

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

noviembre 2022



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

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

Visión Global

CONSUMO TELEVISIÓN



Ranking regiones por tiempo diario de consumo TV



nov-22

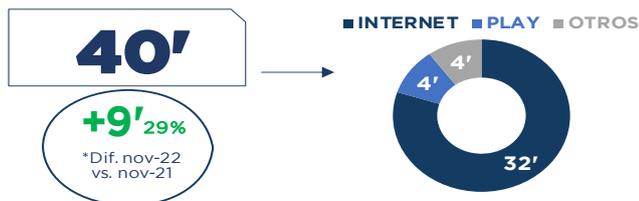
Cadena líder

A3
14,3%

RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	Dif. nov-22 vs. nov-21	Espectadores Únicos
A3	14,3%	-0,1	35,3 mill.
T5	11,5%	-2,5	33,1 mill.
La1	10,2%	+0,8	36,8 mill.
AUT	8,6%	+0,3	29,3 mill.
LA SEXTA	5,8%	-0,5	32,2 mill.
CUATRO	5,0%	-0,2	33,4 mill.
La2	2,8%	0,0	28,2 mill.
ENERGY	2,7%	+0,4	16,0 mill.
FDF	2,4%	-0,1	20,5 mill.
NOVA	2,1%	-0,3	12,9 mill.
TRECE	2,1%	+0,1	15,7 mill.
DIVINITY	2,0%	+0,1	15,2 mill.
NEOX	1,8%	0,0	20,2 mill.
ATRESERIES	1,7%	+0,1	13,5 mill.
DMAX	1,5%	-0,1	18,1 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,4	17,7 mill.
MEGA	1,2%	-0,3	17,3 mill.
DKISS	1,1%	0,0	12,7 mill.
GOL PLAY	1,1%	0,0	16,2 mill.
BOING	1,0%	0,0	13,3 mill.
24H	1,0%	0,0	17,5 mill.
CLAN	0,9%	-0,1	14,0 mill.
BEMADtv	0,9%	+0,3	14,0 mill.
TEN	0,8%	+0,2	9,4 mill.
DISNEY CHANNEL	0,8%	+0,2	11,7 mill.
TELEDEPORTE	0,5%	+0,1	14,2 mill.
REAL MADRID HD	0,5%	+0,1	10,3 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	7,2 mill.
AUT PRIV	0,4%	+0,1	7,5 mill.
VERDI CLASSICS	0,1%	-	1,4 mill.

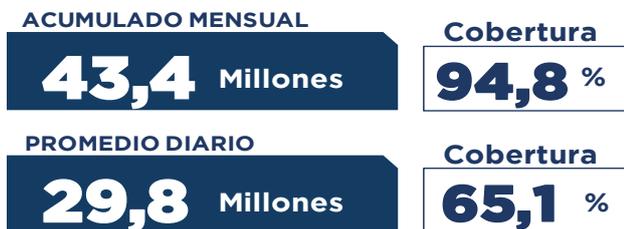
OTROS USOS TELEVISOR



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



ESPECTADORES ÚNICOS



Temáticas Pago -> 10,5% (+1,7)

*Dif. nov-22 vs. nov-21

EMISIÓN MÁS VISTA

La1
QATAR 22:FUTBOL / ESPAÑA-ALEMANIA:PREVIA
11,2 millones y 60,7%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

13,2 millones
QATAR 22:FUTBOL:
La1, 27-nov, 21:53h



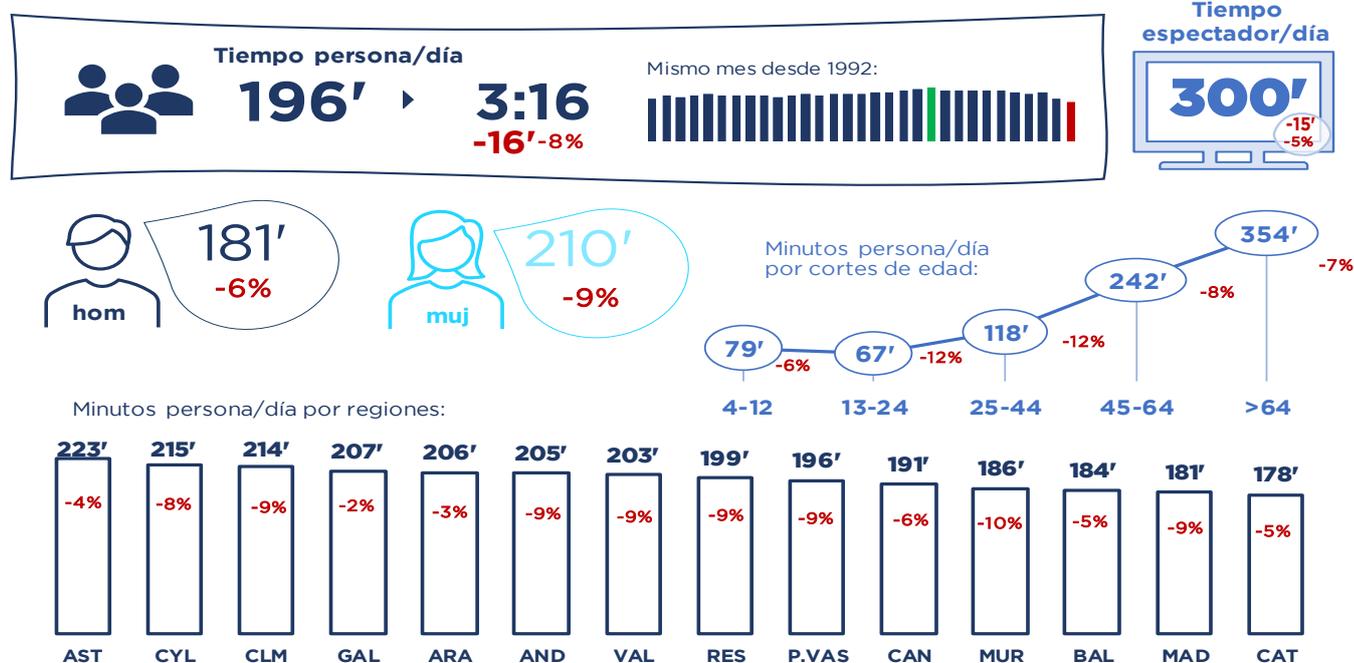
CONSUMO TV

Mes de noviembre de menor consumo de la historia con 196 minutos de promedio diario por persona.

Cada persona (sobre el universo de población de 45,7 millones) ha dedicado un promedio de **3 horas y 16 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone un **descenso de -16' minutos (-8%)** con respecto al mes de noviembre 2021.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión son las mujeres (210') y los mayores de 64 años (354') y, por regiones, Asturias (223'), Castilla León (215') y Castilla La Mancha (214').

Asimismo, el **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de 300 minutos (-15' minutos que el mismo mes del año pasado).



*Diferencias nov-22 vs. nov-21

OTROS USOS TELEVISOR

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de 40 minutos por persona al día, 9 minutos más que en noviembre 2021.

40 MINUTOS PERSONA/DÍA **+9'** 29% **30,8** MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES **11,6** MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias nov-22 vs. nov-21



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



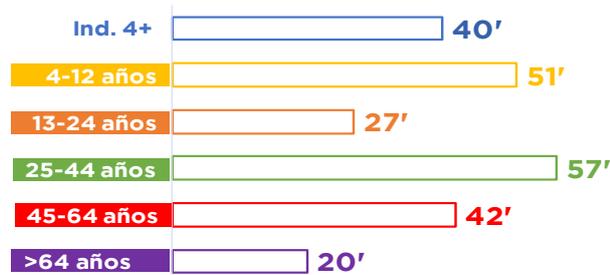
Reproducción de contenidos grabados (y no emitidos los 7 días previos).



Videjuego y Radio TDT.

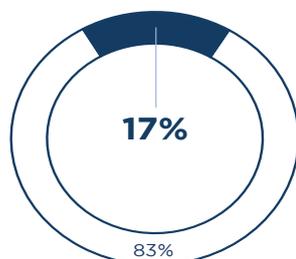
Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Usos del Televisor” son **los individuos de 25 a 44 años (57')** y los **niños de 4 a 12 años (51')**.

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



Tiempo total uso televisor

- Ver la televisión convencional
- Otros usos televisor



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

La **audiencia exclusiva de “Otros Usos”**, es decir, el número de personas que usa **diariamente** el televisor para otra actividad diferente a ver la televisión lineal tradicional es de **2.206.00** espectadores.

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

3:56 **-6'** **-2%**

*Dif. nov-22 vs. nov-21



RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena 3 (14,3%) líder durante 13 meses consecutivos.

Los espectadores únicos de las cadenas en Abierto son 43,1 millones, el 94% de cobertura.

- ▶ Telecinco (11,5%) ocupa la segunda posición en el ránking de cadenas con el mes de noviembre más bajo de su historia.
- ▶ La1 (10,2%) es la tercera cadena más vista con el mejor noviembre de los últimos 5 años. La aportación de los partidos del Mundial* es de 1,7 puntos, el 16,4% del resultado total de la cadena en el mes.
- ▶ En cuarta posición del ránking se sitúa AUT (8,6%), seguida de LA SEXTA (5,8%), CUATRO (5%), La2 (2,8%), ENERGY (2,7%), FDF (2,4%) y NOVA (2,1%), entre las diez primeras.
- ▶ Energy, Atreseries, Real Madrid, BeMad y Ten firman el mejor mes de noviembre de su historia.
- ▶ laSexta registra su peor noviembre de los últimos diez años. Cuatro de los últimos diecisiete años.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,5%)** firman el mejor mes de noviembre de su historia y se analizan en un epígrafe independiente.

** Previo + partido + post*



RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. nov-22 vs. nov-21	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	14,3%	-0,1	35,3 mill.	77,2%
2	T5	11,5%	-2,5	33,1 mill.	72,4%
3	La1	10,2%	+0,8	★ 36,8 mill.	80,5%
4	AUT	8,6%	+0,3	29,3 mill.	63,9%
5	LA SEXTA	5,8%	-0,5	32,2 mill.	70,3%
6	CUATRO	5,0%	-0,2	33,4 mill.	73,0%
7	La2	2,8%	0,0	28,2 mill.	61,6%
8	ENERGY	2,7%	+0,4	16,0 mill.	34,9%
9	FDF	2,4%	-0,1	20,5 mill.	44,8%
10	NOVA	2,1%	-0,3	12,9 mill.	28,1%
11	TRECE	2,1%	+0,1	15,7 mill.	34,2%
12	DIVINITY	2,0%	+0,1	15,2 mill.	33,3%
13	NEOX	1,8%	0,0	20,2 mill.	44,2%
14	ATRESERIES	1,7%	+0,1	13,5 mill.	29,5%
15	DMAX	1,5%	-0,1	18,1 mill.	39,7%
16	PARAMOUNT NETWORK	1,3%	-0,4	17,7 mill.	38,8%
17	MEGA	1,2%	-0,3	17,3 mill.	37,9%
18	DKISS	1,1%	0,0	12,7 mill.	27,7%
19	GOL PLAY	1,1%	0,0	16,2 mill.	35,5%
20	BOING	1,0%	0,0	13,3 mill.	29,1%
21	24H	1,0%	0,0	17,5 mill.	38,2%
22	CLAN	0,9%	-0,1	14,0 mill.	30,5%
23	BEMADtv	0,9%	+0,3	14,0 mill.	30,7%
24	TEN	0,8%	+0,2	9,4 mill.	20,5%
25	DISNEY CHANNEL	0,8%	+0,2	11,7 mill.	25,5%
26	TELEDEPORTE	0,5%	+0,1	14,2 mill.	31,0%
27	REAL MADRID HD	0,5%	+0,1	10,3 mill.	22,4%
28	BOM Cine	0,4%	0,0	7,2 mill.	15,7%
29	AUT PRIV	0,4%	+0,1	7,5 mill.	16,4%
30	VERDI CLASSICS	0,1%	-	1,4 mill.	3,1%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ Antena 3 lidera en hombres y mujeres, y en los mayores de 45 años.
- ▶ Telecinco lidera en adultos de 25 a 44 años.
- ▶ La1 cadena más vista en jóvenes de 13 a 24 años.
 - ▶ Boing en niños de 4 a 12 años.

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

Por franjas horarias, Antena 3 lidera la sobremesa, la tarde y el “prime-time”, mientras que Telecinco es líder en la mañana y “late-night” y Energy en la madrugada.

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

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS

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

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
A3	A3	A3	A3	A3	A3	T5

CADENA LÍDER DÍA A DÍA

A3	▶	25	DÍAS	La1	▶	3	DÍAS
T5	▶	1	DÍAS				



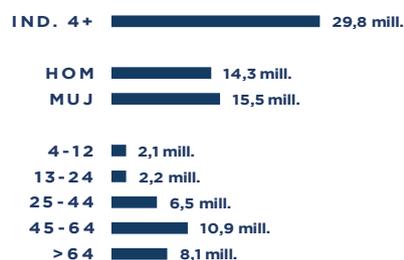
ESPECTADORES ÚNICOS

29,8 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 65% de la población.

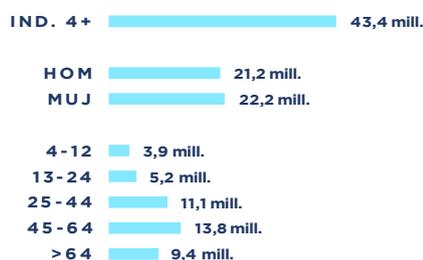
Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de **43,4 millones, que representa el 95%** de la población, que sí contacta con el medio televisivo en noviembre 2022.

Por el contrario, hay 2,4 millones de “telefóbicos”, el 5% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

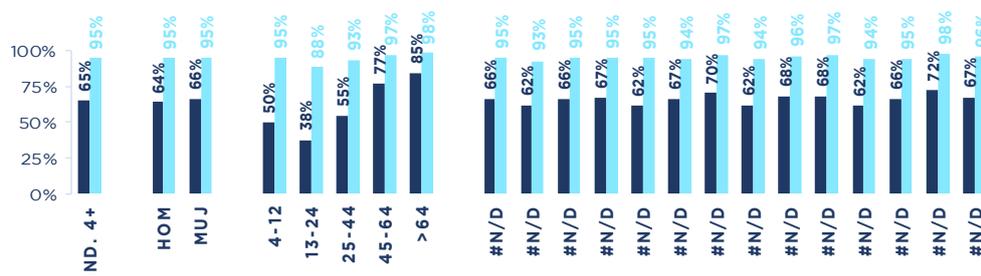
ESPECTADORES ÚNICOS (millones)
DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones)
EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN
DIARIOS / EN EL MES



INFORMATIVOS

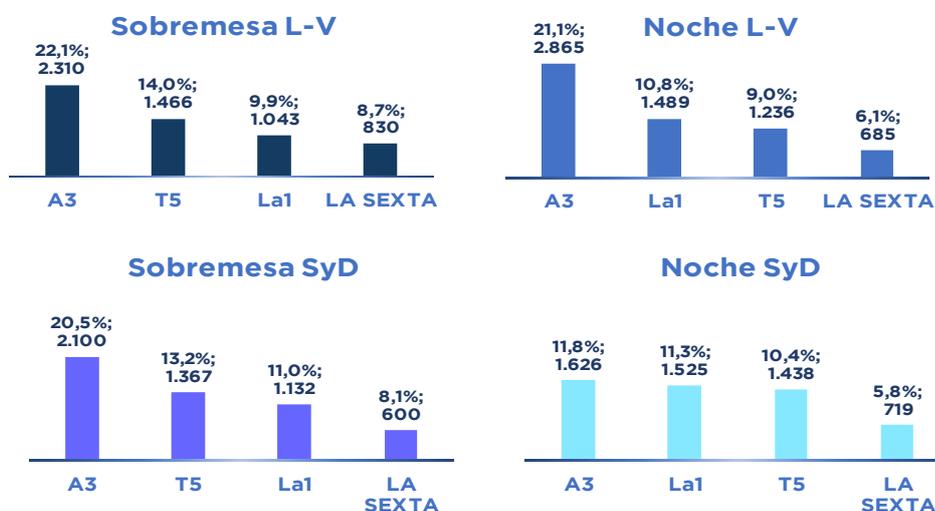
DIARIOS

Los informativos de Antena3 (2.364.000 de audiencia media y 19,8% de cuota) son los más vistos desde hace 35 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de Telecinco (1.370.000 de audiencia media y 11,4% de cuota) son la segunda opción más vista y los de La1 (1.272.000 de audiencia media y 10,6% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	2.364	19,8%	26,3 Mill.	57%
	T5	60	1.370	11,4%	20,7 Mill.	45%
	La1	57	1.272	10,6%	25,4 Mill.	56%
	LA SEXTA	60	723	7,0%	18,2 Mill.	40%
Lunes a Viernes	A3	44	2.563	21,5%	23,4 Mill.	51%
	T5	44	1.357	11,3%	17,9 Mill.	39%
	La1	42	1.267	10,4%	22,0 Mill.	48%
	LA SEXTA	44	752	7,2%	14,9 Mill.	33%
Sábado y Domingo	A3	16	1.860	15,4%	16,8 Mill.	37%
	T5	16	1.405	11,5%	12,9 Mill.	28%
	La1	15	1.287	11,1%	16,9 Mill.	37%
	LA SEXTA	16	656	6,7%	11,1 Mill.	24%

RESULTADOS POR EDICIONES CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)

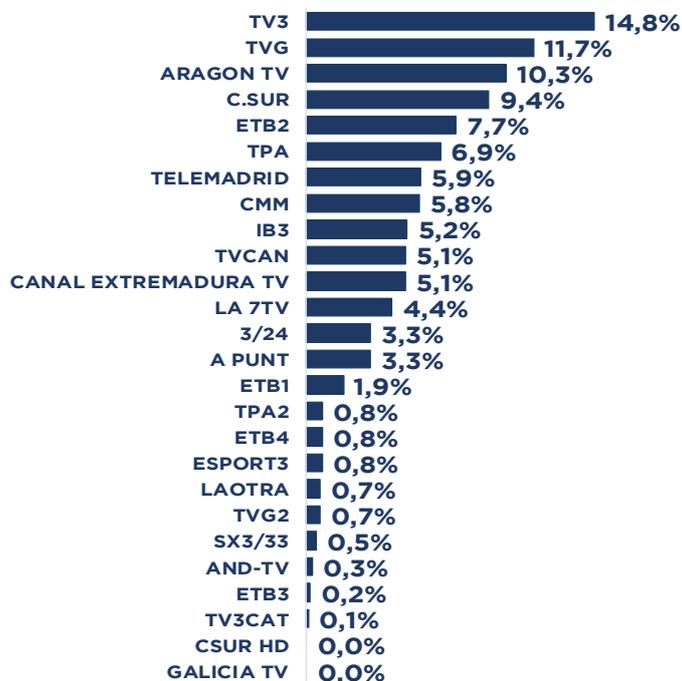


CADENAS AUTONÓMICAS

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,7% de cuota de pantalla, su mejor noviembre de los últimos diez años. El número de espectadores únicos acumulados es de 29,2 millones, el 63,9% de cobertura.

La cadena autonómica con mayor cuota es TV3 (14,8%), TVG (11,7%), ARAGON TV (10,3%), C.SUR (9,4%), ETB2 (7,7%), TPA (6,9%), TELEMADRID (5,9%), CMM (5,8%), IB3 (5,2%) y TVCAN (5,1%), entre las 10 primeras.

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

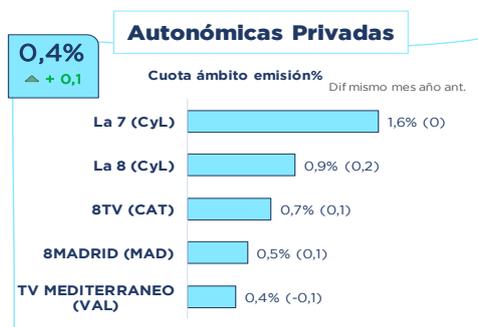


★C.SUR (Andalucía): Mejor mes de noviembre desde 2016.

★TV3 (Cataluña): Mejor mes de noviembre desde 2020.

★TVG (Galicia): Mejor mes de noviembre desde 2011.

★ Telemadrid (Madrid): Mejor mes de noviembre desde 2011.



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

C.SUR 9,4% → 5,7 Mill. 69,1%
AND-TV 0,3% → 2,5 Mill. 30,5%



Aragón

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

ARA TV 10,3% → 1,0 Mill. 76,3%



Asturias

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

TPA 6,9% → 0,6 Mill. 62,3%
TPA2 0,8% → 0,4 Mill. 38,3%



Baleares

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

IB3 5,2% → 0,6 Mill. 52,5%



Canarias

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

TVCAN 5,1% → 1,4 Mill. 62,6%



Castilla La Mancha

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

CMM 5,8% → 1,3 Mill. 63,8%



Cataluña

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

TV3 14,8% → 4,3 Mill. 58,4%
SX3/33 0,5% → 2,0 Mill. 26,4%
3/24 1,3% → 2,8 Mill. 37,0%
ESPORT3 0,8% → 1,8 Mill. 23,8%
TV3CAT 0,1% → 0,3 Mill. 3,8%



Extremadura

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

C. EXT 5,1% → 0,7 Mill. 67,3%



Galicia

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

TVG 11,7% → 1,8 Mill. 70,0%
TVG2 0,7% → 1,1 Mill. 41,6%
GAL. TV 0,0% → 0,1 Mill. 2,0%



Madrid

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

TELEMADRID 5,9% → 3,9 Mill. 59,1%
LAOTRA 0,7% → 2,4 Mill. 37,0%



Murcia

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

LA 7TV 4,4% → 0,9 Mill. 59,4%



Valencia

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

A PUNT 3,3% → 0,0 Mill. 0,0%



País Vasco

cuota ESPEC. ÚNICOS Cob%

ETB1 1,9% → 1,0 Mill. 49,0%
ETB2 7,7% → 1,5 Mill. 69,1%
ETB3 0,2% → 0,4 Mill. 16,9%
ETB4 0,8% → 0,7 Mill. 31,4%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	24,7%	→	3.376	45,4%
▶ ARAGON TV	21,6%	→	727	56,5%
▶ ETB2	16,9%	→	1.001	47,2%
▶ TVG	14,4%	→	1.346	51,5%
▶ TPA	11,5%	→	392	39,9%
▶ IB3	11,0%	→	385	32,3%
▶ C.SUR	10,8%	→	3.462	42,2%
▶ TELEMADRID	10,2%	→	2.186	33,2%
▶ TVCAN	9,4%	→	931	42,4%
▶ CMM	8,5%	→	734	37,3%
▶ A PUNT	5,6%	→	1.361	27,8%



A PUNT



ARAGON TV



C.SUR



CMM



ETB2



IB3



TELEMADRID



TPA



TV3



TVCAN



TVG



RÁNKING TEMÁTICAS PAGO

Las Temáticas de Pago (10,5%) logran el mejor mes de noviembre de su historia.

Los espectadores únicos ascienden a 21,3 millones, el 46,5% de cobertura poblacional.

El ránking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por GOL MUNDIAL (0,8%), FOX (0,3%), AXN (0,3%), TNT (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), LALIGATV por M+ (0,2%), CALLE 13 (0,2%), SOMOS (0,2%), DAZN LaLiga (0,2%) y COMEDY CENTRAL (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,5%	+1,7	21,3 mill.	46,5%
1	GOL MUNDIAL	0,8%	-	5,0 mill.	11,0%
2	FOX	0,3%	0,0	5,0 mill.	10,9%
3	AXN	0,3%	0,0	4,4 mill.	9,7%
4	TNT	0,2%	0,0	4,8 mill.	10,4%
5	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,8 mill.	10,5%
6	LALIGATV por M+	0,2%	-0,3	4,0 mill.	8,6%
7	CALLE 13	0,2%	0,0	3,5 mill.	7,7%
8	SOMOS	0,2%	+0,1	2,8 mill.	6,0%
9	DAZN LaLiga	0,2%	-	3,7 mill.	8,1%
10	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,4%
11	CANAL HISTORIA	0,1%	0,0	2,7 mill.	5,8%
12	#0 por M+	0,1%	0,0	3,3 mill.	7,3%
13	AXN WHITE	0,1%	0,0	3,7 mill.	8,1%
14	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,1%	-0,1	3,0 mill.	6,6%
15	#VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,2 mill.	7,1%
16	AMC	0,1%	0,0	4,0 mill.	8,8%
17	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	3,0 mill.	6,6%
18	NGC WILD	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,8%
19	SYFY	0,1%	0,0	3,2 mill.	7,1%
20	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,7 mill.	5,8%
21	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,3%
22	AMC CRIME	0,1%	0,0	1,6 mill.	3,5%
23	TCM	0,1%	0,0	4,0 mill.	8,6%
24	DAZN F1	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,9%
25	AMC BREAK	0,1%	+0,1	2,0 mill.	4,4%



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	AMC NETWORKS INTERNATIONAL IBERIA	1,3%	9,8 Mill.	21,4%
②	MOVISTAR	1,0%	9,2 Mill.	20,1%
③	MEDIAPRO	0,8%	5,1 Mill.	11,2%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,6%	7,0 Mill.	15,3%
⑤	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,4%	5,4 Mill.	11,9%
⑥	DAZN	0,4%	5,3 Mill.	11,5%
⑦	TURNER	0,3%	6,1 Mill.	13,3%
⑧	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	5,1 Mill.	11,1%
⑨	VIACOM	0,3%	5,9 Mill.	13,0%

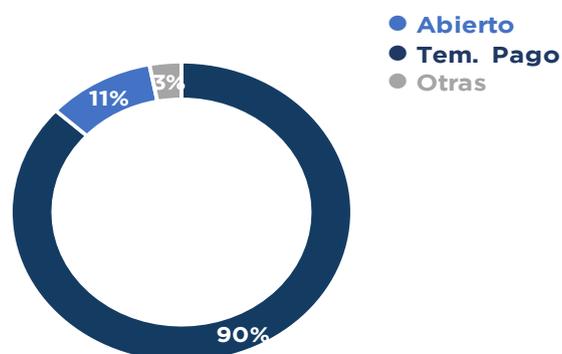
*Dentro de cada grupo sólo se incluye la aportación de las cadenas de pago.

El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,6%** del total. De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **39,8%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **66,6%** a cadenas en abierto.

Peso del consumo de las cadenas exclusivas de pago sobre el total TV Pago



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a
QATAR 22:FUTBOL / ESPAÑA-ALEMANIA:PREVIA (La1):
11.218.000 y 60,7%

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	QATAR 22:FUTBOL / ESPAÑA-ALEMANIA:PREVIA	La1	27-nov-22	60,7%	11.218	16,6 mill.
2	QATAR 22:POST / ESPAÑA-ALEMANIA:PREVIA	La1	27-nov-22	38,9%	6.992	14,3 mill.
3	QATAR 22:FUTBOL / ESPAÑA-COSTA RICA:PREVIA	La1	23-nov-22	47,9%	5.863	10,1 mill.
4	QATAR 22:POST / ESPAÑA-COSTA RICA:PREVIA	La1	23-nov-22	36,9%	4.378	8,1 mill.
5	QATAR 22:PREVIO / ESPAÑA-ALEMANIA:PREVIA	La1	27-nov-22	25,5%	3.303	9,0 mill.
6	QATAR 22:FUTBOL / POLONIA-ARGENTINA:PREVIA	La1	30-nov-22	24,0%	3.292	7,7 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	14-nov-22	23,0%	3.270	5,2 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	16-nov-22	24,0%	3.269	5,0 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	15-nov-22	23,6%	3.216	5,0 mill.
10	PASAPALABRA	A3	14-nov-22	25,7%	3.149	5,9 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	21-nov-22	21,7%	3.119	4,9 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	23-nov-22	22,3%	3.101	4,9 mill.
13	QATAR 22:FUTBOL / QATAR-ECUADOR:PREVIA	La1	20-nov-22	25,5%	3.099	7,2 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	22-nov-22	22,1%	3.068	4,8 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	17-nov-22	23,0%	3.050	4,5 mill.
16	PASAPALABRA	A3	17-nov-22	26,2%	3.035	5,6 mill.
17	PASAPALABRA	A3	09-nov-22	26,0%	2.991	5,4 mill.
18	PASAPALABRA	A3	28-nov-22	24,8%	2.989	5,4 mill.
19	PASAPALABRA	A3	08-nov-22	24,7%	2.987	5,5 mill.
20	PASAPALABRA	A3	16-nov-22	25,6%	2.986	5,6 mill.
21	PASAPALABRA	A3	21-nov-22	23,6%	2.985	5,6 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	07-nov-22	20,8%	2.967	4,8 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	08-nov-22	20,9%	2.949	4,7 mill.
24	PASAPALABRA	A3	07-nov-22	24,6%	2.944	5,5 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	09-nov-22	21,6%	2.927	4,6 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / DESPIERTA LA FURIA (La1, 20-nov-22): 2.322.000 y 17,5%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / PROYECTO RAMPAGE (La1, 27-nov-22): 2.121.000 y 16,2%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / EL JUSTICIERO(DEATH WISH) (La1, 06-nov-22): 2.002.000 y 14,8%



ENTRETENIMIENTO

- 1 PASAPALABRA (A3, 14-nov-22): 3.149.000 y 25,7%
- 2 PASAPALABRA (A3, 17-nov-22): 3.035.000 y 26,2%
- 3 PASAPALABRA (A3, 09-nov-22): 2.991.000 y 26%



SERIES

- 1 SECRETOS DE FAMILIA (A3, 13-nov-22): 1.575.000 y 15%
- 2 HERMANOS (A3, 22-nov-22): 1.568.000 y 16,5%
- 3 SECRETOS DE FAMILIA (A3, 20-nov-22): 1.526.000 y 13,9%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 14-nov-22): 3.270.000 y 23%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 16-nov-22): 3.269.000 y 24%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 15-nov-22): 3.216.000 y 23,6%



CULTURALES

- 1 CINE DE BARRIO PRESENTACION / BUSQUEME A ESA CHICA (La1, 26-nov-22): 1.174.000 y 11,1%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / BATIDO DE MANGO Y PLATANO (A3, 21-nov-22): 1.070.000 y 18,9%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / COLIFLOR ASADA CON CURCUMA (A3, 15-nov-22): 1.059.000 y 19,6%



DEPORTES

- 1 QATAR 22:FUTBOL / ESPAÑA-ALEMANIA:PREVIA (La1, 27-nov-22): 11.218.000 y 60,7%
- 2 QATAR 22:POST / ESPAÑA-ALEMANIA:PREVIA (La1, 27-nov-22): 6.992.000 y 38,9%
- 3 QATAR 22:FUTBOL / ESPAÑA-COSTA RICA:PREVIA (La1, 23-nov-22): 5.863.000 y 47,9%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 08-nov-22): 313.000 y 3%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 24-nov-22): 310.000 y 3%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 20-nov-22): 303.000 y 3%



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / HARRY POTTER Y LAS RELIQUIAS DE LA MUERTE.PARTE 2 (CANAL HOLLYWOOD, 13-nov-22): 110.000 y 0,9%
- 2 CINE / ANIMALES FANTASTICOS Y DONDE ENCONTRARLOS (TNT, 20-nov-22): 105.000 y 0,8%
- 3 CINE / INDEPENDENCE DAY:CONTRAATAQUE (FOX, 20-nov-22): 98.000 y 0,7%



ENTRETENIMIENTO

- 1 AVENTURA EN PELOTAS XL (DISCOVERY, 08-nov-22): 60.000 y 0,4%
- 2 AVENTURA EN PELOTAS XL (DISCOVERY, 08-nov-22): 51.000 y 0,4%
- 3 MARTINEZ Y HERMANOS (#0 por M+, 17-nov-22): 48.000 y 0,4%



SERIES

- 1 NAVY:INVESTIGACION CRIMINAL / AMORES PERDIDOS (AXN, 24-nov-22): 86.000 y 0,6%
- 2 THE EQUALIZER (CALLE 13, 01-nov-22): 83.000 y 0,7%
- 3 FBI (TNT, 03-nov-22): 77.000 y 0,5%



INFORMACIÓN

- 1 QATAR 22:INAUGURACION (GOL MUNDIAL, 20-nov-22): 97.000 y 0,8%
- 2 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 16-nov-22): 32.000 y 0,3%
- 3 NOTICIAS #VAMOS (#VAMOS por M+, 07-nov-22): 29.000 y 0,3%



CULTURALES

- 1 COMICOS NUESTROS / PACO MARTINEZ SORIA (SOMOS, 19-nov-22): 46.000 y 0,4%
- 2 TUTANKAMON:LA HISTORIA NO CONTADA (#0 por M+, 06-nov-22): 45.000 y 0,3%
- 3 EN-PAPEL-ARTE (DECASA, 18-nov-22): 45.000 y 0,5%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-ALMERIA (DAZN LaLiga, 05-nov-22): 1.012.000 y 8,1%
- 2 QATAR 22:FUTBOL / ARGENTINA-MEXICO:PREVIA (GOL MUNDIAL, 26-nov-22): 964.000 y 8,3%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / RAYO VALLECANO-R.MADRID (LALIGATV por M+, 07-nov-22): 954.000 y 6,5%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 25-nov-22): 82.000 y 0,9%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 25-nov-22): 71.000 y 0,7%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 25-nov-22): 65.000 y 0,7%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS



C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 23-nov-22): 395.000 y 14%
- 2 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 21-nov-22): 386.000 y 12,8%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 08-nov-22): 380.000 y 13,2%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 14-nov-22): 105.000 y 41,3%
- 2 PENALTIS FUTBOL:C.REY / JUVENTUD TORREMOLINOS-HUESCA (ARAGON TV, 13-nov-22): 101.000 y 32,9%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 13-nov-22): 95.000 y 25,9%



TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 16-nov-22): 48.000 y 14,5%
- 2 TPA DEPORTES 2 (TPA, 05-nov-22): 46.000 y 17,7%
- 3 CINE / EL ULTIMO SOL (TPA, 15-nov-22): 46.000 y 20,2%



IB3 (Balears)

- 1 IB3 ESPORTS 2 (IB3, 20-nov-22): 59.000 y 15,7%
- 2 IB3 NOTICIES CAP DE SETMANA 2 (IB3, 20-nov-22): 55.000 y 14,5%
- 3 IB3 NOTICIES MIGDIA (IB3, 02-nov-22): 50.000 y 20,9%



TVCAN (Canarias)

- 1 TELENOTICIAS FIN SE 2 (TVCAN, 13-nov-22): 82.000 y 11,8%
- 2 DEPORTES TN2 (TVCAN, 01-nov-22): 78.000 y 12,3%
- 3 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 27-nov-22): 72.000 y 9,9%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 CINÉ ESPAÑOL / ES PELIGROSO CASARSE A LOS 60 (CMM, 13-nov-22): 72.000 y 10,4%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 17-nov-22): 61.000 y 12,2%
- 3 EL CAMPO (CMM, 04-nov-22): 57.000 y 10,6%



TV3 (Cataluña)

- 1 CRIMS / GIRONA MADRID(2 PART) (TV3, 21-nov-22): 677.000 y 30%
- 2 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 07-nov-22): 675.000 y 31%
- 3 CRIMS / GIRONA MADRID (TV3, 14-nov-22): 642.000 y 28,8%



TVG (Galicia)

- 1 O TEMPO (TVG, 03-nov-22): 177.000 y 20%
- 2 ATRAPAME SE PODES (TVG, 01-nov-22): 168.000 y 17,3%
- 3 TELEXORNAL 1 (TVG, 03-nov-22): 163.000 y 24,2%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 01-nov-22): 206.000 y 19,2%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 07-nov-22): 193.000 y 20,5%
- 3 +TN (TELEMADRID, 01-nov-22): 187.000 y 15,7%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 18-nov-22): 36.000 y 12,4%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 14-nov-22): 35.000 y 13,3%
- 3 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 21-nov-22): 35.000 y 10,7%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 10-nov-22): 127.000 y 20,3%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 07-nov-22): 123.000 y 16,9%
- 3 TELEBERRI 1 (ETB2, 12-nov-22): 120.000 y 24,9%



A PUNT (Valencia)

- 1 L'ORATGE 1 (A PUNT, 11-nov-22): 167.000 y 13,5%
- 2 ZOOM / 2ON:QUE QUEDA DEL FRANQUISME? (A PUNT, 21-nov-22): 140.000 y 8,4%
- 3 ZOOM / LA RUTA DEL BAKALAO (A PUNT, 14-nov-22): 138.000 y 8,8%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia, con seis cadenas en emisión, ocupa la primera posición en el ranking de grupos editoriales con el 27,0% de cuota.

- ▶ Mediaset (25,4%), con siete cadenas en emisión, es el segundo grupo del ranking.
- ▶ Grupo Rtve (15,4%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Unidad Editorial (2,5%) con dos cadenas y Grupo Squirrel Media (2,5%) con tres cadenas.

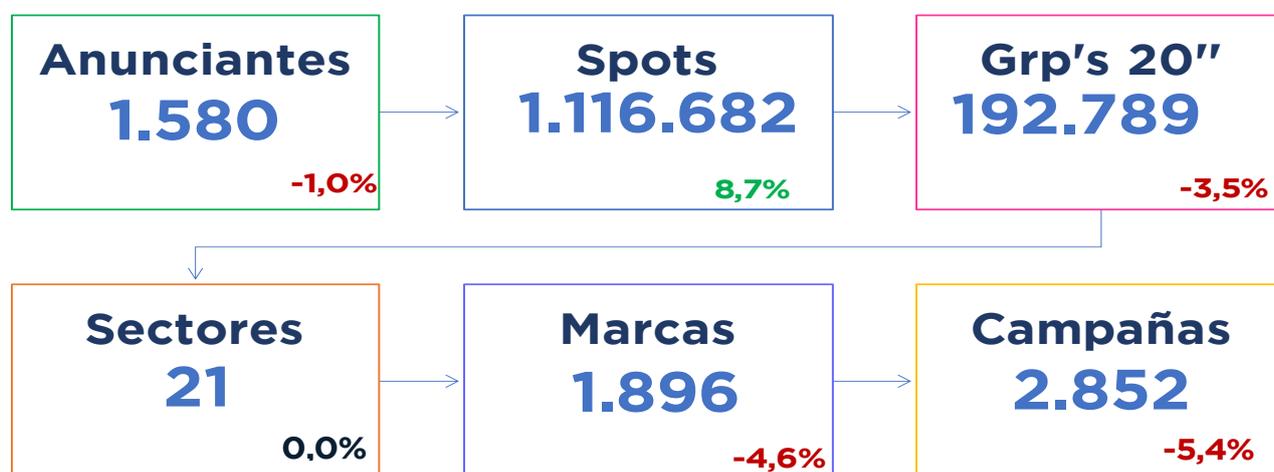
	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Dif cuota Y/Y	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	27,0%	-0,9	39,4 mill.	86,1%
	MEDIASET	25,4%	-2,2	39,6 mill.	86,6%
	GRUPO RTVE	15,4%	+0,8	39,4 mill.	86,1%
	FORTA	8,5%	+0,4	28,6 mill.	62,4%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,5%	-0,2	24,4 mill.	53,3%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,5%	-0,2	24,2 mill.	52,8%

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



ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -3,5% y el número de campañas activas en un -5,4%.



*Diferencias nov-22 vs. nov-21

El spot más visto corresponde a la campaña “DIVINA PASTORA/SEGUROS/PROGRAMAS TENER” en A3, con 30 Grp's 20” (‘ANTENA 3 NOTICIAS 2’, 16 noviembre).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

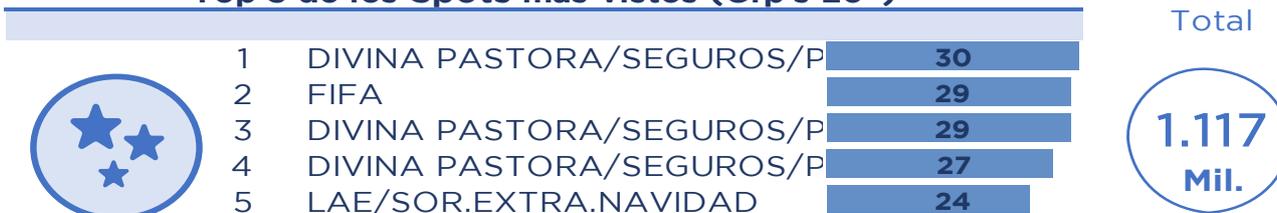
- **CAMPAÑA:** “CASA TARRADELLAS/PIZZ” con 2.135 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,s.A. con 5.403 Grp's 20”.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 3.273 Grp's 20”.
- **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 17% de la presión publicitaria.



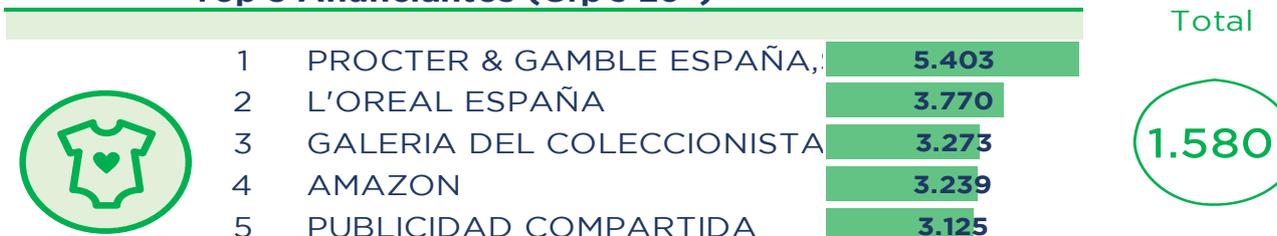
ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

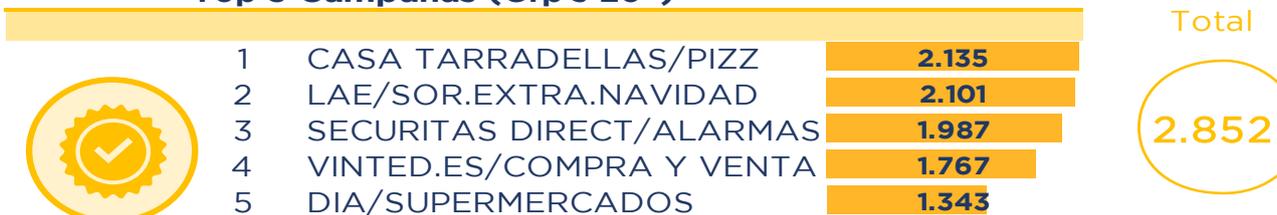
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')



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

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigua a @BLVCOM en RRSS