

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

Septiembre 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 42,7 millones (el 90,7 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 26 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 55,3 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor es de 206 minutos por persona al día (-2', -1 % vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 328 minutos (2', 0,6%).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL es de 275 minutos por espectador al día (-2', -1 % vs año anterior) y de 153 minutos por persona al día (-6', -4 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 52 minutos por persona al día (+ 3', 6 % vs año anterior). Por espectador al día el promedio es de 181 minutos (4', 0,2%). % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO EXCLUSIVO:** La audiencia exclusiva del Consumo Híbrido, es decir, el número de personas que usa diariamente el televisor para otra actividad diferente a ver la Televisión Tradicional es de 3,3 millones de espectadores.

- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:** Atresmedia es el grupo líder con el 25,9 % de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 23,6 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 17,6 %.
- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 13 % de cuota de pantalla, vuelve a liderar el mes. Le siguen La1, 11,6 %, con su mejor septiembre de los últimos 14 años, y T5, 9,2 %, entre las tres primeras.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 14,6 % , seguida de ARAGON TV con el 11,7 % y TVG con el 9 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago firman el 11,6 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: LALIGA TV por M+ (0,5 %), DAZN LaLiga (0,4 %) y MOVISTAR PLUS+ (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA (La1, 07-sep-25) con 3,7 millones y 32% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL (La1, 07-sep, 22:10h) con una audiencia de 4,4 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 6 años y 9 meses de forma ininterrumpida con 1.819.000 de audiencia media y 19,3% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.515 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -7,2 % y el número de campañas activas un 0 %.

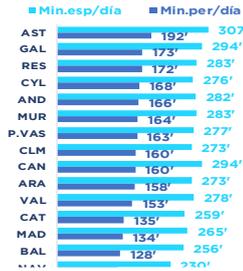
Visión Global

CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

275'
espectador/día

-2' -1%
*Dif. sep-25 vs. sep-24

Consumo TV por Regiones



153'
persona/día

-6' -4%
*Dif. sep-25 vs. sep-24

sep-25

Cadena líder
A3
13,0%

RÁNKING CADENAS

RNK	cadena	Cuota	*Dif. sep-25 vs. sep-24	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,0%	+0,2	31,1 mill.	66,2%
2	La1	11,6%	+1,9	32,7 mill.	69,6%
3	T5	9,2%	-0,3	28,0 mill.	59,4%
4	AUT	8,5%	+0,3	26,5 mill.	56,3%
5	LA SEXTA	5,9%	-0,3	27,9 mill.	59,2%
6	CUATRO	5,6%	+0,2	29,0 mill.	61,6%
7	La2	3,0%	+0,1	24,6 mill.	52,4%
8	ENERGY	2,4%	+0,1	12,5 mill.	26,5%
9	FDI	2,3%	-0,3	16,7 mill.	35,6%
10	TRECE	2,0%	+0,1	12,9 mill.	27,4%
11	NOVA	1,9%	-0,2	10,4 mill.	22,2%
12	ATRESERIES	1,9%	-0,1	12,1 mill.	25,7%
13	BEMADtv	1,8%	-0,2	15,7 mill.	33,5%
14	NEOX	1,7%	0,0	17,4 mill.	37,0%
15	DMAX	1,7%	0,0	15,1 mill.	32,2%
16	MEGA	1,4%	0,0	14,2 mill.	30,1%
17	DIVINITY	1,4%	-0,7	12,7 mill.	27,1%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,2	14,1 mill.	29,9%
19	DKISS	1,2%	-0,2	10,5 mill.	22,4%
20	24H	1,1%	+0,1	13,9 mill.	29,5%
21	TELEDEPORTE	1,1%	+0,5	13,7 mill.	29,1%
22	TEN	1,0%	-0,4	10,0 mill.	21,2%
23	SQUIRREL	1,0%	-	11,5 mill.	24,5%
24	BOING	0,9%	0,0	11,2 mill.	23,7%
25	CLAN	0,9%	+0,1	10,9 mill.	23,1%
26	REAL MADRID HD	0,7%	0,0	10,2 mill.	21,6%
27	VEO 7	0,5%	-	9,7 mill.	20,5%
28	BOM Cine	0,3%	-0,1	5,5 mill.	11,6%
29	AUT PRIV	0,3%	+0,1	4,6 mill.	9,9%

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

42,7 Millones

Cobertura

90,7 %

PROMEDIO DIARIO

26,0 Millones

Cobertura

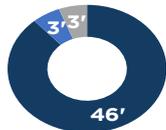
55,3 %

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

52'
persona/día

+3' 6%
*Dif. sep-25 vs. sep-24

INTERNET PLAY OTROS



Temáticas Pago -> **11,6% (+0,2)**

*Dif. sep-25 vs. sep-24

CONSUMO TOTAL TELEVISOR

206'
persona/día

-2' -1%
*Dif. sep-25 vs. sep-24

328'
espectador/día

+2' 0,6%

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA, 07-sep-25

3,7 millones y 32%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

4,4 millones

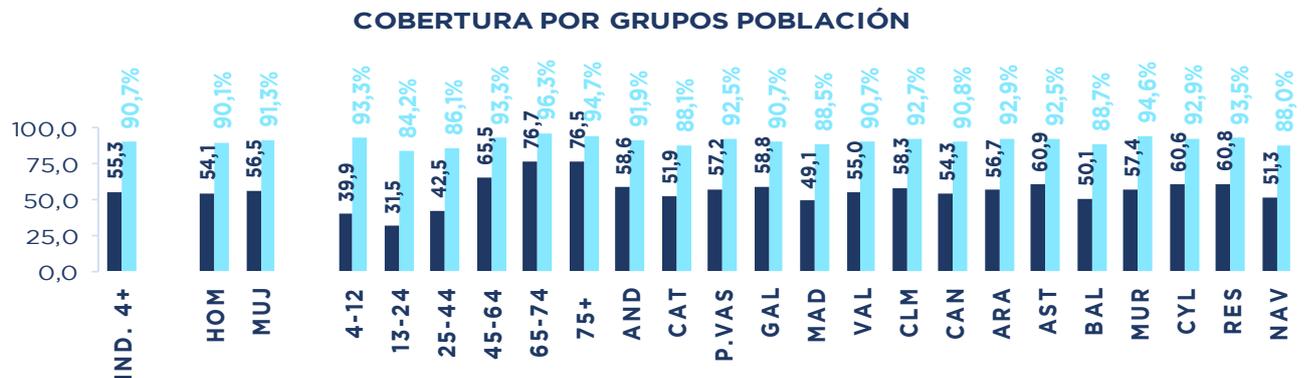
FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL
La1, 07-sep, 22:10h

ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

Los **ESPECTADORES ÚNICOS** acumulados en el mes de septiembre 2025 alcanzan la cifra de **42,7 millones**, que representa el **90,7%** de la población, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

26,0 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el **55,3%** de la población.

Por el contrario, hay 4,4 millones de “telefóbicos”, el 9% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

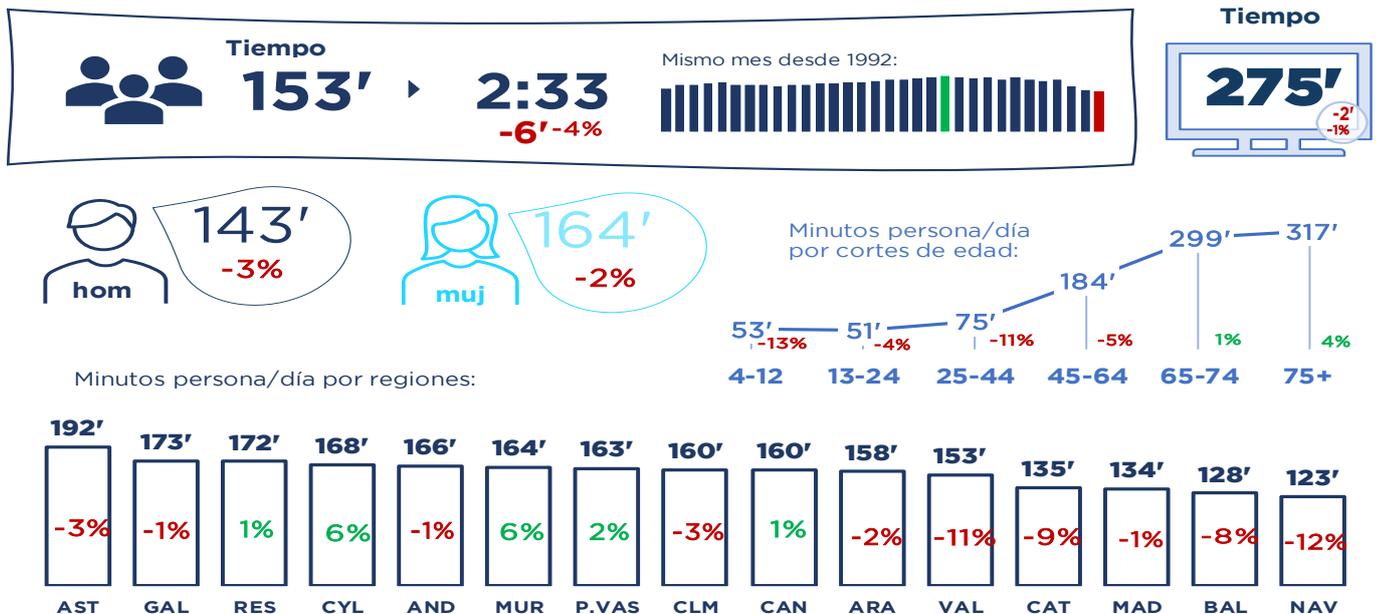


CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **275 minutos** (-2' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 47,1 millones) ha dedicado un promedio de **153 minutos** (2 horas y 33 minutos) al día a ver la Televisión Tradicional este mes, lo que supone **-6' (-4%)** con respecto al mes de septiembre-24, mínimo histórico mensual.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (164') y los mayores de 64 años (299') y, por regiones, Asturias (192'), Galicia (173') y Resto (172').



*Diferencias sep-25 vs. sep-24

CONSUMO HÍBRIDO

(OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES)

El promedio del consumo híbrido (“Otros Consumos Audiovisuales”) es de 52 minutos por persona al día, +3' (6%) que en septiembre-24.

El 25% 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 3.305.000.

52 MINUTOS PERSONA/DÍA **+3' 6%**
34,3 MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO
13,6 MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias sep-25 vs. sep-24



Tiempo promedio consumo “Otros consumos”

Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros consumos audiovisuales” son los individuos de 45-64 años (62' por persona al día).



CONSUMO TOTAL TELEVISOR

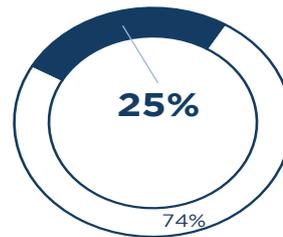
El tiempo total de uso del televisor (Tradicional + otros consumos) es de 206' por persona al día y de 328' por espectador al día

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET		TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. sep-25 vs. sep-24	
Ind. 4+ (inv)	👉	206'	-2'	-1%
HOM	👉	195'	-4'	-2%
MUJ	👉	216'	-1'	0%
4-12	👉	112'	-8'	-7%
13-24	👉	88'	-2'	-2%
25-44	👉	136'	-10'	-7%
45-64	👉	246'	-5'	-2%
65-74	👉	346'	+17'	5%
75+	👉	337'	+10'	3%
ANDALUCIA	👉	216'	+1'	0%
CATALUÑA	👉	194'	-12'	-6%
PAÍS VASCO	👉	201'	+4'	2%
GALICIA	👉	207'	+2'	1%
MADRID	👉	194'	0'	0%
C. VALENCIANA	👉	215'	-11'	-5%
CASTILLA LA MAN	👉	206'	-8'	-4%
CANARIAS	👉	217'	+5'	2%
ARAGÓN	👉	206'	-6'	-3%
ASTURIAS	👉	228'	-2'	-1%
BALEARES	👉	183'	-5'	-3%
MURCIA	👉	209'	+4'	2%
CASTILLA LEÓN	👉	212'	+13'	7%
RESTO	👉	221'	+7'	3%
NAVARRA	👉	160'	-15'	-9%
T.COMERCIAL	👉	158'	-5'	-3%

Tiempo total uso televisor

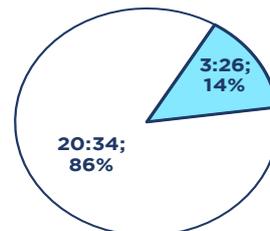
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:26**, que sobre las 24 horas del día, supone el **14%** del total.

Tiempo total uso televisor sobre el total del día

- Usando el televisor
- Resto del día



RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena3, 13,0%, cadena líder en el mes

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 42,2 millones, el 90% de cobertura.

- ▶ Antena3 encabeza el ranking de cadenas con el 13,0%.
- ▶ La1 es segunda opción con el 11,6%, con su mejor arranque de temporada de los últimos 14 años.
- ▶ En tercer lugar se sitúa Telecinco con el 9,2%.
- ▶ En cuarto puesto, Autonómicas (8,5%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (5,9%) y CUATRO (5,6%) en sexto lugar.
- ▶ Les siguen La2 (3%), ENERGY (2,4%), FDF (2,3%) y TRECE (2%), para completar la tabla de las diez primeras.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (11,6%)**, se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK	cadena	Cuota	*Dif. sep-25 vs. sep-24	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,0%	+0,2	31,1 mill.	66,2%
2	La1	11,6%	+1,9	★32,7 mill.	69,6%
3	T5	9,2%	-0,3	28,0 mill.	59,4%
4	AUT	8,5%	+0,3	26,5 mill.	56,3%
5	LA SEXTA	5,9%	-0,3	27,9 mill.	59,2%
6	CUATRO	5,6%	+0,2	29,0 mill.	61,6%
7	La2	3,0%	+0,1	24,6 mill.	52,4%
8	ENERGY	2,4%	+0,1	12,5 mill.	26,5%
9	FDF	2,3%	-0,3	16,7 mill.	35,6%
10	TRECE	2,0%	+0,1	12,9 mill.	27,4%
11	NOVA	1,9%	-0,2	10,4 mill.	22,2%
12	ATRESERIES	1,9%	-0,1	12,1 mill.	25,7%
13	BEMADtv	1,8%	-0,2	15,7 mill.	33,5%
14	NEOX	1,7%	0,0	17,4 mill.	37,0%
15	DMAX	1,7%	0,0	15,1 mill.	32,2%
16	MEGA	1,4%	0,0	14,2 mill.	30,1%
17	DIVINITY	1,4%	-0,7	12,7 mill.	27,1%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,2	14,1 mill.	29,9%
19	DKISS	1,2%	-0,2	10,5 mill.	22,4%
20	24H	1,1%	+0,1	13,9 mill.	29,5%
21	TELEDEPORTE	1,1%	+0,5	13,7 mill.	29,1%
22	TEN	1,0%	-0,4	10,0 mill.	21,2%
23	SQUIRREL	1,0%	-	11,5 mill.	24,5%
24	BOING	0,9%	0,0	11,2 mill.	23,7%
25	CLAN	0,9%	+0,1	10,9 mill.	23,1%
26	REAL MADRID HD	0,7%	0,0	10,2 mill.	21,6%
27	VEO 7	0,5%	-	9,7 mill.	20,5%
28	BOM Cine	0,3%	-0,1	5,5 mill.	11,6%
29	AUT PRIV	0,3%	+0,1	4,6 mill.	9,9%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena3 líder en mujeres, en individuos de 25 a 44 años y de más de 65 años.**
- ▶ **La1 lidera en hombres, en los grupos de 13 a 24 años, 45 a 64 años, así como en el “Target Comercial”.**
- ▶ **Boing lidera en niños de 4 a 12 años.**

Por regiones, Antena 3 es líder en Aragón, Asturias, C. Valenciana, Canarias, Castilla La Mancha, Castilla León, Galicia, Murcia y Andalucía. La1 es la cadena líder en Baleares, Madrid, País Vasco, Resto, Navarra. TV3 es la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, Antena3 lidera en la sobremesa, tarde y “prime-time” mientras que La1 es la cadena líder en la mañana y madrugada. Telecinco es la cadena más vista en el “late-night”.

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	3ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	A3	La1	T5
HOM	La1	A3	AUT
MUJ	A3	T5	La1
4-12	BOING	A3	CLAN
13-24	La1	A3	T5
25-44	A3	La1	T5
45-64	La1	A3	T5
65-74	A3	La1	AUT
75+	A3	AUT	La1
T.COMERCIAL	La1	A3	T5
AND	A3	T5	La1
CAT	TV3	La1	A3
EUS	La1	T5	A3
GAL	A3	La1	T5
MAD	La1	A3	T5
C.V	A3	La1	T5
CLM	A3	La1	T5
CAN	A3	T5	La1
ARA	A3	La1	ARAGON TV
AST	A3	La1	T5
BAL	La1	A3	T5
MUR	A3	La1	T5
CYL	A3	La1	T5
NAV	La1	A3	T5
RES	La1	T5	A3

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS

MAÑANA La1	SOBREMESA A3	TARDE A3
PRIME-TIME A3	LATE-NIGHT T5	MADRUGADA La1

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
A3	A3	A3	A3	A3	A3	La1

CADENA LÍDER DÍA A DÍA

A3 ▶ **25** DÍAS **La1** ▶ **5** DÍAS

INFORMATIVOS DIARIOS

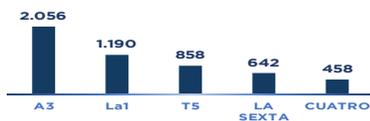
Los informativos de Antena 3 (1.819.000 de audiencia media y 19,3% de cuota) son los más vistos desde hace 6 años y 9 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.179.000 de audiencia media y 12,5% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (802.000 de audiencia media y 8,4% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	1.819	19,3%	21,3 Mill.	45%
	La1	58	1.179	12,5%	21,0 Mill.	45%
	T5	60	802	8,4%	15,6 Mill.	33%
	LA SEXTA	60	560	7,4%	15,3 Mill.	33%
	CUATRO	60	432	5,9%	15,5 Mill.	33%
Lunes a Viernes	A3	44	1.975	20,7%	18,5 Mill.	39%
	La1	43	1.185	12,5%	18,0 Mill.	38%
	T5	44	822	8,5%	13,5 Mill.	29%
	LA SEXTA	44	584	7,6%	12,6 Mill.	27%
	CUATRO	44	419	5,7%	11,8 Mill.	25%
Sábado y Domingo	A3	16	1.440	15,7%	12,8 Mill.	27%
	La1	15	1.160	12,6%	12,7 Mill.	27%
	T5	16	746	8,2%	8,5 Mill.	18%
	LA SEXTA	16	506	6,9%	8,8 Mill.	19%
	CUATRO	16	468	6,4%	9,4 Mill.	20%

RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)

Sobremesa L-V



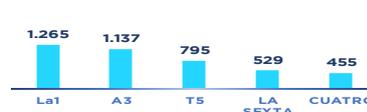
Noche L-V



Sobremesa SyD



Noche SyD



CADENAS AUTONÓMICAS

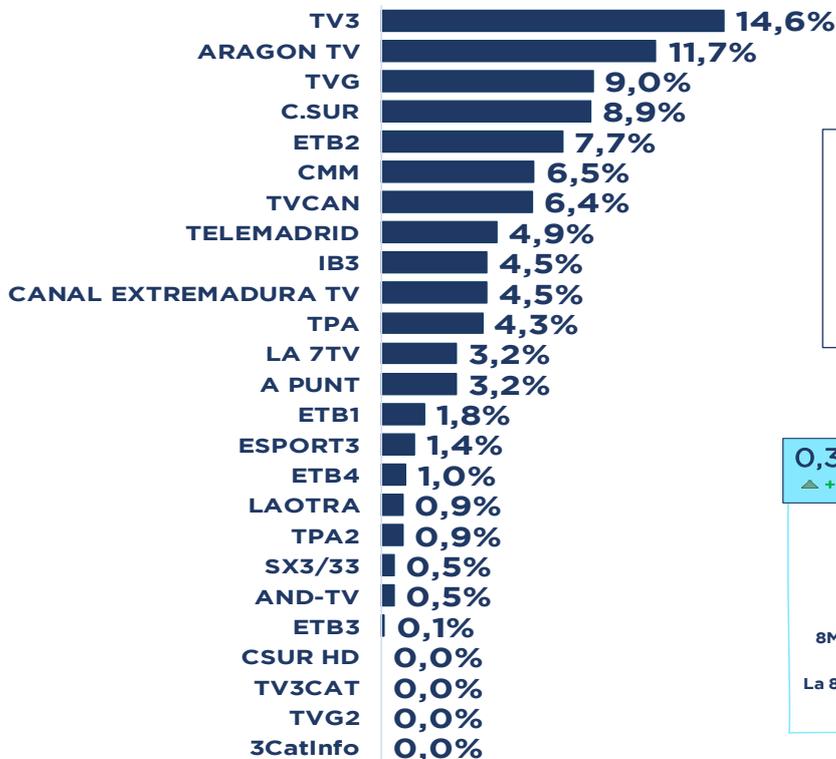
*Desde Febrero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

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

El número de espectadores únicos acumulados es de 26,5 millones, el 56,3 % de cobertura.

La cadena autonómica con mejor cuota este mes es TV3 (14,6%), ARAGON TV (11,7%), TVG (9%), C.SUR (8,9%), ETB2 (7,7%), CMM (6,5%), TVCAN (6,4%), TELEMADRID (4,9%), IB3 (4,5%) y CANAL EXTREMADURA TV (4,5%), entre las 10 primeras.

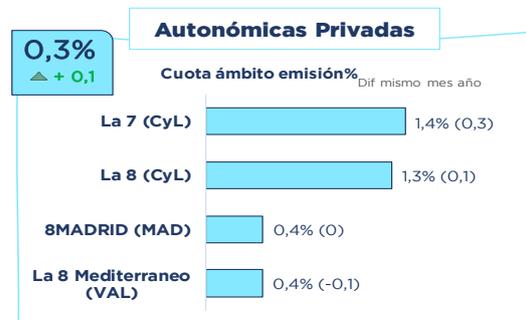
Cuota en su ámbito de emisión [+2r TOT]



* En estos titulares de destacan las cadenas que logran su mejor dato de al menos los últimos 5 años.

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

★ TV3: Mejor mes de septiembre desde el año 2012.



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

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



Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	11,7%	→ 0,8 Mill.	64,0%



Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	4,3%	→ 0,5 Mill.	52,8%
TPA2	0,9%	→ 0,3 Mill.	32,3%



Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	4,5%	→ 0,5 Mill.	42,1%



Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	6,4%	→ 1,2 Mill.	53,2%



Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	6,5%	→ 1,1 Mill.	56,0%



Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	14,6%	→ 3,9 Mill.	50,6%
SX3/33	0,5%	→ 1,9 Mill.	24,0%
A PUNT	0,0%	→ 0,0 Mill.	0,4%
TVG2	0,0%	→ 0,1 Mill.	0,8%
ESPORT3	1,4%	→ 1,8 Mill.	23,6%



Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	4,5%	→ 0,6 Mill.	59,5%



Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	9,0%	→ 1,6 Mill.	62,0%
3CatInfo	0,0%	→ 0,0 Mill.	0,0%
GAL. TV	0,0%	→ 0,0 Mill.	1,4%



Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	3,2%	→ 0,8 Mill.	50,8%



Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	4,9%	→ 3,2 Mill.	46,9%
LAOTRA	0,9%	→ 2,0 Mill.	29,0%



Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
0	0,0%	→ 0,0 Mill.	0,0%



País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	1,8%	→ 0,9 Mill.	41,1%
ETB2	7,7%	→ 1,3 Mill.	62,0%
ETB3	0,1%	→ 0,3 Mill.	16,0%
ETB4	1,0%	→ 0,6 Mill.	28,8%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	24,2%	→	3.045	39,1%
▶ ARAGON TV	22,3%	→	539	41,5%
▶ ETB2	19,4%	→	931	43,1%
▶ TVG	12,4%	→	1.021	38,8%
▶ TVCAN	10,9%	→	779	35,6%
▶ C.SUR	9,4%	→	3.050	36,5%
▶ CMM	9,4%	→	608	29,8%
▶ TELEMADRID	9,3%	→	1.618	23,7%
▶ IB3	8,8%	→	314	26,3%
▶ TPA	7,3%	→	281	28,5%
▶ A PUNT	6,2%	→	1.181	22,7%
▶ LA 7TV	5,4%	→	422	27,8%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



La 7 TV Murcia



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



RÁNKING TEMÁTICAS

PAGO

Temáticas de Pago que firman el 11,6% de cuota de pantalla.

Los espectadores únicos ascienden a 20,6 millones, el 43,8% de cobertura poblacional.

El ránking de cadenas de este grupo de cadenas está conformado por LALIGA TV por M+ (0,5%), DAZN LaLiga (0,4%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,3%), WARNER TV (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), AXN (0,1%), EUROSPOORT (0,1%) y SOMOS (0,1%).

Rnk	TEMATICAS PAGO	Cuota	Dif y/y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	11,6%	+0,2	20,6 mill.	43,8%
1	LALIGA TV por M+	0,5%	0,0	4,6 mill.	9,8%
2	DAZN LaLiga	0,4%	0,0	4,6 mill.	9,7%
3	MOVISTAR PLUS+	0,3%	+0,1	4,1 mill.	8,6%
4	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,3%	+0,2	3,8 mill.	8,1%
5	WARNER TV	0,2%	0,0	3,8 mill.	8,2%
6	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	-0,1	2,6 mill.	5,5%
7	STAR CHANNEL	0,2%	0,0	4,0 mill.	8,4%
8	AXN	0,1%	-0,1	2,8 mill.	6,0%
9	EUROSPOORT	0,1%	-0,1	2,4 mill.	5,1%
10	SOMOS	0,1%	0,0	1,3 mill.	2,8%
11	CALLE 13	0,1%	-0,1	2,7 mill.	5,7%
12	AXN MOVIES	0,1%	0,0	2,7 mill.	5,7%
13	SYFY	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,1%
14	LALIGA TV HYPERMOTION	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,7%
15	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,3%
16	CANAL HISTORIA	0,1%	-0,1	1,5 mill.	3,1%
17	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,0 mill.	6,3%
18	COMEDY CENTRAL	0,1%	-0,1	2,8 mill.	6,0%
19	NGC WILD	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,8%
20	DAZN 1	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,8%
21	COSMO	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,6%
22	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,5%
23	AMC CRIME	0,1%	0,0	0,7 mill.	1,5%
24	XTRM	0,1%	+0,1	1,6 mill.	3,4%
25	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,7%



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

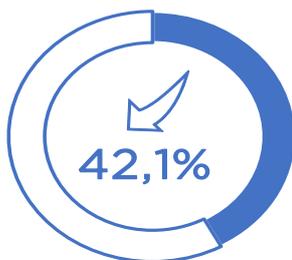
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,7%	9,6 Mill.	20,4%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHE	1,1%	6,6 Mill.	14,1%
③	WARNER BROS DISCOVERY	0,6%	7,1 Mill.	15,1%
④	DAZN	0,6%	5,9 Mill.	12,6%
⑤	THE WALT DISNEY COMPANY	0,4%	6,2 Mill.	13,1%
⑥	SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA S.	0,3%	3,9 Mill.	8,2%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,2%	3,6 Mill.	7,7%
⑧	PARAMOUNT	0,2%	3,9 Mill.	8,3%
⑨	LA LIGA	0,1%	2,7 Mill.	5,7%
⑩	HEARST CORPORATION INC	0,1%	3,1 Mill.	6,6%

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

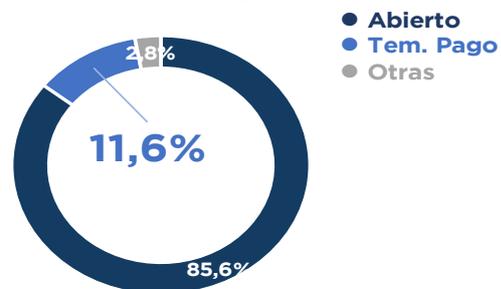
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **29,7%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **42,1%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **57,9%** 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
FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA (La1,
07-sep-25): 3.677.000 y 32%**

*(sin tener en cuenta las emisiones en simulcast)

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA	La1	07-sep-25	32,0%	3.677	8,1 mill.
2	FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / BULGARIA-ESPAÑA	La1	04-sep-25	24,5%	2.643	6,6 mill.
3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	29-sep-25	20,5%	2.351	3,4 mill.
4	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-sep-25	24,8%	2.350	3,2 mill.
5	EL HORMIGUERO / BERTIN OSBORNE-SERGIO RAMOS	A3	01-sep-25	21,1%	2.347	4,8 mill.
6	EL HORMIGUERO / ARTURO PEREZ-REVERTE	A3	03-sep-25	21,0%	2.248	4,4 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	15-sep-25	24,2%	2.234	3,2 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	08-sep-25	23,6%	2.196	3,0 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	11-sep-25	23,2%	2.161	3,3 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	25-sep-25	20,2%	2.159	3,3 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	09-sep-25	23,2%	2.153	3,1 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	30-sep-25	19,4%	2.151	3,2 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	12-sep-25	24,2%	2.146	3,0 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	10-sep-25	23,3%	2.125	2,9 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	30-sep-25	23,8%	2.123	3,1 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	15-sep-25	20,1%	2.098	3,4 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	09-sep-25	20,4%	2.093	3,2 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	22-sep-25	22,9%	2.080	3,0 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	22-sep-25	18,5%	2.062	3,2 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	01-sep-25	22,7%	2.061	3,1 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	19-sep-25	23,0%	2.055	3,0 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	11-sep-25	20,9%	2.054	3,3 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	16-sep-25	22,3%	2.041	3,0 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	18-sep-25	23,6%	2.033	2,9 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	02-sep-25	22,2%	2.027	3,0 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / EL PILOTO (La1, 14-sep-25): 1.412.000 y 13,4%
- 2 LA PELICULA DE LA SEMANA:SEPTENHEIMER / OPPENHEIMER (La1, 28-sep-25): 1.288.000 y 13,7%
- 3 SOMOS CINE RTVE / EL CORREO (La1, 04-sep-25): 1.167.000 y 12,6%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / BERTIN OSBORNE-SERGIO RAMOS (A3, 01-sep-25): 2.347.000 y 21,1%
- 2 EL HORMIGUERO / ARTURO PEREZ-REVERTE (A3, 03-sep-25): 2.248.000 y 21%
- 3 EL HORMIGUERO / JOAQUIN Y SUSANA SABORIDO (A3, 02-sep-25): 2.021.000 y 18,5%



SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 11-sep-25): 1.316.000 y 14,8%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 15-sep-25): 1.249.000 y 14%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 05-sep-25): 1.248.000 y 13,8%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 29-sep-25): 2.351.000 y 20,5%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 29-sep-25): 2.350.000 y 24,8%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 15-sep-25): 2.234.000 y 24,2%



CULTURALES

- 1 LOS ARCHIVOS SECRETOS DEL NODO (La1, 17-sep-25): 1.195.000 y 15%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / JUDIAS VERDES CON PATATAS,JAMON Y SALSA DE CALABACIN (A3, 29-sep-25): 1.019.000 y 20,2%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CASARECCE CON PESTO,JUDIAS VERDES Y PATATAS (A3, 01-sep-25): 926.000 y 18,6%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA (La1, 07-sep-25): 3.677.000 y 32%
- 2 FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / BULGARIA-ESPAÑA (La1, 04-sep-25): 2.643.000 y 24,5%
- 3 PREVIO FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL / TURQUIA-ESPAÑA (La1, 07-sep-25): 1.435.000 y 15,8%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 22-sep-25): 310.000 y 3,4%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 22-sep-25): 284.000 y 3,2%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 20-sep-25): 282.000 y 3,4%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 TOROS / DESDE SEVILLA (C.SUR, 28-sep-25): 374.000 y 18,2%
- 2 TOROS / DESDE SEVILLA (C.SUR, 27-sep-25): 367.000 y 24,1%
- 3 NUESTRO TIEMPO 2 (C.SUR, 29-sep-25): 356.000 y 15,5%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 29-sep-25): 92.000 y 38,3%
- 2 ARAGON NOTICIAS 2 (ARAGON TV, 28-sep-25): 87.000 y 26,6%
- 3 EL TIEMPO 2 (ARAGON TV, 29-sep-25): 86.000 y 22,2%



TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 12-sep-25): 25.000 y 10,4%
- 2 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 09-sep-25): 25.000 y 11,6%
- 3 TPA NOTICIAS 1 (TPA, 08-sep-25): 23.000 y 13,1%



IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 2 (IB3, 09-sep-25): 48.000 y 18,8%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 08-sep-25): 31.000 y 21,2%
- 3 EL TEMPS 1 (IB3, 29-sep-25): 31.000 y 16,9%



TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS (TVCAN, 08-sep-25): 64.000 y 17,2%
- 2 DEPORTES TN1 (TVCAN, 05-sep-25): 62.000 y 14,9%
- 3 TELENOTICIAS (TVCAN, 02-sep-25): 60.000 y 17,7%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA FIN DE SEMANA 2 (CMM, 21-sep-25): 63.000 y 14,2%
- 2 TOROS / DESDE GUADALAJARA (CMM, 21-sep-25): 57.000 y 14%
- 3 REJONES / DESDE ALBACETE (CMM, 14-sep-25): 57.000 y 14%



TV3 (Cataluña)

- 1 MERCE PIROMUSICAL (TV3, 28-sep-25): 585.000 y 30,1%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 08-sep-25): 493.000 y 28%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 11-sep-25): 474.000 y 26,1%



TVG (Galicia)

- 1 LUAR (TVG, 12-sep-25): 102.000 y 16,6%
- 2 LAND ROBER TUNAI SHOW (TVG, 11-sep-25): 96.000 y 14,4%
- 3 DEPORTES 2 (TVG, 14-sep-25): 94.000 y 12,6%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 +TN (TELEMADRID, 24-sep-25): 160.000 y 17,9%
- 2 EL ANALISIS:DIARIO DE LA NOCHE (TELEMADRID, 23-sep-25): 147.000 y 9,5%
- 3 EL ANALISIS:DIARIO DE LA NOCHE (TELEMADRID, 15-sep-25): 143.000 y 9,7%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 16-sep-25): 38.000 y 13,4%
- 2 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 07-sep-25): 26.000 y 7,2%
- 3 ROMERIA DE LA VIRGEN DE LA FUENSANTA (LA 7TV, 16-sep-25): 26.000 y 17,7%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 09-sep-25): 131.000 y 24%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 22-sep-25): 122.000 y 19,8%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 11-sep-25): 118.000 y 22,3%



A PUNT (Valencia)

- 1 NTC MIGDIA (A PUNT, 29-sep-25): 177.000 y 15,7%
- 2 NTC ESPORTS 1 (A PUNT, 29-sep-25): 170.000 y 13,5%
- 3 NTC ORATGE 1 (A PUNT, 29-sep-25): 167.000 y 13,4%



LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / HARRY POTTER Y EL PRISIONERO DE AZKABAN (WARNER TV, 21-sep-25): 77.000 y 0,7%
- 2 CINE / THE EQUALIZER 3 (AXN, 14-sep-25): 67.000 y 0,6%
- 3 CINE / THE EQUALIZER 2 (AXN, 14-sep-25): 62.000 y 0,7%



ENTRETENIMIENTO

- 1 69TH BALLON D'OR CEREMONY (MOVISTAR PLUS+, 22-sep-25): 455.000 y 3,9%
- 2 LEO TALKS (MOVISTAR PLUS+, 28-sep-25): 53.000 y 0,5%
- 3 LALIGA VS:LA FUERZA DE NUESTRO FUTBOL (LALIGA TV HYPERMOTION, 07-sep-25): 31.000 y 0,3%



SERIES

- 1 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 05-sep-25): 42.000 y 0,5%
- 2 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 28-sep-25): 40.000 y 1,2%
- 3 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 16-sep-25): 37.000 y 0,4%



INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.JAPON (DAZN 1, 28-sep-25): 22.000 y 0,8%
- 2 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / OPERACION NENUFAR(EL CASO ASUNTA) (AMC CRIME, 20-sep-25): 15.000 y 0,2%
- 3 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / JURADO POR UN DIA:CASO ASUNTA (AMC CRIME, 20-sep-25): 10.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 INFORME+ / ALVARO BENITO:CICATRICES (MOVISTAR PLUS+, 21-sep-25): 49.000 y 0,6%
- 2 REVELADO / JULIAN ALVAREZ (DAZN LaLiga, 21-sep-25): 45.000 y 0,5%
- 3 WILD LAPONIA (NGC WILD, 18-sep-25): 36.000 y 0,4%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-R.MADRID (DAZN LaLiga, 27-sep-25): 1.090.000 y 12,9%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-GETAFE (DAZN LaLiga, 21-sep-25): 1.043.000 y 9%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-OLYMPIQUE MARSELLA (LIGA DE CAMPEONES por M+, 16-sep-25): 1.030.000 y 8,9%



ANIMACIÓN

- 1 UNA CASA DE LOCOS (NICKELODEON, 09-sep-25): 38.000 y 0,4%
- 2 MARVEL IRON MAN AND HIS AWESOME FRIENDS (DISNEY JUNIOR, 23-sep-25): 35.000 y 0,4%
- 3 UNA CASA DE LOCOS (NICKELODEON, 06-sep-25): 32.000 y 0,4%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

**Atresmedia (6 cadenas en emisión)
ocupa el primer puesto en el ránking
por grupos editoriales con el 25,9% de cuota.**

- ▶ MEDIASET (23,6%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (17,6%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Squirrel Media (2,6%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,3%) con dos cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	25,9%	36,5 mill.	77,7%
	MEDIASET	23,6%	36,4 mill.	77,4%
	GRUPO RTVE	17,6%	35,9 mill.	76,2%
	FORTA	8,3%	25,9 mill.	55,1%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	18,4 mill.	39,0%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,3%	18,1 mill.	38,4%

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, SQUIRREL Y BOM Cine. / UNIDAD EDITORIAL: DISCOVERY MAX y VEO 7. / FORTA: TV Autonómicas incluidas en la Federación.

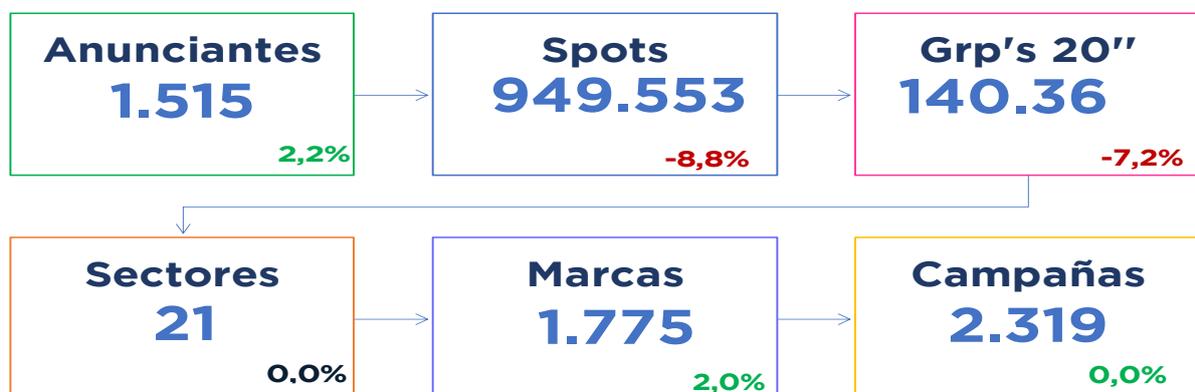
ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Desciende la presión publicitaria de GRPs en -7,2% y el número de campañas activas un 0,0%.

El spot más visto corresponde a la campaña “BANCO SABADELL” en A3, con 35 Grp's 20” (‘DEPORTES 2’, 15 septiembre).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- ▶ **CAMPAÑA:** “BBVA/B.BILB.VIZC.ARGE” con 2.275 Grp's 20”.
- ▶ **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 4.875 Grp's 20”.
- ▶ **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 2.491 Grp's 20”.
- ▶ **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 20% de la presión publicitaria.



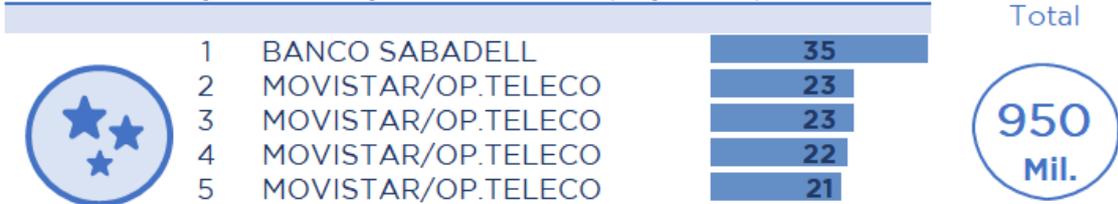
*Diferencias sep-25 vs. sep-24

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

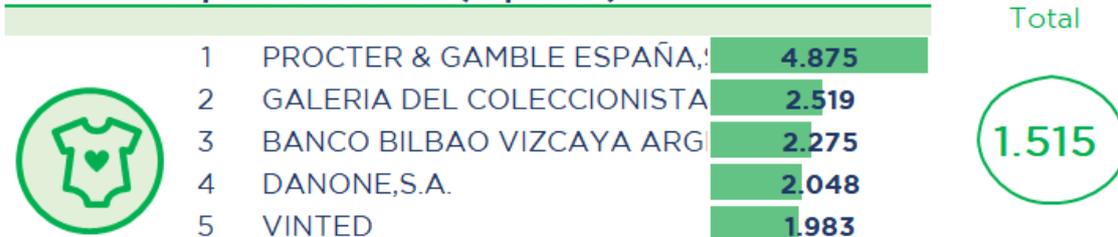
RÁNKINGS PUBLICITARIOS

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

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



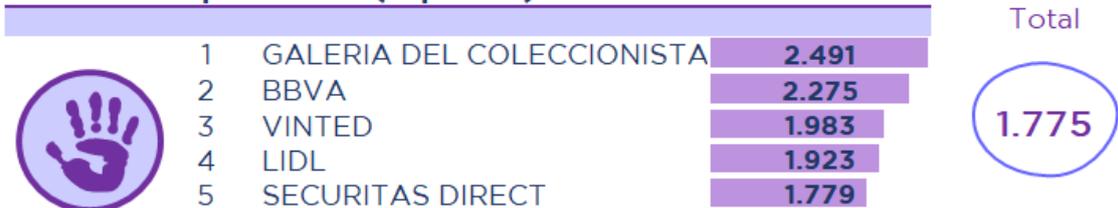
Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')



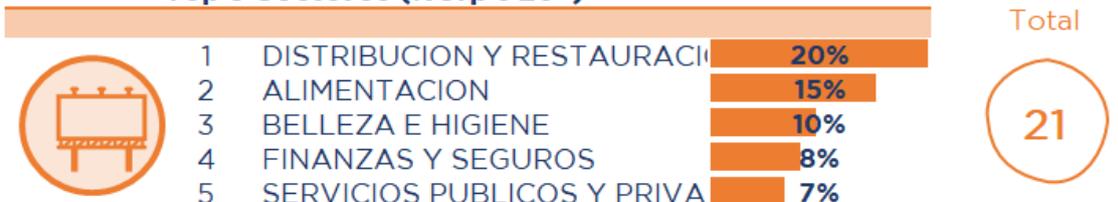
Top 5 Campañas (Grp's 20'')



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: septiembre-2025

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS