

# **INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN**

Marzo 2024



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# Índice

- ▶ Titulares destacados
- ▶ Visión Global mercado TV.
- ▶ Espectadores Únicos.
- ▶ Consumo de televisión.
- ▶ Total Uso Televisor.
- ▶ Otros Consumos Audiovisuales.
- ▶ 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 93,8 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 28,2 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 60,5 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor sube hasta 233 minutos por persona al día (+ 5', 2 % vs año anterior).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de Televisión Tradicional baja hasta 182 minutos por persona al día (-7', -4 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 51 minutos por persona al día (+ 12', 31 % vs año anterior).
- **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 2,9 millones de espectadores.
- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:** Atresmedia es el grupo líder con el 26,5 % de cuota de pantalla. Le sigue Mediaset con el 26,1 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 14,2 %.
- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 12,6 % de cuota de pantalla, es líder de forma ininterrumpida desde hace 2 años y 5 meses. Le siguen T5, 10,6 % y La1, 9,2 %, entre las tres primeras.

- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 13,2 % , seguida de ARAGON TV con el 10,8 % y ETB2 con el 8,5 % de cuota de pantalla en sus ámbitos correspondientes de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago suman el 11,4 % de cuota, **su máximo mensual**, con el siguiente top 3 de cadenas: LALIGA TV por M+ (0,5 %), DAZN LaLiga (0,4 %) y AXN (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL (La1, 26-mar-24) con 3,8 millones y 28,3% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL (La1, 26-mar, 22:17h) con una audiencia de 4,2 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 4 años y 4 meses de forma interrumpida con 2.037.000 de audiencia media y 18,5% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.527 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -5,9 % y el número de campañas activas un -1,2 %.

# Visión Global



## RÁNKING CADENAS

### CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

**301'**  
espectador/día

**+5'** 2%  
\*Dif. mar-24 vs. mar-23



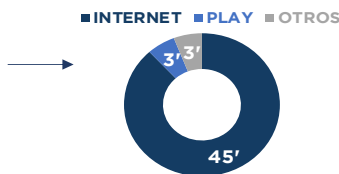
**182'**  
persona/día

**-7'** -4%  
\*Dif. mar-24 vs. mar-23

### OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

**51'**  
persona/día

**+12'** 31%  
\*Dif. mar-24 vs. mar-23



### CONSUMO TOTAL TELEVISOR (televisión tradicional+otros consumos audiovisuales):

**233'**  
persona/día

**+5'** 2%

**350'**  
espectador/día

**+19'** 6%

\*Dif. mar-24 vs. mar-23

Cadena	Cuota	*Dif. mar-24 vs. mar-23	Espectadores Únicos
A3	12,6%	-1,5	33,6 mill.
T5	10,6%	-0,6	31,4 mill.
La1	9,2%	+0,1	34,2 mill.
AUT	8,1%	-0,5	29,3 mill.
LA SEXTA	6,2%	-0,1	31,3 mill.
CUATRO	5,6%	+0,5	32,4 mill.
ENERGY	2,7%	-0,4	14,5 mill.
FDf	2,7%	+0,1	20,2 mill.
La2	2,5%	-0,2	27,0 mill.
NOVA	2,2%	+0,3	12,8 mill.
NEOX	2,0%	0,0	21,0 mill.
DIVINITY	1,9%	-0,5	15,5 mill.
TRECE	1,9%	-0,1	15,9 mill.
ATRESERIES	1,9%	+0,3	14,4 mill.
BEMADtv	1,8%	+0,7	18,2 mill.
DMAX	1,7%	+0,1	18,8 mill.
MEGA	1,5%	+0,2	17,7 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	+0,2	17,7 mill.
DKISS	1,3%	+0,2	13,3 mill.
TEN	1,2%	+0,4	11,3 mill.
24H	1,0%	-0,1	15,6 mill.
GOL PLAY	1,0%	+0,1	15,0 mill.
BOING	0,8%	0,0	12,0 mill.
CLAN	0,8%	-0,1	12,1 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,1	10,1 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	11,4 mill.
TELEDEPORTE	0,6%	+0,1	12,5 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	6,1 mill.
AUT PRIV	0,3%	-0,1	5,7 mill.

**Máximo mensual**

**Temáticas Pago -> 11,4% (+1,4)**

\*Dif. mar-24 vs. mar-23

### EMISIÓN MÁS VISTA

**La1**  
FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL, 26-mar-24  
**3,8 millones y 28,3%**

### MINUTO MÁS VISTO DEL MES

**4,2 millones**

FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL  
La1, 26-mar, 22:17h

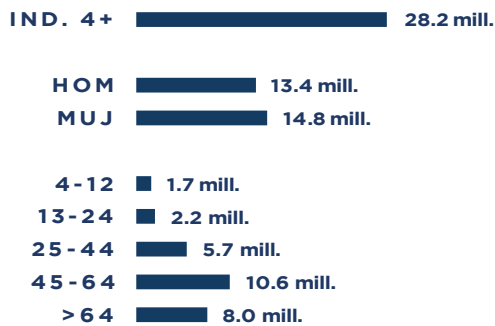
# ESPECTADORES ÚNICOS

**Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de 43,7 millones, que representa el 93,8% de la población, que sí contacta con el medio televisivo en marzo 2024.**

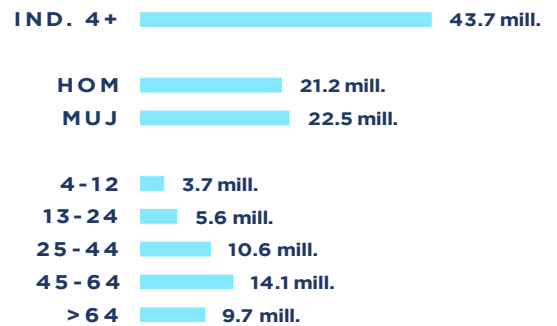
**28,2 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 60,5% de la población.**

Por el contrario, hay 2,9 millones de “telefóbicos”, el 6% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

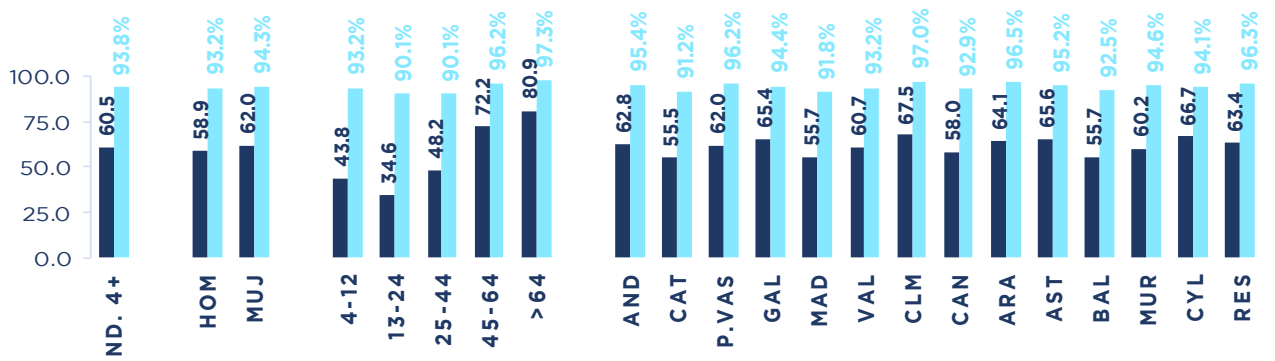
## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



## COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

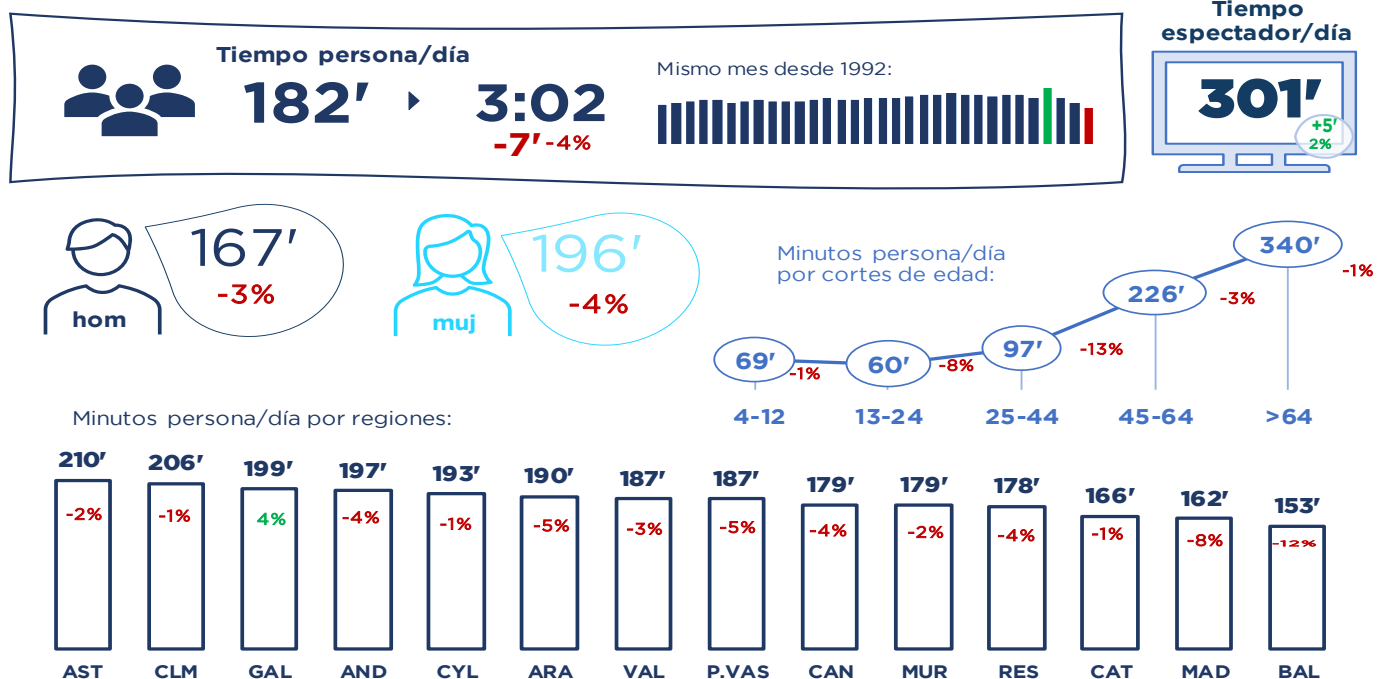


# CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **301 minutos** (+5' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,6 millones) ha dedicado un promedio de **182 minutos** al día a ver la televisión Tradicional este mes, lo que supone **-7' (-4%)** con respecto al mes de marzo-23.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (196') y los mayores de 64 años (340') y, por regiones, Asturias (210'), Castilla La Mancha (206') y Galicia (199').



\*Diferencias mar-24 vs. mar-23

# CONSUMO TOTAL TELEVISOR

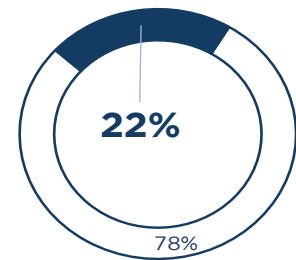
**El tiempo total de uso del televisor  
(Tradicional + otros usos)  
es de 233' por persona al día  
y de 350' por espectador al día**

## TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. mar-24 vs. mar-23	
Total Individuos 4+	3:53	+5'	2%
Hombres	3:40	+7'	3%
Mujeres	4:06	+4'	2%
4-12	2:10	+9'	7%
13-24	1:39	+7'	8%
25-44	2:46	-1'	-1%
45-64	4:43	+8'	3%
>64	6:06	+3'	1%
Andalucía	4:11	+8'	3%
Cataluña	3:43	+8'	4%
País Vasco	3:44	-1'	0%
Galicia	3:52	+17'	8%
Madrid	3:43	-5'	-2%
C. Valenciana	4:00	+4'	2%
Castilla La Mancha	4:19	+9'	4%
Canarias	3:49	+8'	4%
Aragón	3:58	-4'	-2%
Asturias	4:02	+2'	1%
Baleares	3:22	-3'	-1%
Murcia	3:55	+10'	4%
Castilla León	3:51	+10'	5%
Resto	3:37	+1'	0%

### Tiempo total uso televisor

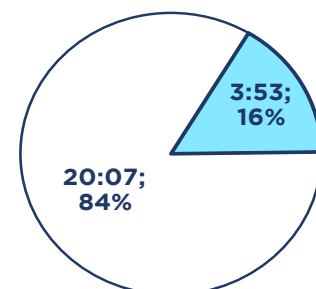
- Ver la televisión tradicional
- Otros usos televisor



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:53**, que sobre las 24 horas del día, supone el 16% del total.

### Tiempo total uso televisor sobre el total del día

- Usando el televisor
- Resto del día





# OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

**El promedio de los “Otros Consumos Audiovisuales” es de 51 minutos por persona al día, +12’ (31%) que en marzo-23.**

El 22% 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 2.447.000 espectadores.

**51** MINUTOS PERSONA/DÍA **+12’ 31%**  
**34,6** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES  
**13,4** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

\*Diferencias mar-24 vs. mar-23



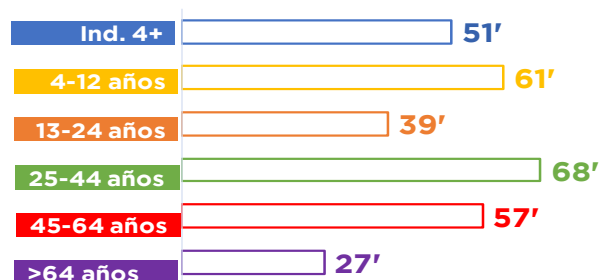
Streaming y consumo de video cuyo origen es Internet, ejemplo YouTube.

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

Videojuego y Radio TDT.

Tiempo promedio consumo “Otros consumos audiovisuales” por grupos de edad

Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Consumos Audiovisuales” son **los individuos de 25 a 44 años (68’)** y los **niños de 4 a 12 años (61’)**.



# RÁNKING CADENAS ABIERTO

**Antena 3 (12,6 %) líder  
durante 2 años y 5 meses consecutivos**

**Los espectadores únicos del total de las cadenas  
en abierto son 43,3 millones, el 93 % de cobertura.**

- ▶ T5 (10,6 %), repite la segunda posición.
- ▶ En tercera posición se sitúa La1 (9,2 %).
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (8,1 %).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (6,2 %),
- ▶ Les siguen CUATRO (5,6 %), ENERGY (2,7 %), FDF (2,7 %), La2 (2,5 %) y NOVA (2,2 %), para completar la tabla de las diez primeras.
- ▶ Máximo mensual de BeMadTV (1,8 %).

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (11,4 %) con el mejor mes de su historia**, se analizan en un epígrafe independiente.

# RÁNKING

## CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. mar-24 vs. mar-	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	12,6%	-1,5	33,6 mill.	72,1%
2	T5	10,6%	-0,6	31,4 mill.	67,4%
3	La1	9,2%	+0,1	★ 34,2 mill.	73,4%
4	AUT	8,1%	-0,5	29,3 mill.	62,9%
5	LA SEXTA	6,2%	-0,1	31,3 mill.	67,1%
6	CUATRO	5,6%	+0,5	32,4 mill.	69,5%
7	ENERGY	2,7%	-0,4	14,5 mill.	31,0%
8	FDF	2,7%	+0,1	20,2 mill.	43,4%
9	La2	2,5%	-0,2	27,0 mill.	58,0%
10	NOVA	2,2%	+0,3	12,8 mill.	27,5%
11	NEOX	2,0%	0,0	21,0 mill.	44,9%
12	DIVINITY	1,9%	-0,5	15,5 mill.	33,3%
13	TRECE	1,9%	-0,1	15,9 mill.	34,1%
14	ATRESERIES	1,9%	+0,3	14,4 mill.	31,0%
15	BEMADtv	1,8%	+0,7	18,2 mill.	38,9%
16	DMAX	1,7%	+0,1	18,8 mill.	40,3%
17	MEGA	1,5%	+0,2	17,7 mill.	37,9%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	+0,2	17,7 mill.	38,0%
19	DKISS	1,3%	+0,2	13,3 mill.	28,5%
20	TEN	1,2%	+0,4	11,3 mill.	24,2%
21	24H	1,0%	-0,1	15,6 mill.	33,5%
22	GOL PLAY	1,0%	+0,1	15,0 mill.	32,2%
23	BOING	0,8%	0,0	12,0 mill.	25,7%
24	CLAN	0,8%	-0,1	12,1 mill.	25,9%
25	DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,1	10,1 mill.	21,6%
26	REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	11,4 mill.	24,5%
27	TELEDEPORTE	0,6%	+0,1	12,5 mill.	26,8%
28	BOM Cine	0,4%	0,0	6,1 mill.	13,1%
29	AUT PRIV	0,3%	-0,1	5,7 mill.	12,1%



# LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

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

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

Por franjas horarias, Antena 3 lidera en la sobremesa, la tarde y “prime-time”, mientras que Telecinco es la opción 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	LA SEXTA
MUJ	A3	T5	La1
4-12	BOING	A3	DISNEY CHANNEL
13-24	T5	A3	La1
25-44	T5	A3	LA SEXTA
45-64	A3	T5	La1
>64	A3	La1	T5
T.COMERCIAL	T5	A3	La1
ANDALUCÍA	A3	T5	C.SUR
CATALUÑA	TV3	A3	La1
PAÍS VASCO	T5	La1	A3
GALICIA	A3	T5	La1
MADRID	A3	T5	La1
C. VALENCIANA	A3	La1	T5
CASTILLA LA MANCHA	A3	T5	La1
CANARIAS	T5	A3	CUATRO
ARAGÓN	A3	ARAGON TV	La1
ASTURIAS	T5	A3	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	T5

CADENA LÍDER DÍA A DÍA	
A3 ▶ 24 DÍAS	T5 ▶ 6 DÍAS
La1 ▶ 1 DÍAS	

# INFORMATIVOS

## DIARIOS

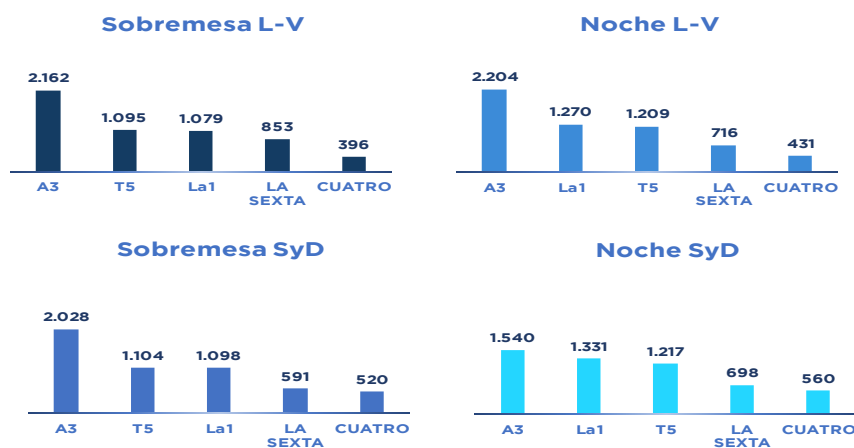
**Los informativos de Antena 3 (2.037.000 de audiencia media y 18,5% de cuota) son los más vistos desde hace 4 años y 4 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.**

Los informativos de La1 (1.183.000 de audiencia media y 10,6% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (1.151.000 de audiencia media y 10,5% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	62	2.037	18,5%	24,2 Mill.	52%
	La1	62	1.183	10,6%	23,8 Mill.	51%
	T5	62	1.151	10,5%	18,7 Mill.	40%
	LA SEXTA	62	724	7,8%	18,5 Mill.	40%
	CUATRO	61	456	5,3%	18,9 Mill.	41%
Lunes a Viernes	A3	42	2.183	19,8%	20,7 Mill.	44%
	La1	42	1.175	10,5%	20,1 Mill.	43%
	T5	42	1.149	10,5%	15,2 Mill.	33%
	LA SEXTA	42	775	8,1%	14,3 Mill.	31%
	CUATRO	41	413	4,9%	13,2 Mill.	28%
Sábado y Domingo	A3	20	1.778	16,2%	16,5 Mill.	35%
	La1	20	1.200	10,8%	16,7 Mill.	36%
	T5	20	1.156	10,6%	12,4 Mill.	27%
	LA SEXTA	20	642	7,2%	12,6 Mill.	27%
	CUATRO	20	540	6,0%	13,1 Mill.	28%

### RESULTADOS POR EDICIONES

AUDIENCIA MEDIA (000)



# CADENAS AUTONÓMICAS

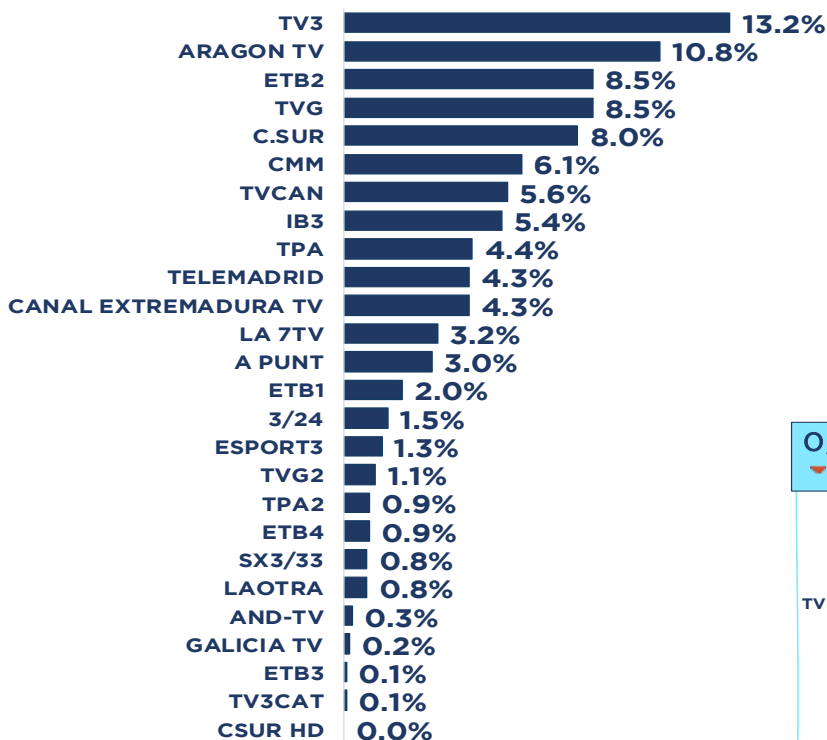
\*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

**El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,1 % de cuota de pantalla.**

**El número de espectadores únicos acumulados es de 29,3 millones, el 62,9 % de cobertura.**

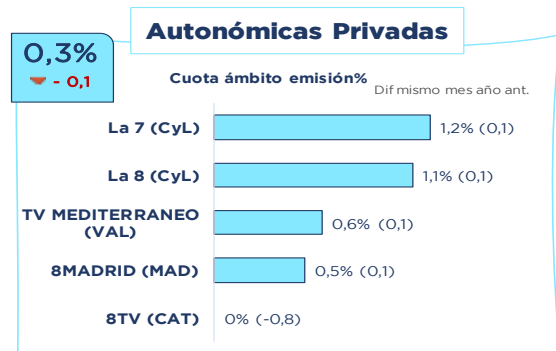
La cadena autonómica con mayor cuota este mes es TV3 (13,2%), ARAGON TV (10,8%), ETB2 (8,5%), TVG (8,5%), C.SUR (8%), CMM (6,1%), TVCAN (5,6%), IB3 (5,4%), TPA (4,4%) y TELEMADRID (4,3%), entre las 10 primeras.

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



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

★ ETB2 (País Vasco) : Mejor mes de marzo desde 2022.



# CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

## CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



### Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>C.SUR</b>	8,0%	→ 5,4 Mill.	65,3%
<b>AND-TV</b>	0,3%	→ 2,5 Mill.	30,1%



### Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>ARA TV</b>	10,8%	→ 1,0 Mill.	76,8%



### Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TPA</b>	4,4%	→ 0,6 Mill.	60,7%
<b>TPA2</b>	0,9%	→ 0,3 Mill.	32,2%



### Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>IB3</b>	5,4%	→ 0,6 Mill.	44,8%



### Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TVCAN</b>	5,6%	→ 1,3 Mill.	59,2%



### Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>CMM</b>	6,1%	→ 1,3 Mill.	65,1%



### Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TV3</b>	13,2%	→ 4,2 Mill.	55,2%
<b>SX3/33</b>	0,8%	→ 2,0 Mill.	26,6%
<b>3/24</b>	1,5%	→ 2,7 Mill.	35,8%
<b>ESPORT3</b>	1,3%	→ 2,2 Mill.	29,0%
<b>TV3CAT</b>	0,1%	→ 0,4 Mill.	4,8%



### Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>C. EXT</b>	4,3%	→ 0,6 Mill.	63,3%



### Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TVG</b>	8,5%	→ 1,8 Mill.	67,2%
<b>TVG2</b>	1,1%	→ 1,2 Mill.	46,4%
<b>GAL. TV</b>	0,2%	→ 0,1 Mill.	2,0%



### Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>LA 7TV</b>	3,2%	→ 1,0 Mill.	64,2%



### Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TELEMADRID</b>	4,3%	→ 3,7 Mill.	54,4%
<b>LAOTRA</b>	0,8%	→ 2,2 Mill.	33,3%



### País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>ETB1</b>	2,0%	→ 1,1 Mill.	52,6%
<b>ETB2</b>	8,5%	→ 1,6 Mill.	73,2%
<b>ETB3</b>	0,1%	→ 0,4 Mill.	17,9%
<b>ETB4</b>	0,9%	→ 0,8 Mill.	39,4%



### Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>A PUNT</b>	3,0%	→ 2,8 Mill.	55,3%



# INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	<b>Cuota%</b> en ámbito emisión		<b>Espectadores Únicos</b> (000)	<b>Cob%</b>
▶ TV3	22,9%	→	3.410	44,8%
▶ ARAGON TV	20,6%	→	709	55,1%
▶ ETB2	19,8%	→	1.076	50,5%
▶ TVG	11,1%	→	1.232	46,8%
▶ CMM	10,4%	→	737	36,8%
▶ IB3	10,4%	→	328	26,6%
▶ C.SUR	10,1%	→	3.469	41,6%
▶ TVCAN	9,6%	→	870	38,5%
▶ TELEMADRID	8,0%	→	2.027	30,1%
▶ TPA	7,8%	→	361	36,8%
▶ LA 7TV	7,6%	→	541	36,0%
▶ A PUNT	6,7%	→	1.631	32,4%



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 firman el 11,4 %  
**MÁXIMO MENSUAL.**

Los espectadores únicos ascienden a 21,6 millones,  
el 46,3% de cobertura poblacional.

El ranking de cadenas de este grupo de cadenas está conformado por LALIGA TV por M+ (0,5%), DAZN LaLiga (0,4%), AXN (0,3%), WARNER TV (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), CANAL HISTORIA (0,2%), MOVISTAR PLUS+ (0,2%) y CALLE 13 (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	<b>TEMATICAS PAGO</b>	<b>11,4%</b>	<b>+1,4</b>	<b>21,6 mill.</b>	<b>46,3%</b>
1	LALIGA TV por M+	0,5%	+0,1	5,2 mill.	11,2%
2	DAZN LaLiga	0,4%	+0,2	5,0 mill.	10,7%
3	AXN	0,3%	+0,1	4,2 mill.	9,0%
4	WARNER TV	0,2%	0,0	4,8 mill.	10,3%
5	STAR CHANNEL	0,2%	-0,1	4,9 mill.	10,4%
6	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,7 mill.	10,1%
7	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	0,0	3,8 mill.	8,1%
8	CANAL HISTORIA	0,2%	+0,1	3,7 mill.	8,0%
9	MOVISTAR PLUS+	0,2%	-	3,8 mill.	8,1%
10	CALLE 13	0,2%	0,0	3,5 mill.	7,6%
11	COMEDY CENTRAL	0,1%	-0,1	4,3 mill.	9,1%
12	DAZN F1	0,1%	-0,1	2,1 mill.	4,6%
13	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,8 mill.	8,1%
14	TCM	0,1%	0,0	4,0 mill.	8,5%
15	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,4%
16	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,9 mill.	6,3%
17	SYFY	0,1%	0,0	3,4 mill.	7,3%
18	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,7 mill.	5,9%
19	DAZN 1	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,9%
20	EUROSPORT	0,1%	+0,1	2,0 mill.	4,2%
21	DECASA	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,5%
22	SOMOS	0,1%	0,0	1,6 mill.	3,4%
23	NGC WILD	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,9%
24	AMC CRIME	0,1%	0,0	1,0 mill.	2,2%
25	COSMO	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,6%



# GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

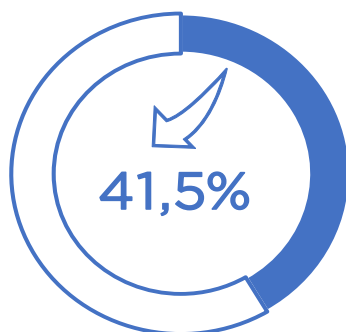
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,6%	10,7 Mill.	22,9%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHERN	1,1%	9,4 Mill.	20,2%
③	DAZN	0,6%	6,5 Mill.	13,9%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,4%	7,2 Mill.	15,5%
⑤	TURNER	0,4%	6,3 Mill.	13,6%
⑥	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,3%	4,8 Mill.	10,3%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	5,3 Mill.	11,3%
⑧	DISCOVERY NETWORKS	0,3%	4,2 Mill.	9,0%
⑨	VIACOM	0,2%	5,5 Mill.	11,7%

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

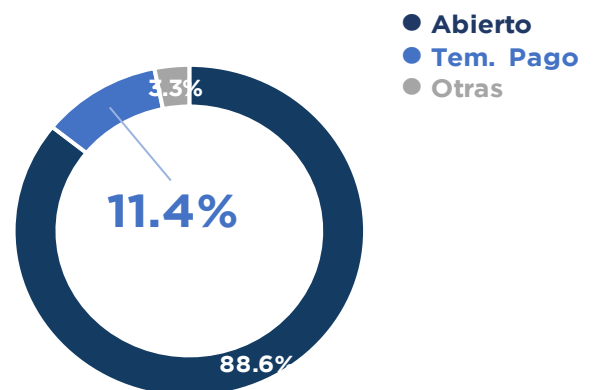
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **29,8%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **41,5%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **58,5%** a cadenas en abierto.

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



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



# EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a  
**FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL (La1, 26-mar-24):  
3.822.000 y 28,3%**

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

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL	La1	26-mar-24	28,3%	3.822	8,3 mill.
2	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	04-mar-24	18,5%	2.475	4,3 mill.
3	PREVIO FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL	La1	26-mar-24	19,1%	2.467	3,5 mill.
4	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	11-mar-24	18,6%	2.464	4,1 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	20-mar-24	19,1%	2.450	3,9 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	04-mar-24	23,0%	2.436	3,5 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	06-mar-24	19,0%	2.433	3,8 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	25-mar-24	19,2%	2.431	3,8 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	07-mar-24	18,9%	2.424	3,8 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	14-mar-24	19,4%	2.421	3,8 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	05-mar-24	18,4%	2.358	3,7 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	11-mar-24	22,9%	2.349	3,5 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	21-mar-24	18,9%	2.312	3,7 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	10-mar-24	21,5%	2.293	3,3 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	08-mar-24	23,4%	2.290	3,4 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	02-mar-24	22,4%	2.290	3,5 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	13-mar-24	17,6%	2.288	3,7 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	06-mar-24	23,3%	2.277	3,5 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	26-mar-24	22,1%	2.270	3,4 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	09-mar-24	21,5%	2.265	3,3 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	12-mar-24	17,6%	2.249	3,4 mill.
22	PASAPALABRA	A3	06-mar-24	20,5%	2.231	4,4 mill.
23	EL HORMIGUERO / LEO HARLEM	A3	20-mar-24	16,5%	2.225	4,8 mill.
24	EL HORMIGUERO / JOSE MOTA	A3	04-mar-24	15,7%	2.204	4,6 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	21-mar-24	22,9%	2.204	3,2 mill.

# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS ABIERTO



### CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / UNCHARTED (La1, 31-mar-24): 1.549.000 y 12,3%
- 2 MULTICINE / EL BECARIO (A3, 29-mar-24): 1.331.000 y 14%
- 3 MULTICINE / NO ES AMOR (A3, 16-mar-24): 1.302.000 y 14,1%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 PASAPALABRA (A3, 06-mar-24): 2.231.000 y 20,5%
- 2 EL HORMIGUERO / LEO HARLEM (A3, 20-mar-24): 2.225.000 y 16,5%
- 3 EL HORMIGUERO / JOSE MOTA (A3, 04-mar-24): 2.204.000 y 15,7%



### SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 04-mar-24): 1.490.000 y 14,8%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 26-mar-24): 1.399.000 y 13,9%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 06-mar-24): 1.382.000 y 14,1%



### INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 04-mar-24): 2.475.000 y 18,5%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 11-mar-24): 2.464.000 y 18,6%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 20-mar-24): 2.450.000 y 19,1%



### CULTURALES

- 1 LA ENTREVISTA QUE NUNCA SE EMITIO (La1, 05-mar-24): 1.426.000 y 10,4%
- 2 CINE DE BARRIO PRESENTACION / EL TURISMO ES UN GRAN INVENTO (La1, 09-mar-24): 1.193.000 y 11,8%
- 3 CINE DE BARRIO PRESENTACION / LOS PECADOS DE UNA CHICA CASI DECENTE (La1, 02-mar-24): 1.159.000 y 11,4%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL (La1, 26-mar-24): 3.822.000 y 28,3%
- 2 PREVIO FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-BRASIL (La1, 26-mar-24): 2.467.000 y 19,1%
- 3 FUTBOL:AMISTOSO / ESPAÑA-COLOMBIA (La1, 22-mar-24): 2.167.000 y 18,2%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 02-mar-24): 327.000 y 3,6%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 25-mar-24): 311.000 y 3%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 25-mar-24): 303.000 y 2,8%



# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS TEMÁTICAS PAGO



### CINE

- 1 CINE / DOCTOR STRANGE(DOCTOR EXTRAÑO) (STAR CHANNEL, 10-mar-24): 93.000 y 0,7%
- 2 CINE / MARVEL.LOS VENGADORES (STAR CHANNEL, 09-mar-24): 93.000 y 0,8%
- 3 CINE / FAST & FURIOUS 8 (AXN, 10-mar-24): 92.000 y 0,8%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 CEREMONIA DE LOS OSCAR 2024 (MOVISTAR PLUS+, 10-mar-24): 50.000 y 1,1%
- 2 CEREMONIA DE LOS OSCAR 2024 (MOVISTAR PLUS+, 11-mar-24): 44.000 y 2,8%
- 3 PAREJA A LA PUJA / PARADA EN CULVER CITY (AMC BREAK, 21-mar-24): 30.000 y 0,2%



### SERIES

- 1 POLICIAS CON CARACTER / CAPITANA POQUELIN (CALLE 13, 03-mar-24): 76.000 y 0,6%
- 2 CHICAGO P.D. / DESEMPAQUETANDO (CALLE 13, 20-mar-24): 69.000 y 0,5%
- 3 CHICAGO P.D. / REINCORPORACION (CALLE 13, 27-mar-24): 52.000 y 0,4%



### INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.PORTUGAL (DAZN 1, 24-mar-24): 13.000 y 0,1%
- 2 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / EL CASO ASUNTA (AMC CRIME, 11-mar-24): 11.000 y 1,1%
- 3 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (DOCUMENTALES por M+, 22-mar-24): 11.000 y 1,3%



### CULTURALES

- 1 LA ALFOMBRA ROJA DE LOS OSCAR 2024 (MOVISTAR PLUS+, 10-mar-24): 69.000 y 0,7%
- 2 CONSPIRACIONES BIBLICAS / LOS CLAVOS DE LA CRUZ (CANAL HISTORIA, 27-mar-24): 60.000 y 0,7%
- 3 GIGANTES DEL SUMO / NUEVO EN LA CIUDAD (VAMOS por M+, 16-mar-24): 54.000 y 0,5%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-BARCELONA (DAZN LaLiga, 17-mar-24): 1.635.000 y 12%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ATH.BILBAO-BARCELONA (LALIGA TV por M+, 03-mar-24): 1.375.000 y 9,6%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-ATH.BILBAO (DAZN LaLiga, 31-mar-24): 1.139.000 y 8,7%



### ANIMACIÓN

- 1 KIYA Y LOS HEROES DE KIMOJA (DISNEY JUNIOR, 27-mar-24): 38.000 y 1,3%
- 2 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 24-mar-24): 38.000 y 0,4%
- 3 CACHORROS A LA OBRA (DISNEY JUNIOR, 31-mar-24): 30.000 y 0,5%

# LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

## TOP EMISIONES 1<sup>as</sup> AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



### C.SUR (Andalucía)

- 1 NOTICIAS 2 (C.SUR, 24-mar-24): 331.000 y 13,5%
- 2 NOTICIAS 2 (C.SUR, 29-mar-24): 307.000 y 14%
- 3 NOTICIAS 1 (C.SUR, 28-mar-24): 299.000 y 14,8%



### ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 09-mar-24): 94.000 y 34%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 01-mar-24): 90.000 y 35,5%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 28-mar-24): 89.000 y 34,8%



### TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 04-mar-24): 35.000 y 10,9%
- 2 EL PICU (TPA, 20-mar-24): 35.000 y 10,7%
- 3 TPA DEPORTES 2 (TPA, 15-mar-24): 34.000 y 13,4%



### IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 04-mar-24): 41.000 y 19,2%
- 2 IB3 NOTICIES CAP DE SETMANA 2 (IB3, 03-mar-24): 40.000 y 13,8%
- 3 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 30-mar-24): 40.000 y 22,5%



### TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS FIN SE 1 (TVCAN, 23-mar-24): 74.000 y 15,8%
- 2 TELENOTICIAS (TVCAN, 04-mar-24): 71.000 y 18,6%
- 3 DEPORTES TN2 (TVCAN, 23-mar-24): 70.000 y 11,4%



### CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 27-mar-24): 79.000 y 16,8%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 08-mar-24): 72.000 y 15,6%
- 3 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA FIN DE SEMANA (CMM, 03-mar-24): 67.000 y 15,9%



### TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES CAP DE SETMANA VESPRES (TV3, 10-mar-24): 502.000 y 21,9%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 11-mar-24): 502.000 y 22,5%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 04-mar-24): 493.000 y 23,3%



### TVG (Galicia)

- 1 DEPORTES 2 (TVG, 24-mar-24): 120.000 y 14,8%
- 2 O TEMPO (TVG, 25-mar-24): 120.000 y 14,3%
- 3 O TEMPO (TVG, 26-mar-24): 114.000 y 12,9%



### TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 07-mar-24): 138.000 y 15,4%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 11-mar-24): 137.000 y 13,9%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 04-mar-24): 134.000 y 13,9%



### LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 27-mar-24): 43.000 y 11,8%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 31-mar-24): 41.000 y 19%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 21-mar-24): 38.000 y 13,4%



### ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 21-mar-24): 151.000 y 26,9%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 26-mar-24): 139.000 y 21,6%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 11-mar-24): 138.000 y 21,3%



### A PUNT (Valencia)

- 1 FALLES 2024:MASCLETA (A PUNT, 16-mar-24): 261.000 y 33%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 16-mar-24): 237.000 y 23%
- 3 FALLES 2024:MASCLETA (A PUNT, 18-mar-24): 220.000 y 28,9%









**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

**Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ranking por grupos editoriales con el 26,5% de cuota.**

- ▶ Mediaset (26,1%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ Grupo RTVE (14,2%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,7%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,5%) con tres cadenas.

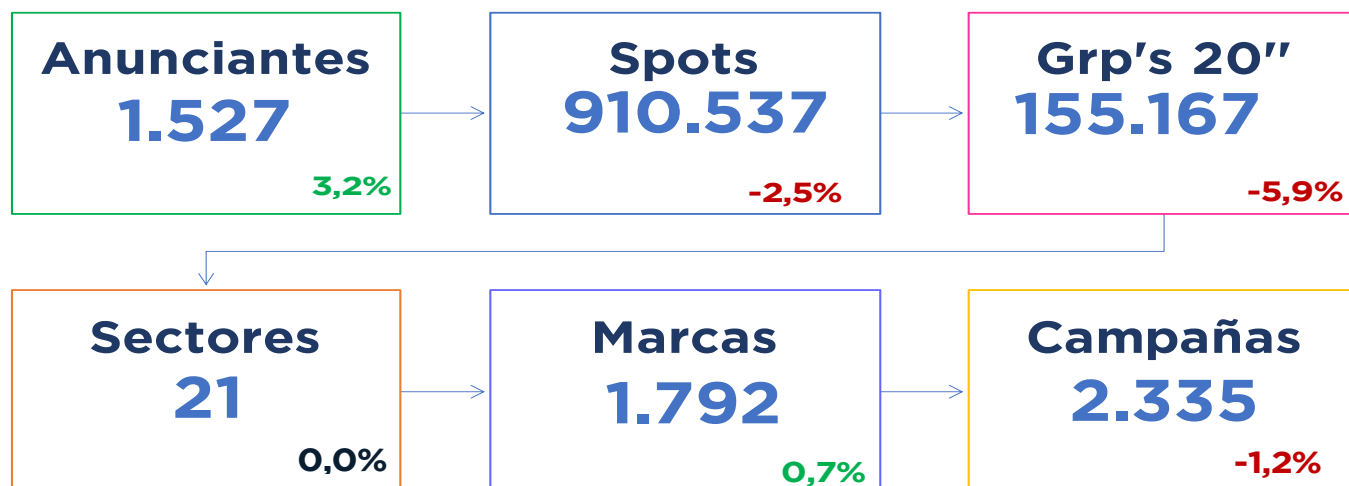
	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	26,5%	38,8 mill.	83,2%
	MEDIASET	26,1%	39,0 mill.	83,7%
	GRUPO RTVE	14,2%	37,4 mill.	80,1%
	FORTA	8,0%	28,6 mill.	61,4%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,7%	23,9 mill.	51,1%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,5%	23,4 mill.	50,2%

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

**Aumentan la presión publicitaria de GRPs en -5,9% y el número de campañas activas un -1,2%.**



\*Diferencias mar-24 vs. mar-23

El spot más visto corresponde a la campaña "GAES/CENTROS AUDITIVOS" en A3, con 23 Grp's 20" ('LA RULETA DE LA SUERTE', 14 marzo).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:


- **CAMPAÑA:** "SECURITAS DIRECT/ALARMAS" con 1.746 Grp's 20".
- **ANUNCIANTE:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA con 5.475 Grp's 20".
- **MARCA:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 4.867 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	GAES/CENTROS AUDITIVOS	23
	2	UNIVERSIDAD DE NEBRIJA	21
	3	UNIVERSIDAD DE NEBRIJA	21
	4	UNIVERSIDAD DE NEBRIJA	20
	5	UNIVERSIDAD DE NEBRIJA	20

Total

911  
Mil.


## Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	5.475
	2	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	5.259
	3	L'OREAL ESPAÑA	3.171
	4	LIDL AUTOSERVICIO DESCUEN	2.289
	5	PUBLICIDAD COMPARTIDA	2.022

Total

1.527


## Top 5 Campañas (Grp's 20'')

	1	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.746
	2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	1.496
	3	LIDL/SUPERMERCADO	1.435
	4	IKEA/T.MUEBLES Y DECO	1.293
	5	CASA TARRADELLAS/PIZZ	1.083

Total

2.335


## Top 5 Marcas (Grp's 20'')

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.867
	2	LIDL	2.289
	3	DANONE	1.965
	4	SECURITAS DIRECT	1.849
	5	L'OREAL	1.809

Total

1.792

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

	1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	17%
	2	ALIMENTACION	16%
	3	BELLEZA E HIGIENE	13%
	4	SERVICIOS PUBLICOS Y PRIVADOS	7%
	5	FINANZAS Y SEGUROS	6%

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 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: marzo-2024

# CONTÁCTENOS

## BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ [blvcom@barloventocomunicacion.es](mailto:blvcom@barloventocomunicacion.es)

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS