

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

**Junio 2024**



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# Índice

- ▶ Titulares destacados
- ▶ Visión Global mercado TV.
- ▶ Espectadores Únicos.
- ▶ 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 43,5 millones (el 93,4 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 27,7 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 59,4 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor baja hasta 216 minutos por persona al día (-4', -2 % vs año anterior).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL baja hasta 168 minutos por persona al día (-10', -6 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 48 minutos por persona al día (+ 7', 17 % 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 2,9 millones de espectadores.
- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES:** Atresmedia es el grupo líder con el 26,2 % de cuota de pantalla. Le sigue Mediaset con el 24,4 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 17,9 %.
- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** La1, con el 12,7 % de cuota de pantalla, se hace con el liderazgo gracias a la Eurocopa de

fútbol (no lideraba desde agosto 2012). Le siguen A3, 12,4 % y T5, 10% entre las tres primeras.

- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 12,9 % , seguida de ARAGON TV con el 11,3 % y C.SUR con el 8,2 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago suman el 10 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: EUROSPORT (0,4 %), CANAL HOLLYWOOD (0,2 %) y STAR CHANNEL (0,2 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA:1/8 (La1, 30-jun-24) con 9,1 millones y 60,3% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión UEFA EURO 2024 GERMANY (La1, 30-jun, 22:44h) con una audiencia de 10,4 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 4 años y 6 meses de forma interrumpida con 1.677.000 de audiencia media y 16,9% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.532 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -2,9 % y el número de campañas activas un 2,4 %.

# Visión Global

## ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

**43,5** Millones

Cobertura mes

**93,4** %

PROMEDIO DIARIO

**27,7** Millones

Cobertura día

**59,4** %

jun-24



Cadena Líder

**La1**

**12,7%**

## CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

**283'**  
espectador/día

**-6' -2%**

\*Dif. jun-24 vs. jun-23

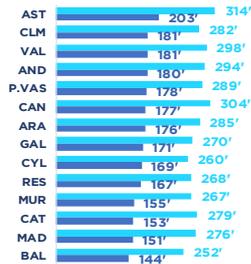
**168'**  
persona/día

**-10' -6%**

\*Dif. jun-24 vs. jun-23

Consumo TV por Regiones

■ Min espectador/día ■ Min persona/día



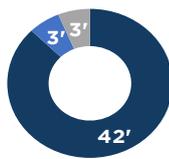
## OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

**48'**  
persona/día

**+7' 17%**

\*Dif. jun-24 vs. jun-23

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



## CONSUMO TOTAL TELEVISOR

(televisión tradicional+otros consumos audiovisuales):

**216'**  
persona/día

**-4' -2%**

\*Dif. jun-24 vs. jun-23

**329'**  
espectador/día

**+2' 1%**

**Temáticas Pago -> 10% (+0,5)**

\*Dif. jun-24 vs. jun-23

## EMISIÓN MÁS VISTA

**La1**

FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA:1/8, 30-jun-24

**9,1 millones y 60,3%**

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

**10,4 millones**

UEFA EURO 2024 GERMANY

La1, 30-jun, 22:44h

## RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	Dif. jun-24 vs. jun-23	Espectadores Únicos
La1	12,7%	+3,0	★36,6 mill.
A3	12,4%	-1,1	33,2 mill.
T5	10,0%	-1,0	29,9 mill.
AUT	7,7%	-1,0	27,6 mill.
LA SEXTA	6,2%	-0,3	29,8 mill.
CUATRO	5,1%	0,0	30,8 mill.
La2	2,8%	0,0	27,7 mill.
FDI	2,5%	0,0	19,2 mill.
ENERGY	2,3%	-0,7	14,1 mill.
ATRESERIES	2,2%	+0,5	13,5 mill.
NOVA	2,1%	-0,2	12,0 mill.
DIVINITY	1,9%	-0,4	13,6 mill.
TRECE	1,9%	-0,1	14,4 mill.
NEOX	1,8%	-0,2	19,2 mill.
DMAX	1,8%	+0,2	18,8 mill.
BEMADtv	1,7%	+0,3	17,6 mill.
MEGA	1,5%	0,0	16,2 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	+0,1	16,3 mill.
TEN	1,4%	+0,6	11,9 mill.
DKISS	1,4%	+0,1	12,0 mill.
24H	1,0%	-0,1	14,0 mill.
BOING	0,9%	0,0	12,3 mill.
DISNEY CHANNEL	0,8%	+0,1	10,4 mill.
REAL MADRID HD	0,7%	+0,1	11,5 mill.
CLAN	0,7%	-0,2	11,8 mill.
TELEDEPORTE	0,7%	+0,1	13,4 mill.
GOL PLAY	0,7%	-0,1	12,9 mill.
BOM Cine	0,4%	+0,1	5,6 mill.
AUT PRIV	0,2%	-0,2	5,0 mill.



**BARLOVENTO COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

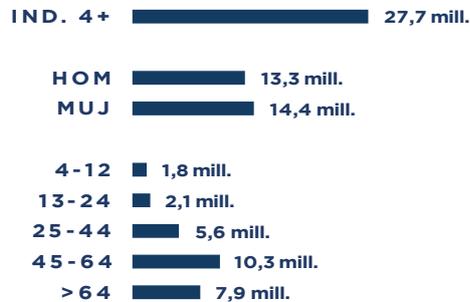
# ESPECTADORES ÚNICOS

**Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de 43,5 millones, que representa el 93,4% de la población, que sí contacta con el medio televisivo en junio 2024.**

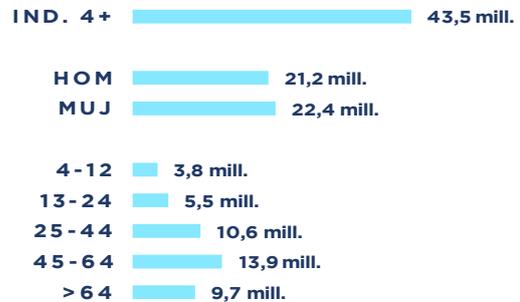
**27,7 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 59,4% de la población.**

Por el contrario, hay 3,1 millones de “telefóbicos”, el 7% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

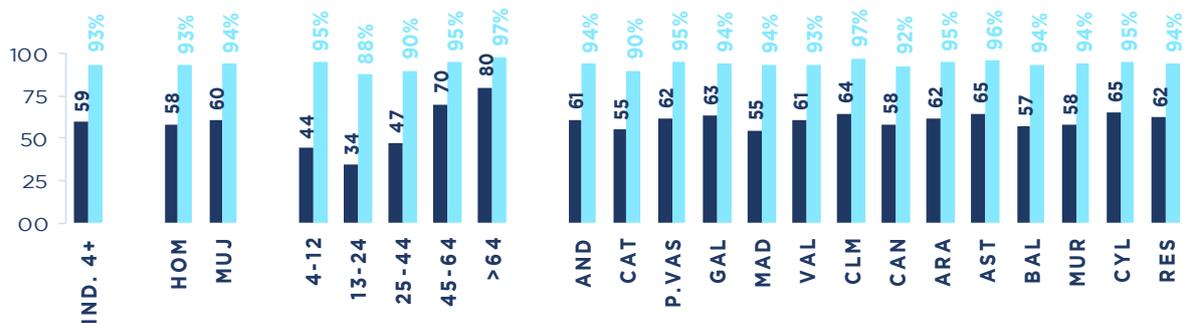
## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



## COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

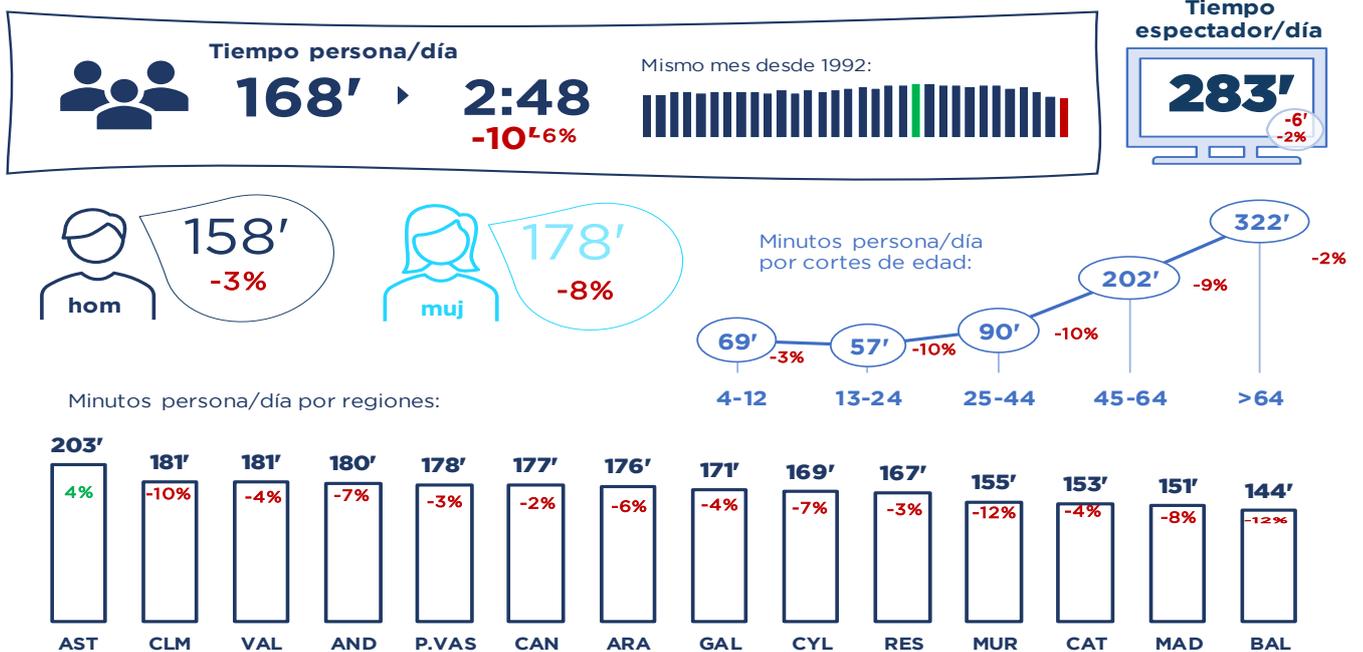


# CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **283 minutos** (-6' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,6 millones) ha dedicado un promedio de **168 minutos** (2 horas y 48 minutos) al día a ver la televisión Tradicional este mes, lo que supone **-10' (-6%)** con respecto al mes de junio-23.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (178') y los juniors de 64 años (322') y, por regiones, Asturias (203'), Castilla La Mancha (181') y C. Valenciana (181').



\*Diferencias jun-24 vs. jun-23

# CONSUMO TOTAL TELEVISOR

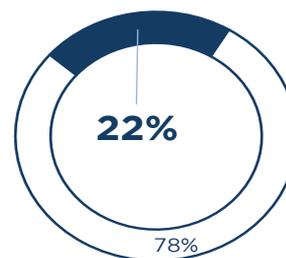
**El tiempo total de uso del televisor  
(Tradicional + otros usos)  
es de 216' por persona al día  
y de 329' por espectador al día**

## TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. jun-24 vs. jun-23	
Total Individuos 4+	216'	-4'	-2%
Hombres	206'	-1'	0%
Mujeres	225'	-7'	-3%
4-12	124'	-2'	-2%
13-24	93'	-2'	-2%
25-44	151'	-3'	-2%
45-64	256'	-10'	-4%
>64	347'	-1'	0%
Andalucía	225'	-9'	-4%
Cataluña	208'	+2'	1%
País Vasco	212'	-4'	-2%
Galicia	205'	-1'	0%
Madrid	209'	-5'	-2%
C. Valenciana	232'	-4'	-2%
Castilla La Mancha	231'	-8'	-3%
Canarias	230'	+7'	3%
Aragón	221'	-9'	-4%
Asturias	233'	+11'	5%
Baleares	189'	-9'	-5%
Murcia	203'	-19'	-9%
Castilla León	208'	-2'	-1%
Resto	203'	-2'	-1%

### Tiempo total uso televisor

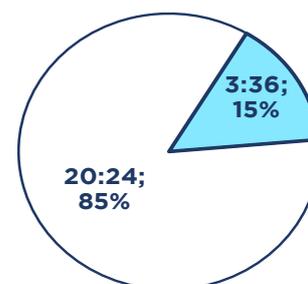
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:36**, 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 CONSUMOS AUDIOVISUALES

**El promedio de los “Otros Consumos Audiovisuales” es de 48 minutos por persona al día, +7' (17%) que en junio-23.**

El 22% 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 2.447.000 espectadores.

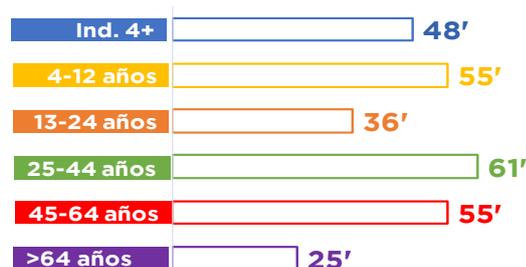
**48** MINUTOS PERSONA/DÍA **+7' 17%** **33,1** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES **12,8** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

\*Diferencias jun-24 vs. jun-23



Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros consumos audiovisuales” son los individuos de 25 a 44 años (61') y los niños de 4 a 12 años (55').

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



# RÁNKING

## CADENAS ABIERTO

**La1 (12,7%) se hace con el liderazgo gracias a la emisión de la Eurocopa de fútbol.**

**Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 43,1 millones, el 93% de cobertura.**

- ▶ A3 (12,4%), se sitúa en segunda posición.
- ▶ En tercera posición se sitúa T5 (10,0%).
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (7,7%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (6,2%),
- ▶ Les siguen CUATRO (5,1%), La2 (2,8%), FDF (2,5%), ENERGY (2,3%) y ATRESERIES (2,2%), para completar la tabla de las diez primeras.
- ▶ Máximos mensuales de Atreseries y Ten.
- Las emisiones de la Eurocopa aportan 4,7 puntos a la cuota media mensual de La1 (el 37% del total de su audiencia).

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,0%)**, se analizan en un epígrafe independiente.



# RÁNKING

## CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. jun-24 vs. jun-23	Espectadores Únicos	Cob%
1	La1	12,7%	+3,0	★ 36,6 mill.	78,5%
2	A3	12,4%	-1,1	33,2 mill.	71,1%
3	T5	10,0%	-1,0	29,9 mill.	64,1%
4	AUT	7,7%	-1,0	27,6 mill.	59,2%
5	LA SEXTA	6,2%	-0,3	29,8 mill.	63,9%
6	CUATRO	5,1%	0,0	30,8 mill.	66,0%
7	La2	2,8%	0,0	27,7 mill.	59,3%
8	FDF	2,5%	0,0	19,2 mill.	41,3%
9	ENERGY	2,3%	-0,7	14,1 mill.	30,2%
10	ATRESERIES	2,2%	+0,5	13,5 mill.	29,0%
11	NOVA	2,1%	-0,2	12,0 mill.	25,7%
12	DIVINITY	1,9%	-0,4	13,6 mill.	29,1%
13	TRECE	1,9%	-0,1	14,4 mill.	30,8%
14	NEOX	1,8%	-0,2	19,2 mill.	41,3%
15	DMAX	1,8%	+0,2	18,8 mill.	40,2%
16	BEMADtv	1,7%	+0,3	17,6 mill.	37,8%
17	MEGA	1,5%	0,0	16,2 mill.	34,8%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	+0,1	16,3 mill.	35,0%
19	TEN	1,4%	+0,6	11,9 mill.	25,6%
20	DKISS	1,4%	+0,1	12,0 mill.	25,8%
21	24H	1,0%	-0,1	14,0 mill.	30,1%
22	BOING	0,9%	0,0	12,3 mill.	26,4%
23	DISNEY CHANNEL	0,8%	+0,1	10,4 mill.	22,4%
24	REAL MADRID HD	0,7%	+0,1	11,5 mill.	24,6%
25	CLAN	0,7%	-0,2	11,8 mill.	25,3%
26	TELEDEPORTE	0,7%	+0,1	13,4 mill.	28,8%
27	GOL PLAY	0,7%	-0,1	12,9 mill.	27,7%
28	BOM Cine	0,4%	+0,1	5,6 mill.	12,1%
29	AUT PRIV	0,2%	-0,2	5,0 mill.	10,6%



# LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **La1 lidera en hombres y en menores de 64 años**
- ▶ **Antena3 líder en mujeres y mayores de 64 años.**

Por regiones Antena 3 es la cadena líder en Andalucía, Aragón, Asturias, C. Valenciana, Canarias, Castilla La Mancha y Castilla León. Por su parte, Telecinco es la cadena más vista en , mientras que TV3 se mantiene como la cadena más vista en Cataluña.

Por franjas horarias, Antena 3 lidera en la mañana, sobremesa y “prime-time”, mientras que La1 es la opción más vista en la tarde y Energy en la madrugada.

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	3ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	La1	A3	T5
HOM	La1	A3	LA SEXTA
MUJ	A3	T5	La1
4-12	La1	BOING	DISNEY CHANNEL
13-24	La1	A3	T5
25-44	La1	A3	T5
45-64	La1	A3	T5
>64	A3	La1	T5
T.COMERCIAL	La1	A3	T5
ANDALUCÍA	A3	T5	La1
CATALUÑA	TV3	La1	A3
PAÍS VASCO	La1	T5	A3
GALICIA	La1	A3	T5
MADRID	La1	A3	T5
C. VALENCIANA	A3	La1	T5
CASTILLA LA MANCHA	A3	La1	T5
CANARIAS	A3	T5	La1
ARAGÓN	A3	La1	ARAGON TV
ASTURIAS	A3	T5	La1
BALEARES	La1	A3	T5
MURCIA	La1	A3	T5
CASTILLA LEÓN	A3	La1	T5
RESTO	La1	A3	T5

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS		
MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
<b>A3</b>	<b>A3</b>	<b>La1</b>
PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
<b>A3</b>	<b>T5</b>	<b>ENERGY</b>

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA						
LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
<b>A3</b>	<b>A3</b>	<b>A3</b>	<b>A3</b>	<b>A3</b>	<b>La1</b>	<b>La1</b>

CADENA LÍDER DÍA A DÍA			
<b>A3</b>	▶	<b>15</b>	DÍAS
<b>La1</b>	▶	<b>13</b>	DÍAS
<b>T5</b>	▶	<b>2</b>	DÍAS

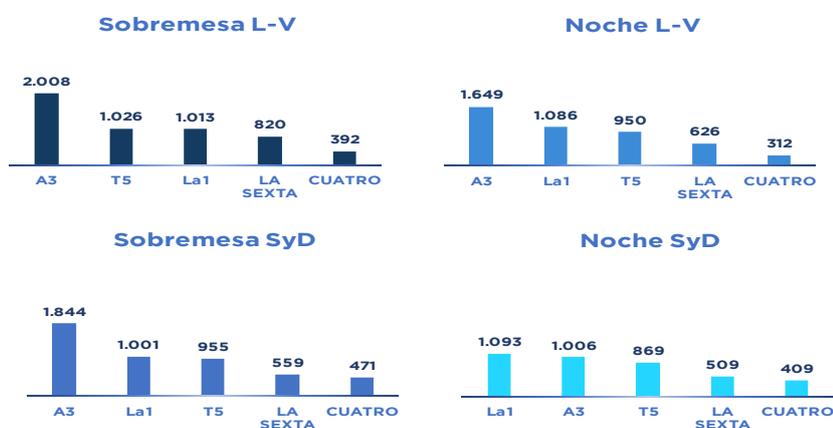
# INFORMATIVOS DIARIOS

**Los informativos de Antena 3 (1.677.000 de audiencia media y 16,9% de cuota) son los más vistos desde hace 4 años y 6 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.**

Los informativos de La1 (1.036.000 de audiencia media y 10,5% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (960.000 de audiencia media y 9,7% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	1.677	16,9%	22,5 Mill.	48%
	La1	43	1.036	10,5%	23,2 Mill.	50%
	T5	59	960	9,7%	16,7 Mill.	36%
	LA SEXTA	60	639	7,9%	17,2 Mill.	37%
	CUATRO	60	383	5,0%	16,7 Mill.	36%
Lunes a Viernes	A3	40	1.822	18,3%	18,2 Mill.	39%
	La1	32	1.039	10,6%	20,0 Mill.	43%
	T5	40	988	9,9%	13,2 Mill.	28%
	LA SEXTA	40	706	8,5%	12,8 Mill.	27%
	CUATRO	40	354	4,7%	11,5 Mill.	25%
Sábado y Domingo	A3	20	1.428	14,6%	15,7 Mill.	34%
	La1	11	1.026	10,4%	13,2 Mill.	28%
	T5	19	908	9,3%	10,8 Mill.	23%
	LA SEXTA	20	535	6,9%	11,7 Mill.	25%
	CUATRO	20	440	5,7%	11,5 Mill.	25%

**RESULTADOS POR EDICIONES**  
AUDIENCIA MEDIA (000)



# CADENAS AUTONÓMICAS

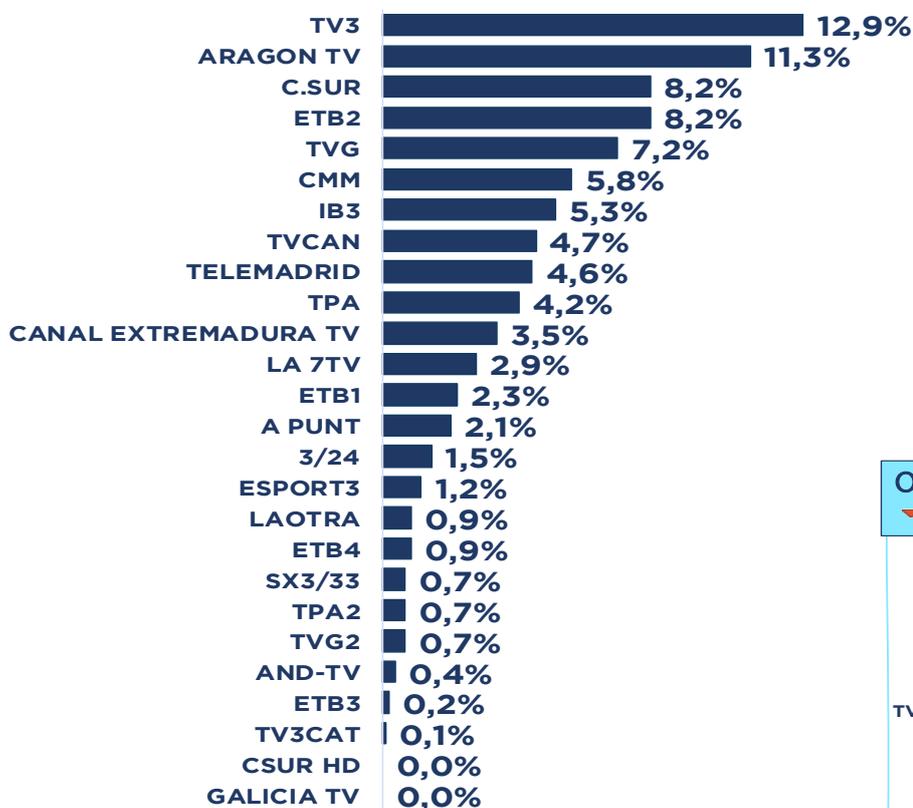
\*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

**El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 7,7 % de cuota de pantalla.**

**El número de espectadores únicos acumulados es de 27,6 millones, el 59,2 % de cobertura.**

La cadena autonómica con junior cuota este mes es TV3 (12,9%), ARAGON TV (11,3%), C.SUR (8,2%), ETB2 (8,2%), TVG (7,2%), CMM (5,8%), IB3 (5,3%), TVCAN (4,7%), TELEMADRID (4,6%) y TPA (4,2%), entre las 10 primeras.

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



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

★ IB3 (Balears) : Mejor mes de junio desde 2022.

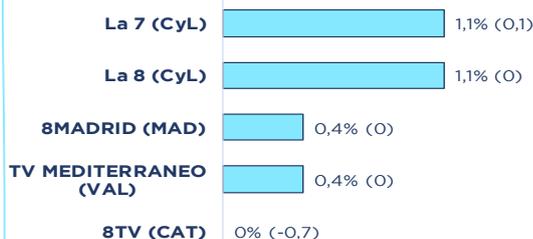
## Autonómicas Privadas

0,2%

▼ - 0,2

Cuota ámbito emisión%

Dif mismo mes año ant.



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# 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%
▶ TV3	22,3%	→	3.239	42,5%
▶ ARAGON TV	22,2%	→	617	48,0%
▶ ETB2	17,5%	→	954	44,8%
▶ C.SUR	10,3%	→	2.794	33,5%
▶ IB3	9,9%	→	305	24,8%
▶ TVG	9,9%	→	1.004	38,1%
▶ CMM	9,3%	→	679	33,9%
▶ TELEMADRID	8,4%	→	1.966	29,2%
▶ LA 7TV	7,8%	→	445	29,6%
▶ TVCAN	7,6%	→	759	33,6%
▶ TPA	7,2%	→	353	36,0%
▶ A PUNT	4,1%	→	1.048	20,8%



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 10,0%  
Los espectadores únicos ascienden a 19,3 millones,  
el 41,3% de cobertura poblacional.**

El ranking de cadenas de este grupo de cadenas está conformado por EUROSPORT (0,4%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), WARNER TV (0,2%), AXN (0,2%), CANAL HISTORIA (0,2%), DAZN F1 (0,2%), MOVISTAR PLUS+ (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,1%) y TCM (0,1%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	<b>TEMATICAS PAGO</b>	<b>10,0%</b>	<b>+0,5</b>	<b>19,3 mill.</b>	<b>41,3%</b>
1	EUROSPORT	0,4%	0,0	4,3 mill.	9,2%
2	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,3%
3	STAR CHANNEL	0,2%	-0,1	4,0 mill.	8,6%
4	WARNER TV	0,2%	-0,1	4,0 mill.	8,5%
5	AXN	0,2%	0,0	3,7 mill.	7,9%
6	CANAL HISTORIA	0,2%	0,0	2,7 mill.	5,8%
7	DAZN F1	0,2%	0,0	2,1 mill.	4,5%
8	MOVISTAR PLUS+	0,2%	-	3,2 mill.	6,9%
9	COMEDY CENTRAL	0,1%	-0,1	3,9 mill.	8,3%
10	TCM	0,1%	0,0	3,7 mill.	7,9%
11	CALLE 13	0,1%	-0,1	3,0 mill.	6,4%
12	VAMOS por M+	0,1%	-0,1	3,2 mill.	6,9%
13	SOMOS	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,7%
14	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,5 mill.	3,2%
15	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,3 mill.	5,0%
16	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,5%
17	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,1%
18	DECASA	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,2%
19	SYFY	0,1%	0,0	2,9 mill.	6,1%
20	NGC WILD	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,8%
21	COSMO	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,6%
22	AMC	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,8%
23	AMC CRIME	0,1%	+0,1	1,3 mill.	2,8%
24	NICKELODEON	0,1%	0,0	0,8 mill.	1,8%
25	XTRM	0,1%	+0,1	1,8 mill.	3,9%



# GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

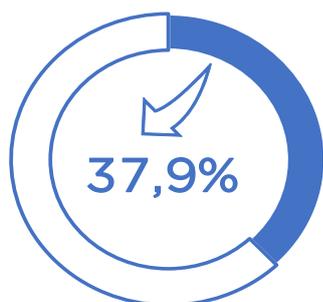
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHERN	1,2%	8,5 Mill.	18,3%
②	MOVISTAR	0,8%	7,4 Mill.	16,0%
③	DISCOVERY NETWORKS	0,5%	6,1 Mill.	13,1%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,4%	6,3 Mill.	13,4%
⑤	TURNER	0,3%	5,4 Mill.	11,6%
⑥	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,3%	4,3 Mill.	9,3%
⑦	VIACOM	0,2%	4,9 Mill.	10,6%
⑧	DAZN	0,2%	3,2 Mill.	6,8%
⑨	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,2%	4,1 Mill.	8,9%

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

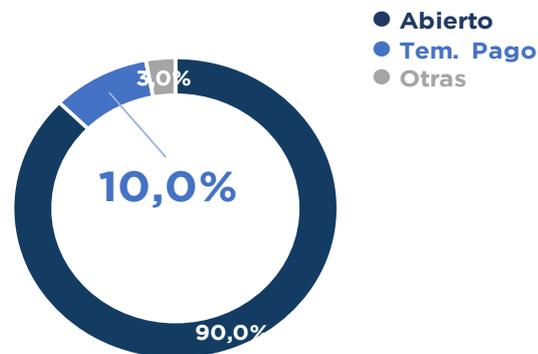
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,7%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **37,9%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **62,1%** 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:EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA:1/8 (La1, 30-jun-24): 9.059.000 y 60,3%**

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

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA:1/8	La1	30-jun-24	60,3%	9.059	14,1 mill.
2	FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-ITALIA:PREVIA	La1	20-jun-24	56,4%	8.552	13,4 mill.
3	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	30-jun-24	57,6%	8.304	14,4 mill.
4	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	20-jun-24	53,4%	7.785	13,8 mill.
5	TELEDIARIO 2	La1	20-jun-24	49,4%	7.439	8,8 mill.
6	FUTBOL:EUROCOPA / ALBANIA-ESPAÑA:PREVIA	La1	24-jun-24	48,1%	6.704	12,0 mill.
7	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BORUSSIA DORTMUND-R.MADRID	La1	01-jun-24	48,8%	6.176	10,4 mill.
8	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	24-jun-24	43,0%	5.572	12,6 mill.
9	FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-CROACIA:PREVIA	La1	15-jun-24	49,9%	5.078	8,1 mill.
10	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	15-jun-24	44,9%	4.463	8,4 mill.
11	PREVIO FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-ITALIA:PREVIA	La1	20-jun-24	34,9%	3.919	5,4 mill.
12	PRORROGA FUTBOL:EUROCOPA / INGLATERRA-ESLOVAQUIA:1/8	La1	30-jun-24	37,4%	3.718	5,5 mill.
13	CAMINO A BERLIN	La1	30-jun-24	28,5%	3.602	7,5 mill.
14	CAMINO A BERLIN	La1	20-jun-24	27,0%	3.507	6,5 mill.
15	FUTBOL:EUROCOPA / PORTUGAL-R.CHECA:PREVIA	La1	18-jun-24	26,7%	3.354	7,8 mill.
16	FUTBOL:EUROCOPA / AUSTRIA-FRANCIA:PREVIA	La1	17-jun-24	26,5%	3.306	8,1 mill.
17	FUTBOL:EUROCOPA / PAISES BAJOS-FRANCIA:PREVIA	La1	21-jun-24	31,3%	3.244	7,2 mill.
18	POST FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BORUSSIA DORTMUND-R.MADRID	La1	01-jun-24	29,8%	3.220	9,3 mill.
19	FUTBOL:EUROCOPA / ALEMANIA-DINAMARCA:1/8	La1	29-jun-24	31,8%	3.172	7,7 mill.
20	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	18-jun-24	24,8%	3.026	8,2 mill.
21	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	17-jun-24	24,7%	2.975	8,5 mill.
22	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	29-jun-24	30,3%	2.956	8,0 mill.
23	UEFA EURO 2024 GERMANY	La1	30-jun-24	30,7%	2.954	7,6 mill.
24	FUTBOL:EUROCOPA / SERBIA-INGLATERRA:PREVIA	La1	16-jun-24	24,2%	2.945	7,7 mill.
25	FUTBOL:EUROCOPA / GEORGIA-PORTUGAL:PREVIA	La1	26-jun-24	24,9%	2.935	7,6 mill.



# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS ABIERTO



### CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / UNO DE NOSOTROS (La1, 02-jun-24): 1.376.000 y 11,8%
- 2 MULTICINE / UNA BODA PARA MORIR (A3, 22-jun-24): 1.301.000 y 14,1%
- 3 MULTICINE / ATORMENTADA POR LA MUERTE (A3, 29-jun-24): 1.207.000 y 12,9%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / LUIS FONSI (A3, 11-jun-24): 1.922.000 y 15,1%
- 2 EL HORMIGUERO / MARTA HAZAS Y ALEX GONZALEZ (A3, 10-jun-24): 1.909.000 y 14,8%
- 3 EL HORMIGUERO / DANIEL BRUHL (A3, 03-jun-24): 1.900.000 y 15,2%



### SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 17-jun-24): 1.385.000 y 14%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 11-jun-24): 1.337.000 y 13,7%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 13-jun-24): 1.336.000 y 14,7%



### INFORMACIÓN

- 1 TELEDIARIO 2 (La1, 20-jun-24): 7.439.000 y 49,4%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 03-jun-24): 2.238.000 y 22,7%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 10-jun-24): 2.226.000 y 21,8%



### CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / LACITOS CON JUDIAS VERDES Y QUESO FRESCO DE CABRA (A3, 06-jun-24): 968.000 y 21,4%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / COLIFLOR GRATINADA CON SALSA HOLANDESA (A3, 04-jun-24): 910.000 y 19%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SOPA DE ZANAHORIA CON ESPELTA Y RABANITOS (A3, 11-jun-24): 901.000 y 17,9%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA:1/8 (La1, 30-jun-24): 9.059.000 y 60,3%
- 2 FUTBOL:EUROCOPA / ESPAÑA-ITALIA:PREVIA (La1, 20-jun-24): 8.552.000 y 56,4%
- 3 UEFA EURO 2024 GERMANY (La1, 30-jun-24): 8.304.000 y 57,6%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 16-jun-24): 327.000 y 3,6%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 16-jun-24): 299.000 y 3,8%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 25-jun-24): 267.000 y 3%



# LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

## TOP EMISIONES 1<sup>as</sup> AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



### C.SUR (Andalucía)

- 1 PRORROGA FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA 1RFEF / GIMNASTIC TARRAGONA-MALAGA (C.SUR, 22-jun-24): 291.000 y 16%
- 2 NOTICIAS 1 (C.SUR, 25-jun-24): 277.000 y 16,5%
- 3 NOTICIAS 1 (C.SUR, 01-jun-24): 268.000 y 15,3%



### ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 03-jun-24): 99.000 y 40,3%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 04-jun-24): 97.000 y 38%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 28-jun-24): 96.000 y 45,1%



### TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 11-jun-24): 34.000 y 11,3%
- 2 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 16-jun-24): 34.000 y 13%
- 3 TPA DEPORTES 2 (TPA, 02-jun-24): 33.000 y 11,7%



### IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 04-jun-24): 41.000 y 18,5%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 04-jun-24): 40.000 y 18,4%
- 3 EL TEMPS 1 (IB3, 12-jun-24): 39.000 y 18,6%



### TVCAN (Canarias)

- 1 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 30-jun-24): 73.000 y 12,4%
- 2 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 02-jun-24): 66.000 y 10,6%
- 3 GENTE MARAVILLOSA (TVCAN, 17-jun-24): 64.000 y 13,3%



### CMM (Castilla La Mancha)

- 1 EN COMPAÑIA (CMM, 03-jun-24): 69.000 y 15,5%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 12-jun-24): 61.000 y 14,4%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 07-jun-24): 61.000 y 12%



### TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 10-jun-24): 497.000 y 24,7%
- 2 TELENOTICIES MIGDIA (TV3, 12-jun-24): 467.000 y 32,8%
- 3 TELENOTICIES MIGDIA (TV3, 10-jun-24): 465.000 y 30,8%



### TVG (Galicia)

- 1 DEPORTES (TVG, 13-jun-24): 110.000 y 19,9%
- 2 GALICIA NOTICIAS (TVG, 10-jun-24): 100.000 y 24,2%
- 3 TELEXORNAL 1 (TVG, 19-jun-24): 96.000 y 15,5%



### TELEMADRID (Madrid)

- 1 TOROS:FERIA DE SAN ISIDRO / DESDE LAS VENTAS (TELEMADRID, 08-jun-24): 162.000 y 17,1%
- 2 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 07-jun-24): 150.000 y 11,2%
- 3 TOROS:FERIA DE SAN ISIDRO / DESDE LAS VENTAS (TELEMADRID, 07-jun-24): 146.000 y 14%



### LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 05-jun-24): 40.000 y 15%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 11-jun-24): 40.000 y 15,2%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 21-jun-24): 37.000 y 14,2%



### ETB2 (País Vasco)

- 1 TELÉBERRI 2 (ETB2, 03-jun-24): 130.000 y 23,9%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 02-jun-24): 128.000 y 20,9%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 10-jun-24): 110.000 y 19,2%



### A PUNT (Valencia)

- 1 L'ORATGE 1 (A PUNT, 12-jun-24): 102.000 y 8,1%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 23-jun-24): 100.000 y 10,9%
- 3 NTC MIGDIA (A PUNT, 24-jun-24): 97.000 y 9,8%



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

## CADENAS TEMÁTICAS PAGO



### CINE

- 1 CINE / INDIANA JONES Y LA ULTIMA CRUZADA (STAR CHANNEL, 09-jun-24): 80.000 y 0,7%
- 2 CINE / ASALTO AL PODER(WHITE HOUSE DOWN) (WARNER TV, 10-jun-24): 77.000 y 0,7%
- 3 CINE / INDIANA JONES Y EL REINO DE LA CALAVERA DE CRISTAL (STAR CHANNEL, 09-jun-24): 73.000 y 0,6%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 PAREJA A LA PUJA / DESASTRE EN LAS VEGAS (AMC BREAK, 09-jun-24): 37.000 y 0,3%
- 2 AVENTURA EN PELOTAS (DISCOVERY, 12-jun-24): 34.000 y 0,3%
- 3 AVENTURA EN PELOTAS (DISCOVERY, 10-jun-24): 33.000 y 0,3%



### SERIES

- 1 FBI (WARNER TV, 13-jun-24): 56.000 y 0,5%
- 2 9-1-1 (STAR CHANNEL, 17-jun-24): 51.000 y 0,4%
- 3 LOS MISTERIOS DE HAILEY DEAN / CITA CON LA MUERTE (AXN, 19-jun-24): 50.000 y 0,4%



### INFORMACIÓN

- 1 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / EL CASO ASUNTA(OPERACION NENUFAR) (AMC CRIME, 15-jun-24): 15.000 y 0,2%
- 2 LA VISTA ATRAS (ORIGINALES por M+, 05-jun-24): 9.000 y 0,1%
- 3 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.ASSEN (DAZN 1, 30-jun-24): 9.000 y 0,1%



### CULTURALES

- 1 ESPACIO M+ / DRAGONKEEPER:GUARDIANA DE DRAGONES (LALIGA TV por M+, 12-jun-24): 43.000 y 0,3%
- 2 LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMATICO (DOCUMENTALES por M+, 18-jun-24): 41.000 y 0,5%
- 3 LO INEXPLICABLE / SECRETOS DE CONSTRUCCIONES ANTIGUAS (CANAL HISTORIA, 14-jun-24): 38.000 y 0,3%



### DEPORTES

- 1 POST TENIS:ROLAND GARROS / A.ZVEREV-C.ALCARAZ (EUROSPORT, 09-jun-24): 942.000 y 9,4%
- 2 TENIS:ROLAND GARROS / A.ZVEREV-C.ALCARAZ (EUROSPORT, 09-jun-24): 879.000 y 8,7%
- 3 FORMULA 1/ G.P.CANADA (DAZN F1, 09-jun-24): 604.000 y 5,3%



### ANIMACIÓN

- 1 DORA (NICK JR, 13-jun-24): 57.000 y 0,9%
- 2 BABY SHARK'S BIG SHOW (NICK JR, 13-jun-24): 48.000 y 0,7%
- 3 LOS CASAGRANDES (NICKELODEON, 27-jun-24): 46.000 y 0,5%



# GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

**Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 26,2% de cuota.**

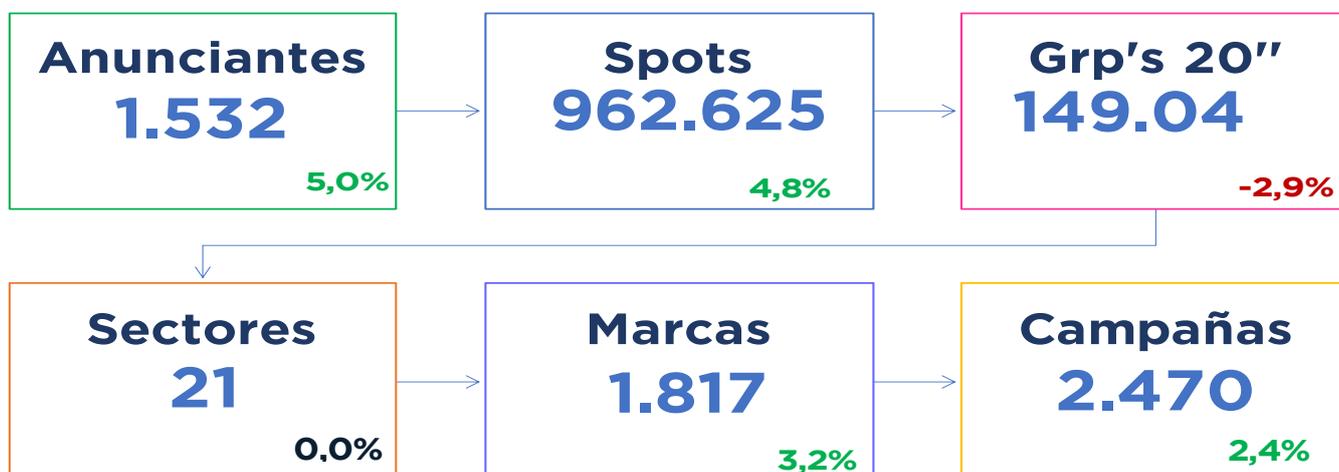
- ▶ Mediaset (24,4%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (17,9%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Squirrel Media (2,6%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,5%) con dos cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	26,2%	38,1 mill.	81,6%
	MEDIASET	24,4%	38,0 mill.	81,5%
	GRUPO RTVE	17,9%	38,7 mill.	82,9%
	FORTA	7,6%	27,0 mill.	57,9%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	22,1 mill.	47,5%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,5%	22,4 mill.	48,0%

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 **-2,9%** y el número de campañas activas sube un **2,4%**.



\*Diferencias jun-24 vs. jun-23

El spot más visto corresponde a la campaña "UEFA/FOOTBALL/PROGRAMA INCLUSION Y DIVERSIDAD" en La1, con 27 Grp's 20" ('UEFA EURO 2024 GERMANY', 30 junio).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** "LIDL/SUPERMERCADO" con 2.749 Grp's 20".
- **ANUNCIANTE:** "PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 7.337 Grp's 20".
- **MARCA:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 3.434 Grp's 20".
- **SECTOR:** "DISTRIBUCION Y RESTAURACION" con el 17% de la presión publicitaria.

# ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

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

	1	UEFA/FOOTBALL/PROGRAMA	27
	2	UEFA/GET TRAINED SAVE LIVI	24
	3	UEFA/FOOTBALL/PROGRAMA	19
	4	UE-UEFA/#EUGREENDEAL/CA	17
	5	GENERALI/SEGUROS	17

Total

963  
Mil.

## Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')

	1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	7.337
	2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	3.440
	3	DANONE,S.A.	2.993
	4	PUBLICIDAD COMPARTIDA	2.847
	5	LIDL AUTOSERVICIO DESCUEN	2.818

Total

1.532

## Top 5 Campañas (Grp's 20'')

	1	LIDL/SUPERMERCADO	2.749
	2	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.909
	3	MOVISTAR PROSEGUR/ALARM	1.755
	4	ALDI/SUPERMERCADO	1.324
	5	OCCIDENT/GRUPO ASEGURAD	1.116

Total

2.470

## Top 5 Marcas (Grp's 20'')

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	3.434
	2	LIDL	2.818
	3	DANONE	2.508
	4	SECURITAS DIRECT	2.005
	5	MOVISTAR PROSEGUR	1.755

Total

1.817

## Top 5 Sectores (%Grp's 20'')

	1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	17%
	2	ALIMENTACION	15%
	3	BELLEZA E HIGIENE	12%
	4	FINANZAS Y SEGUROS	6%
	5	AUTOMOCION	6%

Total

21

# FICHA TÉCNICA

- **Fuente de los datos: Kantar.**
- El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable “invitados” que comenzó a medir Kantar en 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: junio-2024

# CONTÁCTENOS

## BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ [blvcom@barloventocomunicacion.es](mailto:blvcom@barloventocomunicacion.es)

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS