

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

Mayo 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 43,5 millones (el 92,5 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 27,3 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 58,1 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor es de 213 minutos por persona al día (-4', -2 % vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 328 minutos (1', 0,3%).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL es de 278 minutos por espectador al día (-4', -1 % vs año anterior) y de 162 minutos por persona al día (-8', -5 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 51 minutos por persona al día (+ 4', 9 % vs año anterior). Por espectador al día el promedio es de 176 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 26,9 % de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 24,5 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 15,5 %.

- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 13,3 % de cuota de pantalla, vuelve a liderar el mes. Le siguen La1, 10,4 % y T5, 9,8 %, entre las tres primeras.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 13,8 % , seguida de ARAGON TV con el 12 % y C.SUR con el 9,8 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago firman su máximo histórico con el 11,7 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: LALIGA TV por M+ (0,4 %), MOVISTAR PLUS+ (0,3 %) y DAZN LaLiga (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a EUROVISION:VOTACIONES (La1, 17-may-25) con 6,3 millones y 59,7% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión EUROVISION:VOTACIONES (La1, 17-may, 00:21h) con una audiencia de 7,1 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 5 años y 5 meses de forma ininterrumpida con 1.824.000 de audiencia media y 19% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.539 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -7,8 % y el número de campañas activas un -2,9 %.

Visión Global

CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

278'
espectador/día

-4' -1%

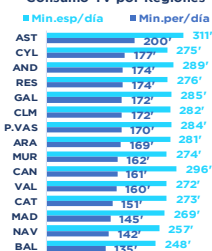
*Dif. may-25 vs. may-24

162'
persona/día

-8' -5%

*Dif. may-25 vs. may-24

Consumo TV por Regiones



may-25



Cadena líder

A3

13,3%

RÁNKING CADENAS

	Cuota	*Dif. may-25 vs. may-24	Espectadores Únicos
A3	13,3%	0,0	32,0 mill.
La1	10,4%	+1,3	34,7 mill. ★
T5	9,8%	-0,7	28,7 mill.
AUT	8,6%	+0,4	27,3 mill.
LA SEXTA	6,5%	-0,1	28,8 mill.
CUATRO	5,9%	+0,7	30,0 mill.
La2	2,9%	+0,3	25,9 mill.
ENERGY	2,5%	0,0	13,0 mill.
FDF	2,3%	-0,4	16,9 mill.
ATRESERIES	2,0%	-0,1	12,7 mill.
NOVA	1,9%	-0,2	10,9 mill.
BEMADtv	1,8%	-0,1	16,4 mill.
TRECE	1,8%	0,0	13,2 mill.
NEOX	1,8%	-0,1	17,8 mill.
DMAX	1,6%	-0,2	15,8 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	15,5 mill.
MEGA	1,4%	-0,3	14,8 mill.
DIVINITY	1,3%	-0,7	13,4 mill.
DKISS	1,1%	-0,2	10,5 mill.
24H	1,1%	0,0	14,4 mill.
TEN	1,0%	-0,1	9,6 mill.
SQUIRREL	0,9%	-	11,9 mill.
BOING	0,9%	+0,1	11,1 mill.
GOL PLAY	0,8%	-0,2	13,0 mill.
CLAN	0,8%	+0,1	10,6 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	-0,1	10,3 mill.
TELEDEPORTE	0,4%	-0,1	10,6 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	5,7 mill.
AUT PRIV	0,2%	0,0	4,6 mill.

ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

ACUMULADO MENSUAL

43,5 Millones

Cobertura mes

92,5 %

PROMEDIO DIARIO

27,3 Millones

Cobertura día

58,1 %

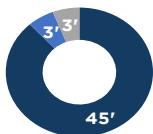
OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

51'
persona/día

+4' 9%

*Dif. may-25 vs. may-24

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



Temáticas Pago -> 11,7% (+0,8)

*Dif. may-25 vs. may-24

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

213'
persona/día

-4' -2%

*Dif. may-25 vs. may-24

328'
espectador/día

+1' 0,3%

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

EUROVISION:VOTACIONES, 17-may-25

6,3 millones y 59,7%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

7,1 millones

EUROVISION:VOTACIONES

La1, 17-may, 00:21h



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

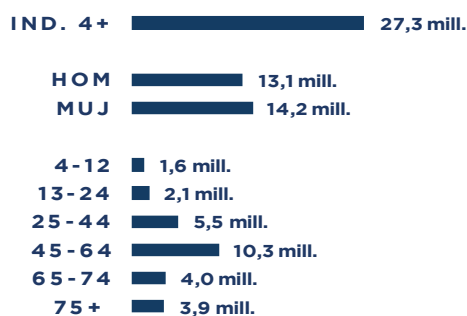
ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes de mayo 2025 alcanzan la cifra de 43,5 millones, que representa el 92,5% de la población, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

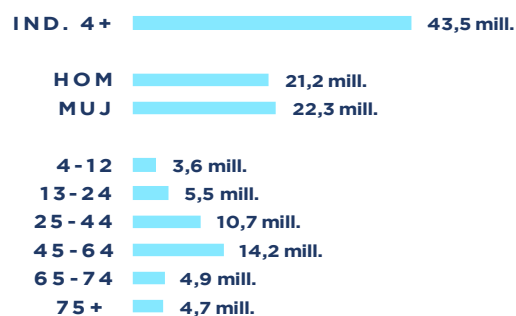
27,3 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 58,1% de la población.

Por el contrario, hay 3,5 millones de “telefóbicos”, el 8% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

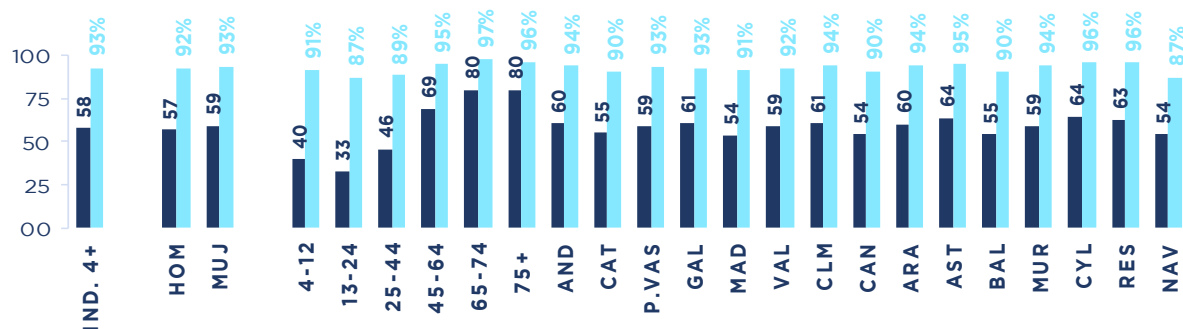
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

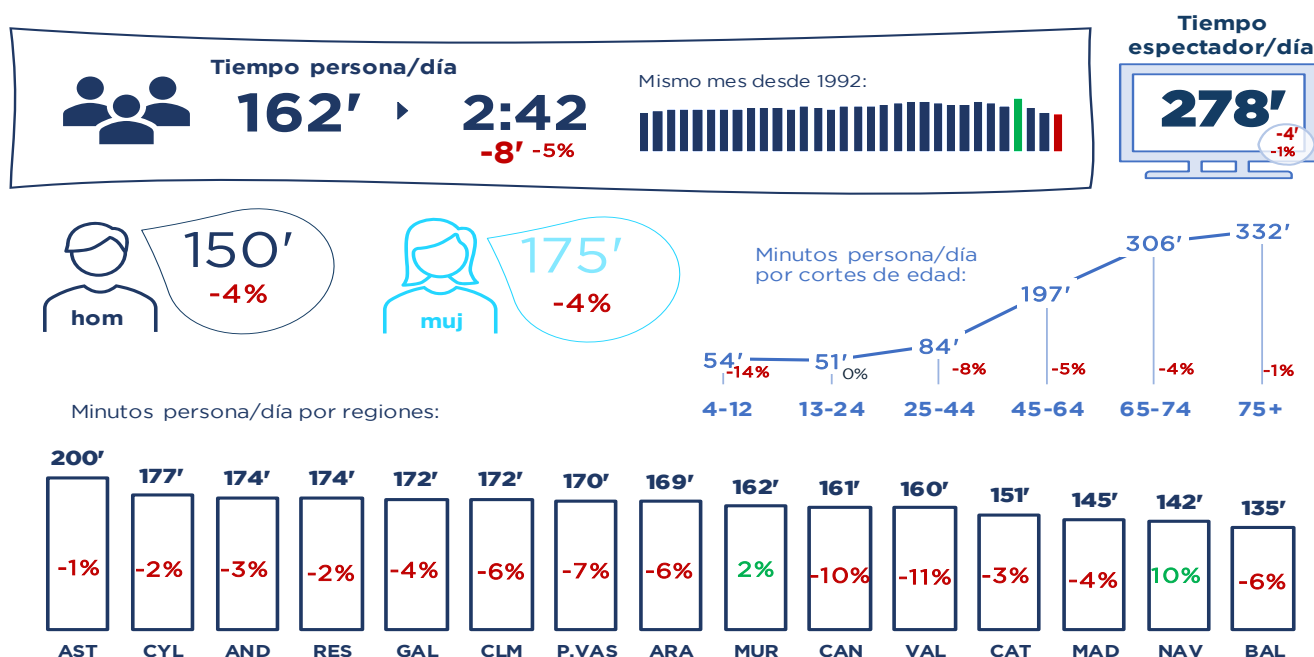


CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **278 minutos** (-4' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 47,1 millones) ha dedicado un promedio de **162 minutos** (2 horas y 42 minutos) al día a ver la Televisión Tradicional este mes, lo que supone **-8' (-5%)** con respecto al mes de mayo-24.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (175') y los mayores de 64 años (306') y, por regiones, Asturias (200'), Castilla León (177') y Andalucía (174').



*Diferencias may-25 vs. may-24

CONSUMO HÍBRIDO

(OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES)

El promedio del consumo híbrido (“Otros Consumos Audiovisuales”) es de 51 minutos por persona al día, +4' (9%) que en mayo-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 3.150.000.

51 MINUTOS PERSONA/DÍA **34,2** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES **13,5** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias may-25 vs. may-24



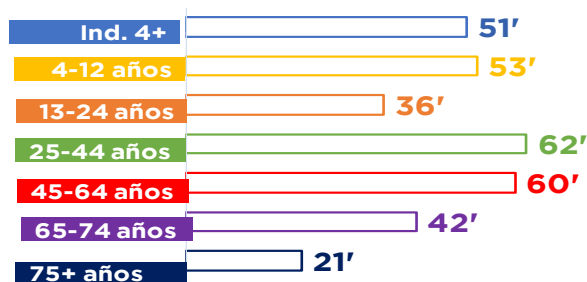
Streaming y consumo de video cuyo origen es Internet, ejemplo YouTube.

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 consumos audiovisuales” son **los individuos de 25 a 44 años (62’)**.

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



CONSUMO TOTAL TELEVISOR

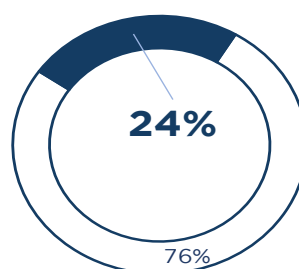
**El tiempo total de uso del televisor
(Tradicional + otros consumos)
es de 213' por persona al día
y de 328' por espectador al día**

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET		TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. may-25 vs. may-24	
Ind. 4+ (inv)	👉	213'	-4'	-2%
HOM	👉	202'	-4'	-2%
MUJ	👉	224'	-4'	-2%
4-12	👉	107'	-6'	-5%
13-24	👉	87'	+4'	5%
25-44	👉	146'	-7'	-5%
45-64	👉	257'	-6'	-2%
65-74	👉	348'	-4'	-1%
75+	👉	353'	-1'	0%
ANDALUCIA	👉	226'	0'	0%
CATALUÑA	👉	207'	-3'	-1%
PAÍS VASCO	👉	206'	-14'	-6%
GALICIA	👉	204'	-7'	-3%
MADRID	👉	203'	-4'	-2%
C. VALENCIANA	👉	216'	-17'	-7%
CASTILLA LA MANC	👉	213'	-16'	-7%
CANARIAS	👉	217'	-13'	-6%
ARAGÓN	👉	215'	-9'	-4%
ASTURIAS	👉	237'	+5'	2%
BALEARES	👉	191'	+2'	1%
MURCIA	👉	211'	+3'	1%
CASTILLA LEÓN	👉	221'	+3'	1%
RESTO	👉	223'	+13'	6%
NAVARRA	👉	179'	+16'	10%
T.COMERCIAL	👉	167'	-4'	-2%

Tiempo total uso televisor

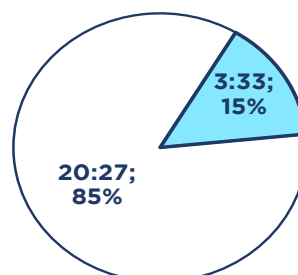
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:33**, 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, 13,3%, cadena líder en el mes

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 43,1 millones, el 92% de cobertura.

- ▶ La cadena más vista es Antena 3 con el 13,3%.
- ▶ La1 (10,4%) mantiene la segunda posición, con su mejor mes de mayo desde el 2018, y Telecinco (9,8%) se sitúa tercer lugar.
- ▶ En cuarto puesto, AUTONÓMICAS (8,6%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (6,5%), seguida de Cuatro (5,9%).
- ▶ Les siguen La2 (2,9%), ENERGY (2,5%), FDF (2,3%) y ATRESERIES (2%), para completar la tabla de las diez primeras.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (11,7%) firma su máximo mensual**, se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK			Cuota	*Dif. may-25 vs. may-24	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3		13,3%	0,0	32,0 mill.	68,1%
2	La1		10,4%	+1,3	★ 34,7 mill.	73,7%
3	T5		9,8%	-0,7	28,7 mill.	61,0%
4	AUT		8,6%	+0,4	27,3 mill.	58,1%
5	LA SEXTA		6,5%	-0,1	28,8 mill.	61,2%
6	CUATRO		5,9%	+0,7	30,0 mill.	63,7%
7	La2		2,9%	+0,3	25,9 mill.	55,0%
8	ENERGY		2,5%	0,0	13,0 mill.	27,5%
9	FDF		2,3%	-0,4	16,9 mill.	35,9%
10	ATRESERIES		2,0%	-0,1	12,7 mill.	27,1%
11	NOVA		1,9%	-0,2	10,9 mill.	23,1%
12	BEMADtv		1,8%	-0,1	16,4 mill.	34,8%
13	TRECE		1,8%	0,0	13,2 mill.	28,1%
14	NEOX		1,8%	-0,1	17,8 mill.	37,8%
15	DMAX		1,6%	-0,2	15,8 mill.	33,5%
16	PARAMOUNT NETWORK		1,5%	0,0	15,5 mill.	33,0%
17	MEGA		1,4%	-0,3	14,8 mill.	31,5%
18	DIVINITY		1,3%	-0,7	13,4 mill.	28,5%
19	DKISS		1,1%	-0,2	10,5 mill.	22,3%
20	24H		1,1%	0,0	14,4 mill.	30,6%
21	TEN		1,0%	-0,1	9,6 mill.	20,4%
22	SQUIRREL		0,9%	-	11,9 mill.	25,2%
23	BOING		0,9%	+0,1	11,1 mill.	23,7%
24	GOL PLAY		0,8%	-0,2	13,0 mill.	27,5%
25	CLAN		0,8%	+0,1	10,6 mill.	22,5%
26	REAL MADRID HD		0,6%	-0,1	10,3 mill.	21,8%
27	TELEDEPORTE		0,4%	-0,1	10,6 mill.	22,5%
28	BOM Cine		0,4%	0,0	5,7 mill.	12,1%
29	AUT PRIV		0,2%	0,0	4,6 mill.	9,7%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena3 líder en ambos sexos y en mayores de 45 años.**
- ▶ **La1 lidera en 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, Baleares, C. Valenciana, Castilla La Mancha, Castilla León, Galicia, Murcia, Resto y Andalucía. La1 es la cadena líder en Madrid, País Vasco y Navarra. Telecinco en Canarias y TV3 es la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, Antena3 lidera en la mañana, sobremesa, tarde y “prime-time”, mientras que Telecinco la más vista en el “Late-night” y Energy en la madrugada.

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

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS		
MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
A3	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	La1	A3

CADENA LÍDER DÍA A DÍA	
A3	27 DÍAS
La1	3 DÍAS
T5	1 DÍAS



INFORMATIVOS DIARIOS

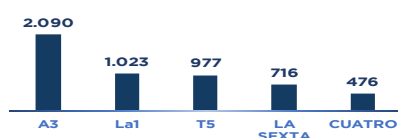
**Los informativos de Antena 3
(1.824.000 de audiencia media y 19% de cuota)
son los más vistos desde hace 5 años y 5 mes consecutivos,**
en el promedio de la audiencia media
de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.037.000 de audiencia media y 10,8% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (889.000 de audiencia media y 9,2% de cuota) los terceros.

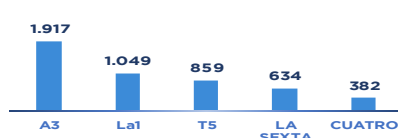
Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	62	1.824	19,0%	21,9 Mill.	47%
	La1	61	1.037	10,8%	21,4 Mill.	45%
	T5	62	889	9,2%	16,2 Mill.	35%
	LA SEXTA	62	621	7,8%	16,0 Mill.	34%
	CUATRO	62	438	5,8%	17,0 Mill.	36%
Lunes a Viernes	A3	44	2.003	20,5%	18,9 Mill.	40%
	La1	44	1.036	10,7%	17,1 Mill.	36%
	T5	44	924	9,5%	13,5 Mill.	29%
	LA SEXTA	44	669	8,2%	13,0 Mill.	28%
	CUATRO	44	431	5,7%	13,1 Mill.	28%
Sábado y Domingo	A3	18	1.449	15,6%	14,0 Mill.	30%
	La1	17	1.041	11,1%	14,4 Mill.	31%
	T5	18	802	8,6%	9,8 Mill.	21%
	LA SEXTA	18	529	7,1%	10,0 Mill.	21%
	CUATRO	18	456	6,1%	10,4 Mill.	22%

RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)

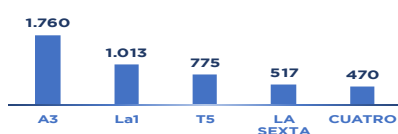
Sobremesa L-V



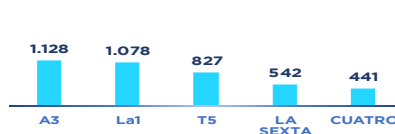
Noche L-V



Sobremesa SyD



Noche SyD



CADENAS AUTONÓMICAS

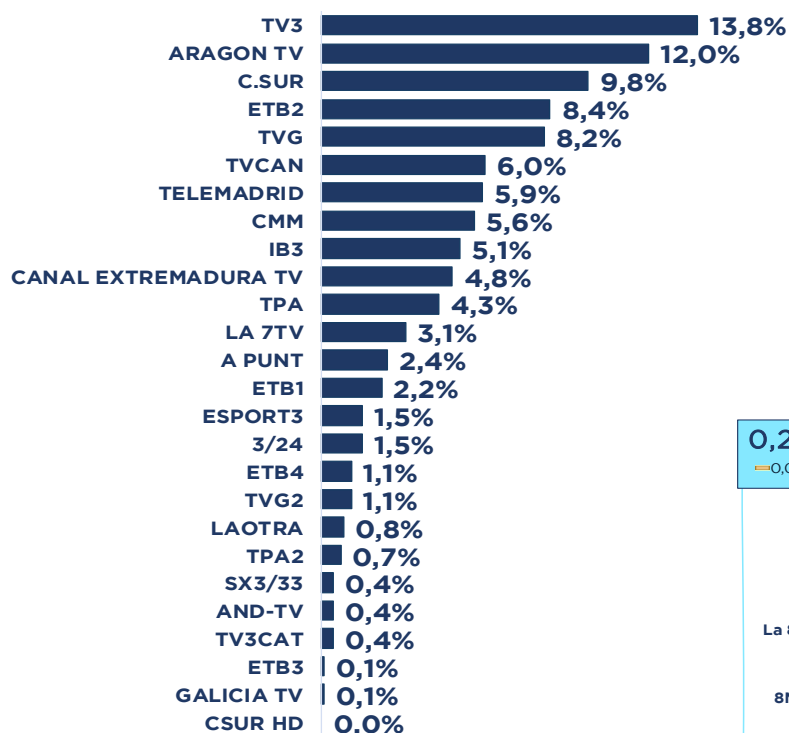
*Desde Febrero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,6 % de cuota de pantalla.

El número de espectadores únicos acumulados es de 27,3 millones, el 58,1 % de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota este mes es TV3 (13,8%), ARAGON TV (12%), C.SUR (9,8%), ETB2 (8,4%), TVG (8,2%), TVCAN (6%), TELEMADRID (5,9%), CMM (5,6%), IB3 (5,1%) y CANAL EXTREMADURA TV (4,8%), entre las 10 primeras.

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



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

★ Á Punt (Valencia): Mejor mes de mayo desde 2023.

★ Canal Sur (Andalucía): Mejor mes de mayo desde 2013.

★ Canal Extremadura (Extremadura): Mejor mes de mayo desde 2023.

★ IB3 (Baleares) Mejor mes de mayo desde 2023.

★ TPA (Asturias): Mejor mes de mayo desde 2023.

★ Televisión Canaria: Mejor mes de mayo desde 2021.

★ Telemadrid (Madrid): Mejor mes de mayo desde 2012.

★ TVG (Galicia): Mejor mes de mayo desde 2023.

Autonómicas Privadas

0,2%

0,0

Cuota ámbito emisión%

Dif mismo mes año ant.

La 7 (CyL) 1,5% (0,5)

La 8 (CyL) 0,9% (0)

La 8 Mediterraneo (VAL) 0,5% (0,1)

8MADRID (MAD) 0,4% (-0,1)



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	9,8% →	5,1 Mill.	61,0%
AND-TV	0,4% →	2,5 Mill.	29,4%



Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	12,0% →	0,9 Mill.	66,3%



Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	4,3% →	0,5 Mill.	53,0%
TPA2	0,7% →	0,3 Mill.	32,2%



Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	5,1% →	0,5 Mill.	39,0%



Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	6,0% →	1,2 Mill.	56,8%



Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	5,6% →	1,1 Mill.	52,6%



Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	13,8% →	4,1 Mill.	52,5%
SX3/33	0,4% →	1,9 Mill.	23,8%
3/24	1,5% →	2,6 Mill.	33,2%
ESPORT3	1,5% →	2,4 Mill.	30,3%
TV3CAT	0,4% →	0,5 Mill.	5,9%



Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	4,8% →	0,6 Mill.	62,6%



Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	8,2% →	1,6 Mill.	61,7%
TVG2	1,1% →	1,1 Mill.	42,8%
GAL. TV	0,1% →	0,1 Mill.	4,2%



Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	3,1% →	0,8 Mill.	53,1%



Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	5,9% →	3,4 Mill.	50,4%
LAOTRA	0,8% →	2,1 Mill.	31,1%



Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	2,4% →	2,2 Mill.	43,0%



País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	2,2% →	0,9 Mill.	42,2%
ETB2	8,4% →	1,3 Mill.	62,2%
ETB3	0,1% →	0,3 Mill.	12,2%
ETB4	1,1% →	0,6 Mill.	26,2%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ ARAGON TV	22,7%	→	572	44,0%
▶ TV3	22,3%	→	3.165	40,7%
▶ ETB2	19,2%	→	909	42,1%
▶ TVG	12,2%	→	995	37,8%
▶ C.SUR	11,1%	→	3.009	36,0%
▶ TELEMADRID	10,6%	→	1.712	25,1%
▶ TVCAN	10,1%	→	790	36,1%
▶ IB3	9,7%	→	300	25,1%
▶ CMM	9,1%	→	539	26,4%
▶ TPA	8,3%	→	316	32,1%
▶ LA 7TV	5,6%	→	309	20,3%
▶ A PUNT	4,8%	→	992	19,1%



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 su **máximo mensual con el 11,7% de cuota de pantalla**

Los espectadores únicos ascienden a 20,8 millones, el 44,2% de cobertura poblacional.

El **ránking de cadenas de este grupo de cadenas** está conformado por LALIGA TV por M+ (0,4%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), DAZN LaLiga (0,3%), WARNER TV (0,3%), EUROSPORT (0,3%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), AXN (0,2%) y DAZN F1 (0,2%).

Rnk	TEMATICAS PAGO	Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
		11,7%	+0,8	20,8 mill.	44,2%
1	LALIGA TV por M+	0,4%	+0,1	5,0 mill.	10,6%
2	MOVISTAR PLUS+	0,3%	+0,1	4,5 mill.	9,6%
3	DAZN LaLiga	0,3%	0,0	4,2 mill.	8,9%
4	WARNER TV	0,3%	+0,1	4,2 mill.	9,0%
5	EUROSPORT	0,3%	+0,1	3,0 mill.	6,4%
6	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	0,0	4,0 mill.	8,5%
7	STAR CHANNEL	0,2%	0,0	4,2 mill.	8,9%
8	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	-0,1	2,5 mill.	5,4%
9	AXN	0,2%	0,0	2,9 mill.	6,2%
10	DAZN F1	0,2%	0,0	2,2 mill.	4,7%
11	CALLE 13	0,1%	0,0	3,2 mill.	6,8%
12	SYFY	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,7%
13	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,5%
14	COMEDY CENTRAL	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,5%
15	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,2%
16	TCM	0,1%	0,0	3,3 mill.	7,0%
17	AMC CRIME	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,5%
18	CANAL HISTORIA	0,1%	-0,1	1,7 mill.	3,6%
19	SOMOS	0,1%	0,0	1,4 mill.	3,0%
20	DISCOVERY	0,1%	0,0	1,9 mill.	4,0%
21	NGC WILD	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,9%
22	EUROSPORT 2	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,6%
23	COSMO	0,1%	0,0	3,3 mill.	7,0%
24	LALIGA TV HYPERMOTION	0,1%	+0,1	1,5 mill.	3,2%
25	AMC	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,9%



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

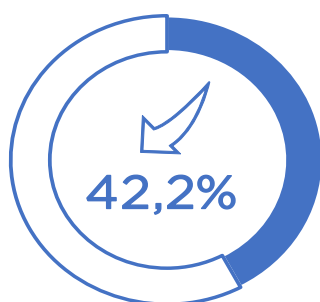
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHEAST	1,0%	6,5 Mill.	13,8%
②	WARNER BROS DISCOVERY	0,9%	7,6 Mill.	16,2%
③	DAZN	0,6%	6,0 Mill.	12,7%
④	THE WALT DISNEY COMPANY	0,5%	6,5 Mill.	13,9%
⑤	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,4 Mill.	9,4%
⑥	SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA S.	0,2%	3,5 Mill.	7,5%
⑦	PARAMOUNT	0,2%	4,7 Mill.	9,9%
⑧	LA LIGA	0,1%	1,6 Mill.	3,4%
⑨	HEARST CORPORATION INC	0,1%	3,3 Mill.	7,0%
⑩	MTV NETWORKS EUROPE	0,0%	0,4 Mill.	0,9%

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

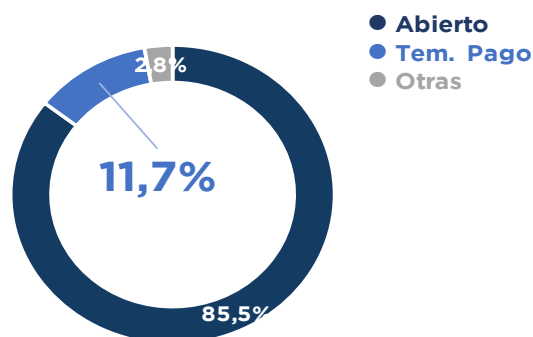
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **30%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **42,2%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **57,8%** 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
EUROVISION:VOTACIONES (La1, 17-may-25):
6.315.000 y 59,7%**

*(sin tener en cuenta las emisiones en simulcast)

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	EUROVISION:VOTACIONES	La1	17-may-25	59,7%	6.315	9,2 mill.
2	EUROVISION	La1	17-may-25	50,1%	5.884	13,6 mill.
3	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / PARIS ST.GERMAIN-INTER	La1	31-may-25	26,3%	2.641	6,0 mill.
4	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	12-may-25	20,8%	2.323	3,5 mill.
5	EL HORMIGUERO / FELIPE GONZALEZ	A3	21-may-25	18,4%	2.303	4,9 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	08-may-25	18,6%	2.294	3,4 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	02-may-25	23,9%	2.227	3,2 mill.
8	EL HORMIGUERO / MIGUEL ANGEL REVILLA	A3	20-may-25	17,6%	2.202	4,5 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	13-may-25	24,0%	2.202	3,2 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	21-may-25	24,1%	2.200	3,1 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	12-may-25	23,7%	2.185	3,2 mill.
12	LA NOCHE DE MELODY	La1	17-may-25	36,6%	2.167	3,8 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	08-may-25	23,9%	2.165	3,2 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	05-may-25	18,9%	2.160	3,3 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	15-may-25	23,1%	2.143	3,1 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	06-may-25	23,8%	2.134	3,0 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	07-may-25	23,7%	2.132	3,0 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	13-may-25	19,1%	2.124	3,3 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	22-may-25	23,1%	2.119	3,2 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	05-may-25	22,8%	2.118	3,3 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	14-may-25	23,6%	2.116	3,2 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	14-may-25	19,0%	2.114	3,2 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-may-25	23,2%	2.112	3,2 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	20-may-25	22,7%	2.107	3,1 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	19-may-25	22,3%	2.105	3,0 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / MEGALODON 2:LA FOSA (La1, 11-may-25): 1.283.000 y 10,7%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / TOMB RAIDER (La1, 25-may-25): 1.224.000 y 11,1%
- 3 LA PELICULA DE LA SEMANA:1 Y ACCION / JOHN WICK 4 (La1, 04-may-25): 1.150.000 y 11,1%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EUROVISION:VOTACIONES (La1, 17-may-25): 6.315.000 y 59,7%
- 2 EUROVISION (La1, 17-may-25): 5.884.000 y 50,1%
- 3 EL HORMIGUERO / FELIPE GONZALEZ (A3, 21-may-25): 2.303.000 y 18,4%



SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 15-may-25): 1.331.000 y 14,9%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 29-may-25): 1.268.000 y 14,5%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 14-may-25): 1.263.000 y 14,7%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 12-may-25): 2.323.000 y 20,8%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 08-may-25): 2.294.000 y 18,6%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 02-may-25): 2.227.000 y 23,9%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CONCHAS CON SALSA DE HUEVO Y ALBAHACA (A3, 26-may-25): 959.000 y 19,6%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / HABITAS CON GUISANTES A LA MENTA (A3, 06-may-25): 932.000 y 19,5%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SEPIA CON GUISANTES Y ALBONDIGAS (A3, 08-may-25): 911.000 y 18,6%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / PARIS ST.GERMAIN-INTER (La1, 31-may-25): 2.641.000 y 26,3%
- 2 POST FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / PARIS ST.GERMAIN-INTER (La1, 31-may-25): 2.067.000 y 19,4%
- 3 PREVIO FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / PARIS ST.GERMAIN-INTER (La1, 31-may-25): 1.271.000 y 16,1%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 02-may-25): 317.000 y 3,7%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 02-may-25): 301.000 y 3,2%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 04-may-25): 296.000 y 3,5%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 TOROS / DESDE SEVILLA (C.SUR, 11-may-25): 346.000 y 18,9%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / SEVILLA-LAS PALMAS (C.SUR, 13-may-25): 346.000 y 14,4%
- 3 NOTICIAS 2 (C.SUR, 11-may-25): 338.000 y 14,3%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 EL TIEMPO (ARAGON TV, 02-may-25): 86.000 y 29,8%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 19-may-25): 83.000 y 32,8%
- 3 BALONCESTO:LIGA FEMENINO / ZARAGOZA-VALENCIA BC (ARAGON TV, 11-may-25): 83.000 y 21,6%



TPA (Asturias)

- 1 TPA DEPORTES 2 (TPA, 25-may-25): 27.000 y 9,1%
- 2 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 12-may-25): 26.000 y 10,7%
- 3 EL PICU (TPA, 09-may-25): 26.000 y 10,2%



IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 13-may-25): 37.000 y 20,7%
- 2 EL TEMPS 1 (IB3, 22-may-25): 36.000 y 19,7%
- 3 IB3 ESPORTS 2 (IB3, 14-may-25): 32.000 y 13,2%



TVCAN (Canarias)

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / SEVILLA-LAS PALMAS (TVCAN, 13-may-25): 75.000 y 15,1%
- 2 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 11-may-25): 66.000 y 11,9%
- 3 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 04-may-25): 65.000 y 13,9%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 05-may-25): 51.000 y 14,2%
- 2 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 15-may-25): 51.000 y 13,9%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 15-may-25): 48.000 y 11,4%



TV3 (Cataluña)

- 1 FUTBOL:LLIGA DE CAMPIONS FEMENI / ARSENAL-BARCELONA (TV3, 24-may-25): 629.000 y 39,8%
- 2 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 08-may-25): 492.000 y 23,5%
- 3 UEFA WOMEN'S CHAMPIONS LEAGUE (TV3, 24-may-25): 482.000 y 31,8%



TVG (Galicia)

- 1 GALICIA NOTICIAS (TVG, 02-may-25): 103.000 y 22,4%
- 2 GALICIA NOTICIAS (TVG, 06-may-25): 100.000 y 24,7%
- 3 GALICIA NOTICIAS (TVG, 27-may-25): 97.000 y 21%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 05-may-25): 167.000 y 18,9%
- 2 +TN (TELEMADRID, 05-may-25): 160.000 y 14,3%
- 3 TELENOTICIAS FIN DE SEMANA 2 (TELEMADRID, 11-may-25): 153.000 y 9,1%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 08-may-25): 28.000 y 8,3%
- 2 CARRERA DE LOS CABALLOS DEL VINO (LA 7TV, 02-may-25): 25.000 y 8,4%
- 3 GRAN DESFILE DE LOS BANDOS MORO Y CRISTIANO / CARAVACA DE LA CRUZ (LA 7TV, 04-may-25): 24.000 y 7,8%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 12-may-25): 141.000 y 22,4%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 05-may-25): 136.000 y 23,3%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 21-may-25): 128.000 y 19,9%



A PUNT (Valencia)

- 1 A LA SACA (A PUNT, 20-may-25): 106.000 y 6,9%
- 2 NTC ORATGE 1 (A PUNT, 23-may-25): 94.000 y 8,1%
- 3 A LA SACA (A PUNT, 28-may-25): 83.000 y 5,5%



LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 VIERNES DE WESTERN / LOS SIETE MAGNIFICOS (STAR CHANNEL, 11-may-25): 71.000 y 0,7%
- 2 CINE / LIGA DE LA JUSTICIA (WARNER TV, 19-may-25): 70.000 y 0,6%
- 3 CINE / OBJETIVO:LA CASA BLANCA (WARNER TV, 10-may-25): 69.000 y 0,9%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL CONSULTORIO DE BERTO (MOVISTAR PLUS+, 15-may-25): 76.000 y 0,8%
- 2 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 15-may-25): 50.000 y 0,5%
- 3 DESCUBRIENDO A BORDALAS (DAZN LaLiga, 14-may-25): 43.000 y 0,6%



SERIES

- 1 9-1-1 (STAR CHANNEL, 12-may-25): 70.000 y 0,5%
- 2 WATSON (STAR CHANNEL, 08-may-25): 64.000 y 0,5%
- 3 9-1-1 (STAR CHANNEL, 05-may-25): 61.000 y 0,5%



INFORMACIÓN

- 1 INFORME LOBATON / ASFIXIADO (AMC CRIME, 28-may-25): 9.000 y 0,1%
- 2 OBJETIVO NEVENKA (AMC CRIME, 28-may-25): 9.000 y 0,1%
- 3 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.GRAN BRETAÑA (DAZN 1, 25-may-25): 3.000 y 0%



CULTURALES

- 1 LA CONQUISTA DE LOS CIELOS DE DAVID ATTENBOROUGH / LOS PRIMEROS EN VOLAR (ODISEA, 31-may-25): 46.000 y 0,5%
- 2 DENTRO DE LAS SS / LA MAQUINARIA ASESINA DE HITLER (NATIONAL GEOGRAPHIC, 18-may-25): 43.000 y 0,4%
- 3 GRANDES MISTERIOS DE LA HISTORIA / DESTAPANDO LOS SECRETO DE LAS LINEAS DE NAZCA (CANAL HISTORIA, 01-may-25): 38.000 y 0,5%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-R.MADRID (LALIGA TV por M+, 11-may-25): 1.621.000 y 16%
- 2 PRORROGA FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / INTER-BARCELONA (LIGA DE CAMPEONES por M+, 06-may-25): 1.011.000 y 8,7%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / INTER-BARCELONA (LIGA DE CAMPEONES por M+, 06-may-25): 995.000 y 8%



ANIMACIÓN

- 1 FUTURAMA (COMEDY CENTRAL, 05-may-25): 50.000 y 0,4%
- 2 SPIDEY Y SU SUPEREQUIPO (DISNEY JUNIOR, 26-may-25): 44.000 y 0,5%
- 3 LOS CASAGRANDES (NICKELODEON, 02-may-25): 39.000 y 0,5%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 26,9% de cuota.

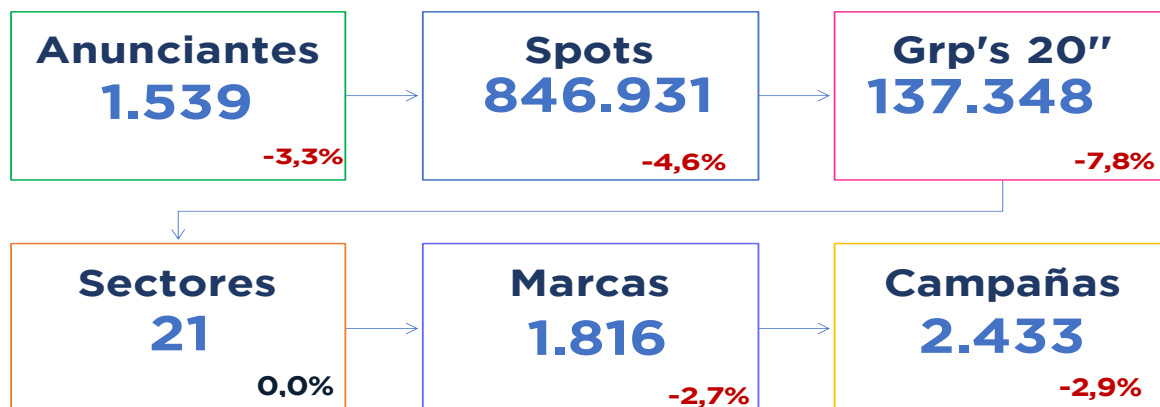
- ▶ MEDIASET (24,5%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (15,5%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Squirrel Media (2,7%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,4%) con dos cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	26,9%	37,6 mill.	79,8%
	MEDIASET	24,5%	37,7 mill.	80,0%
	GRUPO RTVE	15,5%	37,6 mill.	80,0%
	FORTA	8,5%	26,7 mill.	56,8%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,7%	19,5 mill.	41,5%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,4%	20,7 mill.	44,0%

MEDIASET: T5, CUATRO, FDF-T5, DIVINITY, ENERGY, BOING, BEMADtv / ATRESMEDIA: A3, LA SEXTA, NEOX, NOVA, MEGA, ATRESERIES. / RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDÉPORTE, 24H. / SQUIRREL MEDIA: PARAMOUNT CHANNEL, SQUIRREL 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 -7,8% y el número de campañas activas un -2,9%.



*Diferencias may-25 vs. may-24

El spot más visto corresponde a la campaña "INSTITUTO RTVE/HAZ/PLATAFORMA DE FORMACION" en La1, con 16 Grp's 20" ('EUROVISION', 17 mayo).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

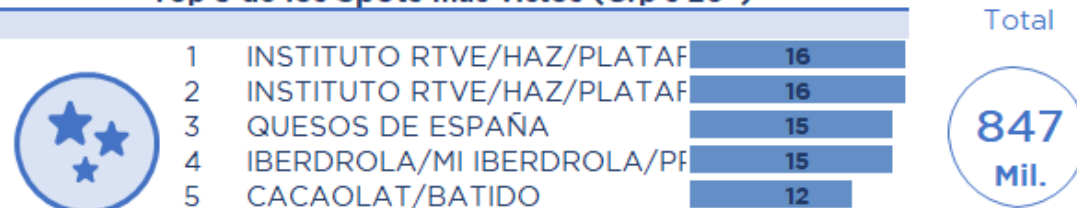
- **CAMPAÑA**: "SECURITAS DIRECT/ALARMAS" con 1.992 Grp's 20".
- **ANUNCIANTE**: "PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 3.613 Grp's 20".
- **MARCA**: "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 3.406 Grp's 20".
- **SECTOR**: "DISTRIBUCION Y RESTAURACION" con el 17% de la presión publicitaria.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

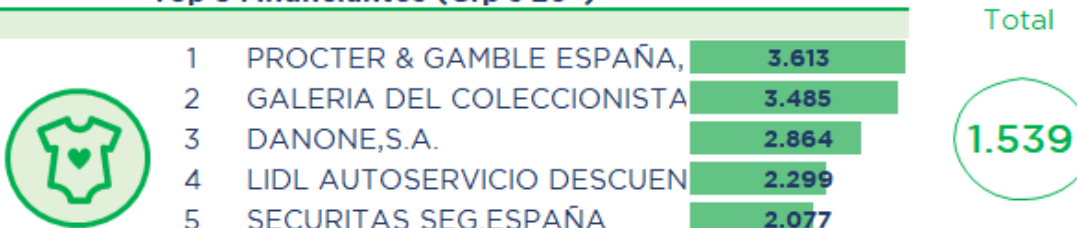
RÁNKINGS PUBLICITARIOS

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

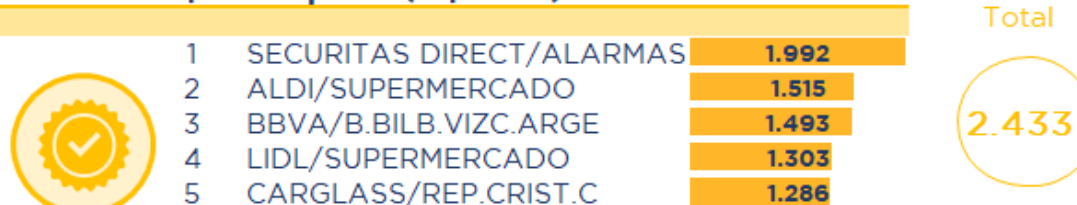
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20")



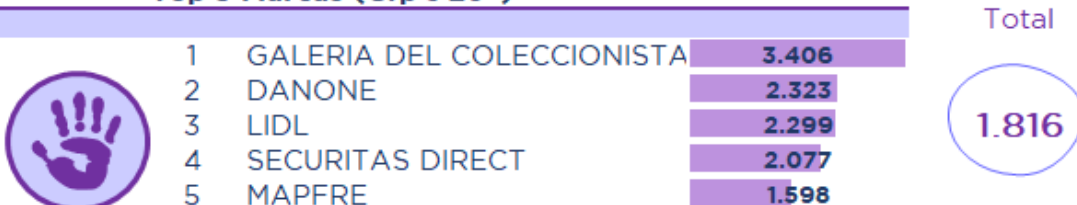
Top 5 Anunciantes (Grp's 20")



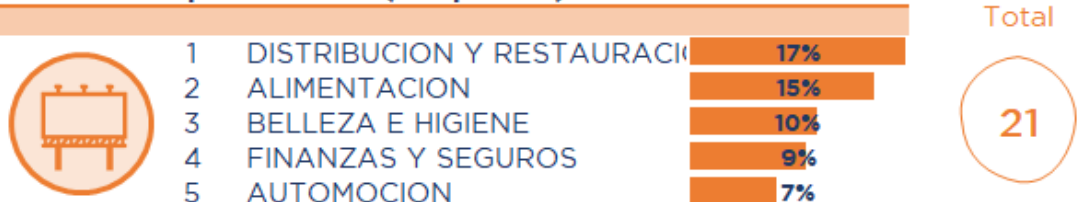
Top 5 Campañas (Grp's 20")



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: mayo-2025

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS