

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

Febrero 2025



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

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

Titulares

- **ESPECTADORES ÚNICOS TOTALES:** Los Espectadores Únicos acumulados en el mes en Televisión Tradicional alcanzan la cifra de 43,4 millones (el 92,2 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 28,1 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 59,7 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor es de 228 minutos por persona al día (-9', -4 % vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 342 minutos (-4', -1,2%).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL es de 290 minutos por espectador al día (-8', -3 % vs año anterior) y de 173 minutos por persona al día (-13', -7 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 54 minutos por persona al día (+ 3', 6 % vs año anterior). Por espectador al día el promedio es de 181 minutos (5', 0,2%).
- **CONSUMO HÍBRIDO EXCLUSIVO:** La audiencia exclusiva del Consumo Híbrido, es decir, el número de personas que usa diariamente el televisor para otra actividad diferente a ver la Televisión Tradicional es de 3,2 millones de espectadores.
- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:** Atresmedia es el grupo líder con el 26,6 % de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 24,9 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 15,4 %.

- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 12,8 % de cuota de pantalla, lidera el mes. Le siguen La1, 10,5 % y T5, 9,6 %, entre las tres primeras.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 14,1 % , seguida de ARAGON TV con el 11,4 % y C.SUR con el 9,5 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago firman el 11,2 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: DAZN LaLiga (0,4 %), LALIGA TV por M+ (0,4 %) y MOVISTAR PLUS+ (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID (La1, 25-feb-25) con 3,9 millones y 27,5% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FUTBOL:COPA DEL REY (La1, 25-feb, 22:08h) con una audiencia de 4,4 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 5 años y 2 meses de forma ininterrumpida con 2.029.000 de audiencia media y 18,8% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.212 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -14,9 % y el número de campañas activas un -4,2 %.

Visión Global

CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

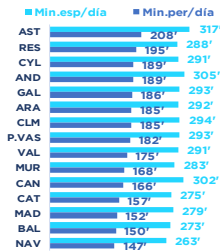
290'
espectador/día

-8' -3%
*Dif. feb-25 vs. feb-24

173'
persona/día

-13' -7%
*Dif. feb-25 vs. feb-24

Consumo TV por Regiones



feb-25



Cadena Líder

A3

12,8%

RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	Dif. feb-25 vs. feb-24	Espectadores Únicos
A3	12,8%	-0,3	31,7 mill.
La1	10,5%	+0,7	33,6 mill.
T5	9,6%	-0,7	29,1 mill.
AUT	8,5%	+0,2	26,7 mill.
LA SEXTA	6,6%	+0,2	28,9 mill.
CUATRO	6,0%	+0,4	29,5 mill.
La2	2,8%	+0,2	24,8 mill.
ENERGY	2,5%	-0,2	12,8 mill.
FDF	2,3%	-0,5	17,1 mill.
NOVA	2,2%	0,0	11,2 mill.
BEMADtv	1,9%	+0,2	16,4 mill.
ATRESERIES	1,9%	+0,1	12,2 mill.
TRECE	1,9%	+0,1	13,1 mill.
NEOX	1,8%	-0,2	17,7 mill.
DMAX	1,7%	+0,1	16,4 mill.
DIVINITY	1,6%	-0,3	12,6 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,4%	0,0	15,0 mill.
MEGA	1,4%	-0,3	14,9 mill.
TEN	1,3%	+0,1	10,6 mill.
DKISS	1,3%	-0,1	11,0 mill.
24H	1,0%	0,0	13,2 mill.
SQUIRREL	0,9%	-	11,5 mill.
BOING	0,9%	+0,1	10,8 mill.
CLAN	0,8%	0,0	11,0 mill.
GOL PLAY	0,8%	-0,2	12,5 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	0,0	10,5 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	5,6 mill.
TELEDEPORTE	0,3%	-0,2	10,0 mill.
AUT PRIV	0,2%	0,0	4,8 mill.

ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

ACUMULADO MENSUAL

43,4 Millones

Cobertura mes

92,2 %

PROMEDIO DIARIO

28,1 Millones

Cobertura día

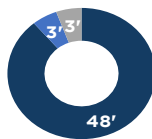
59,7 %

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

54'
persona/día

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

INTERNET PLAY OTROS



Temáticas Pago -> 11,2% (+0,4)

*Dif. feb-25 vs. feb-24

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID, 25-feb-25

3,9 millones y 27,5%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

4,4 millones

FUTBOL:COPA DEL REY
La1, 25-feb, 22:08h

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

228'
persona/día

-9' -4%
*Dif. feb-25 vs. feb-24

342'
espectador/día

-4' -1,2%



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

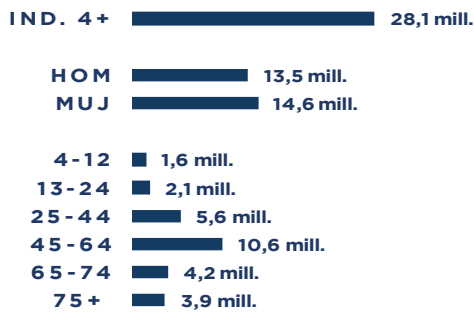
ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes de febrero 2025 alcanzan la cifra de 43,4 millones, que representa el 92,2% de la población, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

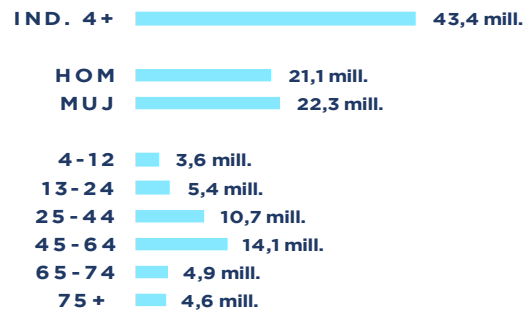
28,1 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 59,7% de la población.

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

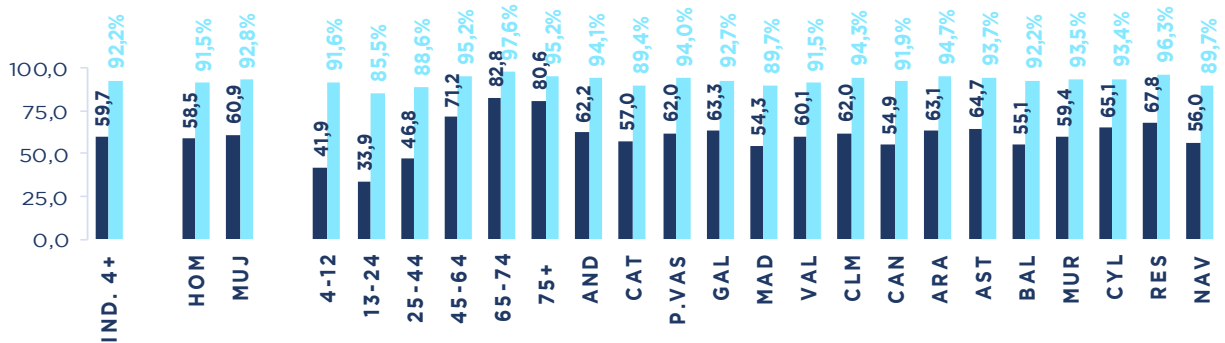
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

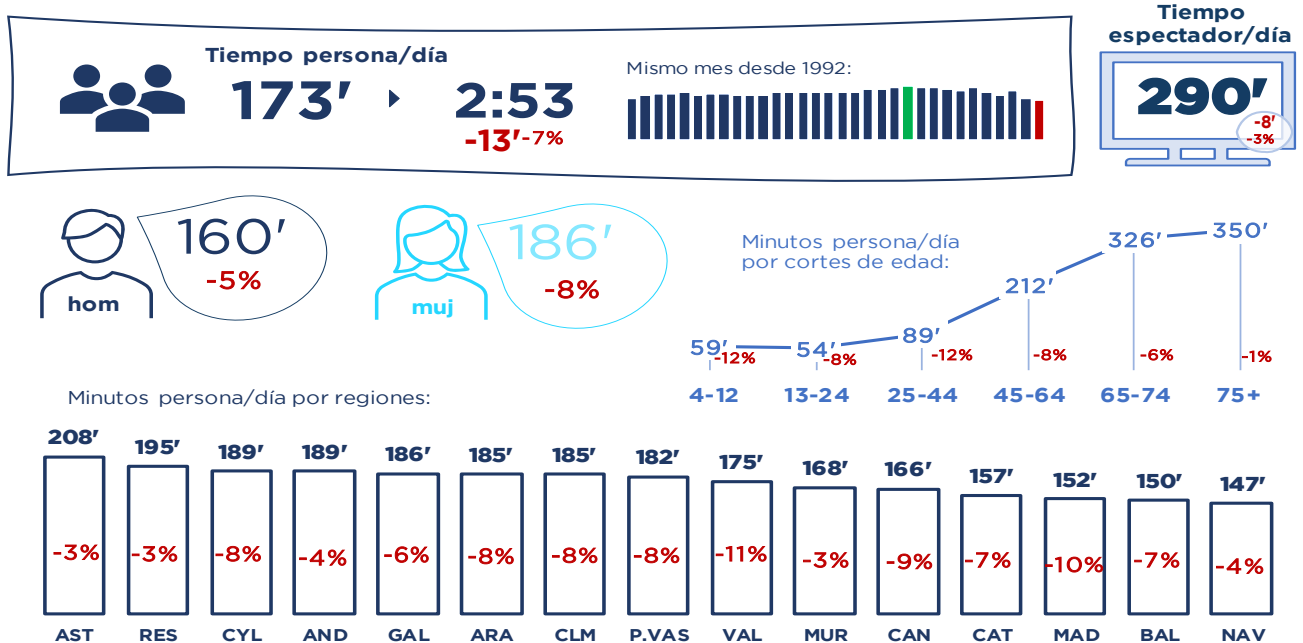


CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **290 minutos** (-8' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 47,1 millones) ha dedicado un promedio de **173 minutos** (2 horas y 53 minutos) al día a ver la Televisión Tradicional este mes, lo que supone **-13' (-7%)** con respecto al mes de febrero-24.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (186') y los mayores de 64 años (326') y, por regiones, Asturias (208'), Resto (195') y Castilla León (189').



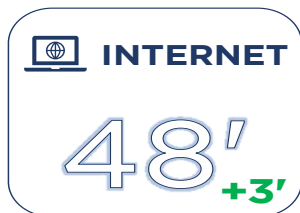
*Diferencias feb-25 vs. feb-24

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

El promedio de los “Otros Consumos Audiovisuales” es de 54 minutos por persona al día, +3' (6%) que en febrero-24.

El 24% del total uso del televisor es para “Otros consumos audiovisuales” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Plataformas de streaming, de vídeo, Contenidos grabados, Juegos, Radio...

La audiencia exclusiva de esta modalidad, es decir, el número de personas que usa diariamente el televisor para otra actividad diferente a ver la televisión Lineal-Tradicional es de espectadores es de 3.190.000.



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



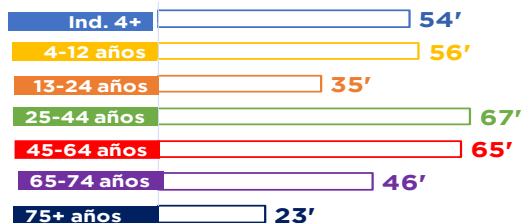
Reproducción de contenidos grabados (y no emitidos los 7 días previos).



Videojuego y Radio TDT.

Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros consumos audiovisuales” son **los individuos de 25 a 44 años (67')**.

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



CONSUMO TOTAL TELEVISOR

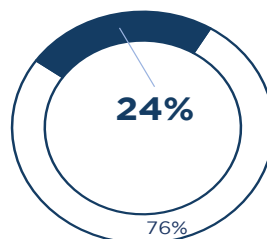
**El tiempo total de uso del televisor
(Tradicional + otros consumos)
es de 228' por persona al día
y de 342' por espectador al día**

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET		TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. feb-25 vs. feb-24	
Ind. 4+ (inv)	↗	228'	-9'	-4%
HOM	↗	215'	-8'	-4%
MUJ	↗	240'	-11'	-4%
4-12	↗	115'	-12'	-9%
13-24	↗	89'	-6'	-6%
25-44	↗	157'	-12'	-7%
45-64	↗	277'	-10'	-3%
65-74	↗	373'	-8'	-2%
75+	↗	373'	-1'	0%
ANDALUCIA	↗	243'	-5'	-2%
CATALUÑA	↗	220'	-4'	-2%
PAÍS VASCO	↗	222'	-11'	-5%
GALICIA	↗	219'	-13'	-6%
MADRID	↗	214'	-17'	-7%
C. VALENCIANA	↗	233'	-14'	-6%
CASTILLA LA MANC	↗	234'	-20'	-8%
CANARIAS	↗	218'	-16'	-7%
ARAGÓN	↗	240'	-10'	-4%
ASTURIAS	↗	245'	-5'	-2%
BALEARES	↗	208'	0'	0%
MURCIA	↗	221'	-9'	-4%
CASTILLA LEÓN	↗	235'	-9'	-4%
RESTO	↗	251'	0'	0%
NAVARRA	↗	191'	+4'	2%
T.COMERCIAL	↗	176'	-14'	-7%

Tiempo total uso televisor

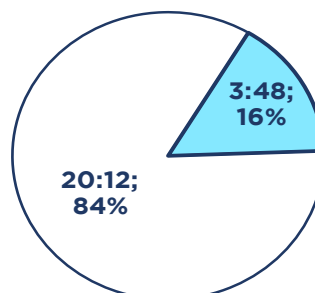
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:48**, que sobre las 24 horas del día, supone el **16%** del total.

Tiempo total uso televisor sobre el total del día

- Usando el televisor
- Resto del día



RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena3, 12,8%, cadena líder en el mes

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 42,8 millones, el 91% de cobertura.

- ▶ La cadena más vista es Antena 3 con el 12,8%.
- ▶ En segunda posición se coloca La1 (10,5%).
- ▶ En tercera posición se sitúa T5 (9,6%).
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (8,5%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (6,6%),
- ▶ Les siguen CUATRO (6%), La2 (2,8%), ENERGY (2,5%), FDF (2,3%) y NOVA (2,2%), para completar la tabla de las diez primeras.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (11,2%)**, se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. feb-25 vs. feb-24	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	12,8%	-0,3	31,7 mill.	67,4%
2	La1	10,5%	+0,7	★ 33,6 mill.	71,3%
3	T5	9,6%	-0,7	29,1 mill.	61,8%
4	AUT	8,5%	+0,2	26,7 mill.	56,7%
5	LA SEXTA	6,6%	+0,2	28,9 mill.	61,5%
6	CUATRO	6,0%	+0,4	29,5 mill.	62,6%
7	La2	2,8%	+0,2	24,8 mill.	52,7%
8	ENERGY	2,5%	-0,2	12,8 mill.	27,2%
9	FDF	2,3%	-0,5	17,1 mill.	36,4%
10	NOVA	2,2%	0,0	11,2 mill.	23,8%
11	BEMADtv	1,9%	+0,2	16,4 mill.	34,8%
12	ATRESERIES	1,9%	+0,1	12,2 mill.	25,9%
13	TRECE	1,9%	+0,1	13,1 mill.	27,7%
14	NEOX	1,8%	-0,2	17,7 mill.	37,7%
15	DMAX	1,7%	+0,1	16,4 mill.	34,8%
16	DIVINITY	1,6%	-0,3	12,6 mill.	26,9%
17	PARAMOUNT NETWORK	1,4%	0,0	15,0 mill.	32,0%
18	MEGA	1,4%	-0,3	14,9 mill.	31,7%
19	TEN	1,3%	+0,1	10,6 mill.	22,5%
20	DKISS	1,3%	-0,1	11,0 mill.	23,4%
21	24H	1,0%	0,0	13,2 mill.	28,1%
22	SQUIRREL	0,9%	-	11,5 mill.	24,5%
23	BOING	0,9%	+0,1	10,8 mill.	22,9%
24	CLAN	0,8%	0,0	11,0 mill.	23,5%
25	GOL PLAY	0,8%	-0,2	12,5 mill.	26,5%
26	REAL MADRID HD	0,6%	0,0	10,5 mill.	22,4%
27	BOM Cine	0,4%	0,0	5,6 mill.	11,9%
28	TELEDEPORTE	0,3%	-0,2	10,0 mill.	21,2%
29	AUT PRIV	0,2%	0,0	4,8 mill.	10,3%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ Antena3 líder en mujeres y en mayores de 45 años.
- ▶ La1 lidera en hombres, jóvenes de 13 a 24 años y en el “Target Comercial”.
- ▶ Telecinco líder en 25 a 44 años.
- ▶ Boing lidera en niños de 4 a 12 años.

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

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

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	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	T5	A3	La1
45-64	A3	La1	T5
65-74	A3	La1	AUT
75+	A3	AUT	T5
T.COMERCIAL	La1	A3	T5
AND	A3	T5	C.SUR
CAT	TV3	La1	A3
EUS	La1	T5	A3
GAL	A3	T5	La1
MAD	A3	La1	T5
C.V	A3	La1	T5
CLM	A3	La1	T5
CAN	T5	A3	La1
ARA	A3	ARAGON TV	La1
AST	A3	T5	La1
BAL	La1	A3	T5
MUR	A3	La1	T5
CYL	A3	La1	T5
NAV	La1	T5	A3
RES	La1	A3	T5

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

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA						
LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
A3	A3	A3	A3	A3	La1	A3

CADENA LÍDER DÍA A DÍA	
A3 ▶ 24 DÍAS	La1 ▶ 4 DÍAS

INFORMATIVOS DIARIOS

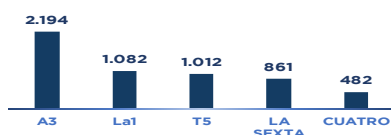
Los informativos de Antena 3 (2.029.000 de audiencia media y 18,8% de cuota) son los más vistos desde hace 5 años y 1 mes consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.194.000 de audiencia media y 11,2% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (1.021.000 de audiencia media y 9,5% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	56	2.029	18,8%	22,0 Mill.	47%
	La1	56	1.194	11,2%	21,6 Mill.	46%
	T5	56	1.021	9,5%	16,7 Mill.	36%
	LA SEXTA	56	756	8,2%	16,4 Mill.	35%
	CUATRO	56	513	6,0%	17,2 Mill.	37%
Lunes a Viernes	A3	40	2.195	20,2%	18,8 Mill.	40%
	La1	40	1.185	11,1%	17,3 Mill.	37%
	T5	40	1.032	9,6%	14,1 Mill.	30%
	LA SEXTA	40	828	8,8%	12,8 Mill.	27%
	CUATRO	40	485	5,7%	12,6 Mill.	27%
Sábado y Domingo	A3	16	1.677	15,8%	14,0 Mill.	30%
	La1	16	1.211	11,3%	14,7 Mill.	31%
	T5	16	993	9,4%	9,7 Mill.	21%
	LA SEXTA	16	621	7,2%	10,3 Mill.	22%
	CUATRO	16	580	6,6%	11,0 Mill.	23%

RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)

Sobremesa L-V



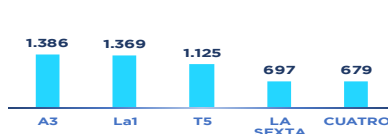
Noche L-V



Sobremesa SyD



Noche SyD



CADENAS AUTONÓMICAS

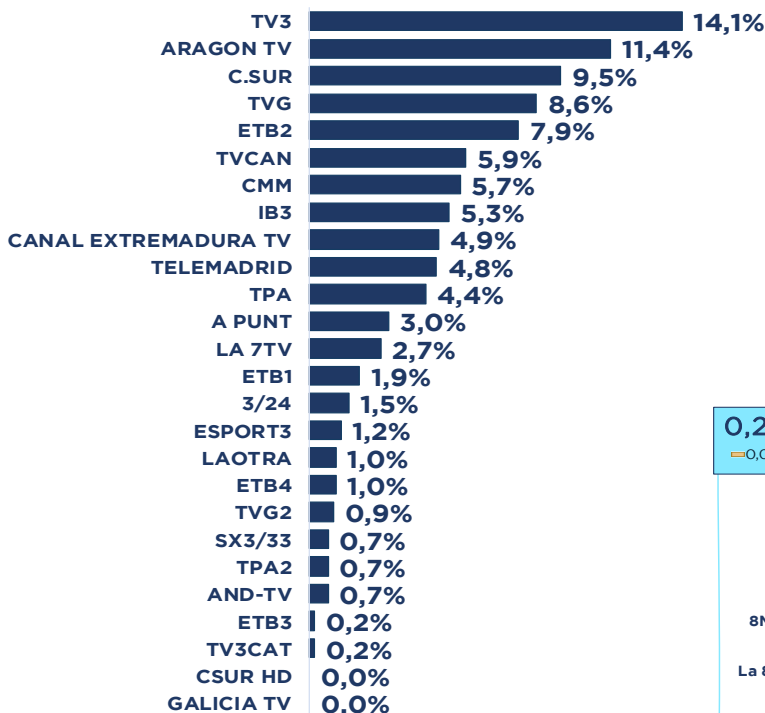
*Desde Febrero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

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

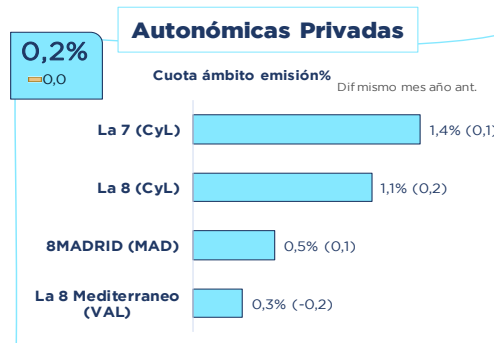
El número de espectadores únicos acumulados es de 26,7 millones, el 56,7 % de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota este mes es TV3 (14,1%), ARAGON TV (11,4%), C.SUR (9,5%), TVG (8,6%), ETB2 (7,9%), TVCAN (5,9%), CMM (5,7%), IB3 (5,3%), CANAL EXTREMADURA TV (4,9%) y TELEMADRID (4,8%), entre las 10 primeras.

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



- ★ Á Punt (Valencia): Mejor mes de Febrero desde 2023.
- ★ Aragón TV (Aragón): Mejor mes de Febrero desde 2023.
- ★ Canal Sur (Andalucía): Mejor mes de Febrero desde 2023
- ★ Canal Extremadura (Extremadura): Mejor mes de Febrero desde 2023.
- ★ Telemadrid (Madrid): Mejor mes de Febrero desde 2023.



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES

 **Andalucía**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	9,5%	→ 5,1 Mill.	61,5%
AND-TV	0,7%	→ 2,6 Mill.	31,4%

 **Aragón**


	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	11,4%	→ 0,8 Mill.	65,3%

 **Asturias**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	4,4%	→ 0,5 Mill.	53,6%
TPA2	0,7%	→ 0,3 Mill.	30,5%

 **Baleares**


	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	5,3%	→ 0,5 Mill.	42,5%

 **Canarias**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	5,9%	→ 1,3 Mill.	57,3%

 **Castilla La Mancha**


	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	5,7%	→ 1,1 Mill.	53,6%

 **Cataluña**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	14,1%	→ 3,9 Mill.	50,2%
SX3/33	0,7%	→ 1,8 Mill.	22,9%
3/24	1,5%	→ 2,4 Mill.	31,5%
ESPORT3	1,2%	→ 1,8 Mill.	23,0%
TV3CAT	0,2%	→ 0,4 Mill.	4,7%

 **Extremadura**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	4,9%	→ 0,7 Mill.	64,8%

 **Galicia**


	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	8,6%	→ 1,6 Mill.	61,0%
TVG2	0,9%	→ 1,1 Mill.	41,1%
GAL. TV	0,0%	→ 0,1 Mill.	3,0%

 **Murcia**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	2,7%	→ 0,7 Mill.	45,5%

 **Madrid**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	4,8%	→ 3,3 Mill.	48,3%
LAOTRA	1,0%	→ 2,3 Mill.	33,6%

 **País Vasco**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	1,9%	→ 0,9 Mill.	41,2%
ETB2	7,9%	→ 1,4 Mill.	64,0%
ETB3	0,2%	→ 0,3 Mill.	13,6%
ETB4	1,0%	→ 0,6 Mill.	27,7%

 **Valencia**

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	3,0%	→ 2,2 Mill.	41,8%

INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	22,9%	→	3.047	39,1%
▶ ARAGON TV	22,5%	→	591	45,4%
▶ ETB2	18,5%	→	976	45,2%
▶ TVG	11,3%	→	974	37,0%
▶ C.SUR	10,7%	→	2.938	35,2%
▶ IB3	9,8%	→	334	27,9%
▶ TVCAN	9,7%	→	762	34,8%
▶ CMM	9,0%	→	576	28,2%
▶ TELEMADRID	8,9%	→	1.698	24,9%
▶ TPA	8,0%	→	305	30,9%
▶ A PUNT	6,2%	→	1.070	20,6%
▶ LA 7TV	5,6%	→	341	22,5%



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 11,2% de cuota de pantalla.

Los espectadores únicos ascienden a 19,9 millones, el 42,3% de cobertura poblacional.

El **ránking de cadenas de este grupo de cadenas** está conformado por DAZN LaLiga (0,4%), LALIGA TV por M+ (0,4%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), WARNER TV (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), AXN (0,2%), CALLE 13 (0,2%), NATIONAL GEOGRAPHIC (0,2%) y CANAL HOLLYWOOD (0,1%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	11,2%	+0,4	19,9 mill.	42,3%
1	DAZN LaLiga	0,4%	-0,1	4,5 mill.	9,5%
2	LALIGA TV por M+	0,4%	-0,1	4,6 mill.	9,8%
3	MOVISTAR PLUS+	0,3%	+0,1	4,4 mill.	9,3%
4	WARNER TV	0,2%	0,0	3,9 mill.	8,2%
5	STAR CHANNEL	0,2%	0,0	4,0 mill.	8,6%
6	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	0,0	3,2 mill.	6,8%
7	AXN	0,2%	-0,1	2,8 mill.	6,0%
8	CALLE 13	0,2%	0,0	3,1 mill.	6,5%
9	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,2%	+0,1	2,2 mill.	4,6%
10	CANAL HOLLYWOOD	0,1%	-0,2	2,4 mill.	5,0%
11	COMEDY CENTRAL	0,1%	0,0	3,7 mill.	7,9%
12	SYFY	0,1%	0,0	2,9 mill.	6,2%
13	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,2 mill.	6,9%
14	CANAL HISTORIA	0,1%	-0,1	1,5 mill.	3,2%
15	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,2%
16	SOMOS	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,7%
17	COSMO	0,1%	0,0	3,0 mill.	6,3%
18	TCM	0,1%	0,0	3,3 mill.	7,0%
19	AMC	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,6%
20	NGC WILD	0,1%	0,0	1,7 mill.	3,6%
21	AMC CRIME	0,1%	0,0	0,8 mill.	1,6%
22	LALIGA TV HYPERMOTION	0,1%	+0,1	1,5 mill.	3,3%
23	EUROSPORT	0,1%	0,0	1,4 mill.	3,0%
24	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,1 mill.	2,4%
25	HITS por M+	0,1%	-	2,0 mill.	4,2%



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

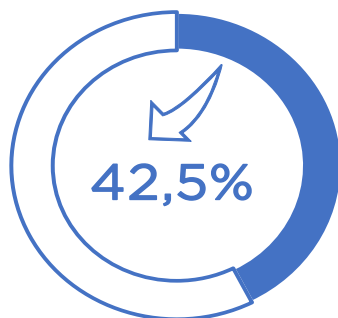
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,7%	9,9 Mill.	21,1%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHEF	0,9%	6,3 Mill.	13,3%
③	WARNER BROS DISCOVERY	0,6%	6,6 Mill.	14,0%
④	DAZN	0,5%	5,1 Mill.	10,8%
⑤	THE WALT DISNEY COMPANY	0,5%	6,2 Mill.	13,2%
⑥	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,3 Mill.	9,1%
⑦	PARAMOUNT	0,2%	4,7 Mill.	9,9%
⑧	SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA S.	0,2%	3,2 Mill.	6,9%
⑨	HEARST CORPORATION INC	0,1%	3,0 Mill.	6,3%

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

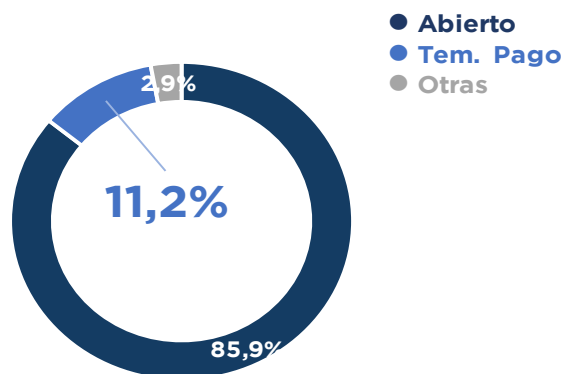
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,7%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **42,5%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **57,5%** 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:COPA DEL REY / BARCELONA-
AT.MADRID (La1, 25-feb-25): 3.925.000 y 27,5%**

*(sin tener en cuenta las emisiones en simulcast)

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID	La1	25-feb-25	27,5%	3.925	8,3 mill.
2	FUTBOL:COPA DEL REY / R.SOCIEDAD-R.MADRID	La1	26-feb-25	24,8%	3.472	8,3 mill.
3	FUTBOL:COPA DEL REY / VALENCIA-BARCELONA	La1	06-feb-25	21,9%	2.892	7,5 mill.
4	EL HORMIGUERO / MARIANO RAJOY	A3	13-feb-25	18,7%	2.482	5,0 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	03-feb-25	19,3%	2.415	3,8 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	10-feb-25	18,9%	2.402	3,7 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	04-feb-25	19,0%	2.390	4,0 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	25-feb-25	24,8%	2.388	3,4 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	24-feb-25	18,1%	2.372	3,8 mill.
10	39 PREMIOS GOYA:GRANADA	La1	08-feb-25	24,4%	2.340	6,6 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	13-feb-25	18,8%	2.312	3,5 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	27-feb-25	19,6%	2.309	3,8 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	07-feb-25	23,7%	2.306	3,4 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	24-feb-25	23,3%	2.289	3,4 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	19-feb-25	24,0%	2.285	3,3 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	10-feb-25	23,0%	2.277	3,3 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	05-feb-25	24,2%	2.273	3,2 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	12-feb-25	18,7%	2.260	3,7 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	06-feb-25	24,4%	2.258	3,2 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	03-feb-25	22,7%	2.251	3,1 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	20-feb-25	18,8%	2.250	3,6 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	18-feb-25	23,4%	2.244	3,2 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	05-feb-25	17,8%	2.234	3,7 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	17-feb-25	23,6%	2.231	3,3 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	25-feb-25	17,1%	2.227	3,8 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 LA PELICULA DE LA SEMANA: PURO HANKS / EL PEOR VECINO DEL MUNDO (La1, 23-feb-25): 1.390.000 y 12,3%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / UNA BODA EXPLOSIVA (La1, 16-feb-25): 1.376.000 y 11,6%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / SOMBRAS DEL PASADO(2024) (La1, 02-feb-25): 1.313.000 y 11%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / MARIANO RAJOY (A3, 13-feb-25): 2.482.000 y 18,7%
- 2 39 PREMIOS GOYA: GRANADA (La1, 08-feb-25): 2.340.000 y 24,4%
- 3 EL HORMIGUERO / LOS MORANCOS (A3, 27-feb-25): 2.196.000 y 17,4%



SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 10-feb-25): 1.332.000 y 14,3%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 11-feb-25): 1.308.000 y 14,3%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 25-feb-25): 1.304.000 y 13,9%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 03-feb-25): 2.415.000 y 19,3%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 10-feb-25): 2.402.000 y 18,9%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 04-feb-25): 2.390.000 y 19%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / BOCADO DE LA REINA "STROGONOFF" (A3, 10-feb-25): 1.049.000 y 19,7%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / MACARRONES CON ESPINACAS (A3, 18-feb-25): 1.045.000 y 21,3%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CHULETAS DE CERDO CON VERDURAS A LA SIDRA (A3, 13-feb-25): 1.012.000 y 21,2%



DEPORTES

- 1 FUTBOL: COPA DEL REY / BARCELONA-AT.MADRID (La1, 25-feb-25): 3.925.000 y 27,5%
- 2 FUTBOL: COPA DEL REY / R.SOCIEDAD-R.MADRID (La1, 26-feb-25): 3.472.000 y 24,8%
- 3 FUTBOL: COPA DEL REY / VALENCIA-BARCELONA (La1, 06-feb-25): 2.892.000 y 21,9%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 02-feb-25): 282.000 y 2,8%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 22-feb-25): 277.000 y 2,9%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 02-feb-25): 277.000 y 3,2%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1ªs AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 CARNAVAL DE CADIZ (C.SUR, 28-feb-25): 359.000 y 19,8%
- 2 NOTICIAS 2 (C.SUR, 02-feb-25): 337.000 y 15,2%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 21-feb-25): 325.000 y 15,5%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 10-feb-25): 104.000 y 40,4%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 24-feb-25): 93.000 y 36,5%
- 3 ARAGON DEPORTES (ARAGON TV, 09-feb-25): 92.000 y 30,2%



TPA (Asturias)

- 1 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 15-feb-25): 38.000 y 15,5%
- 2 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 01-feb-25): 37.000 y 15,3%
- 3 EL PICU (TPA, 20-feb-25): 31.000 y 10,8%



IB3 (Balears)

- 1 IB3 NOTICIES VESPRES (IB3, 24-feb-25): 45.000 y 13,8%
- 2 EL TEMPS 1 (IB3, 04-feb-25): 41.000 y 18,3%
- 3 EL TEMPS 1 (IB3, 19-feb-25): 38.000 y 19,8%



TVCAN (Canarias)

- 1 GALA DE ELECCION DE LA REINA CARNAVAL 2025 SANTA CRUZ DE TENERIFE (TVCAN, 26-feb-25): 93.000 y 17,9%
- 2 GALA DE LA REINA DEL CARNAVAL (TVCAN, 28-feb-25): 83.000 y 16,6%
- 3 EN OTRA CLAVE: EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 16-feb-25): 76.000 y 12,6%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 EN COMPAÑIA (CMM, 25-feb-25): 62.000 y 14,8%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 11-feb-25): 59.000 y 14,4%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 12-feb-25): 57.000 y 14,3%



TV3 (Cataluña)

- 1 FUTBOL: COPA DEL REI / BARCELONA-AT.MADRID (TV3, 25-feb-25): 810.000 y 34,1%
- 2 CRIMS / ANGELET (TV3, 10-feb-25): 490.000 y 23%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 12-feb-25): 487.000 y 24,1%



TVG (Galicia)

- 1 TELEXORNAL 1 (TVG, 24-feb-25): 132.000 y 21,3%
- 2 DEPORTES (TVG, 24-feb-25): 120.000 y 18,4%
- 3 GALICIA NOTICIAS (TVG, 25-feb-25): 111.000 y 23,7%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 DEPORTES 2 (TELEMADRID, 20-feb-25): 139.000 y 9,1%
- 2 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 17-feb-25): 136.000 y 10,4%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 24-feb-25): 136.000 y 15,2%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 18-feb-25): 29.000 y 10,2%
- 2 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 28-feb-25): 28.000 y 8,7%
- 3 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 06-feb-25): 24.000 y 8%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 04-feb-25): 145.000 y 23,1%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 11-feb-25): 126.000 y 20,6%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 12-feb-25): 124.000 y 19,2%



A PUNT (Valencia)

- 1 NTC ESPORTS 1 (A PUNT, 23-feb-25): 148.000 y 11,2%
- 2 FALLES 2025: LA CRIDA (A PUNT, 23-feb-25): 130.000 y 10,3%
- 3 NTC NIT (A PUNT, 23-feb-25): 130.000 y 8,5%



LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / LOS CROODS:UNA NUEVA ERA (WARNER TV, 23-feb-25): 85.000 y 0,9%
- 2 CINE / GUARDIANES DE LA GALAXIA (STAR CHANNEL, 16-feb-25): 76.000 y 0,7%
- 3 CINE / MARVEL.LOS VENGADORES (STAR CHANNEL, 23-feb-25): 67.000 y 0,6%



ENTRETENIMIENTO

- 1 LEO TALKS (MOVISTAR PLUS+, 25-feb-25): 78.000 y 0,8%
- 2 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 05-feb-25): 45.000 y 0,4%
- 3 LEO TALKS (ORIGINALES por M+, 06-feb-25): 43.000 y 0,3%



SERIES

- 1 9-1-1 (STAR CHANNEL, 24-feb-25): 55.000 y 0,5%
- 2 DOCTOR ODYSSEY (STAR CHANNEL, 10-feb-25): 53.000 y 0,4%
- 3 9-1-1 (STAR CHANNEL, 24-feb-25): 52.000 y 0,4%



INFORMACIÓN

- 1 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (ORIGINALES por M+, 21-feb-25): 11.000 y 0,4%
- 2 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (ORIGINALES por M+, 23-feb-25): 9.000 y 0,1%
- 3 NARCAS:MUJERES TRAS LA DROGA (ORIGINALES por M+, 09-feb-25): 8.000 y 0,1%



CULTURALES

- 1 REPORTAJE DEPORTIVO (DAZN LaLiga, 02-feb-25): 45.000 y 0,5%
- 2 ISLAS MISTERIOSAS (NATIONAL GEOGRAPHIC, 18-feb-25): 40.000 y 0,4%
- 3 ARCHIVOS OCULTOS AL DESCUBIERTO / EL MISTERIO DEL PIRATA AEREO DESAPARECIDO (NATIONAL GEOGRAPHIC, 16-feb-25): 34.000 y 0,3%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / SEVILLA-BARCELONA (DAZN LaLiga, 09-feb-25): 1.307.000 y 9,8%
- 2 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / MANCHESTER CITY-R.MADRID (LIGA DE CAMPEONES por M+, 11-feb-25): 1.229.000 y 9,2%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-AT.MADRID (LALIGA TV por M+, 08-feb-25): 1.043.000 y 8,5%



ANIMACIÓN







- 1 FUTURAMA (COMEDY CENTRAL, 03-feb-25): 39.000 y 0,4%
- 2 SPIDEY AND HIS AMAZING FRIENDS:WEB-SPINNERS (DISNEY JUNIOR, 28-feb-25): 39.000 y 2,1%
- 3 FUTURAMA (COMEDY CENTRAL, 05-feb-25): 37.000 y 0,4%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

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

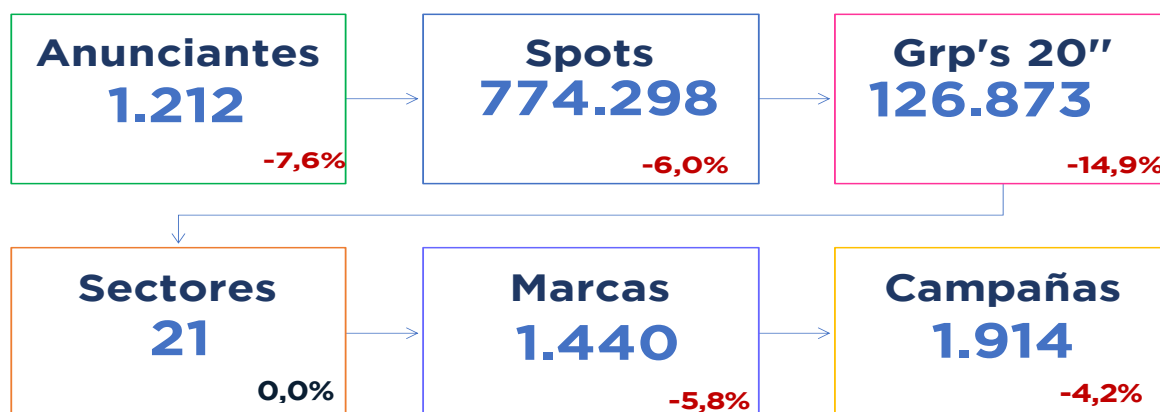
- ▶ MEDIASET (24,9%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (15,4%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Squirrel Media (2,7%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,5%) con dos cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	26,6%	37,3 mill.	79,2%
	MEDIASET	24,9%	37,2 mill.	79,0%
	GRUPO RTVE	15,4%	36,7 mill.	77,9%
	FORTA	8,3%	26,0 mill.	55,3%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,7%	19,3 mill.	41,0%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,5%	20,9 mill.	44,4%

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

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Desciende la presión publicitaria de GRPs en -14,9% y el número de campañas activas un -4,2%.



*Diferencias feb-25 vs. feb-24

El spot más visto corresponde a la campaña “C.A.VALENCIA/TURISMO” en A3, con 19 Grp's 20” (‘LA RULETA DE LA SUERTE’, 12 febrero).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

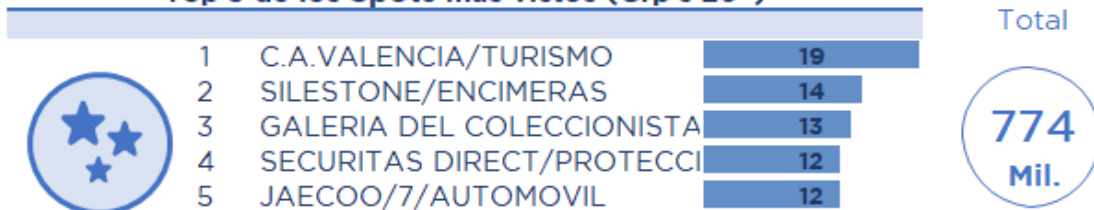
- ▶ **CAMPAÑA:** “VINTED.ES/COMPRA Y VENTA DE ROPA Y ACCESORIOS” con 2.065 Grp's 20”.
- ▶ **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 4.942 Grp's 20”.
- ▶ **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 4.306 Grp's 20”.
- ▶ **SECTOR:** “ALIMENTACION” con el 18% de la presión publicitaria.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

RÁNKINGS PUBLICITARIOS

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

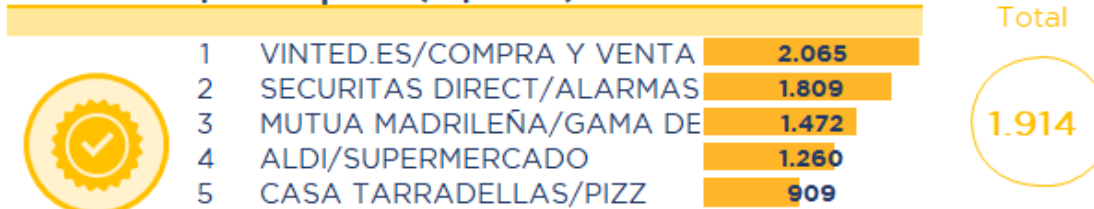
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20")



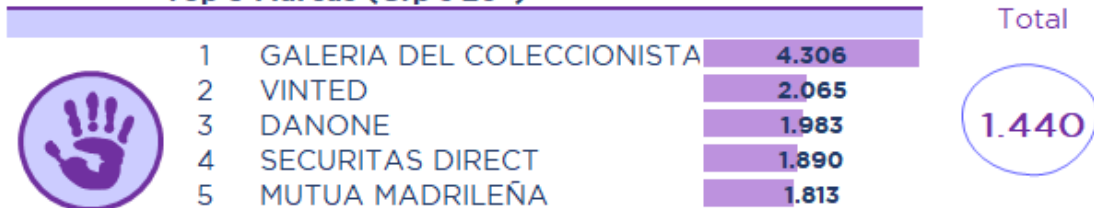
Top 5 Anunciantes (Grp's 20")



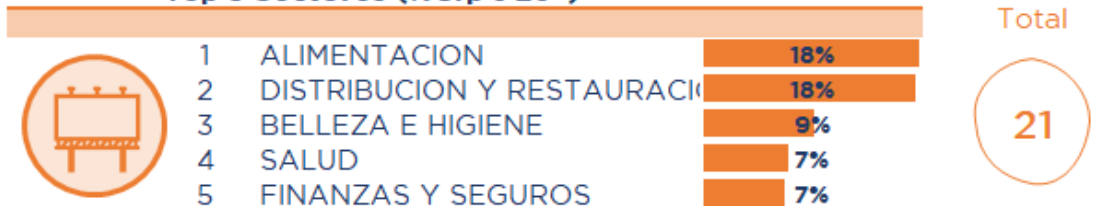
Top 5 Campañas (Grp's 20")



Top 5 Marcas (Grp's 20")



Top 5 Sectores (%Grp's 20")



FICHA TÉCNICA

- ▶ **Fuente de los datos: Kantar.**
- ▶ El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable “invitados” que comenzó a medir Kantar en 2017.
- ▶ En los resultados de consumo televisivo se tiene en cuenta tanto el visionado en lineal como el diferido (audiencia durante los siete días siguientes a la emisión en lineal, que comenzó a medirse en 2015).
- ▶ Se incluye la audiencia de las 2ª residencias desde 2020. Desde el informe de ene-2023 también se incluyen las segundas residencias totales para el dato de cadenas Autonómicas, que hasta entonces era en ámbito propio.
- ▶ Parámetros extracción de datos: Ind.4+ (inv) | Lineal | TSD | España (+2r Total).
- ▶ Fecha: febrero-2025

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS