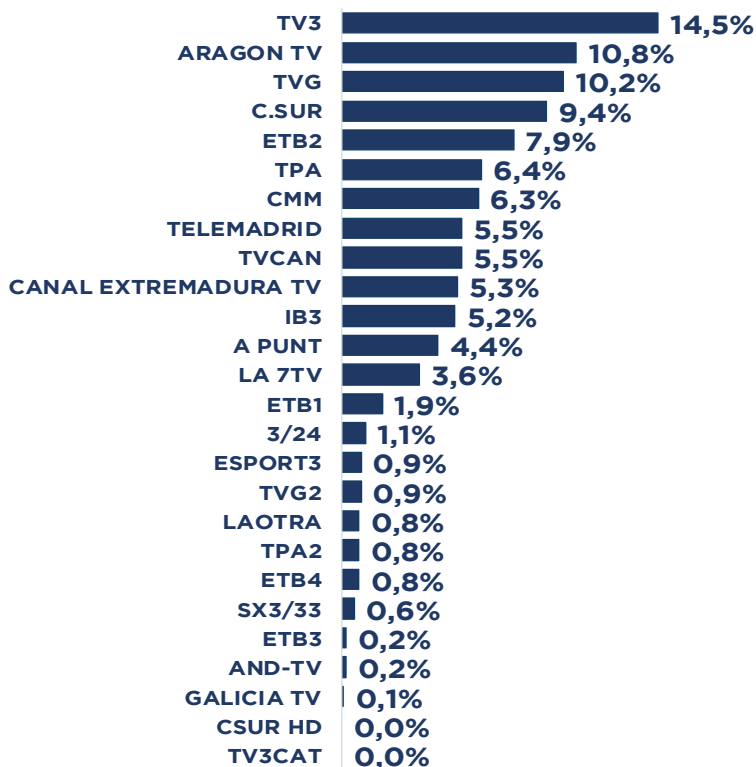
CADENAS AUTONÓMICAS*

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

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,6 % de cuota de pantalla, su mejor mes de marzo desde 2020. El número de espectadores únicos acumulados es de 28,8 millones, el 62,3 % de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (14,5%), ARAGON TV (10,8%), TVG (10,2%), C.SUR (9,4%), ETB2 (7,9%), TPA (6,4%), CMM (6,3%), TELEMADRID (5,5%), TVCAN (5,5%) y CANAL EXTREMADURA TV (5,3%), entre las 10 primeras.

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



★ C.SUR (Andalucía): Mejor mes de marzo desde 2018.

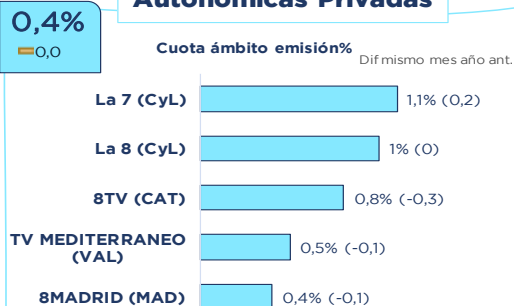
★ Aragón TV (Aragón): Mejor mes de marzo desde 2014.

★ IB3 (Baleares): Mejor mes de marzo desde 2014.

★ Telemadrid (Madrid): Mejor mes de marzo desde 2020.

★ Á Punt (Valencia): Máximo histórico mensual.

Autonómicas Privadas



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	9,4%	→ 5,6 Mill.	68,0%
AND-TV	0,2%	→ 2,2 Mill.	26,3%



Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	10,8%	→ 0,9 Mill.	72,4%



Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	6,4%	→ 0,6 Mill.	56,8%
TPA2	0,8%	→ 0,4 Mill.	36,8%



Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	5,2%	→ 0,6 Mill.	48,8%



Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	5,5%	→ 1,5 Mill.	65,6%



Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	6,3%	→ 1,2 Mill.	61,5%



Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	14,5%	→ 4,1 Mill.	54,7%
SX3/33	0,6%	→ 1,6 Mill.	21,5%
3/24	1,1%	→ 2,4 Mill.	31,8%
ESPORT3	0,9%	→ 1,6 Mill.	21,5%
TV3CAT	0,0%	→ 0,3 Mill.	3,7%



Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	5,3%	→ 0,7 Mill.	67,7%



Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	10,2%	→ 1,7 Mill.	63,5%
TVG2	0,9%	→ 1,1 Mill.	42,7%
GAL. TV	0,1%	→ 0,1 Mill.	2,6%



Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	3,6%	→ 0,9 Mill.	58,2%



Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	5,5%	→ 3,9 Mill.	58,0%
LAOTRA	0,8%	→ 2,5 Mill.	37,2%



Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	4,4%	→ 2,5 Mill.	50,5%



País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	1,9%	→ 1,0 Mill.	47,9%
ETB2	7,9%	→ 1,5 Mill.	72,3%
ETB3	0,2%	→ 0,3 Mill.	15,5%
ETB4	0,8%	→ 0,7 Mill.	33,0%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	25,4%	→	3.145	41,8%
▶ ARAGON TV	22,9%	→	666	52,0%
▶ ETB2	16,4%	→	1.049	49,4%
▶ TVG	13,0%	→	1.156	43,9%
▶ C.SUR	11,1%	→	3.300	39,8%
▶ TPA	11,1%	→	377	38,4%
▶ IB3	10,9%	→	344	28,5%
▶ TELEMADRID	9,6%	→	2.017	30,4%
▶ TVCAN	9,3%	→	885	39,7%
▶ CMM	9,2%	→	664	33,3%
▶ LA 7TV	7,8%	→	466	31,4%



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 (10,0%) logran el mejor mes de marzo de su historia.

Los espectadores únicos ascienden a 20,7 millones, el 44,8% de cobertura poblacional.

El ránking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por LALIGATV por M+ (0,4%), FOX (0,3%), TNT (0,2%), AXN (0,2%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), DAZN LaLiga (0,2%), CALLE 13 (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%) y DAZN F1 (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,0%	+0,9	20,7 mill.	44,8%
1	LALIGATV por M+	0,4%	-0,1	5,0 mill.	10,9%
2	FOX	0,3%	0,0	4,7 mill.	10,2%
3	TNT	0,2%	-0,1	4,5 mill.	9,8%
4	AXN	0,2%	-0,1	4,0 mill.	8,6%
5	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	-0,1	4,0 mill.	8,6%
6	DAZN LaLiga	0,2%	-	3,9 mill.	8,5%
7	CALLE 13	0,2%	0,0	3,1 mill.	6,8%
8	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,3%
9	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,0 mill.	8,7%
10	DAZN F1	0,2%	+0,1	2,7 mill.	5,8%
11	CANAL HISTORIA	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,2%
12	#VAMOS por M+	0,1%	-0,1	3,6 mill.	7,7%
13	#0 por M+	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,7%
14	AMC	0,1%	0,0	3,8 mill.	8,2%
15	SOMOS	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,4%
16	AMC BREAK	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,9%
17	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,3%
18	AMC CRIME	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,8%
19	TCM	0,1%	0,0	3,7 mill.	8,1%
20	AXN WHITE	0,1%	0,0	3,4 mill.	7,3%
21	NGC WILD	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,5%
22	SYFY	0,1%	0,0	3,0 mill.	6,6%
23	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,3%
24	DAZN 1	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,3%
25	XTRM	0,1%	0,0	3,3 mill.	7,0%



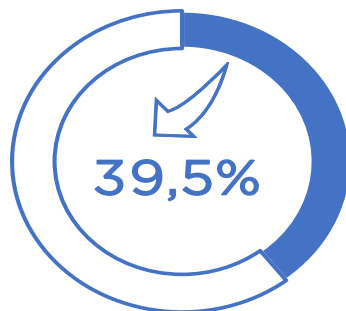
GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,3%	10,0 Mill.	21,6%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL IBERIA	1,3%	9,5 Mill.	20,5%
③	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,5%	6,7 Mill.	14,5%
④	DAZN	0,5%	6,0 Mill.	13,0%
⑤	TURNER	0,4%	5,9 Mill.	12,8%
⑥	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATION	0,3%	5,1 Mill.	11,0%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,6 Mill.	9,9%
⑧	VIACOM	0,2%	5,2 Mill.	11,3%
⑨	DISCOVERY NETWORKS	0,2%	3,9 Mill.	8,3%

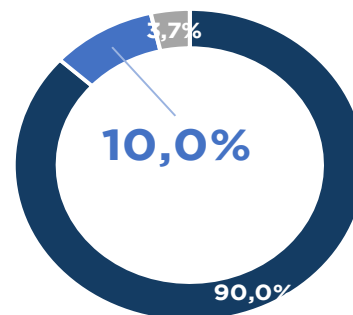
*Dentro de cada grupo sólo se incluye la aportación de las cadenas de pago.

El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **27,7%** del total. De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **39,5%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **60,5%** 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



● Abierto
● Tem. Pago
● Otras

EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a
FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-BARCELONA (La1):
6.000.000 y 36,3%

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-BARCELONA	La1	02-mar-23	36,3%	6.000	11,0 mill.
2	PASAPALABRA	A3	16-mar-23	37,4%	4.578	6,7 mill.
3	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESCOCIA-ESPAÑA	La1	28-mar-23	27,3%	3.855	9,0 mill.
4	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-NORUEGA	La1	25-mar-23	29,8%	3.728	7,9 mill.
5	EL HORMIGUERO / EL DESAFIO	A3	16-mar-23	23,5%	3.522	7,6 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	01-mar-23	22,3%	3.238	5,2 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	16-mar-23	23,1%	3.206	5,0 mill.
8	PASAPALABRA / ORESTES Y RAFA:EL GRAN DUELO	A3	16-mar-23	27,2%	3.189	6,0 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	06-mar-23	21,7%	3.150	4,8 mill.
10	PASAPALABRA	A3	15-mar-23	28,2%	3.145	5,8 mill.
11	PASAPALABRA	A3	01-mar-23	26,0%	3.131	5,5 mill.
12	PASAPALABRA	A3	14-mar-23	27,1%	3.126	5,6 mill.
13	PASAPALABRA	A3	13-mar-23	26,4%	3.103	5,8 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	14-mar-23	22,4%	3.086	4,8 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	13-mar-23	21,6%	3.054	4,7 mill.
16	PASAPALABRA	A3	06-mar-23	24,6%	2.989	5,4 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	21-mar-23	21,3%	2.912	4,4 mill.
18	PASAPALABRA	A3	09-mar-23	24,4%	2.873	5,2 mill.
19	EL HORMIGUERO / GEORGINA RODRIGUEZ	A3	22-mar-23	20,2%	2.866	6,0 mill.
20	PASAPALABRA	A3	08-mar-23	24,4%	2.847	5,3 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	15-mar-23	21,3%	2.839	4,5 mill.
22	PASAPALABRA	A3	02-mar-23	22,8%	2.833	5,3 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	08-mar-23	20,3%	2.819	4,3 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	07-mar-23	20,3%	2.814	4,6 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	23-mar-23	21,1%	2.812	4,3 mill.

LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / DESPIERTA LA FURIA (La1, 26-mar-23): 1.911.000 y 14,3%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / EL JUSTICIERO(DEATH WISH) (La1, 12-mar-23): 1.656.000 y 12,1%
- 3 EL PELICULON / EL MEJOR VERANO DE MI VIDA (A3, 18-mar-23): 1.521.000 y 12,8%



ENTRETENIMIENTO

- 1 PASAPALABRA (A3, 16-mar-23): 4.578.000 y 37,4%
- 2 EL HORMIGUERO / EL DESAFIO (A3, 16-mar-23): 3.522.000 y 23,5%
- 3 PASAPALABRA / ORESTES Y RAFA:EL GRAN DUELO (A3, 16-mar-23): 3.189.000 y 27,2%



SERIES

- 1 TIERRA AMARGA (A3, 01-mar-23): 1.517.000 y 17,2%
- 2 HERMANOS / MI TORPE CORAZON TE HACE DAÑO (A3, 06-mar-23): 1.444.000 y 14,1%
- 3 HERMANOS (A3, 21-mar-23): 1.440.000 y 14,6%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 01-mar-23): 3.238.000 y 22,3%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 16-mar-23): 3.206.000 y 23,1%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 06-mar-23): 3.150.000 y 21,7%



CULTURALES

- 1 JOAQUIN:LA PENULTIMA Y ME VOY / LA PENULTIMA...COPA (A3, 02-mar-23): 1.114.000 y 9,4%
- 2 JOAQUIN:LA PENULTIMA Y ME VOY / VIVIR CON ARTE (A3, 23-mar-23): 1.105.000 y 10,3%
- 3 JOAQUIN:LA PENULTIMA Y ME VOY / LA GRAN DECISION (A3, 09-mar-23): 1.087.000 y 9,5%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:COPA DEL REY / R.MADRID-BARCELONA (La1, 02-mar-23): 6.000.000 y 36,3%
- 2 FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESCOCIA-ESPAÑA (La1, 28-mar-23): 3.855.000 y 27,3%
- 3 FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-NORUEGA (La1, 25-mar-23): 3.728.000 y 29,8%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 09-mar-23): 326.000 y 3,1%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 27-mar-23): 310.000 y 2,9%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 23-mar-23): 306.000 y 3,4%



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / FAST & FURIOUS:HOBBS & SHAW (FOX, 11-mar-23): 143.000 y 1,2%
- 2 CINE / FAST & FURIOUS 8 (FOX, 04-mar-23): 114.000 y 0,9%
- 3 CINE / FAST & FURIOUS 8 (FOX, 20-mar-23): 102.000 y 0,8%



ENTRETENIMIENTO

- 1 AVENTURA EN PELOTAS XL (DISCOVERY, 14-mar-23): 48.000 y 0,3%
- 2 ¿QUIEN DA MAS? / EL VALLE DE LOS TRASTEROS (AMC BREAK, 19-mar-23): 47.000 y 0,4%
- 3 ¿QUIEN DA MAS? / LA ESCUELA DE LA VIDA (AMC BREAK, 26-mar-23): 45.000 y 0,4%



SERIES

- 1 THE EQUALIZER (CALLE 13, 21-mar-23): 82.000 y 0,6%
- 2 FBI (TNT, 30-mar-23): 81.000 y 0,6%
- 3 THE ROOKIE (TNT, 15-mar-23): 71.000 y 0,6%



INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.PORTUGAL (DAZN 1, 25-mar-23): 18.000 y 0,2%
- 2 BREXIT,UN AÑO DESPUES / LA DESCONEXION (#0 por M+, 05-mar-23): 4.000 y 0,5%
- 3 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.ARABIA SAUDI (DAZN F1, 17-mar-23): 3.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 FIESTAS GASTRONOMICAS / DIA DEL TOMATE CADREITA (CANAL COCINA, 04-mar-23): 46.000 y 0,4%
- 2 ESCUELA CANAL COCINA (CANAL COCINA, 13-mar-23): 44.000 y 0,4%
- 3 CESC FABREGAS,EL ULTIMO SUEÑO (DAZN LaLiga, 18-mar-23): 43.000 y 0,4%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-R.MADRID (LALIGATV por M+, 19-mar-23): 1.970.000 y 13,4%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ATH.BILBAO-BARCELONA (DAZN LaLiga, 12-mar-23): 1.267.000 y 8,6%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-LIVERPOOL (LIGA DE CAMPEONES por M+, 15-mar-23): 1.158.000 y 8,2%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 05-mar-23): 51.000 y 0,6%
- 2 ALICIA EN SU MARAVILLOSA PASTELERIA (DISNEY JUNIOR, 11-mar-23): 50.000 y 0,5%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 26-mar-23): 47.000 y 0,5%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 01-mar-23): 409.000 y 13,8%
- 2 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 20-mar-23): 376.000 y 12,5%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 27-mar-23): 360.000 y 12,3%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 29-mar-23): 106.000 y 40,7%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 30-mar-23): 105.000 y 38,8%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 01-mar-23): 102.000 y 38,8%



TPA (Asturias)

- 1 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 31-mar-23): 71.000 y 28%
- 2 TPA DEPORTES 2 (TPA, 31-mar-23): 60.000 y 21,2%
- 3 EL PICU (TPA, 16-mar-23): 49.000 y 13,7%



IB3 (Baleares)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 02-mar-23): 45.000 y 15,3%
- 2 IB3 NOTICIES CAP DE SETMANA 2 (IB3, 04-mar-23): 44.000 y 15,1%
- 3 IB3 NOTICIES VESPRES (IB3, 01-mar-23): 44.000 y 12,9%



TVCAN (Canarias)

- 1 GALA DRAG DEL CARNAVAL 2023 (TVCAN, 03-mar-23): 151.000 y 26,4%
- 2 1 HORA MENOS (TVCAN, 03-mar-23): 82.000 y 15,5%
- 3 GRAN CABALGATA CARNAVAL LAS PALMAS DE GRAN CANARIA (TVCAN, 04-mar-23): 74.000 y 15,8%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 28-mar-23): 68.000 y 16,2%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 14-mar-23): 67.000 y 14,7%
- 3 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 27-mar-23): 62.000 y 17,4%



TV3 (Cataluña)

- 1 GRIMS / MARINA RUIZ (TV3, 20-mar-23): 688.000 y 30,9%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 20-mar-23): 672.000 y 28,7%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 27-mar-23): 590.000 y 27,4%



TVG (Galicia)

- 1 O TEMPO (TVG, 08-mar-23): 160.000 y 18,3%
- 2 TELEXORNAL 1 (TVG, 13-mar-23): 153.000 y 24,8%
- 3 DEPORTES (TVG, 16-mar-23): 135.000 y 20,2%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS FIN DE SEMANA 2 (TELEMADRID, 11-mar-23): 167.000 y 12,6%
- 2 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 17-mar-23): 156.000 y 10,8%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 09-mar-23): 152.000 y 15,7%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 06-mar-23): 41.000 y 11,1%
- 2 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 21-mar-23): 39.000 y 11,8%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 14-mar-23): 37.000 y 12,6%



ETB2 (País Vasco)

- 1 EL CONQUISTADOR DEL CARIBE (ETB2, 13-mar-23): 134.000 y 22,4%
- 2 EL CONQUISTADOR DEL CARIBE (ETB2, 06-mar-23): 134.000 y 25,4%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 23-mar-23): 129.000 y 22%



A PUNT (Valencia)







- 1 FALLES / LA MASCLETA (A PUNT, 12-mar-23): 219.000 y 24,8%
- 2 FALLES / MASCLETA (A PUNT, 17-mar-23): 208.000 y 24,5%
- 3 FALLES / LA MASCLETA (A PUNT, 06-mar-23): 202.000 y 22,5%



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.

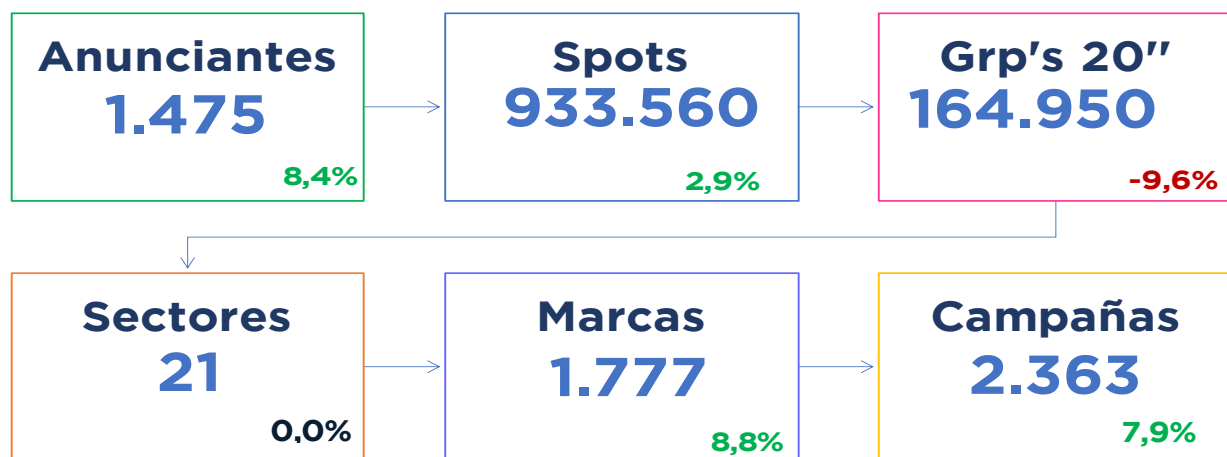
- ▶ Mediaset (26,5%), con siete cadenas en emisión, es el segundo grupo del ránking.
- ▶ Grupo Rtve (14,2%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,6%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,3%) con tres cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	27,2%	39,2 mill.	84,8%
	MEDIASET	26,5%	39,3 mill.	85,1%
	GRUPO RTVE	14,2%	38,7 mill.	83,6%
	FORTA	8,5%	28,1 mill.	60,8%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,6%	23,1 mill.	50,0%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,3%	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 Autónomas incluidas en la Federación

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -9,6% si bien, el número de campañas activas sube en un 7,9%.



*Diferencias mar-23 vs. mar-22

El spot más visto corresponde a la campaña “UNIVERSIDAD DE NEBRIJA” en A3, con 31 Grp's 20'' (‘EL TIEMPO 2’, 16 marzo).


Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** “SECURITAS DIRECT/ALARMAS” con 1.934 Grp's 20''.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 4.521 Grp's 20''.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 4.169 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'')

	1	UNIVERSIDAD DE NEBRIJA	31
	2	UNIVERSIDAD DE NEBRIJA	27
	3	GAES/CENTROS AUDITIVOS	25
	4	LINDT/EXCELLENCE	23
	5	SAMSUNG/GALAXY A54 5G/TE	23

Total

934
Mil.


Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')

	1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	4.521
	2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.169
	3	L'OREAL ESPAÑA	3.133
	4	GOBIERNO DE ESPAÑA	2.389
	5	DANONE,S.A.	2.085

Total

1.475


Top 5 Campañas (Grp's 20'')

	1	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.934
	2	CASA TARRADELLAS/PIZZ	1.767
	3	ORANGE/OPERADOR TELEFOI	1.302
	4	MUTUA MADRILEÑA/GAMA DE	1.250
	5	CARGLASS/REP.CRIST.C	1.195

Total

2.363


Top 5 Marcas (Grp's 20'')

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.169
	2	GOBIERNO ESPAÑA	2.399
	3	LIDL	2.059
	4	DANONE	2.035
	5	L'OREAL	2.009

Total

1.777

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

	1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	17%
	2	ALIMENTACION	14%
	3	BELLEZA E HIGIENE	11%
	4	FINANZAS Y SEGUROS	8%
	5	SERVICIOS PUBLICOS Y PRIVAI	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: marzo-2023

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigua a @BLVCOM en RRSS