

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

octubre 2022



**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

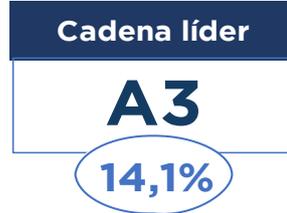
CONSUMO TELEVISIÓN

oct-22

Cadena líder



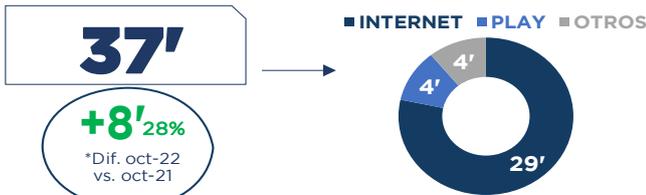
Ránking regiones por tiempo diario de consumo TV



RÁNKING CADENAS

	Cuota	*Dif. oct-22 vs. oct-21	Espectadores Únicos
A3	14,1%	+0,4	★ 35,1 mill.
T5	12,3%	-2,1	32,8 mill.
La1	8,5%	-0,6	34,4 mill.
AUT	8,4%	+0,1	29,5 mill.
LA SEXTA	5,7%	-0,7	32,1 mill.
CUATRO	5,0%	-0,1	33,0 mill.
La2	2,8%	0,0	27,7 mill.
ENERGY	2,6%	+0,3	15,4 mill.
FDF	2,3%	-0,2	20,5 mill.
DIVINITY	2,2%	+0,1	15,5 mill.
NOVA	2,1%	-0,3	12,7 mill.
TRECE	2,1%	+0,1	15,7 mill.
NEOX	1,8%	0,0	20,1 mill.
ATRESERIES	1,7%	+0,2	13,5 mill.
DMAX	1,5%	-0,1	18,4 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	-0,3	18,2 mill.
MEGA	1,3%	0,0	17,4 mill.
GOL PLAY	1,3%	+0,2	16,1 mill.
BOING	1,1%	+0,1	13,7 mill.
DKISS	1,1%	0,0	12,7 mill.
24H	1,0%	-0,1	17,6 mill.
CLAN	1,0%	0,0	14,0 mill.
BEMADtv	0,9%	+0,3	14,6 mill.
TEN	0,8%	+0,1	9,5 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,1	11,5 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	10,6 mill.
BOM Cine	0,5%	+0,1	7,3 mill.
TELEDEPORTE	0,5%	0,0	13,3 mill.
AUT PRIV	0,4%	+0,1	7,8 mill.
VERDI CLASSICS	0,1%	-	1,5 mill.

OTROS USOS TELEVISOR



TIEMPO TOTAL USO TELEVISOR



ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

43,2 Millones

Cobertura

94,5 %

PROMEDIO DIARIO

28,9 Millones

Cobertura

63,2 %

Temáticas Pago -> 10,9% (+1,8)

EMISIÓN MÁS VISTA

A3
#EL NOVATO / DABIZ MUÑOZ
3 millones y 29,5%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

4,1 millones

PASAPALABRA:
A3, 24-oct, 21:09h

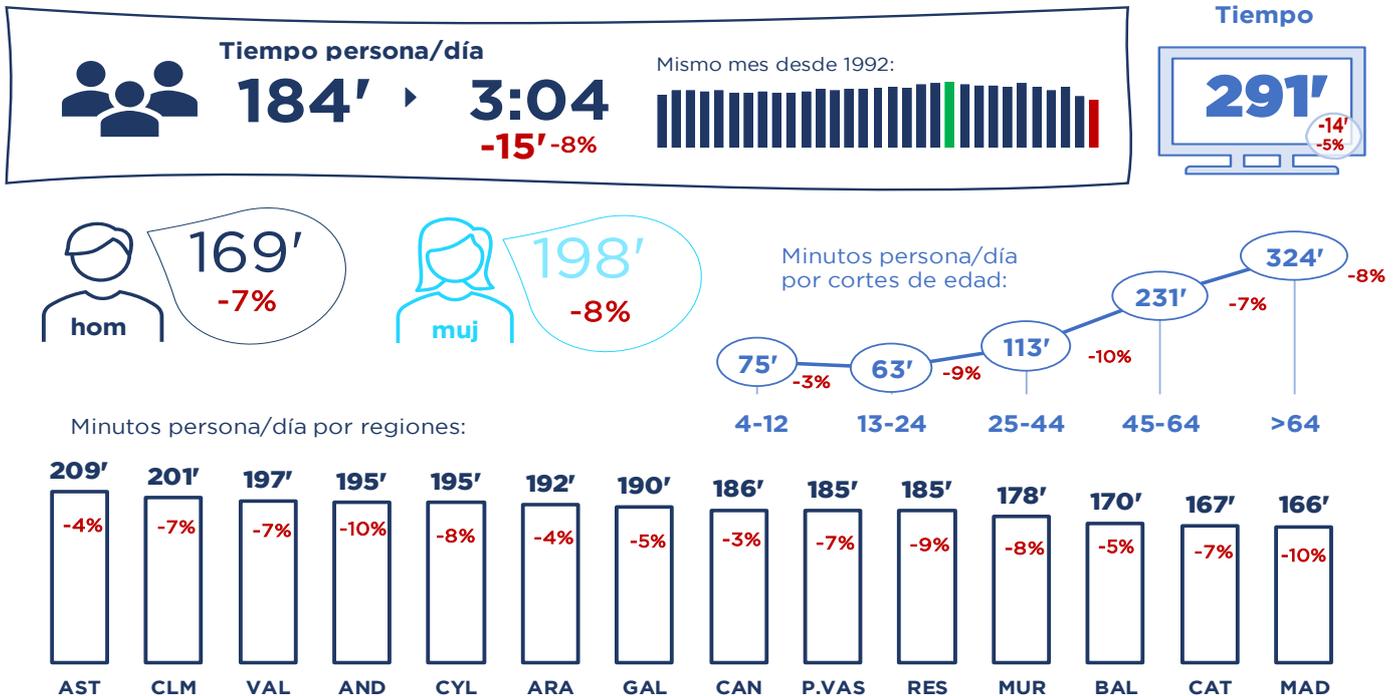
CONSUMO TV

Mes de octubre de menor consumo de la historia con 184 minutos de promedio diario por persona.

Cada persona (sobre el universo de población de 45,7 millones) ha dedicado un promedio de **3 horas y 4 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone un descenso de **-15' minutos (-8%)** con respecto al mes de octubre 2021.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión son las mujeres (198') y los mayores de 64 años (324') y, por regiones, Asturias (209'), Castilla La Mancha (201') y C. Valenciana (197').

Asimismo, el **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de 291 minutos (-14' minutos que el mismo mes del año pasado).



*Diferencias oct-22 vs. oct-21

OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de 37 minutos por persona al día, 8 minutos más que en octubre 2021.

37 MINUTOS PERSONA/DÍA **+8'**
30,7 MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES
11,0 MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias oct-22 vs. oct-21



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.

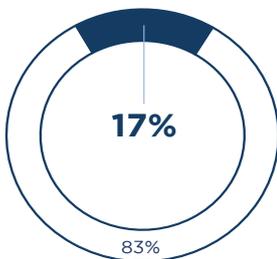
Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Usos del Televisor” son los **individuos de 25 a 44 años (52')** y los **niños de 4 a 12 años (46')**.

Tiempo promedio consumo “Otros usos televisor” por



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 **2.141.000** espectadores.

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

3:41 **-7'** **-3%**

*Dif. oct-22 vs. oct-21

RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena 3 (14,1%) líder por duodécimo mes consecutivo con su mejor octubre de los últimos 14 años. Los espectadores únicos de las cadenas en Abierto es de 42,8 millones, el 94% de cobertura.

- ▶ Telecinco (12,3%) ocupa la segunda posición en el ránking de cadenas.
- ▶ La1 (8,5%) es la tercera cadena más vista con el mes de octubre más bajo de su historia.
- ▶ En cuarta posición del ránking se sitúa AUT (8,4%), seguida de LA SEXTA (5,7%), CUATRO (5%), La2 (2,8%), ENERGY (2,6%), FDF (2,3%) y DIVINITY (2,2%), entre las diez primeras.
- ▶ Energy, Atreseries, Real Madrid, BeMad y Ten firman el mejor mes de octubre de su historia.
- ▶ Cuatro registra el mes de octubre más bajo de su historia y laSexta su peor octubre de los últimos diez años.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,9%) vuelven a batir su máximo histórico mensual** y se analizan en un epígrafe independiente.



RÁNKING CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. oct-22 vs. oct-	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	14,1%	+0,4	★ 35,1 mill.	76,8%
2	T5	12,3%	-2,1	32,8 mill.	71,7%
3	La1	8,5%	-0,6	34,4 mill.	75,2%
4	AUT	8,4%	+0,1	29,5 mill.	64,5%
5	LA SEXTA	5,7%	-0,7	32,1 mill.	70,1%
6	CUATRO	5,0%	-0,1	33,0 mill.	72,1%
7	La2	2,8%	0,0	27,7 mill.	60,6%
8	ENERGY	2,6%	+0,3	15,4 mill.	33,7%
9	FDI	2,3%	-0,2	20,5 mill.	44,8%
10	DIVINITY	2,2%	+0,1	15,5 mill.	33,9%
11	NOVA	2,1%	-0,3	12,7 mill.	27,8%
12	TRECE	2,1%	+0,1	15,7 mill.	34,2%
13	NEOX	1,8%	0,0	20,1 mill.	44,0%
14	ATRESERIES	1,7%	+0,2	13,5 mill.	29,5%
15	DMAX	1,5%	-0,1	18,4 mill.	40,2%
16	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	-0,3	18,2 mill.	39,9%
17	MEGA	1,3%	0,0	17,4 mill.	38,1%
18	GOL PLAY	1,3%	+0,2	16,1 mill.	35,1%
19	BOING	1,1%	+0,1	13,7 mill.	29,9%
20	DKISS	1,1%	0,0	12,7 mill.	27,8%
21	24H	1,0%	-0,1	17,6 mill.	38,4%
22	CLAN	1,0%	0,0	14,0 mill.	30,6%
23	BEMADtv	0,9%	+0,3	14,6 mill.	31,9%
24	TEN	0,8%	+0,1	9,5 mill.	20,7%
25	DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,1	11,5 mill.	25,1%
26	REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	10,6 mill.	23,3%
27	BOM Cine	0,5%	+0,1	7,3 mill.	15,9%
28	TELEDEPORTE	0,5%	0,0	13,3 mill.	29,1%
29	AUT PRIV	0,4%	+0,1	7,8 mill.	17,0%
30	VERDI CLASSICS	0,1%	-	1,5 mill.	3,3%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en hombres y mujeres, en los jóvenes de 13 a 24 años y en los mayores de 45 años.**
- ▶ **Telecinco lidera en adultos de 25 a 44 años y en el “Target Comercial”.**
- ▶ **Boing 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, Murcia y Resto. Por su parte, Telecinco lidera en Canarias, Madrid y País Vasco. Y TV3 es la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, Antena 3 lidera la sobremesa y el “prime-time”, mientras que Telecinco es líder en la mañana, tarde 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	CLAN	T5
13-24	A3	T5	La1
25-44	T5	A3	La1
45-64	A3	T5	La1
>64	A3	T5	La1
T.COMERCIAL	T5	A3	La1
ANDALUCÍA	A3	T5	C.SUR
CATALUÑA	TV3	A3	T5
PAÍS VASCO	T5	A3	La1
GALICIA	A3	T5	TVG
MADRID	T5	A3	La1
C. VALENCIANA	A3	T5	La1
CASTILLA LA MANCHA	A3	T5	La1
CANARIAS	T5	A3	LA SEXTA
ARAGÓN	A3	ARAGON TV	T5
ASTURIAS	A3	T5	La1
BALEARES	A3	T5	La1
MURCIA	A3	T5	La1
CASTILLA LEÓN	A3	La1	T5
RESTO	A3	T5	La1

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

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA						
LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	
A3	A3	A3	A3	A3	A3	T5

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

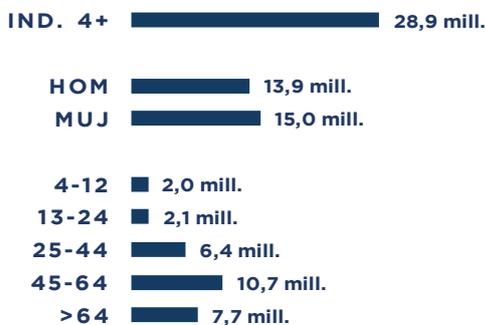
ESPECTADORES ÚNICOS

28,9 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 63% de la población.

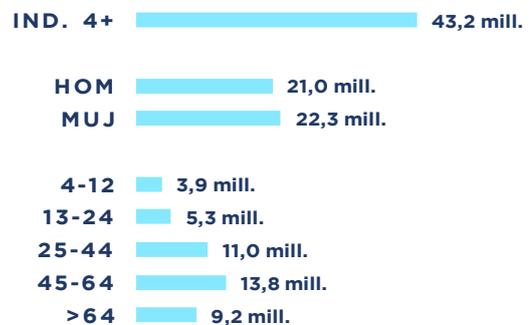
Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de **43,2 millones, que representa el 95%** de la población, que sí contacta con el medio televisivo en octubre 2022.

Por el contrario, hay 2,5 millones de “telefónicos”, el 5% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

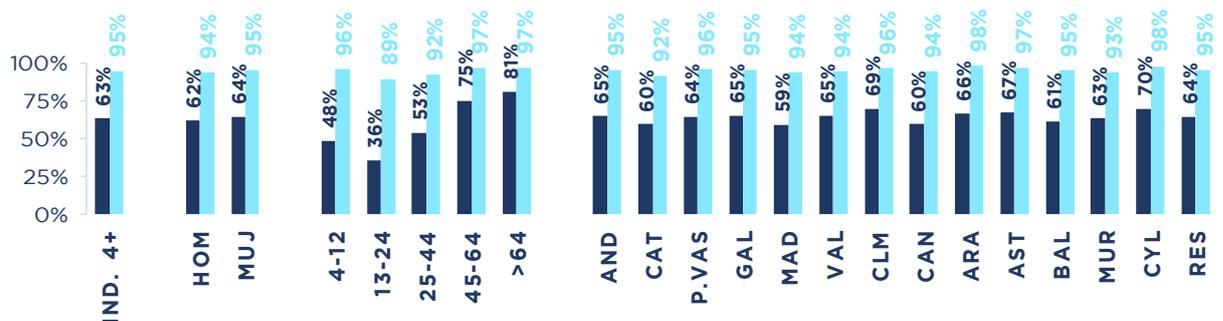
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN



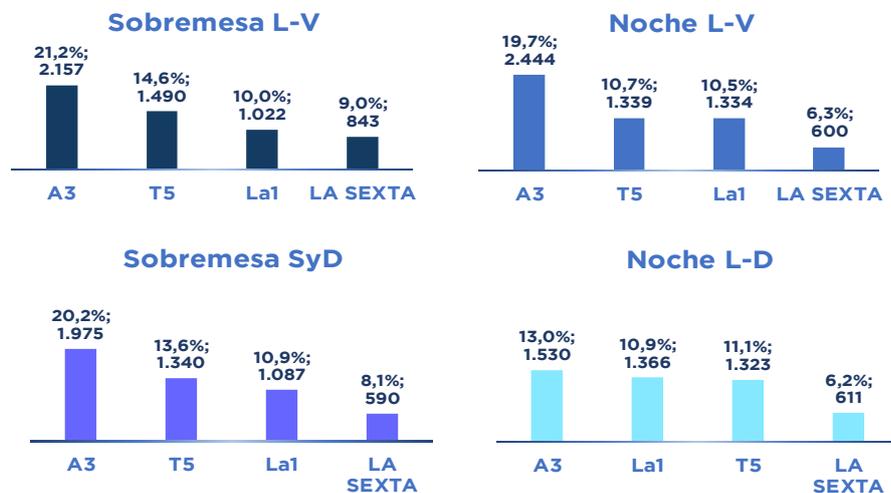
INFORMATIVOS DIARIOS

Los informativos de Antena3 (2.109.000 de audiencia media y 19,1% de cuota) son los más vistos desde hace 34 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de Telecinco (1.390.000 de audiencia media y 12,4% de cuota) son la segunda opción más vista y los de La1 (1.201.000 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	2.109	19,1%	25,4 Mill.	56%
	T5	62	1.390	12,4%	20,8 Mill.	46%
	La1	62	1.201	10,5%	24,4 Mill.	53%
	LA SEXTA	62	671	7,4%	17,8 Mill.	39%
Lunes a Viernes	A3	42	2.288	20,4%	21,7 Mill.	48%
	T5	42	1.416	12,5%	17,4 Mill.	38%
	La1	42	1.197	10,3%	20,4 Mill.	45%
	LA SEXTA	42	712	7,5%	13,9 Mill.	30%
Sábado y Domingo	A3	20	1.752	16,2%	17,4 Mill.	38%
	T5	20	1.331	12,2%	14,1 Mill.	31%
	La1	20	1.209	10,9%	17,6 Mill.	39%
	LA SEXTA	20	600	7,0%	11,6 Mill.	25%

RESULTADOS POR EDICIONES CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)

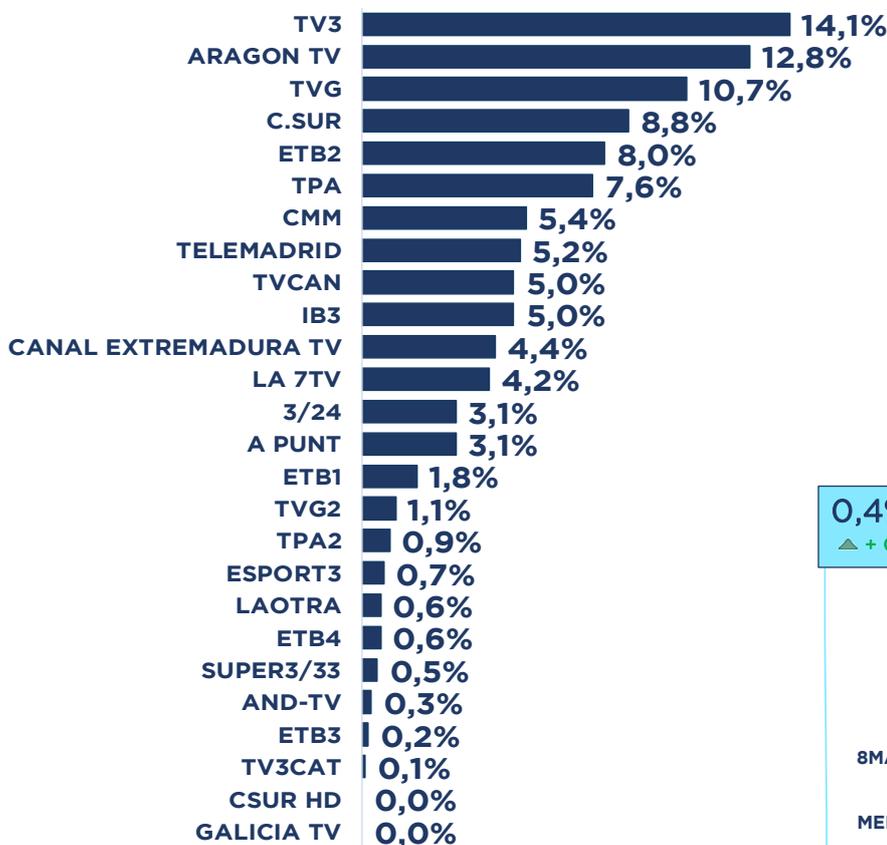


CADENAS AUTONÓMICAS

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,4% de cuota de pantalla. El número de espectadores únicos acumulados es de 29,5 millones, el 64,4% de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (14,1%), ARAGON TV (12,8%), TVG (10,7%), C.SUR (8,8%), ETB2 (8%), TPA (7,6%), CMM (5,4%), TELEMADRID (5,2%), TVCAN (5%) y IB3 (5%), entre las 10 primeras.

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



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

★Aragón TV (Aragón): Mejor mes desde 2014. Además, el 12 de octubre firma la mejor cuota diaria de su historia (31,7%).

★IB3 (Baleares): Mejor mes de octubre desde 2015.

★TV3 (Cataluña): Mejor mes de octubre desde 2020.

★TVG (Galicia): Mejor mes de octubre desde 2013.

★A Punt (Valencia): Mejor mes de octubre desde 2020.

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

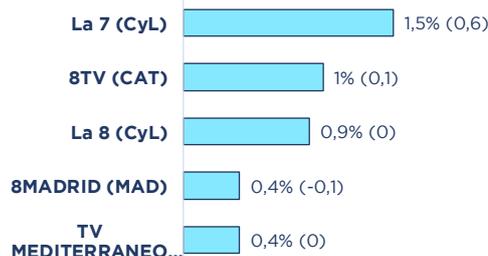
Autonómicas

0,4%

▲ + 0,1

Cuota ámbito emisión%

Dif mismo mes año ant.



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	8,8%	→ 5,7 Mill.	69,8%
AND-TV	0,3%	→ 2,7 Mill.	32,8%



Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	12,8%	→ 1,1 Mill.	####



Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	7,6%	→ 0,6 Mill.	64,3%
TPA2	0,9%	→ 0,4 Mill.	39,1%



Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	5,0%	→ 0,7 Mill.	55,5%



Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	5,0%	→ 1,4 Mill.	63,9%



Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	5,4%	→ 1,2 Mill.	61,4%



Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	14,1%	→ 4,3 Mill.	58,3%
SUPER3/33	0,5%	→ 1,9 Mill.	25,6%
3/24	1,4%	→ 2,7 Mill.	36,9%
ESPORT3	0,7%	→ 1,9 Mill.	25,5%
TV3CAT	0,1%	→ 0,3 Mill.	4,0%



Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	4,4%	→ 0,7 Mill.	65,3%



Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	10,7%	→ 1,8 Mill.	68,0%
TVG2	1,1%	→ 1,2 Mill.	44,7%
GAL. TV	0,0%	→ 0,1 Mill.	2,6%



Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	4,2%	→ 0,8 Mill.	56,7%



Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	5,2%	→ 3,7 Mill.	55,5%
LAOTRA	0,6%	→ 2,1 Mill.	32,4%



Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	3,1%	→ 0,0 Mill.	0,0%



País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	1,8%	→ 1,0 Mill.	48,8%
ETB2	8,0%	→ 1,5 Mill.	70,0%
ETB3	0,2%	→ 0,4 Mill.	17,7%
ETB4	0,6%	→ 0,7 Mill.	34,6%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión	→	Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	24,4%	→	3.448	46,4%
▶ ARAGON TV	24,0%	→	793	61,6%
▶ ETB2	17,8%	→	1.075	50,7%
▶ TVG	14,8%	→	1.295	49,6%
▶ TPA	13,3%	→	452	46,0%
▶ TVCAN	10,9%	→	970	44,1%
▶ IB3	10,9%	→	383	32,2%
▶ C.SUR	10,0%	→	3.422	41,7%
▶ TELEMADRID	9,6%	→	1.984	30,1%
▶ CMM	8,2%	→	603	30,6%
▶ A PUNT	5,1%	→	1.427	29,2%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



RÁNKING TEMÁTICAS PAGO

Las Temáticas de Pago (10,9%) logran su máximo histórico. Los espectadores únicos ascienden a 21,5 millones, el 47% de cobertura poblacional.

El ranking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por DAZN LaLiga (0,6%), LALIGA por M+ (0,5%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,4%), FOX (0,3%), AXN (0,3%), TNT (0,3%), CALLE 13 (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), SOMOS (0,2%) y COMEDY CENTRAL (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif y/y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,9%	+1,8	21,5 mill.	47,0%
1	DAZN LaLiga	0,6%	-	5,9 mill.	12,8%
2	LALIGA por M+	0,5%	-0,3	5,4 mill.	11,8%
3	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,4%	+0,3	4,5 mill.	9,9%
4	FOX	0,3%	0,0	5,0 mill.	11,0%
5	AXN	0,3%	0,0	4,3 mill.	9,5%
6	TNT	0,3%	+0,1	4,7 mill.	10,2%
7	CALLE 13	0,2%	-0,1	3,6 mill.	7,8%
8	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,4%
9	SOMOS	0,2%	+0,1	2,5 mill.	5,6%
10	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,3%
11	DAZN F1	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,7%
12	AXN WHITE	0,1%	-0,1	3,5 mill.	7,7%
13	#VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,6 mill.	7,8%
14	AMC	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,7%
15	CANAL HISTORIA	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,5%
16	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,7%
17	#0 por M+	0,1%	0,0	3,3 mill.	7,1%
18	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,7%
19	DARK	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,8%
20	XTRM	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,8%
21	SYFY	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,7%
22	DAZN 1	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,4%
23	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,9 mill.	4,2%
24	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,3 mill.	5,1%
25	TCM	0,1%	0,0	3,9 mill.	8,6%



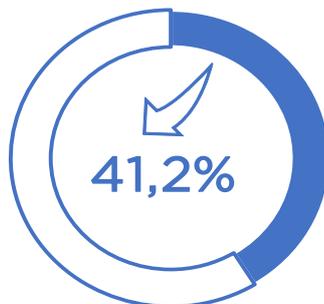
GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,7%	10,4 Mill.	22,6%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL IBERIA	1,3%	9,6 Mill.	21,0%
③	DAZN	0,8%	7,3 Mill.	16,0%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,5%	7,0 Mill.	15,4%
⑤	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,4%	5,4 Mill.	11,8%
⑥	TURNER	0,3%	6,1 Mill.	13,3%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	5,0 Mill.	10,8%
⑧	VIACOM	0,3%	5,8 Mill.	12,6%
⑨	DISCOVERY NETWORKS	0,2%	3,9 Mill.	8,5%

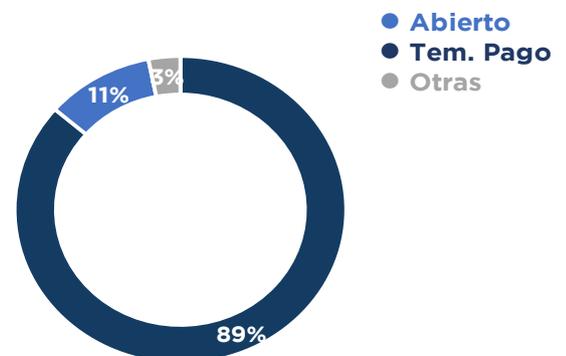
*Dentro de cada grupo sólo se incluye la aportación de las cadenas de pago.

El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,6%** del total. De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el 41,2% corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante 65,1% a cadenas en abierto.

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



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a
#EL NOVATO / DABIZ MUÑOZ (A3): 3.015.000 y 29,5%

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	#EL NOVATO / DABIZ MUÑOZ	A3	05-oct-22	29,5%	3.015	6,1 mill.
2	EL HORMIGUERO / LOS MORANCOS	A3	05-oct-22	21,7%	3.012	6,1 mill.
3	EL HORMIGUERO / DWAYNE JOHNSON	A3	19-oct-22	20,0%	2.900	6,0 mill.
4	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	24-oct-22	21,8%	2.875	4,5 mill.
5	PASAPALABRA	A3	24-oct-22	26,2%	2.870	5,2 mill.
6	EL HORMIGUERO / ARTURO PEREZ-REVERTE	A3	18-oct-22	19,4%	2.763	5,8 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	27-oct-22	21,2%	2.754	4,3 mill.
8	PASAPALABRA	A3	25-oct-22	25,4%	2.747	4,8 mill.
9	EL HORMIGUERO / SONSOLES ONEGA	A3	27-oct-22	19,3%	2.688	6,0 mill.
10	PASAPALABRA	A3	27-oct-22	24,7%	2.654	5,1 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	10-oct-22	20,7%	2.652	4,0 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	20-oct-22	19,9%	2.629	4,3 mill.
13	PASAPALABRA	A3	26-oct-22	24,5%	2.626	4,7 mill.
14	#EL NOVATO / PABLO MOTOS	A3	19-oct-22	23,8%	2.597	5,5 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	13-oct-22	20,6%	2.590	4,1 mill.
16	EL HORMIGUERO / CHENOA	A3	26-oct-22	18,2%	2.579	5,4 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	06-oct-22	20,9%	2.575	4,0 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	17-oct-22	19,2%	2.574	4,1 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	18-oct-22	20,0%	2.555	4,1 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	19-oct-22	19,6%	2.553	4,1 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	03-oct-22	20,9%	2.538	4,0 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	25-oct-22	19,4%	2.528	4,3 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	26-oct-22	19,4%	2.512	4,1 mill.
24	EL HORMIGUERO / MACARENA GOMEZ Y ALVARO RICO	A3	06-oct-22	18,3%	2.485	5,9 mill.
25	EL HORMIGUERO / MARIA HERVAS Y ALEX GARCIA	A3	25-oct-22	17,4%	2.468	5,4 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / TOMB RAIDER (La1, 16-oct-22): 1.669.000 y 12,8%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / TODA LA VERDAD(2016) (La1, 02-oct-22): 1.537.000 y 12%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / EL CONTABLE (La1, 30-oct-22): 1.461.000 y 12,3%



ENTRETENIMIENTO

- 1 #EL NOVATO / DABIZ MUÑOZ (A3, 05-oct-22): 3.015.000 y 29,5%
- 2 EL HORMIGUERO / LOS MORANCOS (A3, 05-oct-22): 3.012.000 y 21,7%
- 3 EL HORMIGUERO / DWAYNE JOHNSON (A3, 19-oct-22): 2.900.000 y 20%



SERIES

- 1 SECRETOS DE FAMILIA (A3, 09-oct-22): 1.974.000 y 15,5%
- 2 SECRETOS DE FAMILIA (A3, 23-oct-22): 1.854.000 y 15,6%
- 3 SECRETOS DE FAMILIA (A3, 16-oct-22): 1.790.000 y 14,6%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 24-oct-22): 2.875.000 y 21,8%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 27-oct-22): 2.754.000 y 21,2%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 10-oct-22): 2.652.000 y 20,7%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SOPA DE CALABAZA, PICADILLO Y TAPIOCA (A3, 06-oct-22): 951.000 y 18,3%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / PUERROS COCIDOS CON DADITOS DE REMOLACHA (A3, 20-oct-22): 947.000 y 18,3%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / COLIFLOR CON SABAYON (A3, 17-oct-22): 945.000 y 18,4%



DEPORTES

- 1 LA SEXTA NOTICIAS:JUGONES (LA SEXTA, 27-oct-22): 805.000 y 7,9%
- 2 LA SEXTA NOTICIAS:JUGONES (LA SEXTA, 06-oct-22): 767.000 y 7,7%
- 3 LA SEXTA NOTICIAS:JUGONES (LA SEXTA, 11-oct-22): 726.000 y 7,1%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 30-oct-22): 327.000 y 3,8%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 01-oct-22): 292.000 y 3,2%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 30-oct-22): 285.000 y 2,9%



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / INDEPENDENCE DAY:CONTRAATAQUE (FOX, 23-oct-22): 135.000 y 1,2%
- 2 DC / WONDER WOMAN(2017) (TNT, 08-oct-22): 81.000 y 0,8%
- 3 CINE / ACERO PURO (FOX, 15-oct-22): 79.000 y 0,8%



ENTRETENIMIENTO

- 1 AVENTURA EN PELOTAS XL (DISCOVERY, 26-oct-22): 58.000 y 0,4%
- 2 AVENTURA EN PELOTAS XL (DISCOVERY, 26-oct-22): 48.000 y 0,5%
- 3 AVENTURA EN PELOTAS XL (DISCOVERY, 25-oct-22): 44.000 y 0,3%



SERIES

- 1 FBI INTERNACIONAL (TNT, 18-oct-22): 98.000 y 0,7%
- 2 FBI (TNT, 13-oct-22): 93.000 y 0,6%
- 3 NAVY:INVESTIGACION CRIMINAL / LIBERACION (AXN, 27-oct-22): 83.000 y 1,1%



INFORMACIÓN

- 1 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 17-oct-22): 46.000 y 0,5%
- 2 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 18-oct-22): 29.000 y 0,2%
- 3 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 24-oct-22): 22.000 y 0,2%



CULTURALES

- 1 COMICOS NUESTROS / FERNANDO ESTESO (SOMOS, 10-oct-22): 47.000 y 0,4%
- 2 DULCES CON ALMA / TRIFFLE DE PLATANO Y CARAMELO (CANAL COCINA, 21-oct-22): 43.000 y 0,4%
- 3 THE MAKING OF NEYMAR JR (DAZN LaLiga, 29-oct-22): 42.000 y 0,5%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-BARCELONA (DAZN LaLiga, 16-oct-22): 2.025.000 y 18,6%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-CELTA VIGO (DAZN LaLiga, 09-oct-22): 1.181.000 y 8,3%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BARCELONA-INTER (LIGA DE CAMPEONES por M+, 12-oct-22): 1.142.000 y 8,4%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 26-oct-22): 99.000 y 1%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 13-oct-22): 88.000 y 0,9%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 13-oct-22): 85.000 y 0,9%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 27-oct-22): 399.000 y 15,1%
- 2 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 24-oct-22): 361.000 y 13,6%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 13-oct-22): 357.000 y 13%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 FIESTAS DEL PILAR:FIN DE FIESTAS (ARAGON TV, 16-oct-22): 122.000 y 27,9%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 12-oct-22): 119.000 y 56,6%
- 3 ARAGON DEPORTES (ARAGON TV, 10-oct-22): 109.000 y 35,9%



TPA (Asturias)

- 1 TPA NOTICIAS 1 (TPA, 29-oct-22): 57.000 y 24%
- 2 TPA NOTICIAS 1 (TPA, 11-oct-22): 47.000 y 26,6%
- 3 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 15-oct-22): 44.000 y 15,7%



IB3 (Baleares)

- 1 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 18-oct-22): 66.000 y 26%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 06-oct-22): 61.000 y 23,2%
- 3 IB3 NOTICIES MIGDIA (IB3, 18-oct-22): 49.000 y 25,3%



TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS 2 (TVCAN, 20-oct-22): 72.000 y 12,6%
- 2 TELENOTICIAS (TVCAN, 12-oct-22): 71.000 y 15,5%
- 3 DEPORTES TNI (TVCAN, 13-oct-22): 70.000 y 14,6%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 25-oct-22): 72.000 y 18%
- 2 LA CANCHA (CMM, 20-oct-22): 72.000 y 13,4%
- 3 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 20-oct-22): 68.000 y 17,3%



TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 05-oct-22): 559.000 y 27,8%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 10-oct-22): 545.000 y 25,9%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 06-oct-22): 544.000 y 26,1%



TVG (Galicia)

- 1 O TEMPO (TVG, 27-oct-22): 163.000 y 19%
- 2 GALICIA NOTICIAS (TVG, 31-oct-22): 159.000 y 28,2%
- 3 O TEMPO (TVG, 19-oct-22): 146.000 y 18,1%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 FIESTA NACIONAL:EL DESFILE (TELEMADRID, 12-oct-22): 251.000 y 26,6%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 12-oct-22): 203.000 y 20,8%
- 3 +TN (TELEMADRID, 12-oct-22): 168.000 y 13,8%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 06-oct-22): 49.000 y 17,7%
- 2 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 03-oct-22): 44.000 y 13,8%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 24-oct-22): 43.000 y 17,7%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 1 (ETB2, 23-oct-22): 125.000 y 29,1%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 17-oct-22): 118.000 y 18,8%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 03-oct-22): 116.000 y 19,2%



A PUNT (Valencia)

- 1 ZOOM / 40 ANYS D'ESTATUT (A PUNT, 10-oct-22): 160.000 y 8,8%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 06-oct-22): 101.000 y 9,9%
- 3 NTC NIT (A PUNT, 10-oct-22): 101.000 y 6,1%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia, con seis cadenas en emisión, ocupa la primera posición en el ránking de grupos editoriales con el 26,8% de cuota.

- ▶ Mediaset (26,4%), con siete cadenas en emisión, es el segundo grupo del ránking.
- ▶ Grupo Rtve (13,8%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,8%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,6%) con tres cadenas.

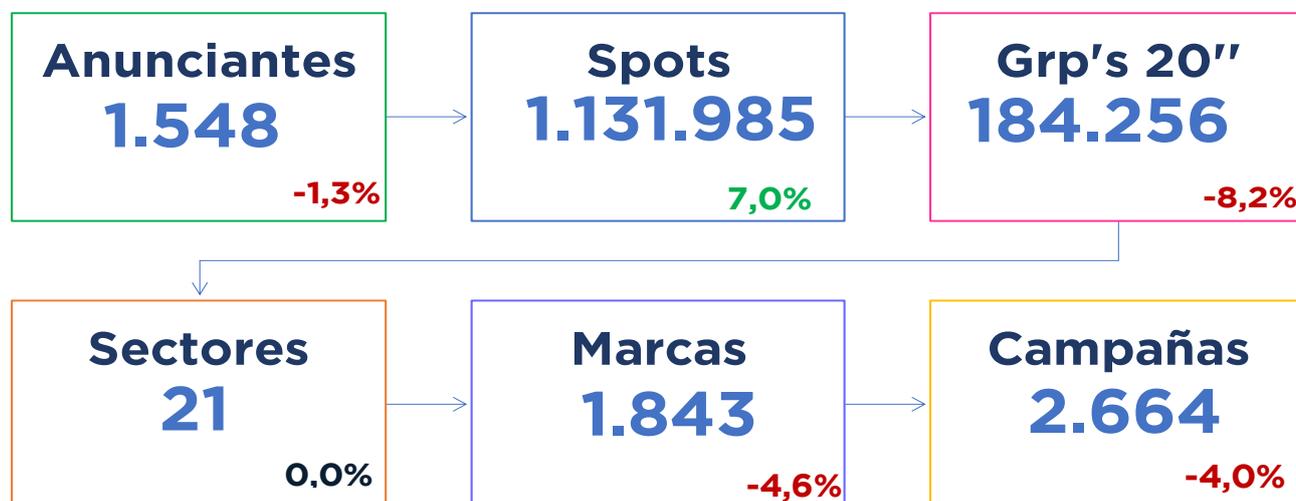
	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Dif cuota Y/Y	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	26,8%	-0,3	39,2 mill.	85,6%
	MEDIASET	26,4%	-1,4	39,2 mill.	85,7%
	GRUPO RTVE	13,8%	-0,7	38,0 mill.	83,1%
	FORTA	8,3%	+0,1	28,8 mill.	62,9%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,8%	+0,1	24,4 mill.	53,4%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	-0,2	24,2 mill.	52,8%

MEDIASET: T5, CUATRO, FDF-T5, DIVINITY, ENERGY, BOING, BEMADtv / ATRESMEDIA: A3, LA SEXTA, NEOX, NOVA, MEGA, ATRESERIES. / RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDIESTE, 24H. / SQUIRREL MEDIA: PARAMOUNT CHANNEL, DISNEY CHANNEL Y BOM Cine. / UNIDAD EDITORIAL: DISCOVERY MAX y GOL. / FORTA: TV Autonómicas incluidas en la Federación



ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Desciende la presión publicitaria de GRPs en un **-8,2%** y el número de campañas activas en un **-4,0%**.



*Diferencias oct-22 vs. oct-21

El spot más visto corresponde a la campaña "1906/CERVEZA" en A3, con 77 Grp's 20" ('EL HORMIGUERO', 25 octubre).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** "SECURITAS DIRECT/ALARMAS" con 2.156 Grp's 20".
- **ANUNCIANTE:** "FERRERO IBERICA,S.A. con 4.275 Grp's 20".
- **MARCA:** "FERRERO" con 4.275 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	1906/CERVEZA	77
	2	1906/CERVEZA	48
	3	FUNDACION LA CAIXA	21
	4	FUNDACION LA CAIXA	20
	5	FUNDACION LA CAIXA	18

Total

1.132
Mil.

Top 5 Anunciantes (Grp's 20")

	1	FERRERO IBERICA,S.A.	4.275
	2	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S	4.118
	3	GALERIA DEL COLECCIONISTA	3.091
	4	PUBLICIDAD COMPARTIDA	2.758
	5	L'OREAL ESPAÑA	2.623

Total

1.548

Top 5 Campañas (Grp's 20")

	1	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	2.156
	2	L.DIRECTA/SEGUR.COCHES	1.360
	3	SECTOR ALARM/SISTEMA DE A	1.226
	4	MUTUA MADRILEÑA/GAMA DE	1.203
	5	SANITAS/BLUAU/SEGURO DE	1.202

Total

2.664

Top 5 Marcas (Grp's 20")

	1	FERRERO	4.275
	2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	3.091
	3	LINEA DIRECTA ASEGURADOR	2.435
	4	SECURITAS DIRECT	2.245
	5	MC DONALD'S	1.935

Total

1.843

Top 5 Sectores (%Grp's 20")

	1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	17%
	2	ALIMENTACION	14%
	3	BELLEZA E HIGIENE	10%
	4	FINANZAS Y SEGUROS	10%
	5	SERVICIOS PUBLICOS Y PRIVA	7%

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.
- Parámetros extracción de datos: Ind.4+ (inv) | Lineal | TSD | España (+2r Total) y Auto (+2rAMB).
- Fecha: octubre-2022

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS