

NUEVO!

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

septiembre 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

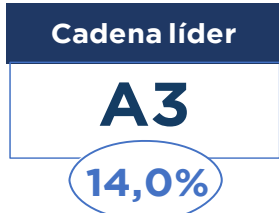
sep-22

Cadena líder



Ranking regiones por tiempo diario de consumo TV

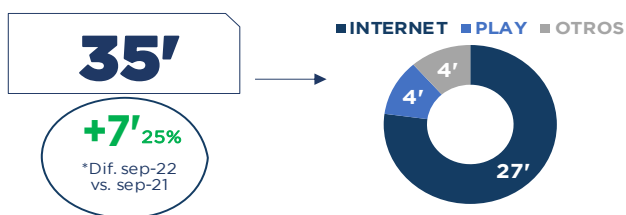
AST	201'
AND	189'
ARA	183'
GAL	183'
CLM	183'
CAN	180'
VAL	180'
CYL	180'
P.VAS	178'
MUR	170'
RES	169'
BAL	162'
CAT	153'



RÁNKING CADENAS

	Cuota	*Dif. sep-22 vs. sep-21	Espectadores Únicos
A3	14,0%	-0,2	★ 33,7 mill.
T5	12,1%	-1,7	32,3 mill.
La1	8,6%	-0,1	33,5 mill.
AUT	8,6%	-0,1	27,9 mill.
LA SEXTA	5,9%	-0,3	31,2 mill.
CUATRO	4,9%	-0,2	31,7 mill.
La2	3,1%	+0,1	26,7 mill.
ENERGY	2,6%	+0,3	14,9 mill.
FDF	2,4%	-0,1	19,2 mill.
DIVINITY	2,3%	+0,3	14,6 mill.
NOVA	2,2%	-0,2	12,1 mill.
TRECE	2,1%	-0,1	14,8 mill.
NEOX	1,8%	0,0	19,5 mill.
ATRESERIES	1,7%	+0,3	12,8 mill.
DMAX	1,6%	-0,1	16,9 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	-0,2	16,4 mill.
MEGA	1,4%	0,0	16,2 mill.
GOL PLAY	1,2%	0,0	15,1 mill.
DKISS	1,2%	+0,1	12,5 mill.
24H	1,1%	0,0	17,3 mill.
CLAN	1,0%	-0,1	12,9 mill.
BOING	0,9%	-0,1	12,4 mill.
TEN	0,9%	+0,2	8,9 mill.
BEMADtv	0,9%	+0,3	14,3 mill.
DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,1	10,0 mill.
TELEDEPORTE	0,7%	+0,1	14,0 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	9,5 mill.
BOM Cine	0,4%	+0,1	6,9 mill.
AUT PRIV	0,3%	0,0	6,9 mill.
VERDI CLASSICS	0,1%	-	1,4 mill.

OTROS USOS TELEVISOR



TIEMPO TOTAL USO TELEVISOR

(televisión tradicional+otros usos):



ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

42,0 Millones

Cobertura

91,8%

PROMEDIO DIARIO

27,4 Millones

Cobertura

59,9%

Temáticas Pago -> 10,3%

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA

4,5 millones y 32,6%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

5,9 millones

FUTBOL:UEFA NATIONS

La1, 27-sep, 22:39h



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

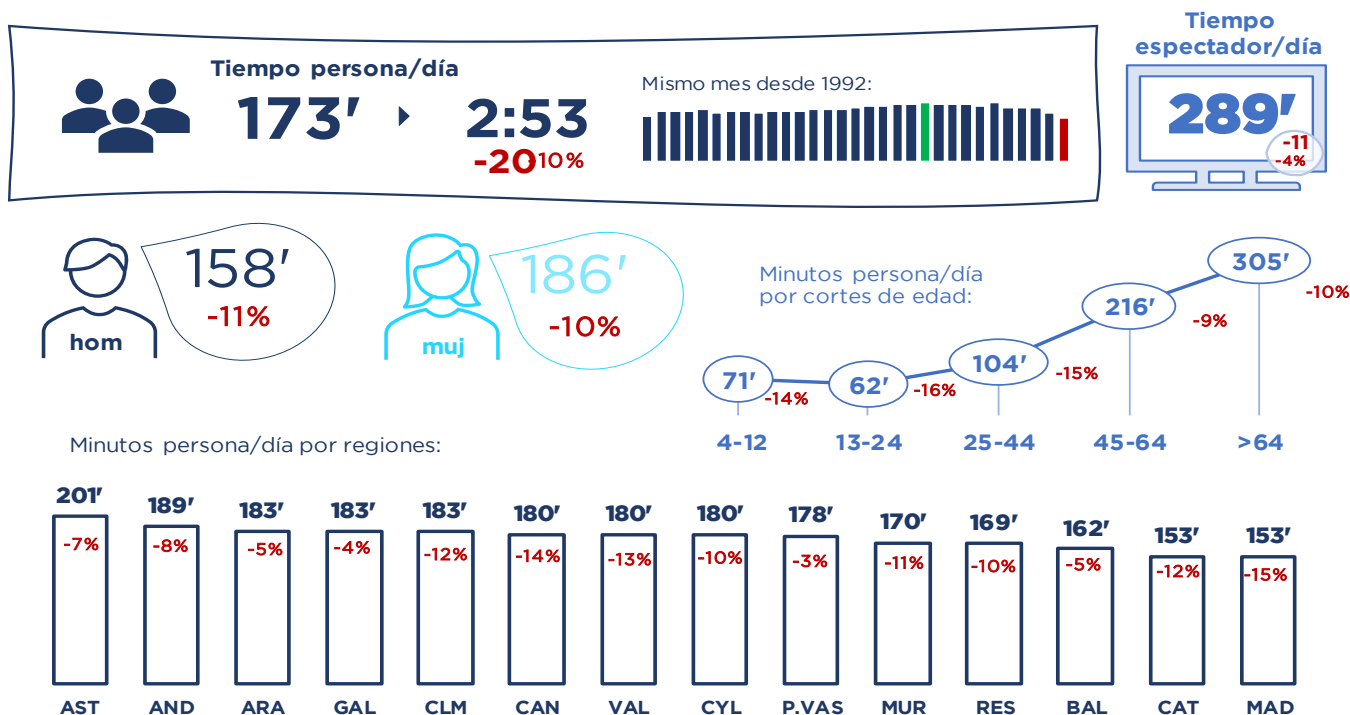
CONSUMO TV

Mes de septiembre de menor consumo de la historia con 173 minutos de promedio diario por persona.

Cada persona ha dedicado un promedio de **2 horas y 53 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone un descenso de -20 minutos (-10%) con respecto al mes de septiembre 2021.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión son las mujeres (158') y los mayores de 64 años (305') y, por regiones, Asturias (201'), Andalucía (189') y Aragón (183').

Asimismo, el **tiempo de consumo diario por espectador** es de 289 minutos (-11 minutos que el mismo mes del año pasado).



*Diferencias sep-22 vs. sep-21

OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de 35 minutos por persona al día, 7 minutos más que en septiembre 2021.

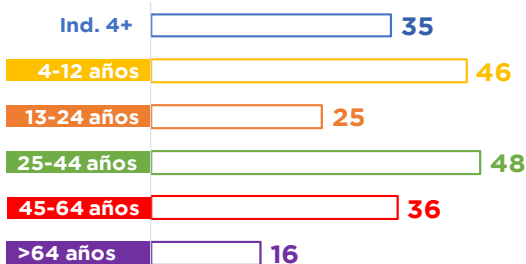
35 MINUTOS PERSONA/DÍA **+7'** **29,6** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES **10,2** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias sep-22 vs. sep-21



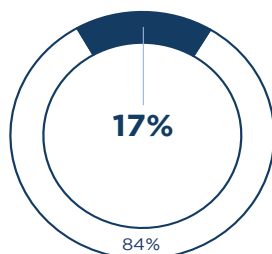
Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Usos del Televisor” son los individuos de 25 a 44 años (48') y los niños de 4 a 12 años (46').

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



Tiempo total uso televisor

- Ver la televisión convencional
- Otros usos televisor



El 17% del total uso del televisor es para “Otros Usos” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Internet, Contenidos grabados, Juegos, Radio...

La audiencia exclusiva de “Otros Usos”, es decir, el número de personas que usa mensualmente el televisor para otra actividad diferente a ver la televisión lineal tradicional es de 833.000 espectadores..

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

3:27 **-14'** **-6%**

*Dif. sep-22 vs. sep-21

RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena 3 (14,0%) líder por undécimo mes consecutivo. Los espectadores únicos de las cadenas en Abierto es de 41,6 millones, el 91% de cobertura.

- ▶ Telecinco (12,1%) ocupa la segunda posición con el mes de septiembre más bajo de su historia.
- ▶ La1 (8,6%) es la tercera cadena más vista con el mes de septiembre más bajo de su historia.
- ▶ En cuarta posición del ránking se sitúa AUT (8,6%), seguida de LA SEXTA (5,9%), CUATRO (4,9%), La2 (3,1%), ENERGY (2,6%), FDF (2,4%) y DIVINITY (2,3%), entre las diez primeras.
- ▶ La2 logra su mejor mes de septiembre de los últimos 13 años.
- ▶ Energy, Atresmedia, Real Madrid, DKiss y Ten firman el mejor mes de septiembre de su historia.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,3%) logran su máximo histórico mensual** y se analizan en un epígrafe independiente.



RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. sep-22 vs. sep-21	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	14,0%	-0,2	★ 33,7 mill.	73,7%
2	T5	12,1%	-1,7	32,3 mill.	70,7%
3	La1	8,6%	-0,1	33,5 mill.	73,3%
4	AUT	8,6%	-0,1	27,9 mill.	61,1%
5	LA SEXTA	5,9%	-0,3	31,2 mill.	68,3%
6	CUATRO	4,9%	-0,2	31,7 mill.	69,3%
7	La2	3,1%	+0,1	26,7 mill.	58,5%
8	ENERGY	2,6%	+0,3	14,9 mill.	32,6%
9	FDF	2,4%	-0,1	19,2 mill.	42,0%
10	DIVINITY	2,3%	+0,3	14,6 mill.	31,9%
11	NOVA	2,2%	-0,2	12,1 mill.	26,4%
12	TRECE	2,1%	-0,1	14,8 mill.	32,3%
13	NEOX	1,8%	0,0	19,5 mill.	42,5%
14	ATRESERIES	1,7%	+0,3	12,8 mill.	28,1%
15	DMAX	1,6%	-0,1	16,9 mill.	37,0%
16	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	-0,2	16,4 mill.	35,8%
17	MEGA	1,4%	0,0	16,2 mill.	35,5%
18	GOL PLAY	1,2%	0,0	15,1 mill.	33,0%
19	DKISS	1,2%	+0,1	12,5 mill.	27,2%
20	24H	1,1%	0,0	17,3 mill.	37,8%
21	CLAN	1,0%	-0,1	12,9 mill.	28,3%
22	BOING	0,9%	-0,1	12,4 mill.	27,1%
23	TEN	0,9%	+0,2	8,9 mill.	19,5%
24	BEMADtv	0,9%	+0,3	14,3 mill.	31,2%
25	DISNEY CHANNEL	0,7%	+0,1	10,0 mill.	21,9%
26	TELEDEPORTE	0,7%	+0,1	14,0 mill.	30,6%
27	REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	9,5 mill.	20,8%
28	BOM Cine	0,4%	+0,1	6,9 mill.	15,2%
29	AUT PRIV	0,3%	0,0	6,9 mill.	15,2%
30	VERDI CLASSICS	0,1%	-	1,4 mill.	3,0%



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, la tarde y el “prime-time”, mientras que Telecinco es líder en la mañana y “late-night” y Energy en la madrugada.

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	3ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	A3	T5	La1
HOM	A3	La1	T5
MUJ	A3	T5	La1
4-12	BOING	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	TVCAN
ARAGÓN	A3	T5	ARAGON TV
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	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

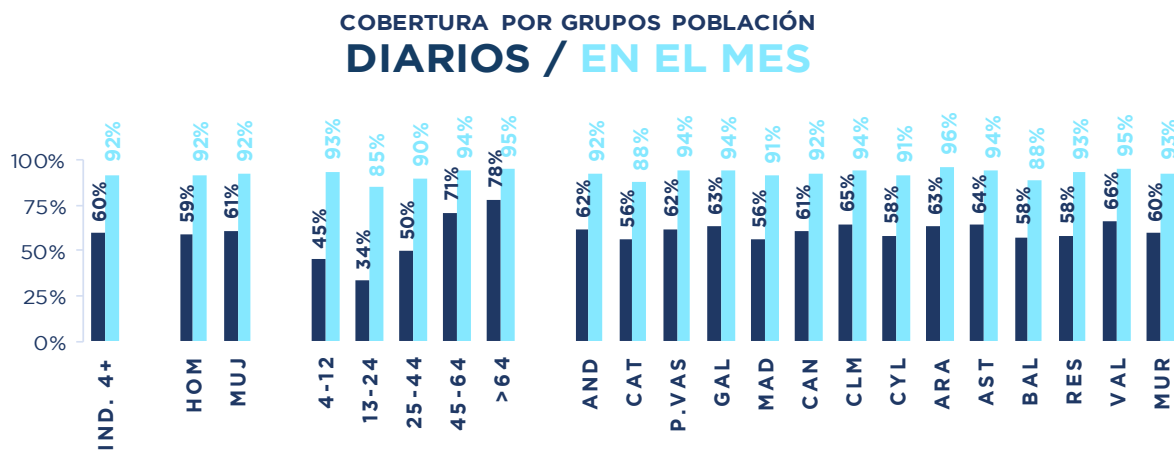
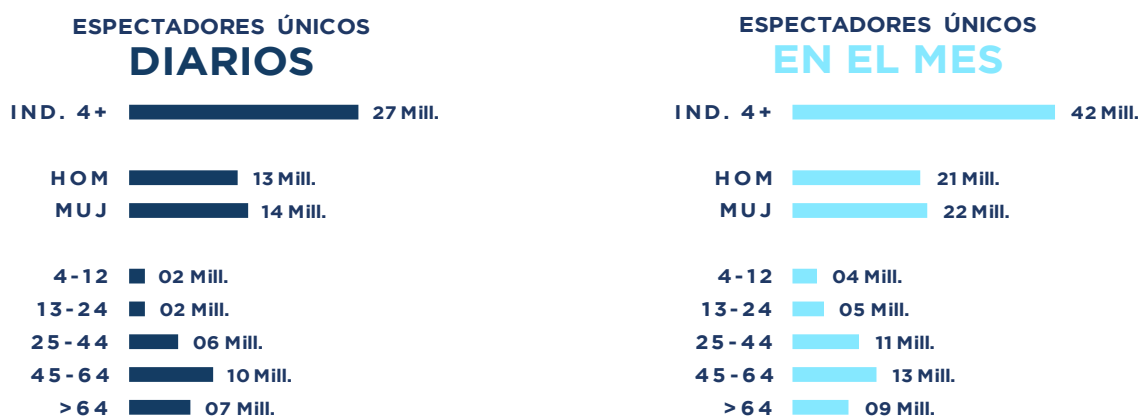
CADENA LÍDER DÍA A DÍA	
A3	25 DÍAS
T5	5 DÍAS

ESPECTADORES ÚNICOS

27,4 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 60% de la población.

Los ESPECTADORES ÚNICOS en el mes alcanzan la cifra de 42,0 millones, que representa el 92% de la población, que sí contacta con el medio televisivo en septiembre 2022.

Por el contrario, hay 3,7 millones de “telefónicos”, el 8% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.



INFORMATIVOS

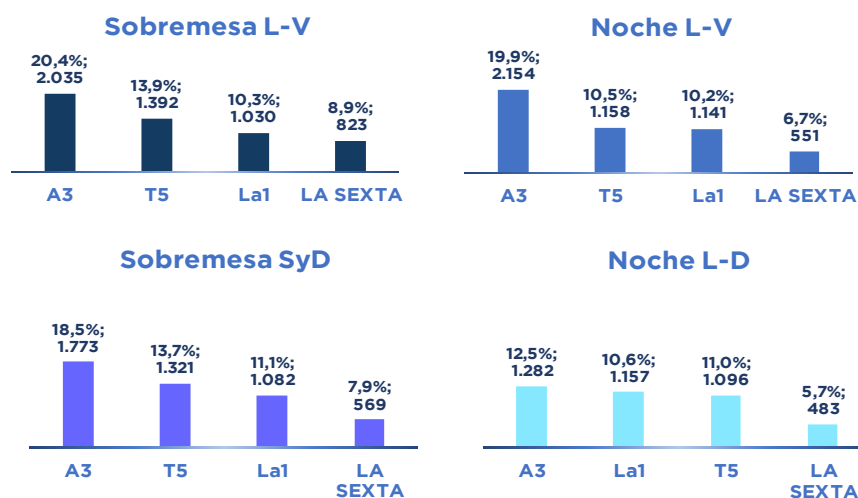
DIARIOS

Los informativos de Antena3 (1.932.000 de audiencia media y 18,9% de cuota) son los más vistos desde hace 33 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de Telecinco (1.260.000 de audiencia media y 12,2% de cuota) son la segunda opción más vista y los de La1 (1.092.000 de audiencia media y 10,4% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	1.932	18,9%	24,1 Mill.	53%
	T5	58	1.260	12,2%	19,1 Mill.	42%
	La1	58	1.092	10,4%	23,3 Mill.	51%
	LA SEXTA	62	629	7,5%	17,6 Mill.	39%
Lunes a Viernes	A3	44	2.089	20,2%	21,1 Mill.	46%
	T5	43	1.278	12,2%	16,8 Mill.	37%
	La1	43	1.085	10,2%	20,0 Mill.	44%
	LA SEXTA	46	673	7,7%	14,6 Mill.	32%
Sábado y Domingo	A3	16	1.525	15,3%	15,3 Mill.	34%
	T5	15	1.210	12,3%	11,3 Mill.	25%
	La1	15	1.113	10,9%	15,3 Mill.	34%
	LA SEXTA	16	528	6,7%	9,7 Mill.	21%

RESULTADOS POR EDICIONES CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)

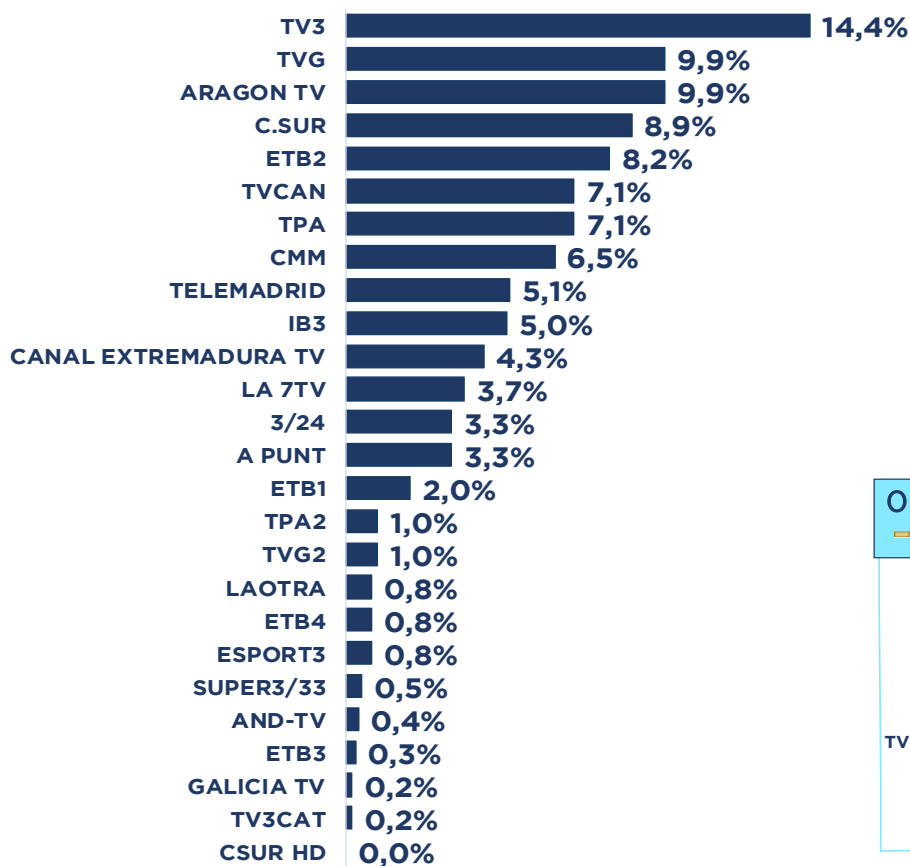


CADENAS AUTONÓMICAS

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,6% de cuota de pantalla. El número de espectadores únicos acumulados es de 27,9 millones, el 60,9% de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (14,4%), TVG (9,9%), ARAGON TV (9,9%), C.SUR (8,9%), ETB2 (8,2%), TVCAN (7,1%), TPA (7,1%), CMM (6,5%), TELEMADRID (5,1%) y IB3 (5%), entre las 10 primeras.

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

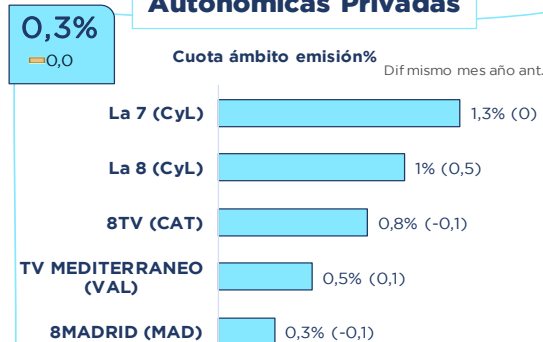


★C.SUR (Andalucía): Mejor mes de septiembre desde 2017.

★TV3 (Cataluña): Mejor mes de septiembre desde 2012.

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

Autonómicas Privadas



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

C.SUR 8,9% → 5,5 Mill. 67,2%
AND-TV 0,4% → 2,5 Mill. 30,1%



Aragón

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

ARA TV 9,9% → 0,9 Mill. 72,7%



Asturias

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

TPA 7,1% → 0,6 Mill. 64,5%
TPA2 1,0% → 0,3 Mill. 35,3%



Baleares

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

IB3 5,0% → 0,6 Mill. 52,6%



Canarias

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

TVCAN 7,1% → 1,5 Mill. 68,1%



Castilla La Mancha

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

CMM 6,5% → 1,2 Mill. 60,5%



Cataluña

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

TV3 14,4% → 4,0 Mill. 53,7%
SUPER3/33 0,5% → 1,7 Mill. 23,0%
3/24 1,6% → 2,5 Mill. 33,7%
ESPORT3 0,8% → 1,7 Mill. 22,3%
TV3CAT 0,2% → 0,3 Mill. 3,6%



Extremadura

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

C. EXT 4,3% → 0,6 Mill. 56,5%



Galicia

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

TVG 9,9% → 1,8 Mill. 67,5%
TVG2 1,0% → 1,1 Mill. 40,6%
GAL. TV 0,2% → 0,1 Mill. 2,1%



Murcia

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

LA 7TV 3,7% → 0,8 Mill. 57,5%



Madrid

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

TELEMADRID 5,1% → 3,5 Mill. 53,0%
LAOTRA 0,8% → 2,2 Mill. 32,8%



País Vasco

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

ETB1 2,0% → 1,0 Mill. 49,1%
ETB2 8,2% → 1,5 Mill. 70,5%
ETB3 0,3% → 0,4 Mill. 17,3%
ETB4 0,8% → 0,7 Mill. 31,3%



Valencia

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

A PUNT 3,3% → 0,0 Mill. 0,1%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión	Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	25,0%	→ 3.195	43,0%
▶ ARAGON TV	20,4%	→ 672	52,2%
▶ ETB2	18,3%	→ 994	46,9%
▶ TVCAN	15,1%	→ 1.113	50,7%
▶ TVG	13,6%	→ 1.268	48,5%
▶ TPA	12,8%	→ 408	41,5%
▶ IB3	10,2%	→ 355	29,8%
▶ C.SUR	9,6%	→ 3.363	41,0%
▶ CMM	9,4%	→ 693	35,2%
▶ TELEMADRID	8,9%	→ 1.847	28,1%
▶ LA 7TV	6,1%	→ 175	12,0%
▶ A PUNT	6,1%	→ 1.282	26,2%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



RÁNKING TEMÁTICAS PAGO

Las Temáticas de Pago (10,3%) logran su máximo histórico. Los espectadores únicos ascienden a 19,9 millones, el 43,5% de cobertura poblacional.

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

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,3%	+1,5	19,9 mill.	43,5%
1	EUROSPORT	0,4%	+0,3	4,2 mill.	9,3%
2	LALIGA por M+	0,4%	-0,2	4,2 mill.	9,2%
3	AXN	0,3%	+0,1	4,1 mill.	9,0%
4	FOX	0,3%	0,0	4,7 mill.	10,2%
5	TNT	0,2%	0,0	4,2 mill.	9,1%
6	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	0,0	3,5 mill.	7,6%
7	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,5 mill.	9,8%
8	DAZN LaLiga	0,2%	-	3,4 mill.	7,4%
9	CALLE 13	0,2%	-0,1	3,3 mill.	7,3%
10	SOMOS	0,2%	+0,1	2,6 mill.	5,7%
11	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,5%
12	#VAMOS por M+	0,2%	+0,1	3,5 mill.	7,6%
13	#0 por M+	0,1%	0,0	3,2 mill.	6,9%
14	AXN WHITE	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,6%
15	CANAL HISTORIA	0,1%	-0,1	2,4 mill.	5,2%
16	DISNEY JUNIOR	0,1%	0,0	1,0 mill.	2,2%
17	NGC WILD	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,5%
18	AMC	0,1%	0,0	3,4 mill.	7,3%
19	TCM	0,1%	0,0	3,9 mill.	8,5%
20	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,9%
21	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,8 mill.	6,2%
22	AMC CRIME	0,1%	0,0	1,3 mill.	2,9%
23	DAZN F1	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,9%
24	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,2%
25	XTRM	0,1%	0,0	3,2 mill.	7,0%



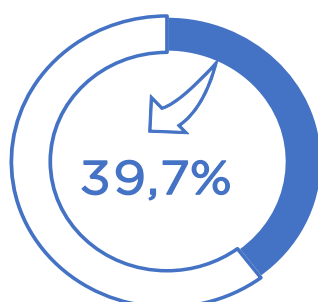
GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

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

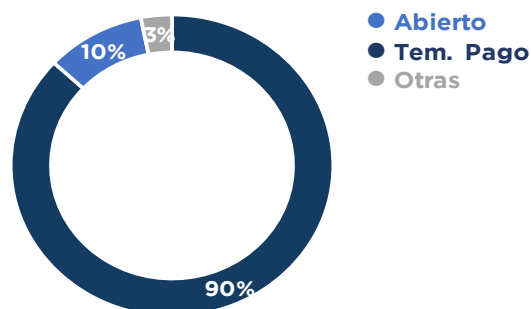
*Dentro de cada grupo sólo se incluye la aportación de las cadenas de pago.

El consumo a través de la **TV de Pago representa el 28%** del total. De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el 39,7% corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante 60,3% 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:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA (La1): 4.517.000 y 32,6%**

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA	La1	27-sep-22	32,6%	4.517	9,4 mill.
2	BALONCESTO:EUROBASKET / ESPAÑA-FRANCIA	T5	18-sep-22	28,9%	3.745	8,6 mill.
3	POST BALONCESTO:EUROBASKET / ESPAÑA-FRANCIA	T5	18-sep-22	25,8%	3.742	6,7 mill.
4	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-SUIZA	La1	24-sep-22	28,6%	3.237	7,4 mill.
5	EL HORMIGUERO / JOAQUIN SANCHEZ	A3	22-sep-22	23,8%	3.095	6,1 mill.
6	EL HORMIGUERO / CHINA SUAREZ Y ALVARO MORTE	A3	29-sep-22	19,8%	2.681	5,7 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	29-sep-22	21,9%	2.673	4,2 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	28-sep-22	22,5%	2.666	4,2 mill.
9	EL HORMIGUERO / CARLOS ALCARAZ	A3	19-sep-22	19,3%	2.662	5,4 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	22-sep-22	22,8%	2.578	3,8 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	12-sep-22	21,5%	2.549	4,0 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	21-sep-22	22,2%	2.517	3,8 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	26-sep-22	20,5%	2.478	4,0 mill.
14	PASAPALABRA	A3	29-sep-22	24,5%	2.457	4,8 mill.
15	EL HORMIGUERO / MARIA BECERRA	A3	28-sep-22	17,9%	2.438	5,9 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	19-sep-22	21,1%	2.415	3,9 mill.
17	EL HORMIGUERO / ROMEO SANTOS	A3	21-sep-22	18,2%	2.365	5,5 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	20-sep-22	21,1%	2.359	3,8 mill.
19	EL HORMIGUERO / BECKY G	A3	20-sep-22	17,7%	2.307	5,1 mill.
20	PASAPALABRA	A3	28-sep-22	24,0%	2.306	4,6 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	26-sep-22	21,9%	2.279	3,5 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	21-sep-22	22,8%	2.268	3,5 mill.
23	PASAPALABRA	A3	26-sep-22	23,3%	2.263	4,4 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	22-sep-22	22,7%	2.246	3,6 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	15-sep-22	20,8%	2.234	3,5 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / THE EQUALIZER:EL PROTECTOR (La1, 04-sep-22): 1.624.000 y 14,8%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / THE EQUALIZER 2 (La1, 18-sep-22): 1.581.000 y 12,3%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / 2 GUNS (La1, 25-sep-22): 1.549.000 y 12,3%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / JOAQUIN SANCHEZ (A3, 22-sep-22): 3.095.000 y 23,8%
- 2 EL HORMIGUERO / CHINA SUAREZ Y ALVARO MORTE (A3, 29-sep-22): 2.681.000 y 19,8%
- 3 EL HORMIGUERO / CARLOS ALCARAZ (A3, 19-sep-22): 2.662.000 y 19,3%



SERIES

- 1 INFIEL (A3, 25-sep-22): 1.793.000 y 16,6%
- 2 LA ESPOSA (A3, 22-sep-22): 1.775.000 y 19,2%
- 3 LA NOVIA GITANA / LA NOVIA (A3, 28-sep-22): 1.747.000 y 16,5%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 29-sep-22): 2.673.000 y 21,9%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 28-sep-22): 2.666.000 y 22,5%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 22-sep-22): 2.578.000 y 22,8%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ARROZ CALDOSO CAMPERO (A3, 28-sep-22): 1.052.000 y 21,2%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CREMA DE JUDIAS VERDES CON PIPAS Y PISTACHOS (A3, 06-sep-22): 1.011.000 y 20,2%
- 3 LA REINA CUMPLE 50 (La1, 15-sep-22): 993.000 y 8%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / PORTUGAL-ESPAÑA (La1, 27-sep-22): 4.517.000 y 32,6%
- 2 BALONCESTO:EUROBASKET / ESPAÑA-FRANCIA (T5, 18-sep-22): 3.745.000 y 28,9%
- 3 POST BALONCESTO:EUROBASKET / ESPAÑA-FRANCIA (T5, 18-sep-22): 3.742.000 y 25,8%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 05-sep-22): 368.000 y 3,8%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 13-sep-22): 344.000 y 3,5%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 13-sep-22): 335.000 y 3,8%



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 MEGATITULO / LA GRAN MURALLA(2016) (AXN, 25-sep-22): 110.000 y 0,9%
- 2 CINE / HARRY POTTER Y EL MISTERIO DEL PRINCIPE (TNT, 25-sep-22): 97.000 y 0,9%
- 3 CINE / HARRY POTTER Y LA ORDEN DEL FENIX (TNT, 25-sep-22): 81.000 y 0,8%



ENTRETENIMIENTO

- 1 RESTAURADORES / EL GRAN BOOM (AMC BREAK, 30-sep-22): 49.000 y 0,7%
- 2 RESTAURADORES / EN TERRENO ESCABROSO (AMC BREAK, 30-sep-22): 46.000 y 0,6%
- 3 CINCO TENEDORES (#0 por M+, 28-sep-22): 44.000 y 0,3%



SERIES

- 1 FBI (TNT, 01-sep-22): 84.000 y 0,8%
- 2 NAVY:INVESTIGACION CRIMINAL / ESTO QUEDA EN FAMILIA (AXN, 29-sep-22): 81.000 y 0,6%
- 3 LOS CRIMENES DE CASSANDRE / EL BOSQUE ROJO (CALLE 13, 25-sep-22): 66.000 y 0,5%



INFORMACIÓN

- 1 MILA Y LEVY (#0 por M+, 12-sep-22): 25.000 y 0,2%
- 2 NOTICIAS#V (#VAMOS por M+, 19-sep-22): 22.000 y 0,3%
- 3 NOTICIAS#V (#VAMOS por M+, 15-sep-22): 21.000 y 0,2%



CULTURALES

- 1 DAZN ORIGINALS / EL PRESIDENTE (DAZN LaLiga, 11-sep-22): 53.000 y 0,5%
- 2 ALIENIGENAS / LAS VOCES DE LOS DIOS (CANAL HISTORIA, 17-sep-22): 53.000 y 0,5%
- 3 ALIENIGENAS:IN SITU / ENCUENTROS EXTRAORDINARIOS (CANAL HISTORIA, 17-sep-22): 46.000 y 0,5%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-R.MADRID (LALIGA por M+, 18-sep-22): 974.000 y 7%
- 2 TENIS:US OPEN / C.RUUD-C.ALCARAZ (EUROSPORT, 11-sep-22): 930.000 y 10,4%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BAYERN MUNICH-BARCELONA (LIGA DE CAMPEONES por M+, 13-sep-22): 897.000 y 7%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 25-sep-22): 82.000 y 0,8%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 17-sep-22): 65.000 y 0,8%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 21-sep-22): 62.000 y 0,6%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 21-sep-22): 400.000 y 15,6%
- 2 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 20-sep-22): 395.000 y 15,1%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 02-sep-22): 373.000 y 18,7%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 28-sep-22): 97.000 y 41%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 05-sep-22): 91.000 y 35,6%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 12-sep-22): 86.000 y 33,3%



TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 12-sep-22): 51.000 y 15,8%
- 2 EL PICU (TPA, 21-sep-22): 51.000 y 14,5%
- 3 TPA DEPORTES 2 (TPA, 29-sep-22): 47.000 y 14,6%



IB3 (Baleares)

- 1 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 30-sep-22): 45.000 y 20,5%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 28-sep-22): 44.000 y 16,3%
- 3 IB3 NOTICIES MIGDIA (IB3, 20-sep-22): 43.000 y 21,2%



TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS FIN SE 2 (TVCAN, 24-sep-22): 255.000 y 35,1%
- 2 TELENOTICIAS FIN SE 1 (TVCAN, 25-sep-22): 224.000 y 36,6%
- 3 TELENOTICIAS FIN SE 1 (TVCAN, 24-sep-22): 197.000 y 37,3%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 TOROS / DESDE GUADALAJARA (CMM, 17-sep-22): 68.000 y 18,7%
- 2 NOTICIAS CLM FIN DE SEMANA 2 (CMM, 25-sep-22): 64.000 y 12,9%
- 3 NOTICIAS CLM A LAS 2 (CMM, 13-sep-22): 64.000 y 16,1%



TV3 (Cataluña)

- 1 PIROMUSICAL / MERCE 2022 (TV3, 26-sep-22): 660.000 y 30,9%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 05-sep-22): 567.000 y 29%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 19-sep-22): 548.000 y 29,1%



TVG (Galicia)

- 1 TELEXORNAL 1 (TVG, 27-sep-22): 165.000 y 27,3%
- 2 ATRAPAME SE PODES (TVG, 28-sep-22): 145.000 y 16,7%
- 3 GALICIA NOTICIAS (TVG, 05-sep-22): 142.000 y 26,5%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 29-sep-22): 159.000 y 16,1%
- 2 JUNTOS (TELEMADRID, 26-sep-22): 145.000 y 8,9%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 13-sep-22): 140.000 y 15,9%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 26-sep-22): 51.000 y 18,3%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 13-sep-22): 38.000 y 11,4%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 16-sep-22): 38.000 y 14,6%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 28-sep-22): 143.000 y 22,2%
- 2 TELEBERRI 1 (ETB2, 05-sep-22): 136.000 y 29,3%
- 3 TELEBERRI 1 (ETB2, 23-sep-22): 132.000 y 27,3%



A PUNT (Valencia)

- 1 ZOOM / BOUS AL CARRER (A PUNT, 19-sep-22): 116.000 y 7,3%
- 2 NTC NIT (A PUNT, 12-sep-22): 109.000 y 7,4%
- 3 NTC MIGDIA (A PUNT, 05-sep-22): 105.000 y 10,4%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia, con seis cadenas en emisión, ocupa la primera posición en el ránking de grupos editoriales con el 26,9% de cuota.

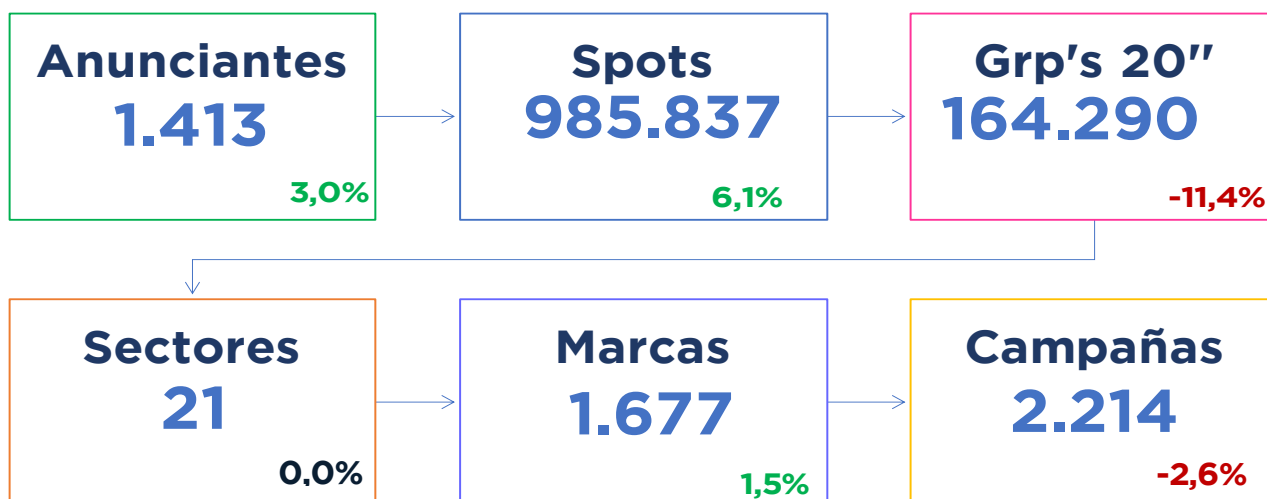
- ▶ Mediaset (26,0%), con siete cadenas en emisión, es el segundo grupo del ránking.
- ▶ Grupo Rtve (14,4%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,8%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,6%) con tres cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Dif cuota Y/Y	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	26,9%	-0,4	38,0 mill.	83,1%
	MEDIASET	26,0%	-1,4	38,1 mill.	83,4%
	GRUPO RTVE	14,4%	-0,1	37,0 mill.	80,8%
	FORTA	8,5%	0,0	27,3 mill.	59,7%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,8%	-0,1	22,8 mill.	49,7%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	0,0	22,5 mill.	49,2%

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

Desciende la presión publicitaria de GRPs en un **-11,4%** y el número de campañas activas en un **-2,6%**.



*Diferencias sep-22 vs. sep-21

El spot más visto corresponde a la campaña "BACKMARKET.ES" en T5, con 32 Grp's 20" ('POST BALONCESTO:EUROBASKET', 18 septiembre).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** "SECTOR ALARM/SISTEMA DE ALARMA" con 2.083 Grp's 20".
- **ANUNCIANTE:** "PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 4.655 Grp's 20".
- **MARCA:** "FERRERO" con 3.354 Grp's 20".
- **SECTOR:** "DISTRIBUCION Y RESTAURACION" con el 18% de la presión publicitaria.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD


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

	1	BACKMARKET.ES	32
	2	CHOVI/ALLIOLI	20
	3	MAHOU/CINCO ESTRELLAS	18
	4	DORMINATUR/GUMMIES-TRIPL	18
	5	GALERIA DEL COLECCIONISTA	16

Total

986
Mil.


Top 5 Anunciantes (Grp's 20")

	1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	4.655
	2	FERRERO IBERICA,S.A.	3.354
	3	GALERIA DEL COLECCIONISTA	2.764
	4	LINEA DIRECTA ASEGURADOR	2.513
	5	MAS MOVIL TELECOM 3.0,S.L	2.194

Total

1.413


Top 5 Campañas (Grp's 20")

	1	SECTOR ALARM/SISTEMA DE /	2.083
	2	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.911
	3	ORANGE/LOVE	1.805
	4	VINTED.ES/COMPRA Y VENTA	1.728
	5	ING/CUENTA NOCUENTA	1.550

Total

2.214


Top 5 Marcas (Grp's 20")

	1	FERRERO	3.354
	2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	2.764
	3	LINEA DIRECTA ASEGURADOR	2.513
	4	ING	2.113
	5	SECTOR ALARM	2.083

Total

1.677

Top 5 Sectores (%Grp's 20")

	1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	18%
	2	ALIMENTACION	13%
	3	FINANZAS Y SEGUROS	9%
	4	BELLEZA E HIGIENE	8%
	5	TELECOMUNICACIONES E INTE	8%

Total

21

FICHA TÉCNICA

- **Fuente de los datos: Kantar.**
- El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable “invitados” que comenzó a medir Kantar en marzo de 2017.
- En los resultados de consumo televisivo se tiene en cuenta tanto el visionado en lineal como el diferido (audiencia durante los siete días siguientes a la emisión en lineal, que comenzó a medirse en 2015).
- Se incluye la audiencia de las 2ª residencias desde enero 2020.
- Parámetros extracción de datos: Ind.4+ (inv) | Lineal | TSD | España (+2r Total) y Auto (+2rAMB).
- Fecha: septiembre-2022

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS