

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

septiembre 2023



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

- ▶ Visión Global mercado TV.
- ▶ Espectadores Únicos.
- ▶ Consumo de televisión.
- ▶ Total Uso Televisor.
- ▶ Otros Usos Televisor.
- ▶ Ránking Cadenas en Abierto.
- ▶ Liderazgos demográficos.
- ▶ Informativos diarios.
- ▶ Cadenas Autonómicas.
- ▶ Temáticas de Pago.
- ▶ Emisiones más vistas.
- ▶ Grupos Televisivos.
- ▶ Actividad Publicitaria.

Visión Global

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

42,6 Millones

Cobertura mes

92,2 %

PROMEDIO DIARIO

27,3 Millones

Cobertura día

59,1 %

sep-23



Cadena líder

A3

13,0%

RÁNKING CADENAS

CONSUMO TELEVISIÓN

291'
espectador/día

+2' 1%

*Dif. sep-23 vs. sep-22

172'
persona/día

-1' -1%

*Dif. sep-23 vs. sep-22

Consumo TV por Regiones

■ Min espectador/día ■ Min persona/día

Región	Min espectador/día	Min persona/día
CLM	187'	286'
GAL	186'	286'
AST	185'	307'
VAL	182'	303'
AND	181'	298'
P.VAS	179'	295'
ARA	179'	291'
CYL	174'	276'
CAN	174'	301'
RES	165'	272'
MUR	162'	287'
MAD	159'	285'
CAT	157'	288'
BAL	156'	277'

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

3h:37'
persona/día

+10' 5%

*Dif. sep-23 vs. sep-22

5h:36'
espectador/día

+13' 4%

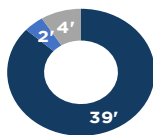
OTROS USOS TELEVISOR

45'
persona/día

+10' 29%

*Dif. sep-23 vs. sep-22

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-CHIPRE

3,1 millones y 24,5%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

3,6 millones

FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-CHIPRE

La1, 12-sep, 21:34h

Temáticas Pago -> **10,3% (0)**

*Dif. sep-23 vs. sep-22



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

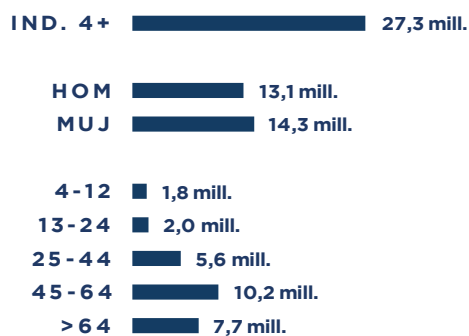
ESPECTADORES ÚNICOS

Los **ESPECTADORES ÚNICOS** acumulados en el mes alcanzan la cifra de **42,6 millones**, que representa el **92,2%** de la población, que sí contacta con el medio televisivo en septiembre 2023.

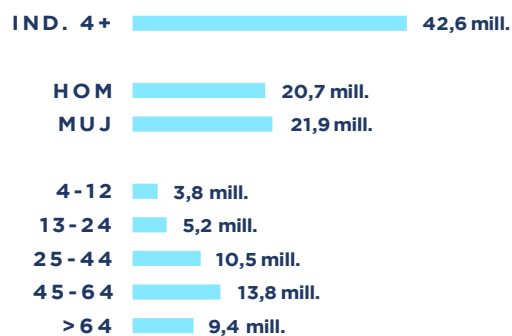
27,3 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el **59,1%** de la población.

Por el contrario, hay 3,6 millones de “telefóbicos”, el 8% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

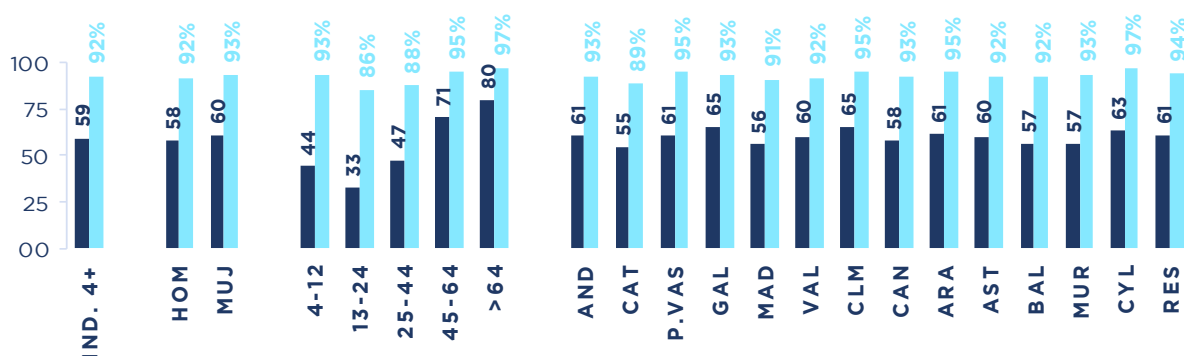
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

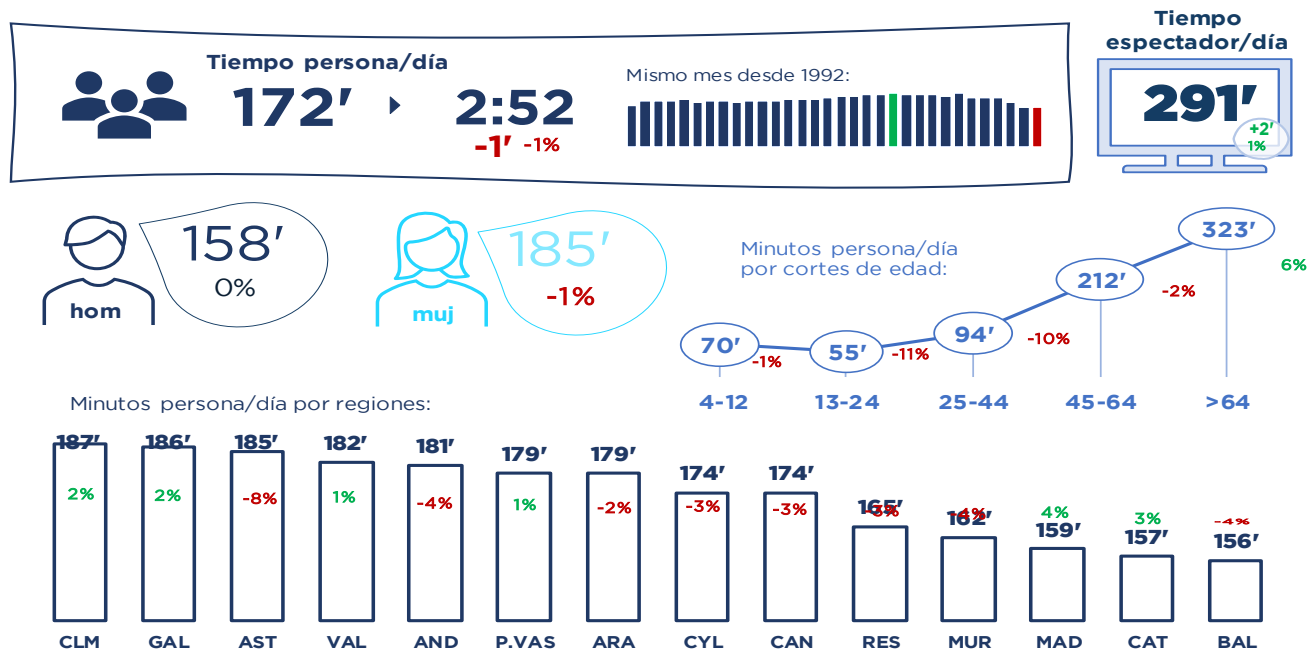


CONSUMO TV

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **291 minutos** (**+2'** que el mes de septiembre del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,2 millones) ha dedicado un promedio de **2 horas y 52 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone **-1' (-1%)** con respecto al mes de septiembre 2022.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (185') y los mayores de 64 años (323') y, por regiones, Castilla La Mancha (187'), Galicia (186') y Asturias (185').



*Diferencias sep-23 vs. sep-22

TOTAL USO TELEVISOR

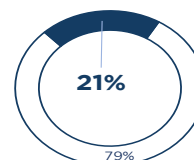
El tiempo total de uso del televisor (tradicional + otros usos) es de 3h:37m por persona al día y de 5h:36m por espectador al día

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. sep-23 vs. sep-22	
Total Individuos 4+	3:37	+10'	5%
Hombres	3:25	+10'	5%
Mujeres	3:48	+9'	4%
4-12	2:05	+8'	7%
13-24	1:28	+1'	1%
25-44	2:35	+3'	2%
45-64	4:22	+10'	4%
>64	5:44	+22'	7%
Andalucía	3:50	+8'	4%
Cataluña	3:26	+10'	5%
País Vasco	3:32	+5'	2%
Galicia	3:36	+13'	6%
Madrid	3:33	+17'	9%
C. Valenciana	3:50	+14'	6%
Castilla La Mancha	3:50	+17'	8%
Canarias	3:36	-1'	0%
Aragón	3:46	+11'	5%
Asturias	3:34	-5'	-2%
Baleares	3:16	+3'	2%
Murcia	3:33	+2'	1%
Castilla León	3:25	+4'	2%
Resto	3:21	+4'	2%

Tiempo total uso televisor

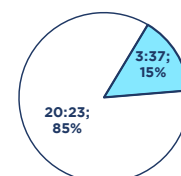
▫ Ver la televisión tradicional
■ Otros usos televisor



En el mes de septiembre 2023 el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:37**, 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



OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de 45 minutos por persona al día, +10' (29%) que en septiembre 2022.

El 21% del total uso del televisor es para “Otros Usos” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Plataformas de streaming y plataformas de vídeo, 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 2.447.000 espectadores.

45 MINUTOS PERSONA/DÍA **+10' 29%** **32,3** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES **11,9** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias sep-23 vs. sep-22



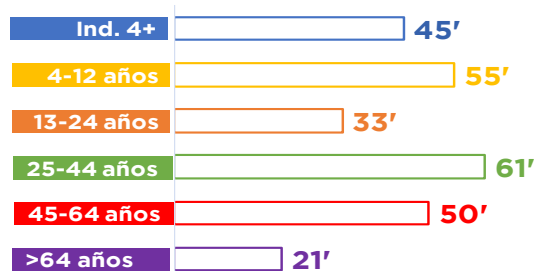
Streaming y consumo de video cuyo origen es Internet, ejemplo YouTube.

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 (61')** y los **niños de 4 a 12 años (55')**.

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



RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena 3 (13,0%) líder durante 23 meses consecutivos.

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 42,2 millones, el 91% de cobertura.

- ▶ La1 (10,5%) repite como la segunda cadena más vista, vuelve a ser la cadena que más crece este mes y es su mejor septiembre de los últimos seis años.
- ▶ En tercera posición se sitúa T5 (9,6%), con el septiembre de menor cuota de su historia.
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (8,5%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (6,4%) firma su mejor septiembre de los últimos tres años.
- ▶ Les siguen CUATRO (5,3%), La2 (2,9%), ENERGY (2,7%), FDF (2,5%) y DIVINITY (2,1%), entre las diez primeras.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,3%)** repiten su mejor septiembre se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. sep-23 vs. sep-22	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,0%	-1,0	33,3 mill.	72,1%
2	La1	10,5%	+1,9	★ 34,0 mill.	73,6%
3	T5	9,6%	-2,5	31,3 mill.	67,7%
4	AUT	8,5%	-0,1	28,0 mill.	60,5%
5	LA SEXTA	6,4%	+0,5	30,6 mill.	66,3%
6	CUATRO	5,3%	+0,4	31,4 mill.	67,9%
7	La2	2,9%	-0,2	27,5 mill.	59,4%
8	ENERGY	2,7%	+0,1	14,6 mill.	31,5%
9	FDF	2,5%	+0,1	19,4 mill.	41,9%
10	DIVINITY	2,1%	-0,2	14,2 mill.	30,7%
11	NEOX	2,1%	+0,3	19,0 mill.	41,0%
12	TRECE	1,9%	-0,2	14,6 mill.	31,6%
13	NOVA	1,9%	-0,3	11,7 mill.	25,3%
14	ATRESERIES	1,8%	+0,1	13,2 mill.	28,6%
15	DMAX	1,6%	0,0	17,5 mill.	37,9%
16	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	16,8 mill.	36,3%
17	MEGA	1,5%	+0,1	16,4 mill.	35,5%
18	BEMADtv	1,4%	+0,5	15,3 mill.	33,0%
19	24H	1,3%	+0,2	17,2 mill.	37,2%
20	DKISS	1,2%	0,0	12,3 mill.	26,6%
21	GOL PLAY	1,1%	-0,1	14,0 mill.	30,3%
22	TEN	1,0%	+0,1	9,0 mill.	19,4%
23	CLAN	1,0%	0,0	13,1 mill.	28,4%
24	BOING	0,9%	0,0	11,6 mill.	25,1%
25	TELEDEPORTE	0,8%	+0,1	14,6 mill.	31,5%
26	DISNEY CHANNEL	0,7%	0,0	10,1 mill.	21,8%
27	REAL MADRID HD	0,5%	-0,1	9,8 mill.	21,2%
28	AUT PRIV	0,4%	+0,1	7,6 mill.	16,3%
29	BOM Cine	0,3%	-0,1	5,5 mill.	12,0%
30	VERDI CLASSICS	0,1%	0,0	1,6 mill.	3,4%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en mujeres, en mayores de 45 años y en jóvenes de 13 a 24 años.**
 - ▶ **La1 líder en hombres.**
- ▶ **Telecinco líder en adultos de 25 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, Canarias, Castilla La Mancha, Castilla León, Galicia, Murcia y Resto. Por su parte, Telecinco lidera en Asturias y La1 en Madrid y País Vasco, mientras que TV3 se mantiene como la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, Antena 3 lidera la mañana, la sobremesa, la tarde, "prime-time" y "late-night". Energy en la madrugada.

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	3ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	A3	La1	T5
HOM	La1	A3	LA SEXTA
MUJ	A3	T5	La1
4-12	BOING	CLAN	DISNEY CHANNEL
13-24	A3	La1	T5
25-44	T5	A3	La1
45-64	A3	La1	T5
>64	A3	La1	T5
T.COMERCIAL	A3	T5	La1
ANDALUCÍA	A3	T5	La1
CATALUÑA	TV3	A3	La1
PAÍS VASCO	La1	T5	A3
GALICIA	A3	TVG	La1
MADRID	La1	A3	T5
C. VALENCIANA	A3	La1	T5
CASTILLA LA MANCHA	A3	La1	T5
CANARIAS	A3	T5	La1
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
A3	A3	A3
PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
A3	A3	ENERGY

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

CADENA LÍDER DÍA A DÍA		
A3	▶ 26 DÍAS	La1 ▶ 4 DÍAS



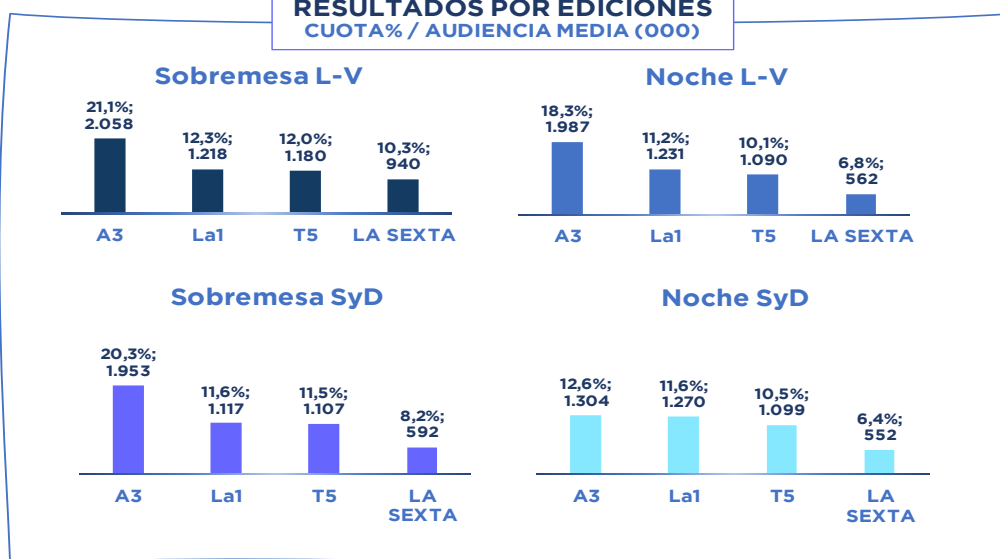
INFORMATIVOS DIARIOS

Los informativos de Antena 3 (1.884.000 de audiencia media y 18,4% de cuota) son los más vistos desde hace 45 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.213.000 de audiencia media y 11,7% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (1.124.000 de audiencia media y 11% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	1.884	18,4%	23,4 Mill.	51%
	La1	59	1.213	11,7%	24,0 Mill.	52%
	T5	60	1.124	11,0%	18,3 Mill.	40%
	LA SEXTA	60	674	8,0%	17,1 Mill.	37%
Lunes a Viernes	A3	42	2.020	19,5%	19,8 Mill.	43%
	La1	41	1.225	11,8%	20,2 Mill.	44%
	T5	42	1.134	11,0%	15,0 Mill.	32%
	LA SEXTA	42	725	8,4%	13,4 Mill.	29%
Sábado y Domingo	A3	18	1.631	16,3%	15,7 Mill.	34%
	La1	18	1.185	11,6%	17,0 Mill.	37%
	T5	18	1.103	11,0%	12,0 Mill.	26%
	LA SEXTA	18	574	7,2%	10,7 Mill.	23%

RESULTADOS POR EDICIONES
CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)



CADENAS AUTONÓMICAS

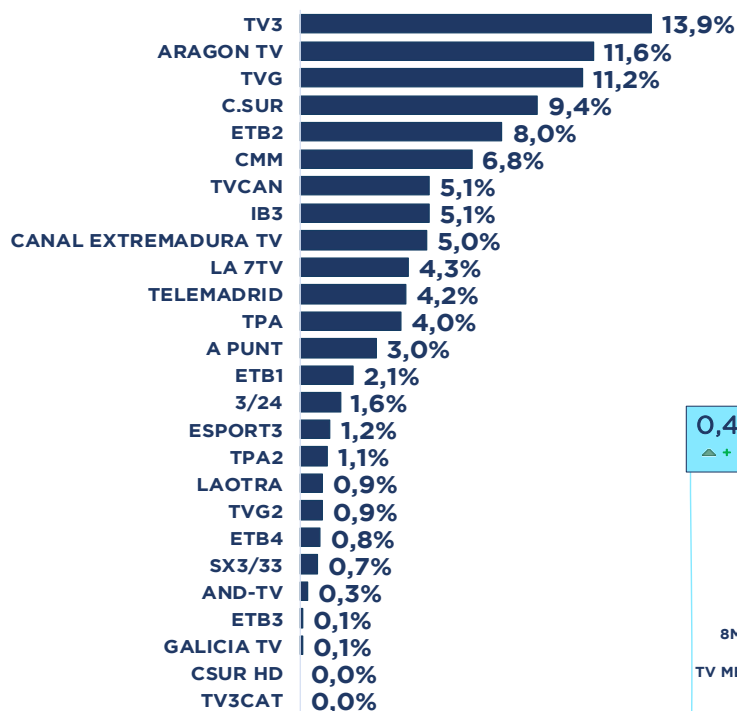
*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,5 % de cuota de pantalla.

El número de espectadores únicos acumulados es de 28,0 millones, el 60,5 % de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (13,9%), ARAGON TV (11,6%), TVG (11,2%), C.SUR (9,4%), ETB2 (8%), CMM (6,8%), TVCAN (5,1%), IB3 (5,1%), CANAL EXTREMADURA TV (5%) y LA 7TV (4,3%), entre las 10 primeras.

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



★ Canal Sur (Andalucía): Mejor mes de septiembre desde 2011.

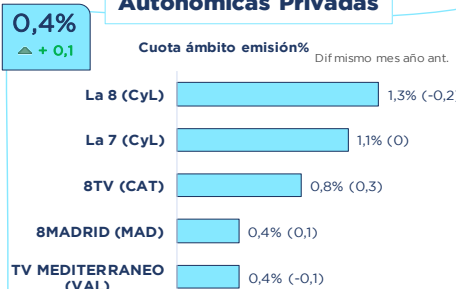
★ Aragón TV (Aragón): Mejor mes de septiembre de su historia.

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

★ CMM (Castilla La Mancha): Mejor mes de septiembre desde 2019.

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

Autonómicas Privadas



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



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	25,0%	→	705	55,1%
▶ TV3	25,0%	→	2.987	39,7%
▶ ETB2	19,1%	→	969	45,6%
▶ TVG	14,2%	→	1.173	44,6%
▶ CMM	11,8%	→	723	36,2%
▶ C.SUR	11,1%	→	3.196	38,5%
▶ IB3	11,0%	→	356	29,4%
▶ TVCAN	9,8%	→	849	38,1%
▶ TELEMADRID	8,3%	→	1.897	28,6%
▶ LA 7TV	8,0%	→	489	33,0%
▶ TPA	7,0%	→	303	30,9%



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 10,3%.
Los espectadores únicos ascienden a 20,2 millones,
el 43,7% de cobertura poblacional.**

El ránking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por LALIGA TV por M+ (0,4%), DAZN LaLiga (0,4%), FOX (0,3%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), AXN (0,2%), WARNER TV (0,2%), DAZN F1 (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%), VAMOS por M+ (0,1%) y CANAL HISTORIA (0,1%).

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



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

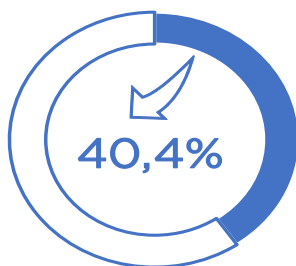
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,5%	9,7 Mill.	21,1%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHER	1,0%	8,7 Mill.	18,9%
③	DAZN	0,7%	6,6 Mill.	14,2%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,4%	6,5 Mill.	14,1%
⑤	TURNER	0,3%	5,9 Mill.	12,7%
⑥	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,3%	4,7 Mill.	10,2%
⑦	DISCOVERY NETWORKS	0,3%	4,5 Mill.	9,8%
⑧	VIACOM	0,3%	5,6 Mill.	12,1%
⑨	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,2%	4,5 Mill.	9,8%

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

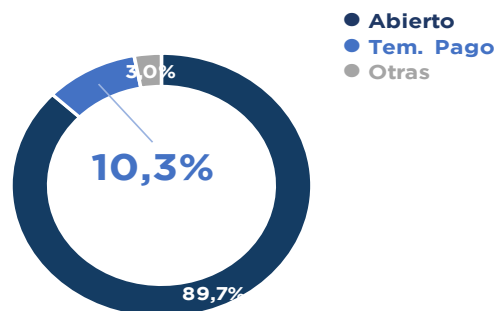
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **27,8%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **40,4%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **59,6%** 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:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-CHIPRE (La1):
3.070.000 y 24,5%**

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

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-CHIPRE	La1	12-sep-23	24,5%	3.070	7,3 mill.
2	EL HORMIGUERO / OLGA CARMONA	A3	11-sep-23	19,1%	2.488	5,7 mill.
3	EL HORMIGUERO / ISABEL PANTOJA	A3	04-sep-23	18,7%	2.356	4,8 mill.
4	EL HORMIGUERO / JOAQUIN SANCHEZ	A3	14-sep-23	18,6%	2.341	5,2 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	25-sep-23	19,3%	2.310	3,6 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	28-sep-23	20,5%	2.270	3,7 mill.
7	EL HORMIGUERO / MIGUEL BOSE	A3	19-sep-23	17,1%	2.233	4,7 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	19-sep-23	22,1%	2.210	3,1 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	04-sep-23	22,0%	2.210	3,1 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	18-sep-23	18,8%	2.210	3,6 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	21-sep-23	19,1%	2.208	3,5 mill.
12	EL HORMIGUERO / SONSOLES ONEGA	A3	28-sep-23	17,7%	2.196	4,8 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	27-sep-23	18,4%	2.171	3,5 mill.
14	EL HORMIGUERO / CARMEN MACHI Y KARRA ELEJALDE	A3	18-sep-23	16,6%	2.167	5,0 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	11-sep-23	21,1%	2.166	3,2 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	13-sep-23	21,5%	2.159	3,1 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	15-sep-23	21,7%	2.151	3,1 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	20-sep-23	18,5%	2.151	3,4 mill.
19	EL HORMIGUERO / ANTONIO OROZCO,LUIS FONSI,MALU Y PABLO LOPEZ	A3	13-sep-23	17,6%	2.149	5,3 mill.
20	EL HORMIGUERO / MAXI IGLESIAS	A3	25-sep-23	16,3%	2.130	4,8 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	14-sep-23	19,8%	2.124	3,3 mill.
22	EL HORMIGUERO / AITANA	A3	20-sep-23	16,4%	2.118	5,0 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	27-sep-23	21,8%	2.115	3,2 mill.
24	EL HORMIGUERO / JUAN DEL VAL	A3	26-sep-23	15,9%	2.110	4,5 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	30-sep-23	23,7%	2.096	3,3 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / UNCHARTED (La1, 03-sep-23): 1.877.000 y 15,7%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / THE EQUALIZER:EL PROTECTOR (La1, 10-sep-23): 1.774.000 y 15,9%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / DESPIERTA LA FURIA (La1, 17-sep-23): 1.726.000 y 14,4%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / OLGA CARMONA (A3, 11-sep-23): 2.488.000 y 19,1%
- 2 EL HORMIGUERO / ISABEL PANTOJA (A3, 04-sep-23): 2.356.000 y 18,7%
- 3 EL HORMIGUERO / JOAQUIN SANCHEZ (A3, 14-sep-23): 2.341.000 y 18,6%



SERIES

- 1 HERMANOS (A3, 12-sep-23): 1.315.000 y 15,1%
- 2 4 ESTRELLAS (La1, 04-sep-23): 1.305.000 y 10,4%
- 3 HERMANOS / ¡SI LA VIDA ES UN JUEGO, TENEMOS MUCHAS MONEDAS! (A3, 18-sep-23): 1.271.000 y 14,9%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 25-sep-23): 2.310.000 y 19,3%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 28-sep-23): 2.270.000 y 20,5%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 19-sep-23): 2.210.000 y 22,1%



CULTURALES

- 1 LAZOS DE SANGRE / PAPA CUMPLE 80 AÑOS (La1, 19-sep-23): 1.120.000 y 11,4%
- 2 LAZOS DE SANGRE / PAPA CUMPLE 80 AÑOS (La1, 13-sep-23): 989.000 y 9,7%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ESPAGUETIS DE CALABACIN CON ALMEJAS (A3, 14-sep-23): 904.000 y 18,1%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-CHIPRE (La1, 12-sep-23): 3.070.000 y 24,5%
- 2 FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / GEORGIA-ESPAÑA (La1, 08-sep-23): 1.933.000 y 23,9%
- 3 EUROPEAN QUALIFIERS / GEORGIA-ESPAÑA (La1, 08-sep-23): 1.854.000 y 22,7%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 12-sep-23): 324.000 y 3,3%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 11-sep-23): 298.000 y 2,9%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 01-sep-23): 293.000 y 3,3%



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / MECHANIC:RESURRECTION (FOX, 03-sep-23): 86.000 y 0,7%
- 2 CINE / EL PROTECTOR(HOMEFRONT) (FOX, 03-sep-23): 80.000 y 0,8%
- 3 CINE / ICE ROAD (FOX, 13-sep-23): 79.000 y 0,7%



ENTRETENIMIENTO

- 1 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 05-sep-23): 35.000 y 0,3%
- 2 ¿COMO LO HACEN? (DISCOVERY, 23-sep-23): 32.000 y 0,4%
- 3 LA FIEBRE DEL ORO:AGUAS BRAVAS (DISCOVERY, 24-sep-23): 31.000 y 0,3%



SERIES

- 1 C.S.I.:VEGAS (FOX, 14-sep-23): 64.000 y 0,7%
- 2 FBI (WARNER TV, 14-sep-23): 53.000 y 0,4%
- 3 EAST NEW YORK (FOX, 18-sep-23): 53.000 y 0,5%



INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.INDIA (DAZN 1, 24-sep-23): 22.000 y 0,3%
- 2 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.SAN MARINO (DAZN 1, 10-sep-23): 20.000 y 0,2%
- 3 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.CATALUNYA (DAZN 1, 03-sep-23): 11.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 MUSSOLINI,EL PRIMER FASCISTA / EL VERBO Y EL GARROTE (CANAL HISTORIA, 04-sep-23): 50.000 y 0,7%
- 2 JULIUS INVITA EN 22 MINUTOS / CREMA DE LIMON (CANAL COCINA, 01-sep-23): 44.000 y 0,4%
- 3 OVNIS:LA EVIDENCIA PERDIDA / INFORMES POLICIALES SOBRE OVNIS (CANAL HISTORIA, 07-sep-23): 43.000 y 0,4%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-R.MADRID (DAZN LaLiga, 24-sep-23): 1.507.000 y 11,9%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / OSASUNA-BARCELONA (DAZN LaLiga, 03-sep-23): 1.137.000 y 9%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / MALLORCA-BARCELONA (DAZN LaLiga, 26-sep-23): 881.000 y 7%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 27-sep-23): 49.000 y 0,6%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 25-sep-23): 46.000 y 0,5%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 27-sep-23): 46.000 y 0,5%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 19-sep-23): 355.000 y 14,5%
- 2 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 05-sep-23): 335.000 y 14,2%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 18-sep-23): 327.000 y 13,6%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 21-sep-23): 103.000 y 44,1%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 18-sep-23): 102.000 y 45,2%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 14-sep-23): 101.000 y 39,9%



TPA (Asturias)

- 1 TPA DEPORTES 2 (TPA, 17-sep-23): 32.000 y 11,2%
- 2 EL PICU (TPA, 21-sep-23): 28.000 y 9,5%
- 3 TPA DEPORTES 2 (TPA, 21-sep-23): 27.000 y 9,8%



IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 01-sep-23): 48.000 y 19,1%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 20-sep-23): 40.000 y 18,5%
- 3 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 04-sep-23): 39.000 y 18,3%



TVCAN (Canarias)

- 1 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 03-sep-23): 101.000 y 19,2%
- 2 NOCHE DE TAIFAS (TVCAN, 02-sep-23): 88.000 y 16,9%
- 3 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 03-sep-23): 81.000 y 12,7%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA FIN DE SEMANA 2 (CMM, 17-sep-23): 79.000 y 16,9%
- 2 NOVILLADA / DESDE VILLASECA DE LA SAGRA (CMM, 10-sep-23): 75.000 y 17,3%
- 3 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 20-sep-23): 73.000 y 18,9%



TV3 (Cataluña)

- 1 PIROMUSICAL / MERCE 2023 (TV3, 25-sep-23): 641.000 y 31,2%
- 2 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 25-sep-23): 574.000 y 28,8%
- 3 EL FORASTER / CAMPRODON (TV3, 18-sep-23): 558.000 y 27%



TVG (Galicia)

- 1 GALICIA NOTICIAS (TVG, 05-sep-23): 151.000 y 27%
- 2 ATRAPAME SE PODES (TVG, 11-sep-23): 148.000 y 17,4%
- 3 TELEXORNAL 1 (TVG, 05-sep-23): 146.000 y 22,1%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS FIN DE SEMANA 2 (TELEMADRID, 03-sep-23): 129.000 y 8,5%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 20-sep-23): 126.000 y 16%
- 3 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 22-sep-23): 125.000 y 11%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 28-sep-23): 40.000 y 14,5%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 03-sep-23): 36.000 y 12%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 07-sep-23): 36.000 y 13,7%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 04-sep-23): 150.000 y 24,5%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 27-sep-23): 119.000 y 20,4%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 26-sep-23): 118.000 y 19,5%



A PUNT (Valencia)







- 1 L'ORATGE 1 (A PUNT, 19-sep-23): 134.000 y 11%
- 2 ESPORTS 1 (A PUNT, 01-sep-23): 127.000 y 12,2%
- 3 NTC NIT (A PUNT, 13-sep-23): 126.000 y 9%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

**Atresmedia (6 cadenas en emisión)
ocupa el primer puesto en el ránking
por grupos editoriales con el 26,7% de cuota.**

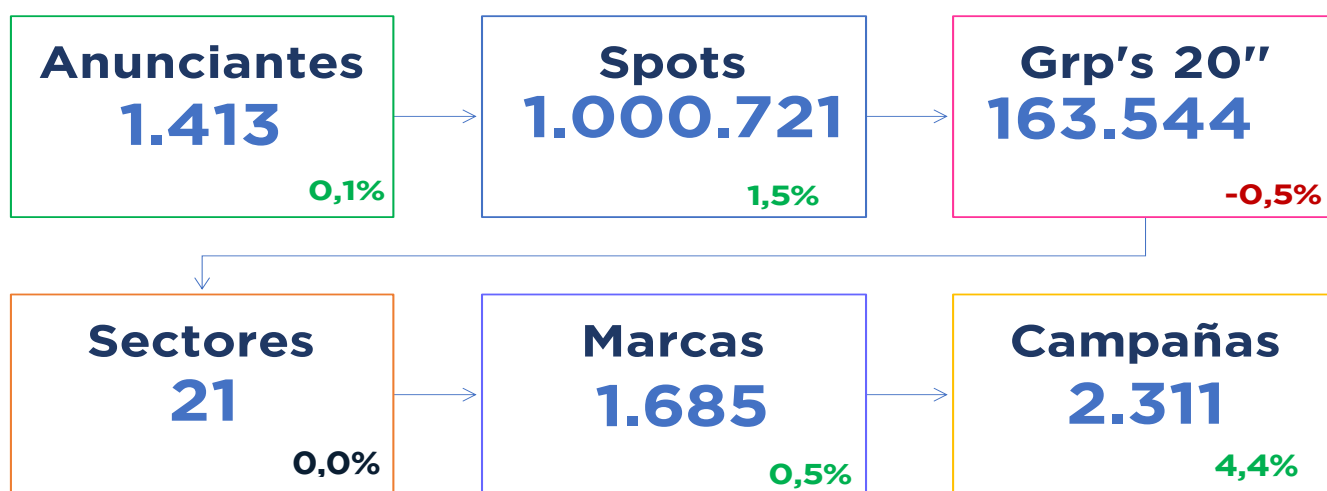
- ▶ Mediaset (24,6%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ Grupo Rtve (16,5%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,7%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,6%) con tres cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	26,7%	37,8 mill.	81,8%
	MEDIASET	24,6%	38,0 mill.	82,3%
	GRUPO RTVE	16,5%	37,4 mill.	80,8%
	FORTA	8,4%	27,3 mill.	59,1%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,7%	22,7 mill.	49,0%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	22,6 mill.	48,8%

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 -0,5% mientras que el número de campañas activas sube un 4,4%.



*Diferencias sep-23 vs. sep-22

El spot más visto corresponde a la campaña “GAES/CENTROS AUDITIVOS” en A3, con 20 Grp's 20” (‘LA RULETA DE LA SUERTE’, 28 septiembre).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** “YOIGO/OPERADOR TELEFONIA MOVIL” con 1.386 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 5.367 Grp's 20”.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 2.461 Grp's 20”.
- **SECTOR:** “ALIMENTACION” con el 16% de la presión publicitaria.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

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

Total



1	GAES/CENTROS AUDITIVOS	20
2	YOIGO/OPERADOR TELEFONIA	18
3	AFFINITY/ULTIMA/GAMA ALIM	18
4	AFFINITY/ULTIMA/GAMA ALIM	17
5	AFFINITY/ULTIMA/GAMA ALIM	16

1.001
Mil.

Top 5 Anunciantes (Grp's 20")

Total



1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	5.367
2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	2.461
3	DANONE,S.A.	2.308
4	RECKITT BENCKISER	2.071
5	L'OREAL ESPAÑA	2.035

1.413

Top 5 Campañas (Grp's 20")

Total



1	YOIGO/OPERADOR TELEFONIA	1.386
2	ORANGE/LOVE	1.376
3	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.337
4	VODAFONE/TELEVISION	1.280
5	ALDI/SUPERMERCADO	1.196

2.311

Top 5 Marcas (Grp's 20")

Total

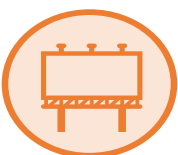


1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	2.461
2	GOBIERNO ESPAÑA	2.170
3	DANONE	1.957
4	GOBIERNO ESPAÑA	1.820
5	FERRERO	1.712

1.685

Top 5 Sectores (%Grp's 20")

Total



1	ALIMENTACION	16%
2	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	16%
3	BELLEZA E HIGIENE	10%
4	SERVICIOS PUBLICOS Y PRIVADOS	9%
5	FINANZAS Y SEGUROS	8%

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: septiembre-2023

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS