

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

noviembre 2023



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

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

Visión Global

ESPECTADORES ÚNICOS

ACUMULADO MENSUAL

43,2 Millones

Cobertura mes

93,5 %

PROMEDIO DIARIO

28,8 Millones

Cobertura día

62,3 %

nov-23



Cadena líder

A3

13,0%

RÁNKING CADENAS

CONSUMO TELEVISIÓN

302'
espectador/día

+2' 1%

*Dif. nov-23 vs. nov-22

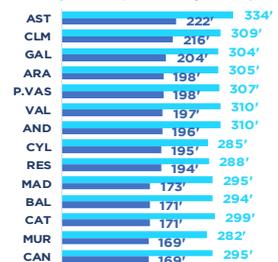
188'
persona/día

-8' -4%

*Dif. nov-23 vs. nov-22

Consumo TV por Regiones

■ Min espectador/día ■ Min persona/día



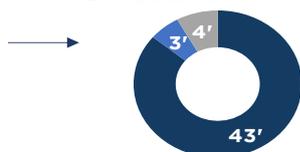
OTROS USOS TELEVISOR

49'
persona/día

+9' 23%

*Dif. nov-23 vs. nov-22

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



TIEMPO TOTAL USO TELEVISOR

(televisión tradicional+otros usos):

3h:57

persona/día

+1' 0%

*Dif. nov-23 vs. nov-22

5h:47

espectador/día

+10' 3%

Cadena	Cuota	*Dif. nov-23 vs. nov-22	Espectadores Únicos
A3	13,0%	-1,3	33,8 mill.
La1	10,0%	-0,2	34,0 mill. ★
T5	9,7%	-1,8	31,3 mill.
AUT	8,3%	-0,3	28,2 mill.
LA SEXTA	7,1%	+1,3	31,4 mill.
CUATRO	5,5%	+0,5	31,9 mill.
ENERGY	2,9%	+0,2	15,1 mill.
La2	2,7%	-0,1	27,1 mill.
FDI	2,7%	+0,3	19,6 mill.
NEOX	2,0%	+0,2	19,3 mill.
TRECE	2,0%	-0,1	15,0 mill.
DIVINITY	2,0%	0,0	14,1 mill.
ATRESERIES	1,9%	+0,2	13,4 mill.
NOVA	1,9%	-0,2	11,5 mill.
DMAX	1,6%	+0,1	17,4 mill.
MEGA	1,5%	+0,3	16,1 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	+0,2	16,6 mill.
24H	1,5%	+0,5	17,8 mill.
BEMADtv	1,5%	+0,6	16,1 mill.
DKISS	1,2%	+0,1	12,1 mill.
TEN	1,2%	+0,4	9,4 mill.
GOL PLAY	1,0%	-0,1	13,9 mill.
BOING	1,0%	0,0	12,9 mill.
CLAN	0,9%	0,0	12,8 mill.
DISNEY CHANNEL	0,8%	0,0	11,0 mill.
REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	10,1 mill.
TELEDEPORTE	0,5%	0,0	13,3 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	5,1 mill.
AUT PRIV	0,3%	-0,1	4,9 mill.
VERDI CLASSICS	0,0%	-0,1	0,0 mill.

Temáticas Pago -> 10% (-0,5)

*Dif. nov-23 vs. nov-22

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA

3,8 millones y 26%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

4,3 millones

FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA

La1, 19-nov, 22:17h



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

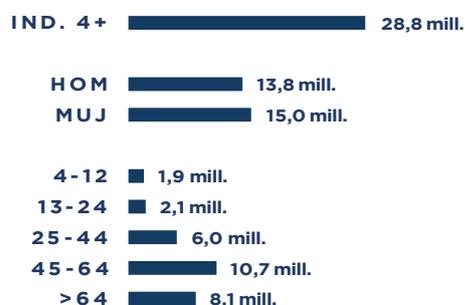
ESPECTADORES ÚNICOS

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes alcanzan la cifra de 43,2 millones, que representa el 93,5% de la población, que sí contacta con el medio televisivo en noviembre 2023.

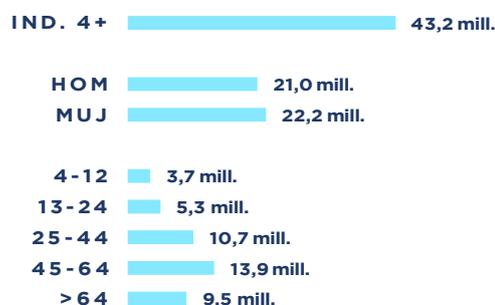
28,8 millones de españoles ven cada día la televisión al menos un minuto, es decir, el 62,3% de la población.

Por el contrario, hay 3,0 millones de “telefónicos”, el 6% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.

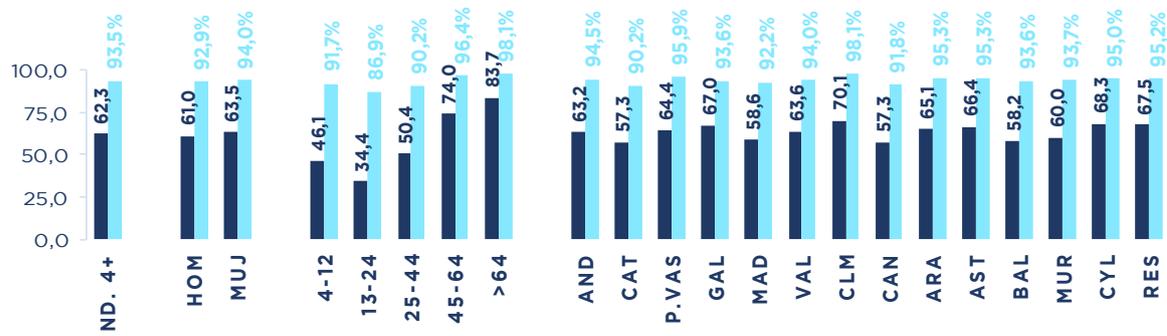
ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

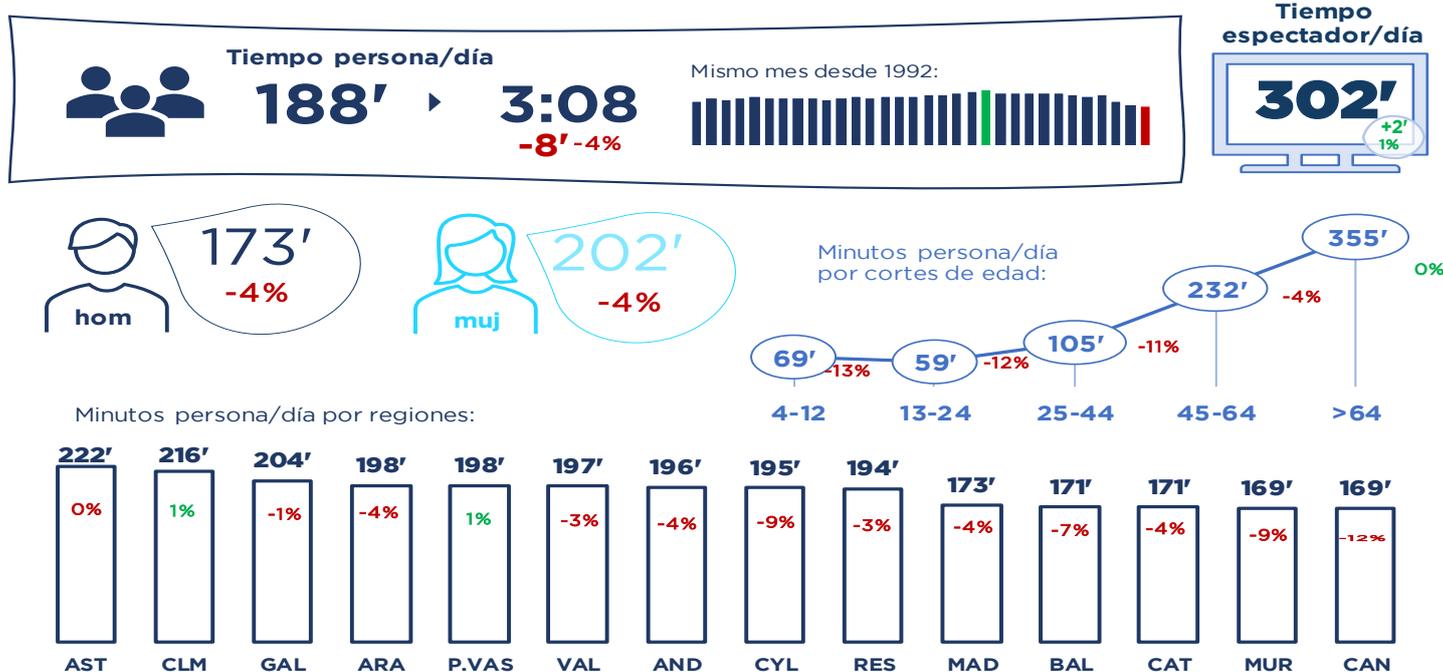


CONSUMO TV

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **302 minutos** (+2' que el mes de noviembre del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,2 millones) ha dedicado un promedio de **3 horas y 08 minutos** al día a ver la televisión tradicional este mes, lo que supone **-8' (-4%)** con respecto al mes de noviembre 2022.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (202') y los mayores de 64 años (355') y, por regiones, Asturias (222'), Castilla La Mancha (216') y Galicia (204').



*Diferencias nov-23 vs. nov-22

TOTAL USO TELEVISOR

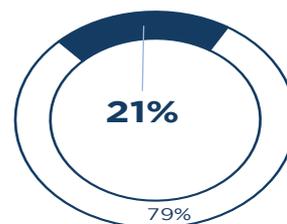
El tiempo total de uso del televisor (tradicional + otros usos) es de 3h:57m por persona al día y de 5h:47m por espectador al día

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. nov-23 vs. nov-22	
Total Individuos 4+	3:57	+1'	0%
Hombres	3:45	+3'	1%
Mujeres	4:09	0'	0%
4-12	2:04	-7'	-5%
13-24	1:34	0'	0%
25-44	2:52	-3'	-2%
45-64	4:47	+3'	1%
>64	6:20	+6'	2%
Andalucía	4:04	+2'	1%
Cataluña	3:48	+1'	0%
País Vasco	3:57	+11'	5%
Galicia	4:00	+11'	5%
Madrid	3:52	-1'	0%
C. Valenciana	4:08	-1'	0%
Castilla La Mancha	4:21	+10'	4%
Canarias	3:34	-14'	-6%
Aragón	4:12	+8'	3%
Asturias	4:18	+12'	5%
Baleares	3:39	-1'	0%
Murcia	3:45	-9'	-4%
Castilla León	3:49	-11'	-5%
Resto	4:03	+10'	4%

Tiempo total uso televisor

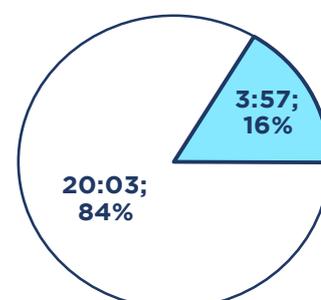
- Ver la televisión tradicional
- Otros usos televisor



En el mes de noviembre 2023 el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:57**, 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



OTROS USOS TELEVISOR

MÁXIMO MENSUAL

El promedio de los “Otros Usos del Televisor” es de **49 minutos por persona al día, +9' (23%) que en noviembre 2022.**

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

La audiencia exclusiva de “Otros Usos”, es decir, el número de personas que usa diariamente el televisor para otra actividad diferente a ver la televisión lineal tradicional es de 2.447.000 espectadores.



*Diferencias nov-23 vs. nov-22



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.

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

Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros Usos del Televisor” son **los individuos de 25 a 44 años (67')** y los **niños de 4 a 12 años (55')**.



RÁNKING CADENAS ABIERTO

**Antena 3 (13,0%) líder
durante 2 años y 1 mes consecutivos.**

**Los espectadores únicos del total de las cadenas
en abierto son 42,7 millones, el 92% de cobertura.**

- ▶ La1 (10,0%) repite como la segunda cadena más vista.
- ▶ En tercera posición se sitúa T5 (9,7%), con el noviembre de menor cuota de su historia.
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (8,3%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (7,1%), cadena que más crece y mejor noviembre de los últimos 4 años.
- ▶ Les siguen CUATRO (5,5%), ENERGY (2,9%), La2 (2,7%), FDF (2,7%) y NEOX (2%), entre las diez primeras.
- ▶ Máximo mensual de Ten.

El conjunto de las más de 73 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,0%)** se analizan en un epígrafe independiente.



RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. nov-23 vs. nov-22	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,0%	-1,3	33,8 mill.	73,2%
2	La1	10,0%	-0,2	★ 34,0 mill.	73,6%
3	T5	9,7%	-1,8	31,3 mill.	67,6%
4	AUT	8,3%	-0,3	28,2 mill.	60,9%
5	LA SEXTA	7,1%	+1,3	31,4 mill.	67,9%
6	CUATRO	5,5%	+0,5	31,9 mill.	69,0%
7	ENERGY	2,9%	+0,2	15,1 mill.	32,7%
8	La2	2,7%	-0,1	27,1 mill.	58,5%
9	FDF	2,7%	+0,3	19,6 mill.	42,4%
10	NEOX	2,0%	+0,2	19,3 mill.	41,8%
11	TRECE	2,0%	-0,1	15,0 mill.	32,5%
12	DIVINITY	2,0%	0,0	14,1 mill.	30,5%
13	ATRESERIES	1,9%	+0,2	13,4 mill.	29,1%
14	NOVA	1,9%	-0,2	11,5 mill.	25,0%
15	DMAX	1,6%	+0,1	17,4 mill.	37,7%
16	MEGA	1,5%	+0,3	16,1 mill.	34,8%
17	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	+0,2	16,6 mill.	36,0%
18	24H	1,5%	+0,5	17,8 mill.	38,5%
19	BEMADtv	1,5%	+0,6	16,1 mill.	34,9%
20	DKISS	1,2%	+0,1	12,1 mill.	26,1%
21	TEN	1,2%	+0,4	9,4 mill.	20,2%
22	GOL PLAY	1,0%	-0,1	13,9 mill.	30,0%
23	BOING	1,0%	0,0	12,9 mill.	27,9%
24	CLAN	0,9%	0,0	12,8 mill.	27,6%
25	DISNEY CHANNEL	0,8%	0,0	11,0 mill.	23,7%
26	REAL MADRID HD	0,6%	+0,1	10,1 mill.	21,8%
27	TELEDEPORTE	0,5%	0,0	13,3 mill.	28,9%
28	BOM Cine	0,4%	0,0	5,1 mill.	11,1%
29	AUT PRIV	0,3%	-0,1	4,9 mill.	10,5%
30	VERDI CLASSICS	0,0%	-0,1	0,0 mill.	0,0%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena 3 lidera en ambos sexos en jóvenes de 13 a 24 años y en mayores de 45 años**
- ▶ **Telecinco líder en adultos de 25 a 44 años.**
- ▶ **Boing líder en niños de 4 a 12 años.**

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

Por franjas horarias, Antena 3 lidera en la mañana, la sobremesa, la tarde y "prime-time", mientras que Telecinco es la opción más vista en el "late-night" y La1 en la madrugada.

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

PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
A3	T5	La1

CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

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

CADENA LÍDER DÍA A DÍA

A3	▶	27	DÍAS	La1	▶	2	DÍAS
T5	▶	1	DÍAS				



INFORMATIVOS

DIARIOS

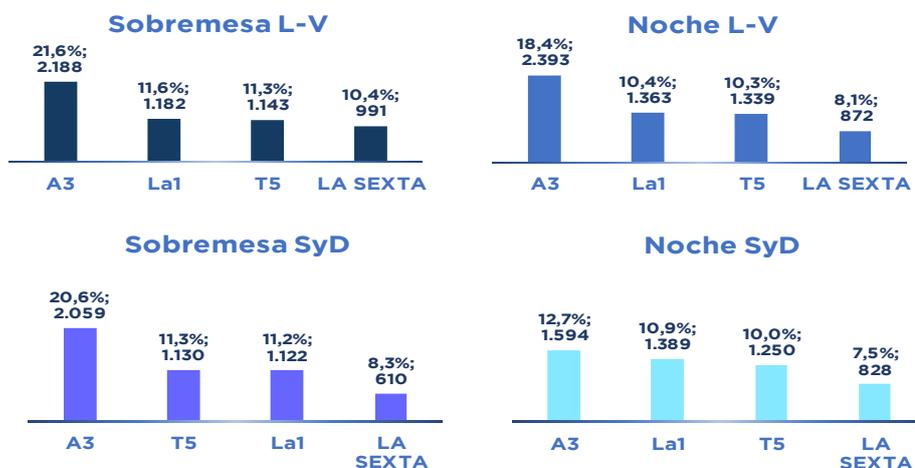
Los informativos de Antena 3 (2.154.000 de audiencia media y 18,8% de cuota) son los más vistos desde hace 47 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.265.000 de audiencia media y 10,9% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (1.229.000 de audiencia media y 10,7% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	2.154	18,8%	24,4 Mill.	53%
	La1	59	1.265	10,9%	24,1 Mill.	52%
	T5	61	1.229	10,7%	19,0 Mill.	41%
	LA SEXTA	60	858	8,7%	19,0 Mill.	41%
Lunes a Viernes	A3	44	2.291	19,8%	20,8 Mill.	45%
	La1	44	1.276	10,9%	20,8 Mill.	45%
	T5	45	1.244	10,7%	16,2 Mill.	35%
	LA SEXTA	44	922	9,0%	15,8 Mill.	34%
Sábado y Domingo	A3	16	1.827	16,2%	16,3 Mill.	35%
	La1	15	1.231	11,1%	15,9 Mill.	34%
	T5	16	1.190	10,6%	11,3 Mill.	24%
	LA SEXTA	16	712	7,8%	11,6 Mill.	25%

RESULTADOS POR EDICIONES

CUOTA% / AUDIENCIA MEDIA (000)



CADENAS AUTONÓMICAS

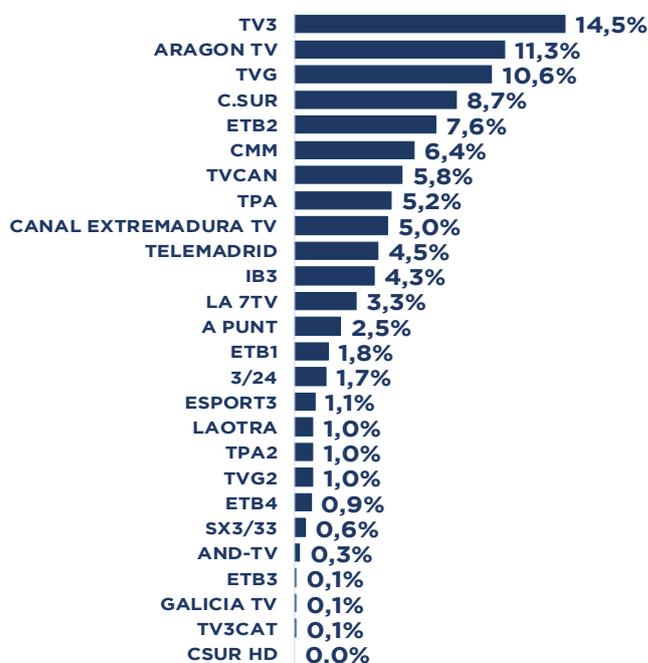
*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,3 % de cuota de pantalla.

El número de espectadores únicos acumulados es de 28,2 millones, el 60,9 % de cobertura.

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

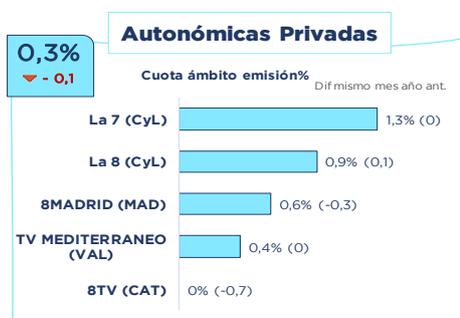
Cuota en su ámbito de emisión [+2r TOT]



★ Aragón TV (Aragón): Mejor mes de noviembre desde 2012.

★ CMM (Castilla La Mancha): Mejor mes de noviembre desde 2010.

★ TVCAN (Canarias): Mejor mes de noviembre desde 2021.



CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES



Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	8,7%	→ 5,2 Mill.	63,2%
AND-TV	0,3%	→ 2,4 Mill.	29,0%



Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	11,3%	→ 1,0 Mill.	75,2%



Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	5,2%	→ 0,6 Mill.	60,6%
TPA2	1,0%	→ 0,4 Mill.	42,2%



Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	4,3%	→ 0,6 Mill.	48,2%



Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	5,8%	→ 1,2 Mill.	55,7%



Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	6,4%	→ 1,3 Mill.	66,4%



Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	14,5%	→ 4,2 Mill.	56,2%
SX3/33	0,6%	→ 1,8 Mill.	23,9%
3/24	1,7%	→ 2,8 Mill.	36,6%
ESPORT3	1,1%	→ 1,7 Mill.	23,2%
TV3CAT	0,1%	→ 0,3 Mill.	4,1%



Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	5,0%	→ 0,6 Mill.	62,2%



Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	10,6%	→ 1,7 Mill.	66,2%
TVG2	1,0%	→ 1,2 Mill.	44,1%
GAL. TV	0,1%	→ 0,1 Mill.	2,8%



Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	4,5%	→ 3,5 Mill.	53,0%
LAOTRA	1,0%	→ 2,2 Mill.	33,1%



Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	3,3%	→ 0,9 Mill.	58,3%



Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	2,5%	→ 2,2 Mill.	45,1%



País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	1,8%	→ 1,0 Mill.	45,5%
ETB2	7,6%	→ 1,4 Mill.	66,2%
ETB3	0,1%	→ 0,3 Mill.	16,3%
ETB4	0,9%	→ 0,7 Mill.	31,8%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	24,4%	→	3.336	44,3%
▶ ARAGON TV	23,5%	→	680	53,1%
▶ ETB2	18,8%	→	984	46,3%
▶ TVG	13,6%	→	1.213	46,1%
▶ TVCAN	10,3%	→	827	37,1%
▶ CMM	10,0%	→	727	36,5%
▶ C.SUR	9,4%	→	3.132	37,8%
▶ TPA	8,9%	→	383	39,0%
▶ IB3	8,9%	→	357	29,5%
▶ TELEMADRID	8,5%	→	2.025	30,5%
▶ LA 7TV	7,7%	→	486	32,8%



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 20,5 millones,
el 44,5% de cobertura poblacional.**

El ránking de cadenas de este grupo de 73 cadenas está conformado por DAZN LaLiga (0,3%), LALIGA TV por M+ (0,3%), AXN (0,3%), LIGA DE CAMPEONES por M+ (0,2%), FOX (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), WARNER TV (0,2%), CALLE 13 (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%) y MOVISTAR PLUS+ (0,2%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,0%	-0,5	20,5 mill.	44,5%
1	DAZN LaLiga	0,3%	+0,1	4,4 mill.	9,6%
2	LALIGA TV por M+	0,3%	+0,1	4,3 mill.	9,4%
3	AXN	0,3%	0,0	4,7 mill.	10,2%
4	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	+0,1	3,7 mill.	8,0%
5	FOX	0,2%	-0,1	4,4 mill.	9,5%
6	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	4,4 mill.	9,6%
7	WARNER TV	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,2%
8	CALLE 13	0,2%	0,0	3,5 mill.	7,6%
9	COMEDY CENTRAL	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,3%
10	MOVISTAR PLUS+	0,2%	-	3,6 mill.	7,8%
11	CANAL HISTORIA	0,1%	0,0	2,8 mill.	6,1%
12	DAZN F1	0,1%	0,0	2,3 mill.	4,9%
13	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,6 mill.	7,8%
14	AMC	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,6%
15	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,6%
16	TCM	0,1%	0,0	3,9 mill.	8,5%
17	SYFY	0,1%	0,0	2,9 mill.	6,3%
18	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,9 mill.	6,3%
19	COSMO	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,6%
20	DECASA	0,1%	0,0	2,3 mill.	5,0%
21	DAZN 1	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,9%
22	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,6 mill.	5,6%
23	SOMOS	0,1%	-0,1	1,1 mill.	2,4%
24	AMC CRIME	0,1%	0,0	0,8 mill.	1,7%
25	AXN MOVIES	0,1%	-	1,9 mill.	4,0%



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

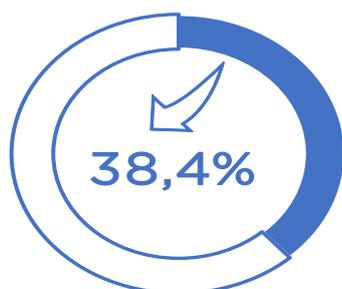
	Ráncing grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,4%	10,0 Mill.	21,7%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHER	1,1%	8,9 Mill.	19,3%
③	DAZN	0,5%	6,1 Mill.	13,1%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,4%	6,6 Mill.	14,3%
⑤	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,3%	5,2 Mill.	11,2%
⑥	TURNER	0,3%	5,8 Mill.	12,6%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,8 Mill.	10,4%
⑧	VIACOM	0,2%	5,5 Mill.	11,8%
⑨	DISCOVERY NETWORKS	0,2%	4,1 Mill.	8,9%

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

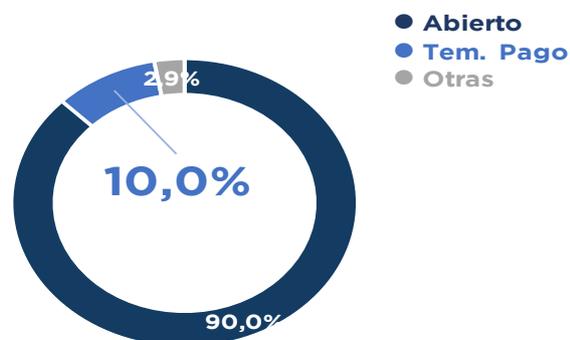
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,6%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **38,4%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **61,6%** a cadenas en abierto.

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



Cuota de pantalla cadenas Abierto vs. Temáticas Pago



EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a
**FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA
(La1): 3.812.000 y 26%**

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

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA	La1	19-nov-23	26,0%	3.812	9,0 mill.
2	EL HORMIGUERO / ALFONSO GUERRA	A3	22-nov-23	19,5%	2.710	5,4 mill.
3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	13-nov-23	19,7%	2.685	4,1 mill.
4	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	15-nov-23	19,3%	2.628	4,2 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	21-nov-23	19,1%	2.601	4,0 mill.
6	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	14-nov-23	19,5%	2.597	4,1 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	09-nov-23	19,7%	2.594	4,1 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	22-nov-23	19,2%	2.570	4,1 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	07-nov-23	19,6%	2.564	4,0 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	06-nov-23	19,5%	2.555	4,0 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	30-nov-23	19,3%	2.516	4,0 mill.
12	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	23-nov-23	19,4%	2.516	3,9 mill.
13	EL HORMIGUERO / ANDY Y LUCAS	A3	14-nov-23	17,7%	2.459	5,1 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	20-nov-23	18,2%	2.454	4,1 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	27-nov-23	17,6%	2.431	3,9 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	02-nov-23	18,3%	2.428	4,0 mill.
17	EL HORMIGUERO / DAVID GANDY	A3	15-nov-23	17,2%	2.425	5,2 mill.
18	EL HORMIGUERO / JOSEP PEDREROL	A3	13-nov-23	17,1%	2.420	5,2 mill.
19	EL HORMIGUERO / LOS MORANCOS	A3	07-nov-23	17,2%	2.384	5,0 mill.
20	EL HORMIGUERO / LAURA PAUSINI	A3	20-nov-23	17,0%	2.383	5,2 mill.
21	EL HORMIGUERO / BELEN RUEDA	A3	09-nov-23	17,2%	2.377	5,4 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	16-nov-23	17,9%	2.361	4,0 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	02-nov-23	22,4%	2.344	3,5 mill.
24	PASAPALABRA	A3	28-nov-23	20,5%	2.343	4,3 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	28-nov-23	17,7%	2.338	3,6 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / GEOSTORM (La1, 26-nov-23): 1.741.000 y 13,7%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / EL JUSTICIERO(DEATH WISH) (La1, 12-nov-23): 1.731.000 y 13,7%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / SKYFALL (La1, 19-nov-23): 1.434.000 y 14,9%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / ALFONSO GUERRA (A3, 22-nov-23): 2.710.000 y 19,5%
- 2 EL HORMIGUERO / ANDY Y LUCAS (A3, 14-nov-23): 2.459.000 y 17,7%
- 3 EL HORMIGUERO / DAVID GANDY (A3, 15-nov-23): 2.425.000 y 17,2%



SERIES

- 1 CUENTAME COMO PASO / CARLOS.EL HEREDERO (La1, 29-nov-23): 2.031.000 y 19,5%
- 2 CRISTO Y REY / NO ME QUIEREN (A3, 15-nov-23): 1.330.000 y 12,7%
- 3 BOSE / EL HIJO DEL CAPITAN TRUENO (T5, 06-nov-23): 1.324.000 y 13,1%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 13-nov-23): 2.685.000 y 19,7%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 15-nov-23): 2.628.000 y 19,3%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 21-nov-23): 2.601.000 y 19,1%



CULTURALES

- 1 CUENTAME COMO FUE (La1, 29-nov-23): 1.539.000 y 11,1%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / GARBANZOS CON LANGOSTINOS (A3, 29-nov-23): 1.034.000 y 19,6%
- 3 CINE DE BARRIO PRESENTACION / DESPUES DE LOS NUEVE MESES (La1, 04-nov-23): 1.026.000 y 10,2%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA (La1, 19-nov-23): 3.812.000 y 26%
- 2 PREVIO FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESPAÑA-GEORGIA (La1, 19-nov-23): 1.843.000 y 14,6%
- 3 FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / CHIPRE-ESPAÑA (La1, 16-nov-23): 1.758.000 y 19,6%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 13-nov-23): 332.000 y 3,3%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 21-nov-23): 322.000 y 3,1%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 10-nov-23): 314.000 y 3,4%



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / ASESINATO EN VALBONNE (CALLE 13, 26-nov-23): 111.000 y 0,9%
- 2 CINE / LIGA DE LA JUSTICIA (WARNER TV, 26-nov-23): 84.000 y 0,6%
- 3 CINE / JACK REACHER:NUNCA VUELVAS ATRAS (FOX, 12-nov-23): 80.000 y 0,7%



ENTRETENIMIENTO

- 1 THAT'S MY JAM ESPAÑA (MOVISTAR PLUS+, 06-nov-23): 45.000 y 0,3%
- 2 LEO TALKS (MOVISTAR PLUS+, 05-nov-23): 41.000 y 0,3%
- 3 AVENTURA EN PELOTAS:NAUFRAGOS (DISCOVERY, 06-nov-23): 38.000 y 0,4%



SERIES

- 1 9-1-1 (FOX, 07-nov-23): 72.000 y 0,7%
- 2 EAST NEW YORK (FOX, 13-nov-23): 71.000 y 0,6%
- 3 CHICAGO FIRE / ALGO PARA EL DOLOR (AXN, 15-nov-23): 69.000 y 0,5%



INFORMACIÓN

- 1 FORMULA 1:AVANCE INFORMATIVO / G.P.LAS VEGAS (DAZN F1, 17-nov-23): 16.000 y 0,7%
- 2 EL DEBATE CONVERSA (ENFAMILIA, 02-nov-23): 9.000 y 0,1%
- 3 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.LAS VEGAS (DAZN F1, 17-nov-23): 6.000 y 0,9%



CULTURALES

- 1 PUEBLOS PARA COMERSELOS / VALDERROBRES (CANAL COCINA, 20-nov-23): 45.000 y 0,4%
- 2 RELIQUIAS TEMPLARIAS PERDIDAS (CANAL HISTORIA, 19-nov-23): 42.000 y 0,3%
- 3 FRANCO,TODA LA VERDAD / EL ASCENSO AL PODER (CANAL HISTORIA, 21-nov-23): 42.000 y 0,5%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-RAYO VALLECANO (DAZN LaLiga, 05-nov-23): 988.000 y 7,2%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-VALENCIA (DAZN LaLiga, 11-nov-23): 942.000 y 8,2%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-NAPOLES (LIGA DE CAMPEONES por M+, 29-nov-23): 849.000 y 6,3%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (FOX, 04-nov-23): 48.000 y 0,5%
- 2 LOS SIMPSONS (FOX, 13-nov-23): 47.000 y 0,5%
- 3 LOS SIMPSONS (FOX, 05-nov-23): 46.000 y 0,4%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 ATRAPAME SI PUEDES:CONCURSANTES TOP (C.SUR, 26-nov-23): 342.000 y 12,8%
- 2 COMETELO / PATATAS GRATINADAS CON POLLO (C.SUR, 30-nov-23): 327.000 y 17,3%
- 3 COMETELO / CREMA DE CALABACIN CON TORTILLITAS (C.SUR, 20-nov-23): 323.000 y 15,5%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 02-nov-23): 106.000 y 39,9%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 03-nov-23): 104.000 y 42,5%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 06-nov-23): 93.000 y 40,8%



TPA (Asturias)

- 1 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 26-nov-23): 38.000 y 12,3%
- 2 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 19-nov-23): 38.000 y 12,2%
- 3 EL TIEMPO 2 (TPA, 02-nov-23): 37.000 y 11,1%



IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 03-nov-23): 41.000 y 16,3%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 08-nov-23): 40.000 y 16,1%
- 3 CUINA AMB SANTI TAURA / TIMBAL DE MACARRONS COL I SOBRASSADA (IB3, 24-nov-23): 37.000 y 15,2%



TVCAN (Canarias)

- 1 DEPORTES TN2 (TVCAN, 30-nov-23): 81.000 y 15,6%
- 2 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 12-nov-23): 79.000 y 16,6%
- 3 TELENOTICIAS 2 (TVCAN, 30-nov-23): 78.000 y 15,6%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 CINE ESPAÑOL / EL CALZONAZOS (CMM, 12-nov-23): 75.000 y 11,5%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 17-nov-23): 68.000 y 14,1%
- 3 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 28-nov-23): 65.000 y 17,9%



TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 20-nov-23): 577.000 y 24,9%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 01-nov-23): 561.000 y 25,4%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 02-nov-23): 556.000 y 26,6%



TVG (Galicia)

- 1 O TEMPO (TVG, 01-nov-23): 156.000 y 16,9%
- 2 TELEXORNAL 1 (TVG, 06-nov-23): 149.000 y 22,9%
- 3 O TEMPO (TVG, 02-nov-23): 146.000 y 17,4%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 01-nov-23): 155.000 y 9,7%
- 2 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 09-nov-23): 155.000 y 9,8%
- 3 TELENOTICIAS FIN SE 1 (TELEMADRID, 18-nov-23): 147.000 y 18,1%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 02-nov-23): 48.000 y 17,6%
- 2 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 01-nov-23): 35.000 y 10,1%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 11-nov-23): 33.000 y 13,8%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 13-nov-23): 143.000 y 22,3%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 20-nov-23): 136.000 y 21,2%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 23-nov-23): 129.000 y 20,6%



A PUNT (Valencia)

- 1 NTC MIGDIA (A PUNT, 06-nov-23): 124.000 y 13,4%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 03-nov-23): 104.000 y 10,9%
- 3 ESPORTS 1 (A PUNT, 03-nov-23): 103.000 y 8,6%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 27,5% de cuota.

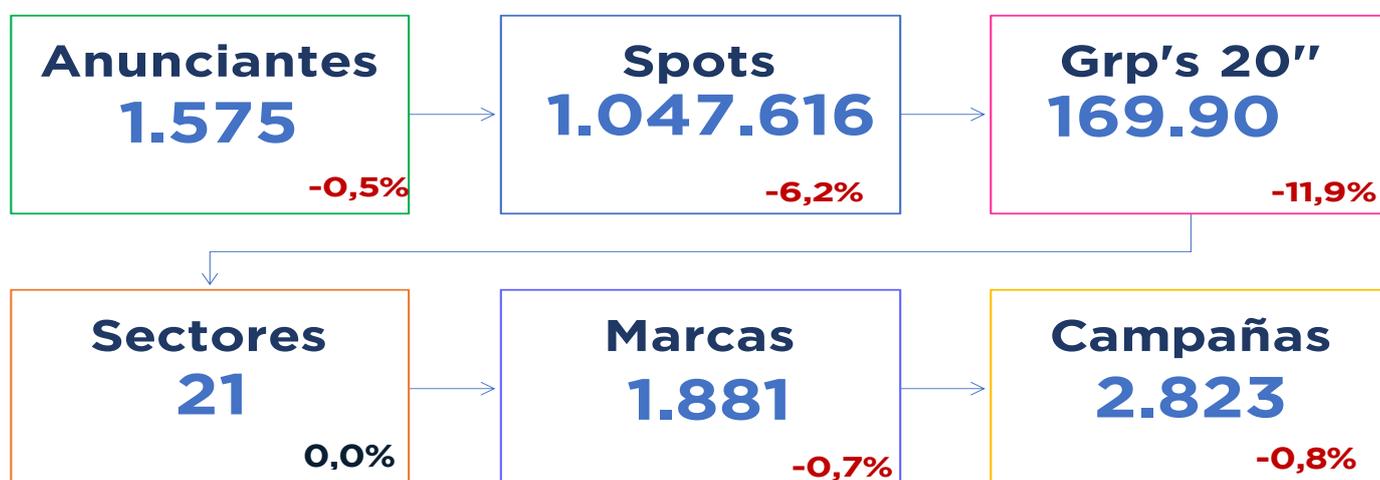
- ▶ Mediaset (25,1%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ Grupo Rtve (15,5%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Squirrel Media (2,7%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,6%) con dos cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	27,5%	38,5 mill.	83,3%
	MEDIASET	25,1%	38,4 mill.	83,1%
	GRUPO RTVE	15,5%	37,7 mill.	81,5%
	FORTA	8,2%	27,5 mill.	59,4%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,7%	22,6 mill.	49,0%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,6%	22,5 mill.	48,6%

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 -11,9% y el número de campañas activas baja un -0,8%.



*Diferencias nov-23 vs. nov-22

El spot más visto corresponde a la campaña "LAE/SOR.EXTRA.NAVIDAD" en A3, con 36 Grp's 20" ('DEPORTES 2', 15 noviembre).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- ▶ **CAMPAÑA:** "BANCO SABADELL/CUENTA ONLINE" con 2.322 Grp's 20".
- ▶ **ANUNCIANTE:** "PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 6.215 Grp's 20".
- ▶ **MARCA:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 4.358 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	LAE/SOR.EXTRA.NAVIDAD	36
	2	LAE/SOR.EXTRA.NAVIDAD	25
	3	LAE/SOR.EXTRA.NAVIDAD	22
	4	SUCHARD/TURRON	19
	5	LAE/SOR.EXTRA.NAVIDAD	18

Total

1.048
Mil.

Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')

	1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	6.215
	2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.389
	3	L'OREAL ESPAÑA	4.228
	4	ANTONIO PUIG,S.A.	3.431
	5	FERRERO IBERICA,S.A.	3.234

Total

1.575

Top 5 Campañas (Grp's 20'')

	1	BANCO SABADELL/CUENTA O	2.322
	2	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.635
	3	VINTED.ES/COMPRA Y VENTA	1.560
	4	VODAFONE/BLACK FRIDAY	1.281
	5	CAIXABANK/BANCO	1.281

Total

2.823

Top 5 Marcas (Grp's 20'')

	1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	4.358
	2	FERRERO	3.234
	3	AMAZON	2.623
	4	BANCO SABADELL	2.322
	5	LIDL	2.312

Total

1.881

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

	1	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	17%
	2	BELLEZA E HIGIENE	14%
	3	ALIMENTACION	13%
	4	FINANZAS Y SEGUROS	8%
	5	SERVICIOS PUBLICOS Y PRIVADOS	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: noviembre-2023

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS