

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

Septiembre 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 42,8 millones (el 91,9 % de la población de España).
- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 26,7 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 57,2 % de la población).
- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor baja hasta 208 minutos por persona al día (-9', -4 % vs año anterior).
- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL baja hasta 159 minutos por persona al día (-13', -8 % vs año anterior).
- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 49 minutos por persona al día (+ 4', 9 % 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 3 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 24,8 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 14,9 %.

- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES:** A3, con el 12,8 % de cuota de pantalla, recupera el liderazgo en solitario. Le siguen La1, 9,7 % y T5, 9,5 %, entre las tres primeras.
- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS:** TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 13,6 % , seguida de ARAGON TV con el 11,6 % y TVG con el 8,8 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.
- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO:** El conjunto de Temáticas de Pago suman el 11,4 % de cuota, **con el siguiente** top 3 de cadenas: LALIGA TV por M+ (0,5 %), DAZN LaLiga (0,4 %) y CANAL HOLLYWOOD (0,3 %).
- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / SUIZA-ESPAÑA (La1, 08-sep-24) con 3,3 millones y 29,3% 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, 08-sep, 22:34h) con una audiencia de 3,7 millones.
- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS:** Los informativos de A3 son los más vistos durante 4 años y 9 meses de forma ininterrumpida con 1.682.000 de audiencia media y 17,7% de cuota.
- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.467 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -7,5 % y el número de campañas activas un 0,5 %.

# Visión Global

## CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

**277'**  
espectador/día

**-14' -5%**

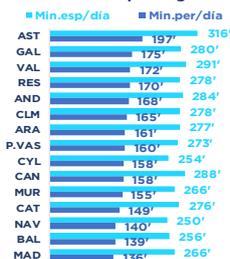
\*Dif. sep-24 vs. sep-23

**159'**  
persona/día

**-13' -8%**

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

Consumo TV por Regiones



sep-24



Cadena líder

**A3**

**12,8%**

## RÁNKING CADENAS

Cadena	Cuota	Dif. sep-24 vs. sep-23	Espectadores Únicos
A3	12,8%	-0,2	32,2 mill.
La1	9,7%	-0,8	33,4 mill.
T5	9,5%	-0,1	28,9 mill.
AUT	8,2%	-0,3	26,3 mill.
LA SEXTA	6,2%	-0,2	28,7 mill.
CUATRO	5,4%	+0,1	29,6 mill.
La2	2,9%	0,0	25,6 mill.
FDF	2,6%	+0,1	17,6 mill.
ENERGY	2,3%	-0,4	13,0 mill.
DIVINITY	2,1%	0,0	12,9 mill.
NOVA	2,1%	+0,2	12,0 mill.
ATRESERIES	2,0%	+0,2	12,6 mill.
BEMADtv	2,0%	+0,6	15,9 mill.
TRECE	1,9%	0,0	13,4 mill.
NEOX	1,7%	-0,4	17,8 mill.
DMAX	1,7%	+0,1	16,8 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	15,8 mill.
MEGA	1,4%	-0,1	15,3 mill.
TEN	1,4%	+0,4	10,8 mill.
DKISS	1,4%	+0,2	12,0 mill.
24H	1,0%	-0,3	13,6 mill.
GOL PLAY	0,9%	-0,2	12,9 mill.
BOING	0,9%	0,0	11,5 mill.
CLAN	0,8%	-0,2	11,3 mill.
DISNEY CHANNEL	0,8%	+0,1	9,9 mill.
REAL MADRID HD	0,7%	+0,2	10,4 mill.
TELEDEPORTE	0,6%	-0,2	12,5 mill.
BOM Cine	0,4%	+0,1	5,3 mill.
AUT PRIV	0,2%	-0,2	4,7 mill.

## ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

ACUMULADO MENSUAL

**42,8** Millones

Cobertura mes

**91,9** %

PROMEDIO DIARIO

**26,7** Millones

Cobertura día

**57,2** %

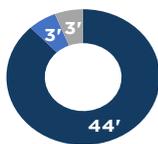
## OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

**49'**  
persona/día

**+4' 9%**

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

INTERNET PLAY OTROS



**Temáticas Pago -> 11,4% (+1,1)**

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

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

**208'**  
persona/día

**-9' -4%**

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

**326'**  
espectador/día

**-10' -3%**

## EMISIÓN MÁS VISTA

La1

FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / SUIZA-ESPAÑA, 08-sep-24

**3,3 millones y 29,3%**

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

**3,7 millones**

FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE  
La1, 08-sep, 22:34h



**BARLOVENTO COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

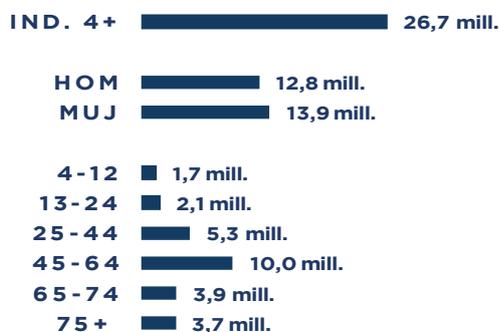
# ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes de septiembre 2024 alcanzan la cifra de 42,8 millones, que representa el 91,9% de la población, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

26,7 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 57,2% de la población.

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

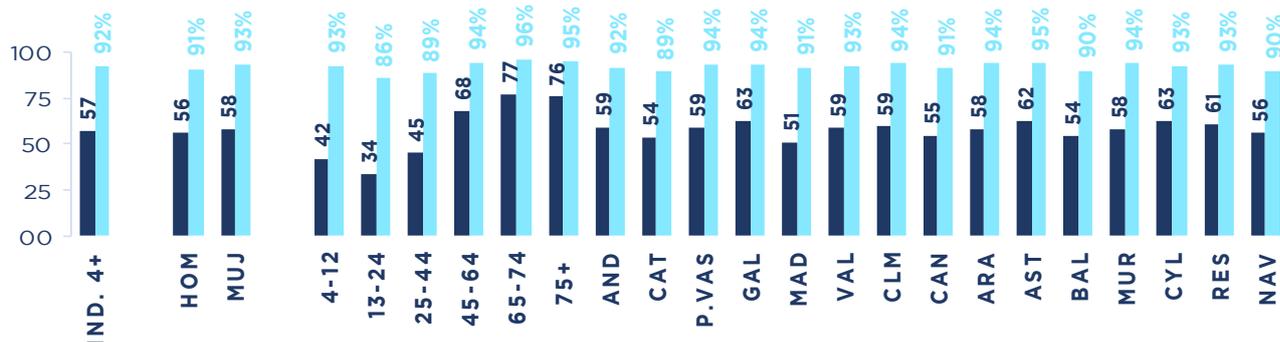
## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) DIARIOS



## ESPECTADORES ÚNICOS (millones) EN EL MES



## COBERTURA POR GRUPOS POBLACIÓN DIARIOS / EN EL MES

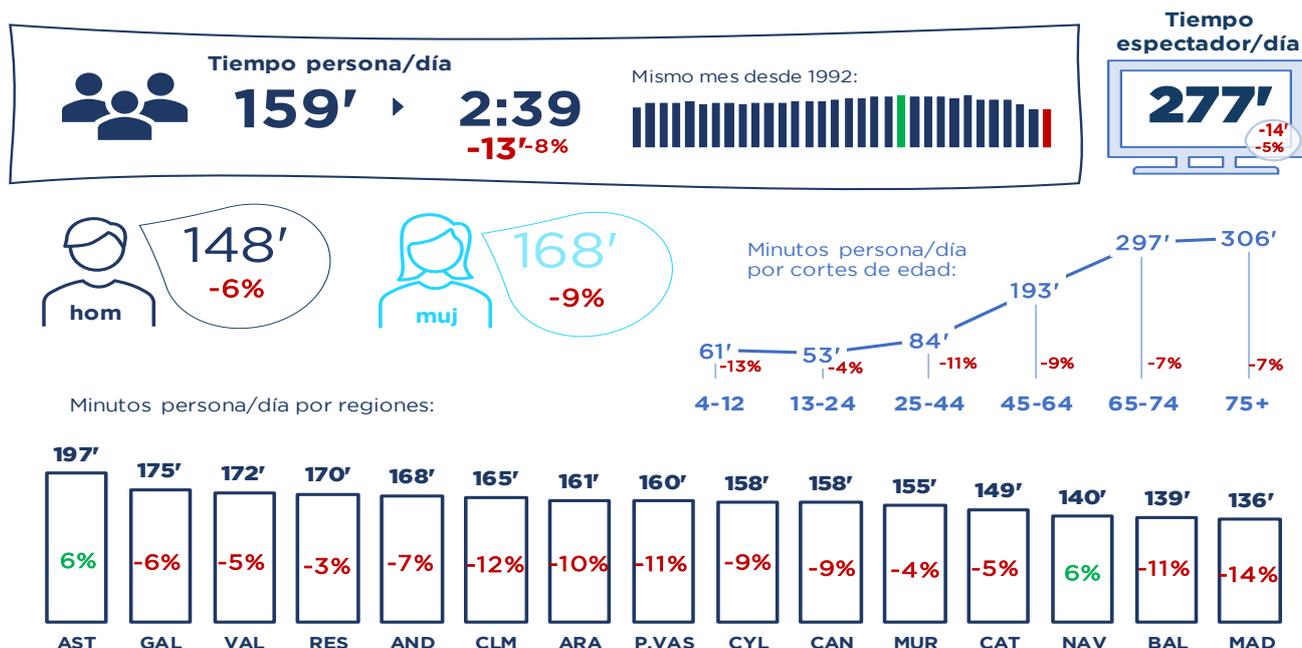


# CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **277 minutos** (-14' que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 46,6 millones) ha dedicado un promedio de **159 minutos** (2 horas y 39 minutos) al día a ver la televisión Tradicional este mes, lo que supone **-13' (-8%)** con respecto al mes de septiembre-23.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (168') y los mayores de 64 años (297') y, por regiones, Asturias (197'), Galicia (175') y C. Valenciana (172').



\*Diferencias sep-24 vs. sep-23

# OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

**El promedio de los “Otros Consumos Audiovisuales” es de 49 minutos por persona al día, +4' (9%) que en septiembre-23.**

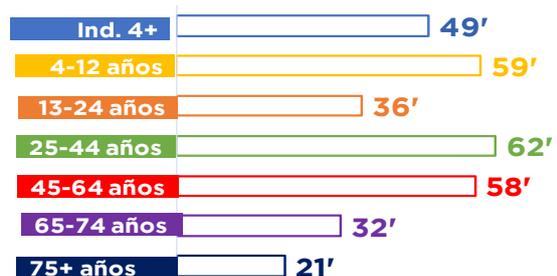
El 24% del total uso del televisor es para “Otros consumos audiovisuales” diferentes a ver la televisión convencional, es decir: Plataformas de streaming, de vídeo, Contenidos grabados, Juegos, Radio...

La audiencia exclusiva de esta modalidad, es decir, el número de personas que usa diariamente el televisor para otra actividad diferente a ver la televisión Lineal-Tradicional es de 2.447.000 espectadores.



Los grupos de edad que más tiempo dedican a los “Otros consumos audiovisuales” son **los individuos de 25 a 44 años (62')** y los **niños de 4 a 12 años (59')**.

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



# CONSUMO TOTAL TELEVISOR

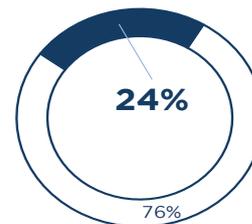
**El tiempo total de uso del televisor (Tradicional + otros consumos) es de 208' por persona al día y de 326' por espectador al día**

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

TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. sep-24 vs. sep-23
Ind. 4+ (inv)	208'	-9' -4%
HOM	199'	-6' -3%
MUJ	217'	-11' -5%
4-12	120'	-5' -4%
13-24	90'	+2' 2%
25-44	146'	-9' -6%
45-64	251'	-11' -4%
65-74	329'	-15' -4%
75+	327'	-16' -5%
ANDALUCIA	215'	-15' -7%
CATALUÑA	206'	0' 0%
PAÍS VASCO	197'	-15' -7%
GALICIA	205'	-11' -5%
MADRID	194'	-19' -9%
C. VALENCIANA	226'	-4' -2%
CASTILLA LA MANC	214'	-16' -7%
CANARIAS	212'	-4' -2%
ARAGÓN	212'	-14' -6%
ASTURIAS	230'	+16' 7%
BALEARES	188'	-8' -4%
MURCIA	205'	-8' -4%
CASTILLA LEÓN	199'	-6' -3%
RESTO	214'	-1' 0%
NAVARRA	175'	+16' 10%
T.COMERCIAL	163'	-11' -6%

### Tiempo total uso televisor

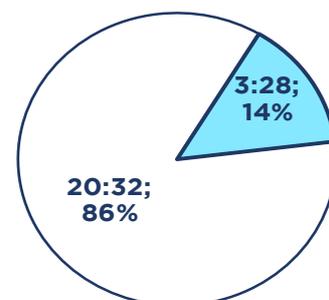
- Ver la televisión tradicional
- Otros consumos audiovisuales



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:28**, que sobre las 24 horas del día, supone el **14%** del total.

### Tiempo total uso televisor sobre el total del día

- Usando el televisor
- Resto del día



# RÁNKING CADENAS ABIERTO

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

**Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 42,3 millones, el 91% de cobertura.**

- ▶ La cadena más vista es Antena 3 con el 12,8%.
- ▶ En segunda posición se coloca La1 (9,7%).
- ▶ En tercera posición se sitúa T5 (9,5%).
- ▶ En cuarto lugar, AUTONÓMICAS (8,2%).
- ▶ En quinta posición, LA SEXTA (6,2%),
- ▶ Les siguen CUATRO (5,4%), La2 (2,9%), FDF (2,6%), ENERGY (2,3%) y DIVINITY (2,1%), para completar la tabla de las diez primeras.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (11,4%)**, se analizan en un epígrafe independiente.

# RÁNKING

## CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. sep-24 vs. sep-23	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	12,8%	-0,2	32,2 mill.	69,1%
2	La1	9,7%	-0,8	★ 33,4 mill.	71,6%
3	T5	9,5%	-0,1	28,9 mill.	61,9%
4	AUT	8,2%	-0,3	26,3 mill.	56,3%
5	LA SEXTA	6,2%	-0,2	28,7 mill.	61,6%
6	CUATRO	5,4%	+0,1	29,6 mill.	63,5%
7	La2	2,9%	0,0	25,6 mill.	55,0%
8	FDF	2,6%	+0,1	17,6 mill.	37,8%
9	ENERGY	2,3%	-0,4	13,0 mill.	27,8%
10	DIVINITY	2,1%	0,0	12,9 mill.	27,6%
11	NOVA	2,1%	+0,2	12,0 mill.	25,7%
12	ATRESERIES	2,0%	+0,2	12,6 mill.	27,1%
13	BEMADtv	2,0%	+0,6	15,9 mill.	34,1%
14	TRECE	1,9%	0,0	13,4 mill.	28,7%
15	NEOX	1,7%	-0,4	17,8 mill.	38,2%
16	DMAX	1,7%	+0,1	16,8 mill.	36,0%
17	PARAMOUNT NETWORK	1,5%	0,0	15,8 mill.	33,8%
18	MEGA	1,4%	-0,1	15,3 mill.	32,9%
19	TEN	1,4%	+0,4	10,8 mill.	23,2%
20	DKISS	1,4%	+0,2	12,0 mill.	25,8%
21	24H	1,0%	-0,3	13,6 mill.	29,2%
22	GOL PLAY	0,9%	-0,2	12,9 mill.	27,8%
23	BOING	0,9%	0,0	11,5 mill.	24,7%
24	CLAN	0,8%	-0,2	11,3 mill.	24,2%
25	DISNEY CHANNEL	0,8%	+0,1	9,9 mill.	21,1%
26	REAL MADRID HD	0,7%	+0,2	10,4 mill.	22,2%
27	TELEDEPORTE	0,6%	-0,2	12,5 mill.	26,8%
28	BOM Cine	0,4%	+0,1	5,3 mill.	11,4%
29	AUT PRIV	0,2%	-0,2	4,7 mill.	10,1%



# LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- ▶ **Antena3 líder en ambos sexos y en grupo de 13 a 24 años y mayores de 45 años.**
- ▶ **Telecinco líder en 25 a 44 años.**
- ▶ **Boing lidera en niños de 4 a 12 años.**

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.

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

## LIDERAZGOS CUOTAS TARGETS

Targets	LÍDER	2ª OPCIÓN	3ª OPCIÓN
Ind. 4+ (inv)	A3	La1	T5
HOM	A3	La1	AUT
MUJ	A3	T5	La1
4-12	BOING	A3	DISNEY CHANNEL
13-24	A3	La1	FDF
25-44	T5	A3	La1
45-64	A3	La1	T5
65-74	A3	La1	AUT
75+	A3	AUT	T5
T.COMERCIAL	A3	La1	T5
AND[+2r TOTAL]	A3	T5	C.SUR
CAT[+2r TOTAL]	TV3	La1	A3
EUS[+2r TOTAL]	La1	T5	ETB2
GAL[+2r TOTAL]	A3	T5	La1
MAD[+2r TOTAL]	La1	A3	T5
C.VAL[+2r TOTAL]	A3	La1	T5
CLM[+2r TOTAL]	A3	La1	T5
CAN[+2r TOTAL]	A3	T5	La1
ARA[+2r TOTAL]	A3	ARAGON TV	La1
AST[+2r TOTAL]	A3	T5	La1
BAL[+2r TOTAL]	A3	La1	T5
MUR[+2r TOTAL]	A3	La1	T5
CYL[+2r TOTAL]	A3	La1	T5
NAV[+2r TOTAL]	T5	A3	La1
RES[+2r TOTAL]	A3	La1	T5

## CADENA LÍDER FRANJAS HORARIAS

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

## CADENA LÍDER DÍAS DE LA SEMANA

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

## CADENA LÍDER DÍA A DÍA



# INFORMATIVOS DIARIOS

**Los informativos de Antena 3 (1.682.000 de audiencia media y 17,7% de cuota) son los más vistos desde hace 4 años y 8 meses consecutivos, en el promedio de la audiencia media de las principales ediciones de sobremesa y noche.**

Los informativos de La1 (1.022.000 de audiencia media y 10,7% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (922.000 de audiencia media y 9,7% de cuota) los terceros.

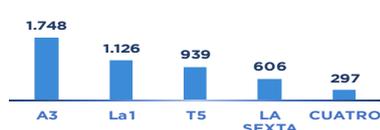
Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	60	1.682	17,7%	21,7 Mill.	47%
	La1	58	1.022	10,7%	22,7 Mill.	49%
	T5	60	922	9,7%	16,6 Mill.	36%
	LA SEXTA	60	622	8,0%	16,0 Mill.	34%
	CUATRO	60	389	5,3%	16,3 Mill.	35%
Lunes a Viernes	A3	42	1.832	18,9%	18,9 Mill.	41%
	La1	41	1.064	11,0%	19,3 Mill.	41%
	T5	42	934	9,6%	13,6 Mill.	29%
	LA SEXTA	42	688	8,6%	13,0 Mill.	28%
	CUATRO	42	362	5,0%	11,9 Mill.	26%
Sábado y Domingo	A3	18	1.378	15,1%	13,4 Mill.	29%
	La1	17	931	10,1%	14,5 Mill.	31%
	T5	18	895	9,8%	9,9 Mill.	21%
	LA SEXTA	18	503	6,9%	9,6 Mill.	21%
	CUATRO	18	453	6,2%	10,3 Mill.	22%

## RESULTADOS POR EDICIONES AUDIENCIA MEDIA (000)

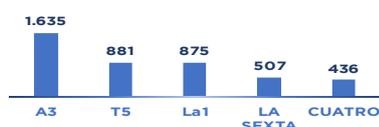
### Sobremesa L-V



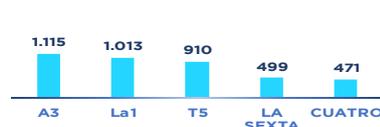
### Noche L-V



### Sobremesa SyD



### Noche SyD



# CADENAS AUTONÓMICAS

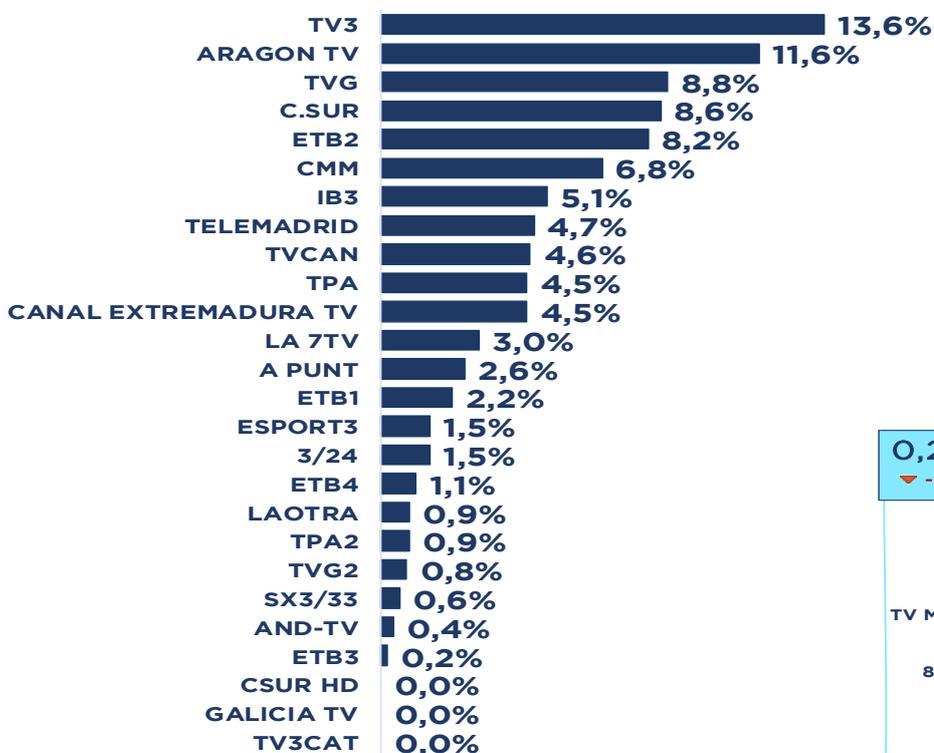
\*Desde enero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

**El conjunto de cadenas Autonómicas promedia el 8,2 % de cuota de pantalla.**

**El número de espectadores únicos acumulados es de 26,3 millones, el 56,3 % de cobertura.**

La cadena autonómica con mayor cuota este mes es TV3 (13,6%), ARAGON TV (11,6%), TVG (8,8%), C.SUR (8,6%), ETB2 (8,2%), CMM (6,8%), IB3 (5,1%), TELEMADRID (4,7%), TVCAN (4,6%) y TPA (4,5%), entre las 10 primeras.

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



★ TPA (Asturias) : Mejor mes de septiembre desde 2022.

★ Telemadrid (Madrid) : Mejor mes de septiembre desde 2022.

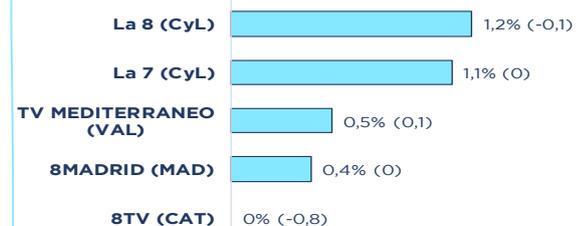
★ ETB2 (País Vasco) : Mejor mes de septiembre desde 2022.

## 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



### Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>C.SUR</b>	8,6%	→ 4,9 Mill.	58,3%
<b>AND-TV</b>	0,4%	→ 2,3 Mill.	27,9%



### Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>ARA TV</b>	11,6%	→ 0,9 Mill.	70,7%



### Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TPA</b>	4,5%	→ 0,6 Mill.	57,2%
<b>TPA2</b>	0,9%	→ 0,3 Mill.	35,3%



### Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>IB3</b>	5,1%	→ 0,5 Mill.	42,9%



### Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TVCAN</b>	4,6%	→ 1,2 Mill.	53,2%



### Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>CMM</b>	6,8%	→ 1,2 Mill.	58,1%



### Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TV3</b>	13,6%	→ 4,0 Mill.	52,4%
<b>SX3/33</b>	0,6%	→ 1,6 Mill.	21,5%
<b>3/24</b>	1,5%	→ 2,5 Mill.	33,0%
<b>ESPORT3</b>	1,5%	→ 2,0 Mill.	25,8%
<b>TV3CAT</b>	0,0%	→ 0,3 Mill.	4,6%



### Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>C. EXT</b>	4,5%	→ 0,5 Mill.	49,2%



### Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TVG</b>	8,8%	→ 1,7 Mill.	63,7%
<b>TVG2</b>	0,8%	→ 1,1 Mill.	40,8%
<b>GAL. TV</b>	0,0%	→ 0,0 Mill.	0,9%



### Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>LA 7TV</b>	3,0%	→ 0,8 Mill.	50,1%



### Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>TELEMADRID</b>	4,7%	→ 3,1 Mill.	46,3%
<b>LAOTRA</b>	0,9%	→ 2,1 Mill.	31,0%



### País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>ETB1</b>	2,2%	→ 1,0 Mill.	46,0%
<b>ETB2</b>	8,2%	→ 1,3 Mill.	63,1%
<b>ETB3</b>	0,2%	→ 0,3 Mill.	15,7%
<b>ETB4</b>	1,1%	→ 0,7 Mill.	30,6%



### Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
<b>A PUNT</b>	2,6%	→ 2,2 Mill.	43,0%



# 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%	→	3.208	42,1%
▶ ARAGON TV	23,1%	→	615	47,8%
▶ ETB2	20,9%	→	938	44,0%
▶ TVG	12,6%	→	1.103	41,9%
▶ IB3	9,9%	→	331	26,9%
▶ TVCAN	9,9%	→	734	32,4%
▶ CMM	9,8%	→	599	29,9%
▶ C.SUR	9,4%	→	2.767	33,2%
▶ TELEMADRID	8,4%	→	1.514	22,5%
▶ TPA	7,8%	→	299	30,6%
▶ LA 7TV	6,5%	→	431	28,7%
▶ A PUNT	5,9%	→	1.163	23,1%



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 11,4%**  
**Los espectadores únicos ascienden a 20,2 millones,**  
**el 43,4% de cobertura poblacional.**

El **ránking de cadenas de este grupo de cadenas** está conformado por LALIGA TV por M+ (0,5%), DAZN LaLiga (0,4%), CANAL HOLLYWOOD (0,3%), WARNER TV (0,2%), AXN (0,2%), MOVISTAR PLUS+ (0,2%), CALLE 13 (0,2%), STAR CHANNEL (0,2%), AMC (0,2%) y COMEDY CENTRAL (0,2%).

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



# GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

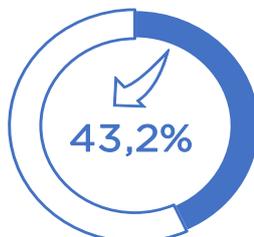
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	MOVISTAR	1,5%	9,2 Mill.	19,7%
②	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHER	1,3%	8,6 Mill.	18,5%
③	DAZN	0,7%	6,0 Mill.	12,9%
④	FOX INTERNATIONAL CHANNELS	0,4%	5,5 Mill.	11,9%
⑤	TURNER	0,3%	5,2 Mill.	11,1%
⑥	DISCOVERY NETWORKS	0,3%	3,8 Mill.	8,2%
⑦	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,3 Mill.	9,1%
⑧	VIACOM	0,3%	4,6 Mill.	9,9%
⑨	SONY PICTURES TELEVISION INTERNATIONAL	0,3%	4,1 Mill.	8,8%

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

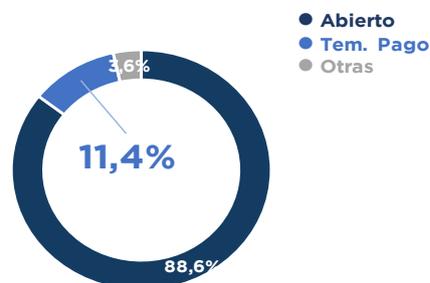
El consumo a través de la **TV de Pago** representa el **28,6%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **43,2%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **56,8%** 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 / SUIZA-ESPAÑA (La1, 08-sep-24): 3.284.000 y 29,3%**

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

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / SUIZA-ESPAÑA	La1	08-sep-24	29,3%	3.284	7,7 mill.
2	EL HORMIGUERO / LAMINE YAMAL	A3	12-sep-24	23,3%	3.107	6,1 mill.
3	EL HORMIGUERO / VICTORIA DE MARICHALAR	A3	09-sep-24	23,0%	2.893	6,2 mill.
4	LA REVUELTA / RAUL CIMAS	La1	12-sep-24	19,2%	2.601	5,5 mill.
5	LA REVUELTA / IRENE&ELISABET	La1	16-sep-24	19,5%	2.591	5,8 mill.
6	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / SERBIA-ESPAÑA	La1	05-sep-24	23,3%	2.559	6,2 mill.
7	LA REVUELTA / MILLAS&ARSUAGA	La1	11-sep-24	19,9%	2.548	5,8 mill.
8	EL HORMIGUERO / CAROLINA MARIN	A3	04-sep-24	22,3%	2.459	5,0 mill.
9	EL HORMIGUERO / RAFA NADAL	A3	02-sep-24	21,0%	2.378	5,1 mill.
10	EL HORMIGUERO / JOHNNY DEPP Y RICCARDO SCAMARCIO	A3	23-sep-24	18,1%	2.373	5,7 mill.
11	EL HORMIGUERO / LA VOZ	A3	11-sep-24	18,2%	2.257	5,1 mill.
12	EL HORMIGUERO / EDURNE	A3	16-sep-24	17,0%	2.215	5,3 mill.
13	EL HORMIGUERO / MIGUEL ANGEL REVILLA	A3	18-sep-24	17,1%	2.191	4,7 mill.
14	LA REVUELTA / NORMAN REEDUS-MARINA RIVERS	La1	23-sep-24	16,3%	2.158	5,3 mill.
15	LA REVUELTA / JHAYCO	La1	17-sep-24	16,8%	2.155	5,1 mill.
16	LA REVUELTA / AITOR FRANCESENA	La1	09-sep-24	17,1%	2.152	5,2 mill.
17	EL HORMIGUERO / LEO HARLEM	A3	03-sep-24	18,7%	2.142	4,7 mill.
18	LA REVUELTA / NAJWA NIMRI	La1	10-sep-24	17,4%	2.127	5,2 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	12-sep-24	19,9%	2.121	3,4 mill.
20	EL HORMIGUERO / JOAQUIN Y SUSANA SABORIDO	A3	05-sep-24	18,2%	2.119	4,8 mill.
21	EL HORMIGUERO / MARTA RIBERA Y ANTONIO BANDERAS	A3	19-sep-24	16,7%	2.117	4,8 mill.
22	LA REVUELTA / YOLANDA RAMOS	La1	30-sep-24	15,9%	2.113	5,0 mill.
23	LA REVUELTA / DANNA	La1	25-sep-24	16,1%	2.113	5,3 mill.
24	LA REVUELTA / DIEGO GONZALEZ RIVAS	La1	18-sep-24	16,5%	2.112	4,8 mill.
25	EL HORMIGUERO / JAVIER CAMARA	A3	10-sep-24	17,5%	2.103	5,3 mill.



# LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

## CADENAS ABIERTO



### CINE

- 1 PELICULA DE LA SEMANA / EL PEOR VECINO DEL MUNDO (La1, 22-sep-24): 1.812.000 y 16,3%
- 2 PELICULA DE LA SEMANA / LA PROTEGIDA(2021) (La1, 29-sep-24): 1.429.000 y 12,4%
- 3 PELICULA DE LA SEMANA / LOS TRES MOSQUETEROS:D'ARTAGNAN (La1, 15-sep-24): 1.105.000 y 10,4%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 EL HORMIGUERO / LAMINE YAMAL (A3, 12-sep-24): 3.107.000 y 23,3%
- 2 EL HORMIGUERO / VICTORIA DE MARICHALAR (A3, 09-sep-24): 2.893.000 y 23%
- 3 LA REVUELTA / RAUL CIMAS (La1, 12-sep-24): 2.601.000 y 19,2%



### SERIES

- 1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 30-sep-24): 1.338.000 y 14,8%
- 2 LAS ABOGADAS (La1, 25-sep-24): 1.291.000 y 13,3%
- 3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 27-sep-24): 1.262.000 y 14,3%



### INFORMACIÓN

- 1 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 12-sep-24): 2.121.000 y 19,9%
- 2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 16-sep-24): 2.071.000 y 23,3%
- 3 ANTENA 3 NOTICIAS 2 (A3, 11-sep-24): 2.030.000 y 19,1%



### CULTURALES

- 1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ALUBIAS BLANCAS CON CODORNICES Y SETAS (A3, 11-sep-24): 896.000 y 19,3%
- 2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / RISOTTO DE GUISANTES CON QUESO DE CABRA Y HUEVO (A3, 10-sep-24): 885.000 y 19,2%
- 3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / ARROZ CON VERDURAS Y GUINDILLAS (A3, 23-sep-24): 850.000 y 18,7%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / SUIZA-ESPAÑA (La1, 08-sep-24): 3.284.000 y 29,3%
- 2 FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / SERBIA-ESPAÑA (La1, 05-sep-24): 2.559.000 y 23,3%
- 3 LA VUELTA / LUANCO-LAGOS DE COVADONGA (La1, 03-sep-24): 1.614.000 y 17,7%



### ANIMACIÓN

- 1 LOS SIMPSONS (NEOX, 21-sep-24): 267.000 y 3,2%
- 2 LOS SIMPSONS (NEOX, 03-sep-24): 251.000 y 3,1%
- 3 LOS SIMPSONS (NEOX, 02-sep-24): 236.000 y 2,6%



# LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

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

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES



### C.SUR (Andalucía)

- 1 TOROS / DESDE UTRERA (C.SUR, 08-sep-24): 259.000 y 15,5%
- 2 ANDALUCIA POR EL MUNDO / BANGKOK (C.SUR, 22-sep-24): 246.000 y 10,8%
- 3 ATRAPAME SI PUEDES (C.SUR, 11-sep-24): 246.000 y 10,9%



### ARAGON TV (Aragón)

- 1 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 30-sep-24): 91.000 y 42,1%
- 2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 23-sep-24): 84.000 y 38,7%
- 3 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 18-sep-24): 80.000 y 40,1%



### TPA (Asturias)

- 1 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 22-sep-24): 37.000 y 13,8%
- 2 TPA NOTICIAS 2 (TPA, 09-sep-24): 34.000 y 13,5%
- 3 TPA DEPORTES 2 (TPA, 22-sep-24): 28.000 y 9,2%



### IB3 (Balears)

- 1 EL TEMPS 1 (IB3, 20-sep-24): 41.000 y 21,6%
- 2 IB3 ESPORTS 1 (IB3, 22-sep-24): 40.000 y 21,9%
- 3 IB3 NOTICIES VESPRES (IB3, 03-sep-24): 38.000 y 13,3%



### TVCAN (Canarias)

- 1 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 01-sep-24): 73.000 y 13,4%
- 2 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 29-sep-24): 70.000 y 15,6%
- 3 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 29-sep-24): 63.000 y 11,3%



### CMM (Castilla La Mancha)

- 1 EN COMPAÑIA (CMM, 18-sep-24): 76.000 y 17,9%
- 2 EN COMPAÑIA (CMM, 04-sep-24): 66.000 y 15,4%
- 3 EN COMPAÑIA (CMM, 12-sep-24): 64.000 y 15,3%



### TV3 (Cataluña)

- 1 PIROMUSICAL MERCE 24 (TV3, 24-sep-24): 546.000 y 26,7%
- 2 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 03-sep-24): 516.000 y 26,2%
- 3 TELENOTICIES VESPRES (TV3, 30-sep-24): 469.000 y 24,4%



### TVG (Galicia)

- 1 DEPORTES 2 (TVG, 07-sep-24): 101.000 y 16,8%
- 2 TELEXORNAL 1 (TVG, 11-sep-24): 101.000 y 18,2%
- 3 DEPORTES 2 (TVG, 22-sep-24): 100.000 y 12,6%



### TELEMADRID (Madrid)

- 1 MADRID DIRECTO (TELEMADRID, 04-sep-24): 142.000 y 15,2%
- 2 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 24-sep-24): 131.000 y 17%
- 3 TELENOTICIAS 1 (TELEMADRID, 03-sep-24): 129.000 y 18,6%



### LA 7TV (Murcia)

- 1 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 17-sep-24): 32.000 y 9,4%
- 2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 19-sep-24): 31.000 y 11,8%
- 3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 18-sep-24): 30.000 y 13,1%



### ETB2 (País Vasco)

- 1 TELEBERRI 2 (ETB2, 15-sep-24): 157.000 y 28,7%
- 2 TELEBERRI 2 (ETB2, 11-sep-24): 140.000 y 25,9%
- 3 TELEBERRI 2 (ETB2, 09-sep-24): 135.000 y 24,9%



### A PUNT (Valencia)

- 1 NTC MIGDIA (A PUNT, 27-sep-24): 114.000 y 13,9%
- 2 NTC MIGDIA (A PUNT, 22-sep-24): 108.000 y 11,3%
- 3 NTC MIGDIA (A PUNT, 08-sep-24): 106.000 y 13,9%

# LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

## CADENAS TEMÁTICAS PAGO



### CINE

- 1 CINE / EL SEÑOR DE LOS ANILLOS:EL RETORNO DEL REY (WARNER TV, 28-sep-24): 103.000 y 1,1%
- 2 CINE / MARVEL.LOS VENGADORES (STAR CHANNEL, 08-sep-24): 61.000 y 0,7%
- 3 CINE / EL FUERA DE LA LEY (TCM, 14-sep-24): 61.000 y 0,7%



### ENTRETENIMIENTO

- 1 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 10-sep-24): 30.000 y 0,2%
- 2 PRIME TIME (ORIGINALES por M+, 15-sep-24): 29.000 y 0,2%
- 3 EL CONSULTORIO DE BERTO (MOVISTAR PLUS+, 10-sep-24): 27.000 y 0,3%



### SERIES

- 1 INSPECTORA MARLEAU / A CONTRACORRIENTE (CALLE 13, 15-sep-24): 79.000 y 0,7%
- 2 LEY Y ORDEN:UNIDAD DE VICTIMAS ESPECIALES / VERDAD EMBARGADA (CALLE 13, 13-sep-24): 60.000 y 0,6%
- 3 THE EQUALIZER (CALLE 13, 03-sep-24): 55.000 y 0,5%



### INFORMACIÓN

- 1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.SAN MARINO (DAZN 1, 08-sep-24): 21.000 y 0,2%
- 2 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / JURADO POR UN DIA:CASO ASUNTA (AMC CRIME, 21-sep-24): 20.000 y 0,3%
- 3 LO QUE LA VERDAD ESCONDE / EL CASO ASUNTA(OPERACION NENUFAR) (AMC CRIME, 21-sep-24): 19.000 y 0,2%



### CULTURALES

- 1 MBAPPE:EL ULTIMO GALACTICO (DAZN LaLiga, 24-sep-24): 63.000 y 0,7%
- 2 LOS MISTERIOS DEL AREA 51 (NATIONAL GEOGRAPHIC, 14-sep-24): 46.000 y 1,7%
- 3 OVNIS EN INGLATERRA:NUEVAS PRUEBAS (NATIONAL GEOGRAPHIC, 14-sep-24): 43.000 y 0,9%



### DEPORTES

- 1 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-R.MADRID (DAZN LaLiga, 29-sep-24): 1.354.000 y 11,2%
- 2 FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-R.BETIS (DAZN LaLiga, 01-sep-24): 1.163.000 y 10,9%
- 3 FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-STUTTGART (LIGA DE CAMPEONES por M+, 17-sep-24): 857.000 y 7%



### ANIMACIÓN

- 1 SHIN-CHAN (STAR CHANNEL, 28-sep-24): 44.000 y 1,6%
- 2 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 28-sep-24): 43.000 y 1,5%
- 3 LOS SIMPSONS (STAR CHANNEL, 14-sep-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 26,2% de cuota.**

- ▶ Mediaset (24,8%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- ▶ GRUPO RTVE (14,9%), 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	26,2%	37,1 mill.	79,5%
	MEDIASET	24,8%	37,1 mill.	79,5%
	GRUPO RTVE	14,9%	36,6 mill.	78,4%
	FORTA	8,1%	25,7 mill.	55,2%
	GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,7%	21,2 mill.	45,6%
	GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,6%	21,2 mill.	45,4%

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 -7,5% y el número de campañas activas sube un 0,5%.**



\*Diferencias sep-24 vs. sep-23

El spot más visto corresponde a la campaña “NATURE VIEWS-AYUNTAMIENTO TORREVIEJA” en A3, con 24 Grp's 20” (‘EL HORMIGUERO’, 3 septiembre).

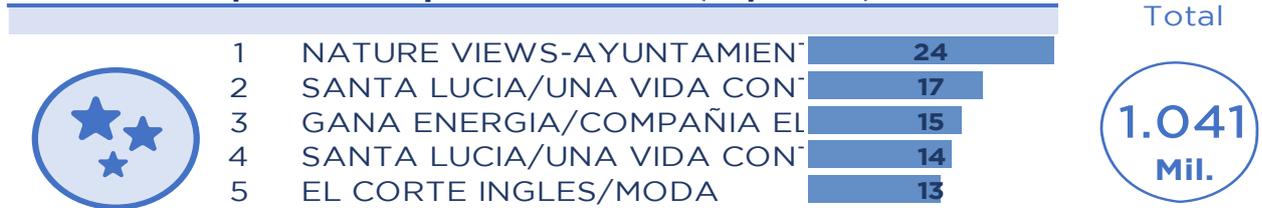
Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** “LIDL/SUPERMERCADO” con 1.978 Grp's 20”.
- **ANUNCIANTE:** “PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 5.336 Grp's 20”.
- **MARCA:** “LIDL” con 2.705 Grp's 20”.
- **SECTOR:** “DISTRIBUCION Y RESTAURACION” con el 18% 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")



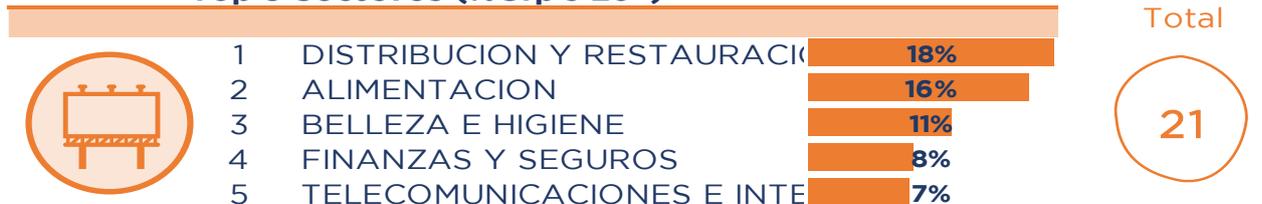
## Top 5 Campañas (Grp's 20")



## 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 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: septiembre-2024

# CONTÁCTENOS

## BARLOVENTO COMUNICACIÓN

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

📞 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS