

INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

Noviembre 2024



**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 43,3 millones (el 92,9 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 27,9 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 59,9 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor es de 229 minutos por persona al día (-8', -3 % vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 343 minutos (-4', -1%).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL es de 294 minutos por espectador al día (-8', -3 % vs año anterior) y de 176 minutos por persona al día (-12', -6 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 53 minutos por persona al día (+ 4', 8 % vs año anterior). Por espectador al día el promedio es de 180 minutos (+2', 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 27 % de cuota de pantalla. Le sigue Mediaset con el 24,6 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 15,6 %.



- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 12,6 % de cuota de pantalla, lidera el mes. Le siguen La1, 10,2 % y T5, 9,3 %, entre las tres primeras.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 14,5 % , seguida de ARAGON TV con el 11,6 % y C.SUR con el 9 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago suman el 10,7 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: LALIGA TV por M+ (0,3 %), CANAL HOLLYWOOD (0,3 %) y MOVISTAR PLUS+ (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-SUIZA (La1, 18-nov-24) con 3,4 millones y 25,3% de cuota de pantalla.
- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE (La1, 18-nov, 22:29h) con una audiencia de 4,2 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 4 años y 11 meses de forma ininterrumpida con 2.047.000 de audiencia media y 18,8% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.564 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -8,6 % y el número de campañas activas un -3,2 %.

Visión Global

CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

294'
espectador/día

-8' -3%
*Dif. nov-24 vs. nov-23

176'
persona/día

-12' -6%
*Dif. nov-24 vs. nov-23



nov-24

Cadena líder

A3

12,6%

RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	*Dif. nov-24 vs. nov-23	Espectadores Unicos
A3	12,6%	-0,4	32,7 mill.
La1	10,2%	+0,2	34,1 mill.
T5	9,3%	-0,4	29,8 mill.
AUT	8,4%	+0,1	27,9 mill.
LA SEXTA	7,4%	+0,3	30,8 mill.
CUATRO	6,3%	+0,8	31,3 mill.
La2	2,8%	+0,1	25,6 mill.
FDI	2,3%	-0,4	17,8 mill.
ENERGY	2,0%	-0,9	13,2 mill.
ATRESERIES	2,0%	+0,1	12,7 mill.
NOVA	1,9%	0,0	12,2 mill.
DIVINITY	1,9%	-0,1	13,0 mill.
BEMADtv	1,9%	+0,4	17,2 mill.
TRECE	1,9%	-0,1	13,9 mill.
NEOX	1,8%	-0,2	18,8 mill.
DMAX	1,6%	0,0	17,0 mill.
24H	1,5%	0,0	16,9 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	15,9 mill.
TEN	1,3%	+0,1	10,9 mill.
MEGA	1,2%	-0,3	15,9 mill.
DKISS	1,2%	0,0	12,1 mill.
BOING	0,9%	-0,1	12,3 mill.
GOL PLAY	0,8%	-0,2	12,8 mill.
DISNEY CHANNEL	0,8%	0,0	11,2 mill.
CLAN	0,7%	-0,2	11,6 mill.
REAL MADRID HD	0,5%	-0,1	10,7 mill.
TELEDEPORTE	0,4%	-0,1	11,2 mill.
BOM Cine	0,4%	0,0	5,7 mill.
AUT PRIV	0,3%	0,0	5,0 mill.

ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

ACUMULADO MENSUAL

43,3 Millones

Cobertura mes

92,9 %

PROMEDIO DIARIO

27,9 Millones

Cobertura día

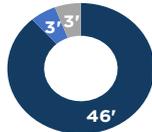
59,9 %

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

53'
persona/día

+4' 8%
*Dif. nov-24 vs. nov-23

■ INTERNET ■ PLAY ■ OTROS



Temáticas Pago -> **10,7% (+0,7)**

*Dif. nov-24 vs. nov-23

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

229'
persona/día

-8' -3%
*Dif. nov-24 vs. nov-23

343'
espectador/día

-4' -1%

*Dif. nov-24 vs. nov-23

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-SUIZA, 18-nov-24

3,4 millones y 25,3%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

4,2 millones

FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE
La1, 18-nov, 22:29h



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

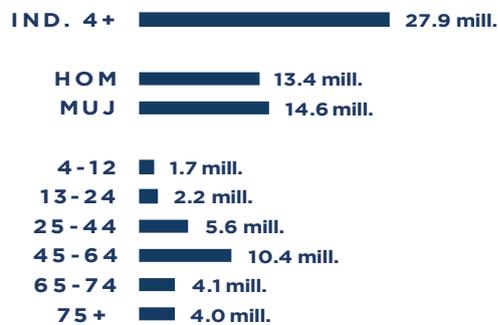
ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes de noviembre 2024 alcanzan la cifra de 43,3 millones, que representa el 92,9% de la población, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

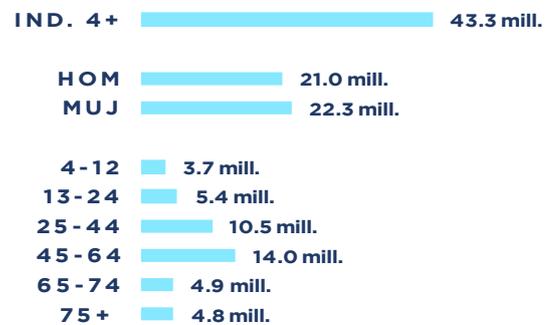
27,9 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 59,9% de la población.

Por el contrario, hay 3,3 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

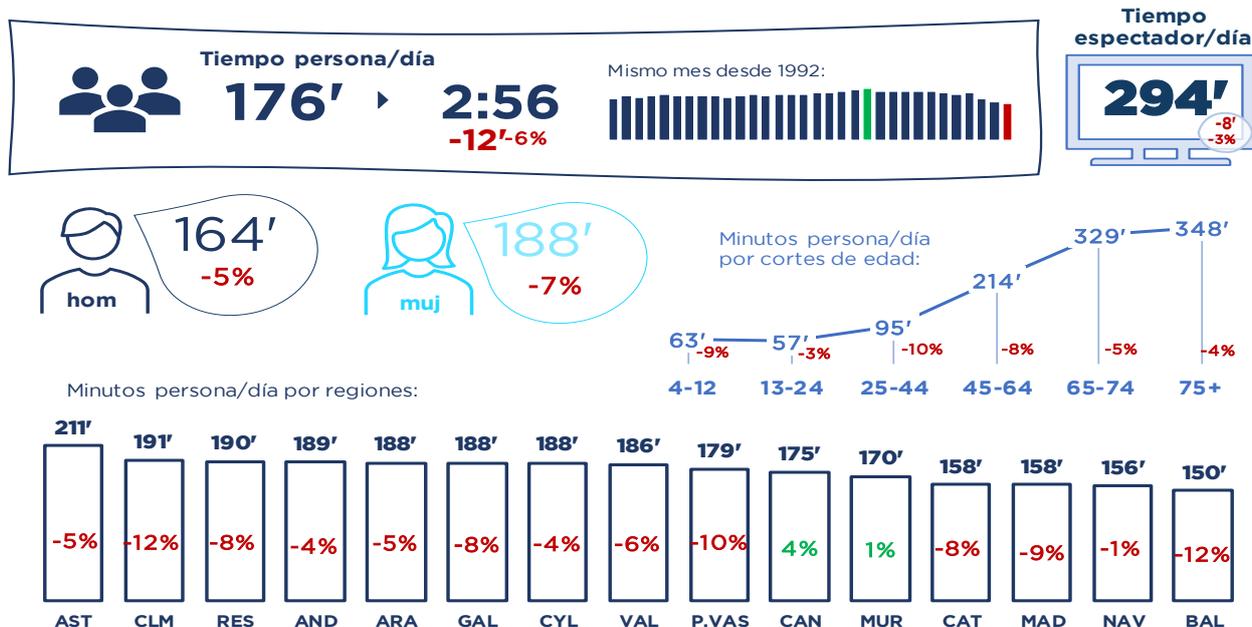


CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **294 minutos** (-8' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,6 millones) ha dedicado un promedio de **176 minutos** (2 horas y 56 minutos) al día a ver la Televisión Tradicional este mes, lo que supone **-12' (-6%)** con respecto al mes de noviembre-23.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (188') y los mayores de 64 años (329') y, por regiones, Asturias (211'), Castilla La Mancha (191') y Resto (190').



*Diferencias nov-24 vs. nov-23

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

El promedio de los “Otros Consumos Audiovisuales” es de 53 minutos por persona al día, +4' (8%) que en noviembre-23.

El 23% 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 3.150.000.

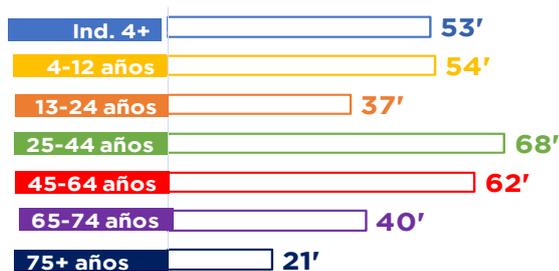
53 MINUTOS PERSONA/DÍA **+4' 8%**
33,7 MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES
13,6 MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

*Diferencias nov-24 vs. nov-23



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

Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros consumos audiovisuales” son **los individuos de 25 a 44 años (68')** y los **niños de 4 a 12 años (54')**.



CONSUMO TOTAL TELEVISOR

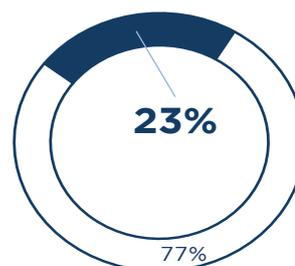
**El tiempo total de uso del televisor
(Tradicional + otros consumos)
es de 229' por persona al día
y de 343' por espectador al día**

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. nov-24 vs. nov-23	
Ind. 4+ (inv)	229'	-8'	-3%
HOM	219'	-6'	-3%
MUJ	239'	-10'	-4%
4-12	117'	-7'	-6%
13-24	94'	0'	0%
25-44	162'	-10'	-6%
45-64	276'	-11'	-4%
65-74	368'	-12'	-3%
75+	369'	-11'	-3%
ANDALUCIA	241'	-3'	-1%
CATALUÑA	216'	-12'	-5%
PAÍS VASCO	219'	-18'	-8%
GALICIA	220'	-20'	-8%
MADRID	219'	-13'	-6%
C. VALENCIANA	241'	-7'	-3%
CASTILLA LA MANC	241'	-20'	-8%
CANARIAS	230'	+16'	7%
ARAGÓN	242'	-10'	-4%
ASTURIAS	246'	-12'	-5%
BALEARES	211'	-8'	-4%
MURCIA	228'	+3'	1%
CASTILLA LEÓN	232'	+3'	1%
RESTO	241'	-16'	-6%
NAVARRA	196'	-6'	-3%
T.COMERCIAL	179'	-10'	-5%

Tiempo total uso televisor

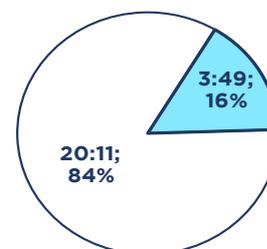
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:49**, 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, 12,6%, cadena líder en el mes

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 42,8 millones, el 92% de cobertura.

- ▶ La cadena más vista es Antena 3 con el 12,6%.
- ▶ En segunda posición se coloca La1 (10,2%).
- ▶ En tercera posición se sitúa T5 (9,3%).
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (8,4%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (7,4%),
- ▶ Les siguen CUATRO (6,3%), La2 (2,8%), FDF (2,3%), ENERGY (2%) y ATRESERIES (2%), para completar la tabla de las diez primeras.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,7%)**, se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING

CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. nov-24 vs. nov-23	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	12,6%	-0,4	32,7 mill.	70,1%
2	La1	10,2%	+0,2	★ 34,1 mill.	73,2%
3	T5	9,3%	-0,4	29,8 mill.	63,9%
4	AUT	8,4%	+0,1	27,9 mill.	59,9%
5	LA SEXTA	7,4%	+0,3	30,8 mill.	66,0%
6	CUATRO	6,3%	+0,8	31,3 mill.	67,1%
7	La2	2,8%	+0,1	25,6 mill.	54,9%
8	FDF	2,3%	-0,4	17,8 mill.	38,2%
9	ENERGY	2,0%	-0,9	13,2 mill.	28,2%
10	ATRESERIES	2,0%	+0,1	12,7 mill.	27,3%
11	NOVA	1,9%	0,0	12,2 mill.	26,1%
12	DIVINITY	1,9%	-0,1	13,0 mill.	27,9%
13	BEMADtv	1,9%	+0,4	17,2 mill.	36,8%
14	TRECE	1,9%	-0,1	13,9 mill.	29,8%
15	NEOX	1,8%	-0,2	18,8 mill.	40,4%
16	DMAX	1,6%	0,0	17,0 mill.	36,5%
17	24H	1,5%	0,0	16,9 mill.	36,2%
18	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	15,9 mill.	34,1%
19	TEN	1,3%	+0,1	10,9 mill.	23,3%
20	MEGA	1,2%	-0,3	15,9 mill.	34,2%
21	DKISS	1,2%	0,0	12,1 mill.	25,9%
22	BOING	0,9%	-0,1	12,3 mill.	26,4%
23	GOL PLAY	0,8%	-0,2	12,8 mill.	27,5%
24	DISNEY CHANNEL	0,8%	0,0	11,2 mill.	24,0%
25	CLAN	0,7%	-0,2	11,6 mill.	24,9%
26	REAL MADRID HD	0,5%	-0,1	10,7 mill.	22,9%
27	TELEDEPORTE	0,4%	-0,1	11,2 mill.	24,1%
28	BOM Cine	0,4%	0,0	5,7 mill.	12,1%
29	AUT PRIV	0,3%	0,0	5,0 mill.	10,7%



LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena3 líder en ambos sexos y en mayores de 13 años.**
- ▶ **Boing lidera en niños de 4 a 12 años.**
- ▶ **La1 lidera en “Target Comercial”**

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

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

LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS			
Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	3ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	A3	La1	T5
HOM	A3	La1	AUT
MUJ	A3	T5	La1
4-12	BOING	DISNEY CHANNEL	A3
13-24	A3	La1	T5
25-44	A3	T5	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	LA SEXTA	T5
GAL	A3	T5	La1
MAD	La1	A3	T5
C.V	A3	La1	T5
CLM	A3	La1	T5
CAN	A3	T5	CUATRO
ARA	A3	ARAGON TV	La1
AST	A3	T5	LA SEXTA
BAL	A3	La1	T5
MUR	A3	La1	T5
CYL	A3	La1	T5
NAV	T5	La1	A3
RES	A3	La1	T5

CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS		
MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
La1	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	A3

CADENA LÍDER DÍA A DÍA		
A3	27 DÍAS	La1
		3 DÍAS



INFORMATIVOS DIARIOS

Los informativos de Antena 3 (2.047.000 de audiencia media y 18,8% de cuota) son los más vistos desde hace 4 años y 11 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (1.259.000 de audiencia media y 11,6% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (1.079.000 de audiencia media y 9,9% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	2.047	18,8%	23,4 Mill.	50%
	La1	58	1.259	11,6%	24,6 Mill.	53%
	T5	60	1.079	9,9%	18,4 Mill.	40%
	LA SEXTA	60	915	9,8%	19,3 Mill.	42%
	CUATRO	60	542	6,2%	19,7 Mill.	42%
Lunes a Viernes	A3	42	2.198	20,0%	19,8 Mill.	42%
	La1	40	1.243	11,5%	19,9 Mill.	43%
	T5	42	1.079	9,8%	14,9 Mill.	32%
	LA SEXTA	42	970	10,1%	15,1 Mill.	32%
	CUATRO	42	496	5,7%	14,8 Mill.	32%
Sábado y Domingo	A3	18	1.750	16,4%	15,8 Mill.	34%
	La1	18	1.288	11,8%	18,0 Mill.	39%
	T5	18	1.080	10,2%	11,7 Mill.	25%
	LA SEXTA	18	812	9,1%	13,1 Mill.	28%
	CUATRO	18	649	7,4%	13,3 Mill.	28%

RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)

Sobremesa L-V



Noche L-V



Sobremesa SyD



Noche SyD



CADENAS AUTONÓMICAS

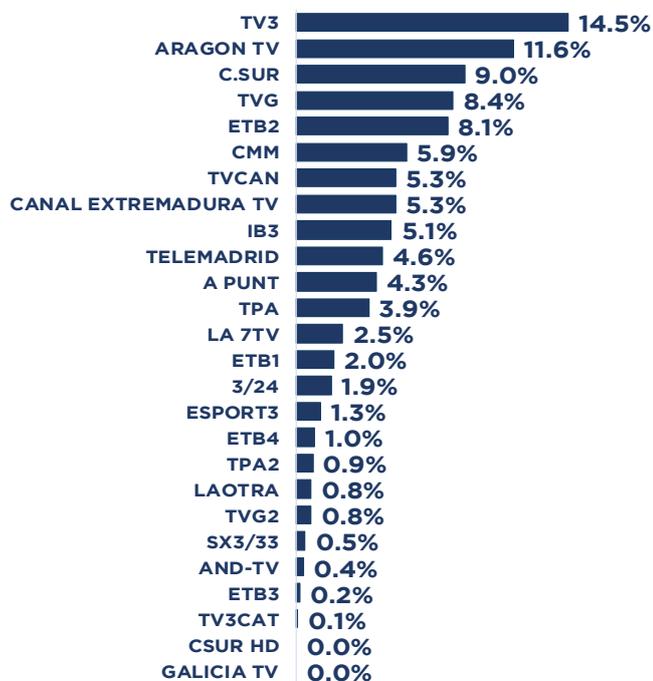
*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,4 % de cuota de pantalla.

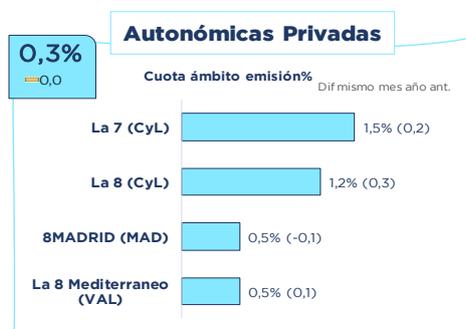
El número de espectadores únicos acumulados es de 27,9 millones, el 59,9 % de cobertura.

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

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



- ★ Á Punt (Valencia): Mejor mes de noviembre de su historia
- ★ Aragón TV (Aragón) : Mejor mes de noviembre de su historia.
- ★ Canal Sur (Andalucía): Mejor mes de noviembre desde 2022.
- ★ Canal Extremadura TV (Extremadura): Mejor mes de noviembre desde 2021.
- ★ IB3 (Baleares): Mejor mes de noviembre desde 2022.
- ★ ETB2 (País Vasco) : 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	9,0%	→ 5,3 Mill.	63,9%
AND-TV	0,4%	→ 2,5 Mill.	30,3%



Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	11,6%	→ 0,9 Mill.	68,4%



Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	3,9%	→ 0,5 Mill.	53,4%
TPA2	0,9%	→ 0,3 Mill.	31,9%



Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	5,1%	→ 0,6 Mill.	45,3%



Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	5,3%	→ 1,4 Mill.	59,7%



Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	5,9%	→ 1,1 Mill.	55,0%



Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	14,5%	→ 4,0 Mill.	53,1%
SX3/33	0,5%	→ 2,0 Mill.	25,7%
3/24	1,9%	→ 2,9 Mill.	37,4%
ESPORT3	1,3%	→ 2,0 Mill.	26,9%
TV3CAT	0,1%	→ 0,3 Mill.	4,5%



Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	5,3%	→ 0,6 Mill.	57,1%



Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	8,4%	→ 1,7 Mill.	65,1%
TVG2	0,8%	→ 1,2 Mill.	44,7%
GAL. TV	0,0%	→ 0,1 Mill.	2,2%



Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	2,5%	→ 0,8 Mill.	52,9%



Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	4,6%	→ 3,3 Mill.	48,9%
LAOTRA	0,8%	→ 2,0 Mill.	30,0%



País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	2,0%	→ 1,1 Mill.	49,4%
ETB2	8,1%	→ 1,4 Mill.	65,2%
ETB3	0,2%	→ 0,4 Mill.	17,3%
ETB4	1,0%	→ 0,7 Mill.	33,5%



Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	4,3%	→ 2,8 Mill.	55,6%



INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
▶ TV3	23,5%	→	3.267	42,9%
▶ ARAGON TV	22,7%	→	627	48,8%
▶ ETB2	19,9%	→	956	44,8%
▶ TVG	11,4%	→	1.145	43,5%
▶ C.SUR	10,9%	→	3.327	39,9%
▶ TVCAN	9,6%	→	903	39,9%
▶ IB3	9,3%	→	348	28,2%
▶ TELEMADRID	8,6%	→	1.857	27,6%
▶ CMM	8,4%	→	646	32,2%
▶ A PUNT	8,0%	→	1.902	37,8%
▶ TPA	7,7%	→	308	31,4%
▶ LA 7TV	6,4%	→	431	28,7%



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 10,7%
Los espectadores únicos ascienden a 20,2 millones,
el 43,3% de cobertura poblacional.**

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

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,7%	+0,7	20,2 mill.	43,3%
1	LALIGA TV por M+	0,3%	0,0	4,0 mill.	8,5%
2	CANAL HOLLYWOOD	0,3%	+0,1	4,1 mill.	8,9%
3	MOVISTAR PLUS+	0,3%	+0,1	4,0 mill.	8,7%
4	DAZN LaLiga	0,3%	0,0	4,1 mill.	8,8%
5	WARNER TV	0,2%	0,0	4,3 mill.	9,2%
6	LIGA DE CAMPEONES por M+	0,2%	0,0	3,3 mill.	7,2%
7	STAR CHANNEL	0,2%	0,0	3,9 mill.	8,3%
8	AXN	0,2%	-0,1	4,2 mill.	9,0%
9	CANAL HISTORIA	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,3%
10	CALLE 13	0,1%	-0,1	3,1 mill.	6,6%
11	VAMOS por M+	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,7%
12	COMEDY CENTRAL	0,1%	-0,1	4,0 mill.	8,5%
13	AMC	0,1%	0,0	2,5 mill.	5,3%
14	TCM	0,1%	0,0	3,8 mill.	8,1%
15	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,4%
16	SYFY	0,1%	0,0	3,0 mill.	6,3%
17	CANAL COCINA	0,1%	0,0	2,4 mill.	5,3%
18	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,7%
19	DAZN F1	0,1%	0,0	1,4 mill.	3,1%
20	XTRM	0,1%	+0,1	1,5 mill.	3,3%
21	SOMOS	0,1%	0,0	1,3 mill.	2,7%
22	DECASA	0,1%	0,0	2,2 mill.	4,7%
23	AXN MOVIES	0,1%	0,0	1,9 mill.	4,0%
24	LALIGA TV HYPERMOTION	0,1%	+0,1	1,6 mill.	3,5%
25	COSMO	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,6%



GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

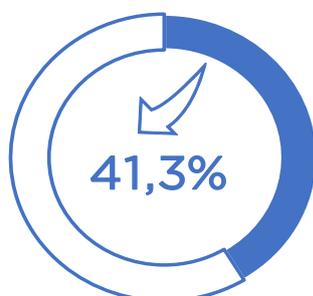
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,4%	9,4 Mill.	20,1%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHEF	1,2%	8,9 Mill.	19,0%
③	DAZN	0,5%	5,4 Mill.	11,6%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,4%	5,6 Mill.	12,1%
⑤	TURNER	0,4%	5,9 Mill.	12,5%
⑥	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL,	0,3%	4,8 Mill.	10,3%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,2%	4,3 Mill.	9,3%
⑧	VIACOM	0,2%	5,0 Mill.	10,7%
⑨	DISCOVERY NETWORKS	0,2%	3,4 Mill.	7,3%

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

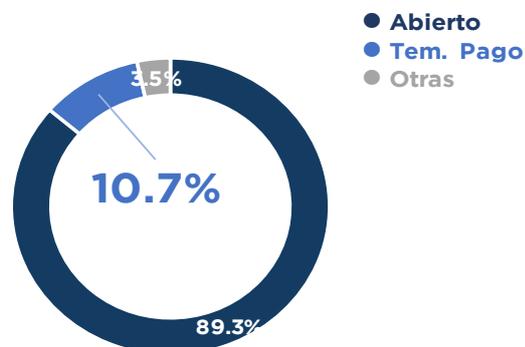
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,4%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **41,3%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **58,7%** 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:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-SUIZA (La1, 18-nov-24): 3.434.000 y 25,3%

*(sin tener en cuenta las emisiones en simulcast)

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-SUIZA	La1	18-nov-24	25,3%	3.434	8,3 mill.
2	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / DINAMARCA-ESPAÑA	La1	15-nov-24	25,2%	3.077	6,9 mill.
3	EL HORMIGUERO / ARTURO PEREZ-REVERTE	A3	04-nov-24	19,2%	2.708	5,5 mill.
4	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	13-nov-24	19,4%	2.549	3,7 mill.
5	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	20-nov-24	20,0%	2.516	3,8 mill.
6	LA REVUELTA / RIGOBERTA BANDINI-RAUL CIMAS	La1	25-nov-24	17,8%	2.457	5,8 mill.
7	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	11-nov-24	19,3%	2.456	3,7 mill.
8	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	12-nov-24	18,8%	2.448	3,7 mill.
9	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	21-nov-24	19,9%	2.406	3,6 mill.
10	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	14-nov-24	24,2%	2.390	3,4 mill.
11	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	13-nov-24	23,1%	2.385	3,5 mill.
12	EL HORMIGUERO / VICENTE VALLES	A3	11-nov-24	17,9%	2.375	5,1 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	25-nov-24	18,8%	2.365	3,5 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	07-nov-24	18,5%	2.332	3,7 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	28-nov-24	19,2%	2.322	3,6 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	08-nov-24	24,4%	2.308	3,4 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	04-nov-24	17,0%	2.282	3,8 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	12-nov-24	23,5%	2.270	3,3 mill.
19	LA REVUELTA / HUGO SILVA-BIZNAGA	La1	26-nov-24	16,8%	2.269	4,8 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	26-nov-24	18,6%	2.268	3,7 mill.
21	LA REVUELTA / JORGE MARTIN-CAZRIEL & PACO AMOROSO	La1	28-nov-24	16,7%	2.266	5,0 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	03-nov-24	21,1%	2.247	3,4 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	25-nov-24	23,5%	2.230	3,3 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	14-nov-24	17,7%	2.228	3,5 mill.
25	EL HORMIGUERO / MARTIN BERASATEGUI-DAVID DE JORGE	A3	13-nov-24	16,4%	2.225	4,8 mill.



LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO



CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / SAN ANDRES (La1, 24-nov-24): 1.485.000 y 12,8%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / 2 GUNS (La1, 17-nov-24): 1.283.000 y 11%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / 65 (La1, 10-nov-24): 1.253.000 y 10,5%



ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / ARTURO PEREZ-REVERTE (A3, 04-nov-24): 2.708.000 y 19,2%
- 2 LA REVUELTA / RIGOBERTA BANDINI-RAUL CIMAS (La1, 25-nov-24): 2.457.000 y 17,8%
- 3 EL HORMIGUERO / VICENTE VALLES (A3, 11-nov-24): 2.375.000 y 17,9%



SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 13-nov-24): 1.284.000 y 13%
- 2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 25-nov-24): 1.259.000 y 13,5%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 11-nov-24): 1.253.000 y 14,2%



INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 13-nov-24): 2.549.000 y 19,4%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 20-nov-24): 2.516.000 y 20%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 11-nov-24): 2.456.000 y 19,3%



CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CALAMARES RELLENOS MAR Y MONTAÑA (A3, 20-nov-24): 959.000 y 18,8%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ARROZ CON CHAMPIÑONES, JAMON Y SALSA DE SOJA (A3, 21-nov-24): 952.000 y 19,2%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CANELONES DE CALABACIN RELLENOS DE VERDURAS Y LANGOSTINOS (A3, 07-nov-24): 916.000 y 17,7%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-SUIZA (La1, 18-nov-24): 3.434.000 y 25,3%
- 2 FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / DINAMARCA-ESPAÑA (La1, 15-nov-24): 3.077.000 y 25,2%
- 3 PREVIO FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-SUIZA (La1, 18-nov-24): 1.355.000 y 12%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 28-nov-24): 332.000 y 3,6%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 28-nov-24): 267.000 y 2,9%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 21-nov-24): 244.000 y 2,5%



LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1^{as} AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



C.SUR (Andalucía)

- 1 NOTICIAS PROVINCIALES 2 (C.SUR, 13-nov-24): 430.000 y 16,3%
- 2 ANDALUCIA DIRECTO (C.SUR, 13-nov-24): 402.000 y 21,1%
- 3 NOTICIAS 2 (C.SUR, 13-nov-24): 370.000 y 14,9%



ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 04-nov-24): 105.000 y 40,4%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 13-nov-24): 100.000 y 36,9%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 25-nov-24): 99.000 y 37,3%



TPA (Asturias)

- 1 EL PICU (TPA, 29-nov-24): 32.000 y 12,6%
- 2 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 01-nov-24): 31.000 y 10,6%
- 3 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 17-nov-24): 31.000 y 10,2%



IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 12-nov-24): 52.000 y 22,8%
- 2 IB3 NOTICIES VESPRES (IB3, 01-nov-24): 52.000 y 15,8%
- 3 IB3 NOTICIES MIGDIA (IB3, 01-nov-24): 43.000 y 19,1%



TVCAN (Canarias)

- 1 DEPORTES TN2 (TVCAN, 16-nov-24): 74.000 y 14,8%
- 2 TELENOTICIAS FIN SE 2 (TVCAN, 16-nov-24): 70.000 y 15,7%
- 3 EN OTRA CLAVE: EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 03-nov-24): 69.000 y 11,4%



CMM (Castilla La Mancha)

- 1 EN COMPAÑIA (CMM, 15-nov-24): 60.000 y 13,3%
- 2 ANCHA ES CASTILLA-LA MANCHA (CMM, 07-nov-24): 59.000 y 9,8%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 25-nov-24): 58.000 y 13,8%



TV3 (Cataluña)

- 1 TELENOTICIES MIGDIA (TV3, 04-nov-24): 632.000 y 36%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 04-nov-24): 579.000 y 24,5%
- 3 TELENOTICIES COMARQUES (TV3, 04-nov-24): 568.000 y 35,9%



TVG (Galicia)

- 1 FÚTBOL: LIGA ESPAÑOLA / CELTA VIGO-GETAFE (TVG, 04-nov-24): 137.000 y 15,6%
- 2 O TEMPO (TVG, 24-nov-24): 111.000 y 14,2%
- 3 TELEXORNAL 2 (TVG, 24-nov-24): 110.000 y 13,8%



TELEMADRID (Madrid)

- 1 MADRID DIRECTO (TELEMADRID, 28-nov-24): 217.000 y 17,4%
- 2 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 28-nov-24): 147.000 y 10,4%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 26-nov-24): 139.000 y 16,7%



LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 04-nov-24): 35.000 y 13,1%
- 2 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 04-nov-24): 34.000 y 9,3%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 05-nov-24): 31.000 y 11,6%



ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 12-nov-24): 148.000 y 25,1%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 14-nov-24): 135.000 y 24,8%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 05-nov-24): 133.000 y 24,1%



A PUNT (Valencia)

- 1 NTC MIGDIA (A PUNT, 01-nov-24): 259.000 y 21,8%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 01-nov-24): 236.000 y 17,7%
- 3 RODA DE PREMSA / CARLOS MAZON-FERNANDO GRANDE-MARLASKA (A PUNT, 01-nov-24): 182.000 y 21,2%



LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

CADENAS TEMÁTICAS PAGO



CINE

- 1 CINE / MUERE OTRO DIA (STAR CHANNEL, 02-nov-24): 95.000 y 0,9%
- 2 CINE / OCHO APELLIDOS CATALANES (COMEDY CENTRAL, 03-nov-24): 78.000 y 0,6%
- 3 CINE / MUERE OTRO DIA (STAR CHANNEL, 09-nov-24): 72.000 y 0,7%



ENTRETENIMIENTO

- 1 LALIGA VS:LA FUERZA DE NUESTRO FUTBOL (LALIGA TV por M+, 30-nov-24): 45.000 y 0,5%
- 2 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 26-nov-24): 35.000 y 0,3%
- 3 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 12-nov-24): 33.000 y 0,3%



SERIES

- 1 9-1-1 (STAR CHANNEL, 25-nov-24): 73.000 y 0,5%
- 2 9-1-1 (STAR CHANNEL, 13-nov-24): 66.000 y 0,6%
- 3 9-1-1 (STAR CHANNEL, 13-nov-24): 63.000 y 0,7%



INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.MALASIA (DAZN 1, 03-nov-24): 15.000 y 0,4%
- 2 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.SOLIDARIO BARCELONA (DAZN 1, 17-nov-24): 9.000 y 0,1%
- 3 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA (LIGA DE CAMPEONES 2 por M+, 04-nov-24): 1.000 y 0%



CULTURALES

- 1 LO INEXPLICABLE / HISTORIAS DE ATORMENTADOS (CANAL HISTORIA, 28-nov-24): 44.000 y 0,4%
- 2 LA CUCHARA DE CARMEN / CREMA DE POLLO CON RAVIOLI DE CARNE (CANAL COCINA, 24-nov-24): 39.000 y 1,2%
- 3 REFORMA Y ALQUILA (DECASA, 02-nov-24): 39.000 y 0,4%



DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.SOCIEDAD-BARCELONA (LALIGA TV por M+, 10-nov-24): 876.000 y 6,7%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / CELTA VIGO-BARCELONA (DAZN LaLiga, 23-nov-24): 845.000 y 7,5%
- 3 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / LEGANES-R.MADRID (LALIGA TV por M+, 24-nov-24): 795.000 y 7,5%



ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 09-nov-24): 51.000 y 0,6%
- 2 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 09-nov-24): 44.000 y 0,5%
- 3 BOB ESPONJA (NICKELODEON, 27-nov-24): 40.000 y 0,5%



GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 27,0% de cuota.

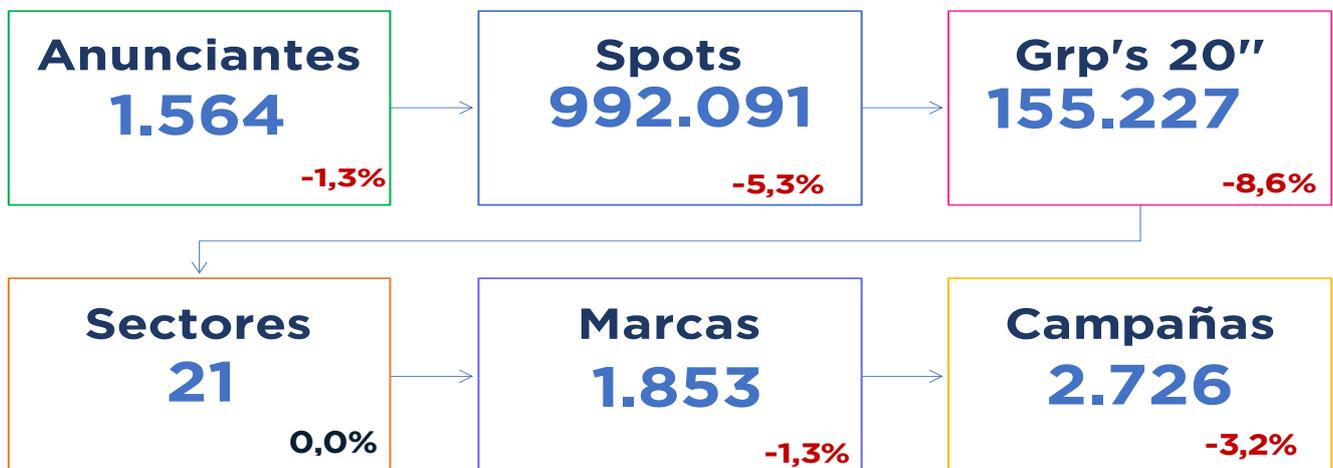
- ▶ Mediaset- (24,6%), con seis cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (15,6%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- ▶ Les siguen Grupo Squirrel Media (2,6%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,4%) con dos cadenas.

	Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
	ATRESMEDIA	27,0%	37,8 mill.	81,1%
	MEDIASET-	24,6%	37,8 mill.	81,1%
	GRUPO RTVE	15,6%	37,1 mill.	79,6%
	FORTA	8,3%	27,3 mill.	58,6%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	22,1 mill.	47,3%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,4%	21,3 mill.	45,6%

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 **-8,6%** y el número de campañas activas un **-3,2%**.



*Diferencias nov-24 vs. nov-23

El spot más visto corresponde a la campaña “LIDL/SUPERMERCADO” en T5, con 37 Grp's 20” (“INFORMATIVOS T5 21:00”, 3 noviembre).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

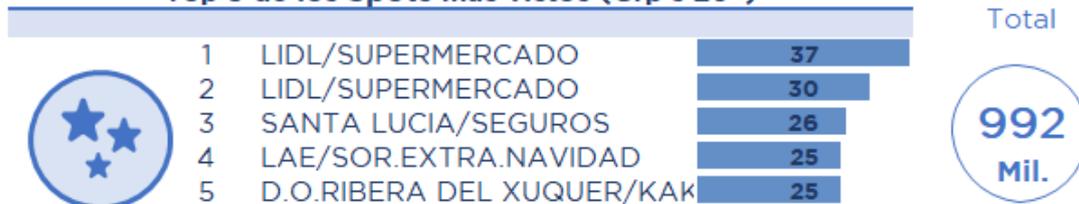
- **CAMPAÑA:** “LIDL/SUPERMERCADO” con 2.054 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 7.023 Grp's 20”.
- **MARCA:** “GALERIA DEL COLECCIONISTA” con 3.787 Grp's 20”.
- **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 17% de la presión publicitaria.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

RÁNKINGS PUBLICITARIOS

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

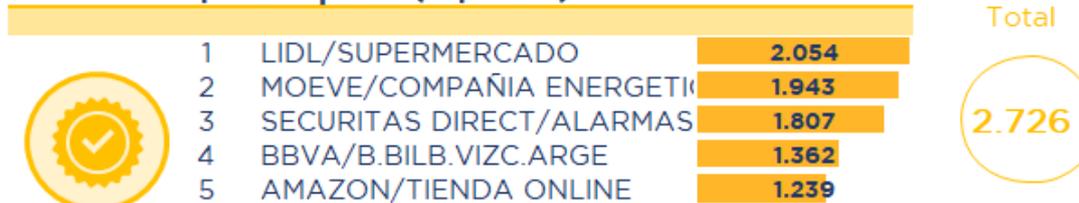
Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20")



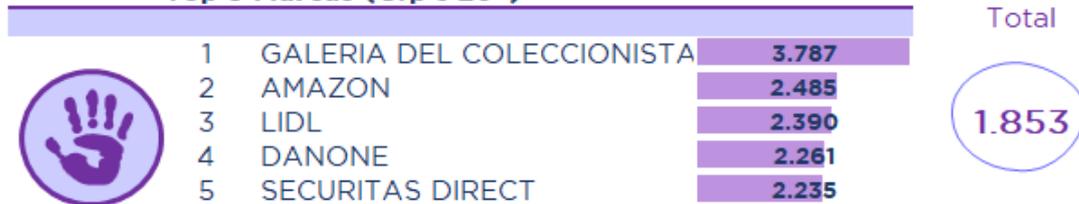
Top 5 Anunciantes (Grp's 20")



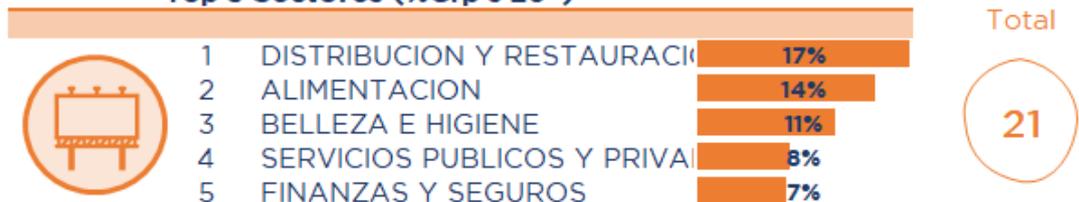
Top 5 Campañas (Grp's 20")



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: noviembre-2024

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS