INFORME MENSUAL DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ESPECTADORES EN TELEVISIÓN

Julio 2025

BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

Índice

- Titulares destacados
- Visión Global mercado TV.
- Espectadores Únicos TV Tradicional.
- Consumo de televisión.
- Total Uso Televisor.
- Consumo Híbrido.
- 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 90,9 % de la población de España).

- **ESPECTADORES ÚNICOS DIARIOS:** 24,9 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto (el 52,8 % de la población).

- **TOTAL CONSUMO DE TELEVISOR (TRADICIONAL + HÍBRIDO):** El tiempo del total consumo del Televisor es de 198 minutos por persona al día (-8′, -4 % vs año anterior). Además, el tiempo por espectador al día es de 330 minutos (-7′, -2,1%).

- **CONSUMO TV TRADICIONAL:** El consumo de TELEVISIÓN TRADICIONAL es de 275 minutos por espectador al día (-12′, -4 % vs año anterior) y de 147 minutos por persona al día (-12′, -8 % vs año anterior).

- **CONSUMO HÍBRIDO:** El Consumo Híbrido (Otros consumos audiovisuales) promedia 51 minutos por persona al día (+ 4′, 9 % vs año anterior). Por espectador al día el promedio es de 187 minutos (3′, 0,2%). % 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 3,1 millones de espectadores.

- **TOP 3 POR GRUPOS EDITORIALES**: Atresmedia es el grupo líder con el 25,9 % de cuota de pantalla. Le sigue MEDIASET con el 24,7 % y en tercer lugar GRUPO RTVE con el 17,4 %.

- **TOP 3 CADENAS GENERALISTAS NACIONALES**: A3, con el 13 % de cuota de pantalla, vuelve a liderar el mes. Le siguen La1, 11,1 % y T5, 9,2 %, entre las tres primeras.

- **TOP 3 CADENAS AUTONÓMICAS**: TV3 encabeza el ránking de Cadenas Autonómicas con mayor cuota con el 14,4 % , seguida de ARAGON TV con el 11,3 % y C.SUR con el 9,5 % de cuota de pantalla en sus ámbitos de emisión.

- **TOP 3 CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO**: El conjunto de Temáticas de Pago firman el 10,9 % de cuota, con el siguiente top 3 de cadenas: WARNER TV (0,3 %), MOVISTAR PLUS+ (0,3 %) y STAR CHANNEL (0,2 %).

- **EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES:** La emisión más vista del mes corresponde a PENALTIS FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / INGLATERRA-ESPAÑA (La1, 27-jul-25) con 6 millones y 58% de cuota de pantalla.

- **MINUTO MÁS VISTO DEL MES:** El minuto de oro del mes se produce durante la emisión PENALTIS FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO (La1, 27-jul, 20:45h) con una audiencia de 6,2 millones.

- **INFORMATIVOS DIARIOS MÁS VISTOS**: Los informativos de A3 son los más vistos durante 5 años y 7 meses de forma ininterrumpida con 1.670.000 de audiencia media y 19,5% de cuota.

- **ACTIVIDAD PUBLICITARIA:** Se registra actividad de 1.231 anunciantes diferentes. Desciende la presión publicitaria de GRPs en un -12,5 % y el número de campañas activas un -6,1 %.

Visión Global

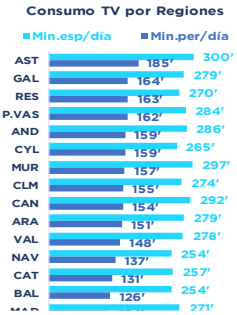
CONSUMO TELEVISIÓN TRADICIONAL

275' espectador/día

-12' -4% *Dif. jul-25 vs. jul-24

147' persona/día

-12' -8% *Dif. jul-25 vs. jul-24



ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

ACUMULADO MENSUAL

42,8 Millones

Cobertura mes **90,9** %

PROMEDIO DIARIO

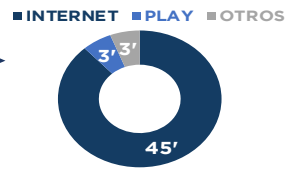
24,9 Millones

Cobertura día **52,8** %

OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES

51' persona/día

+4' 9% *Dif. jul-25 vs. jul-24



CONSUMO TOTAL TELEVISOR

(televisión tradicional+otros consumos audiovisuales):

198' persona/día -8' -4%

330' espectador/día - 7' -2,1%

*Dif. jul-25 vs. jul-24

jul-25

Cadena líder

A3

13,0%

RÁNKING CADENAS

	Cuota	*Dif. jul-25 vs. jul-24	Espectadores Únicos
A3	13,0%	+1,5	31,1 mill.
La1	11,1%	-3,5	32,8 mill.
T5	9,2%	-0,5	30,4 mill.
AUT	8,4%	+1,0	26,0 mill.
LA SEXTA	5,9%	+0,5	27,9 mill.
CUATRO	5,8%	+1,0	29,0 mill.
La2	3,3%	+0,5	24,8 mill.
FDF	2,8%	+0,2	17,2 mill.
ENERGY	2,6%	+0,3	13,2 mill.
TRECE	2,0%	+0,1	13,2 mill.
NEOX	2,0%	+0,2	17,6 mill.
ATRESERIES	1,9%	-0,3	12,5 mill.
NOVA	1,9%	-0,3	11,2 mill.
BEMADtv	1,8%	+0,1	15,8 mill.
DMAX	1,6%	0,0	15,9 mill.
DIVINITY	1,4%	-0,5	13,4 mill.
PARAMOUNT NETWORK	1,4%	0,0	15,0 mill.
MEGA	1,3%	0,0	14,5 mill.
DKISS	1,2%	-0,1	11,1 mill.
24H	1,1%	+0,1	14,2 mill.
BOING	1,1%	+0,3	10,9 mill.
TEN	1,0%	-0,3	9,2 mill.
TELEDEPORTE	1,0%	-0,5	12,6 mill.
CLAN	0,9%	+0,2	10,7 mill.
SQUIRREL	0,9%	-	11,9 mill.
VEO 7	0,6%	-	8,9 mill.
REAL MADRID HD	0,5%	-0,1	9,7 mill.
BOM Cine	0,3%	-0,1	5,5 mill.
AUT PRIV	0,3%	+0,1	4,3 mill.

Temáticas Pago -> 10,9% (+1,1)

*Dif. jul-25 vs. jul-24

EMISIÓN MÁS VISTA

La1

PENALTIS FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / INGLATERRA-ESPAÑA, 27-jul-25

6 millones y 58%

MINUTO MÁS VISTO DEL MES

6,2 millones

PENALTIS FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO

La1, 27-jul, 20:45h

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

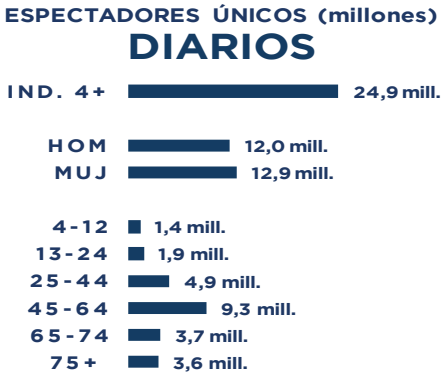
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

ESPECTADORES ÚNICOS TELEVISIÓN TRADICIONAL

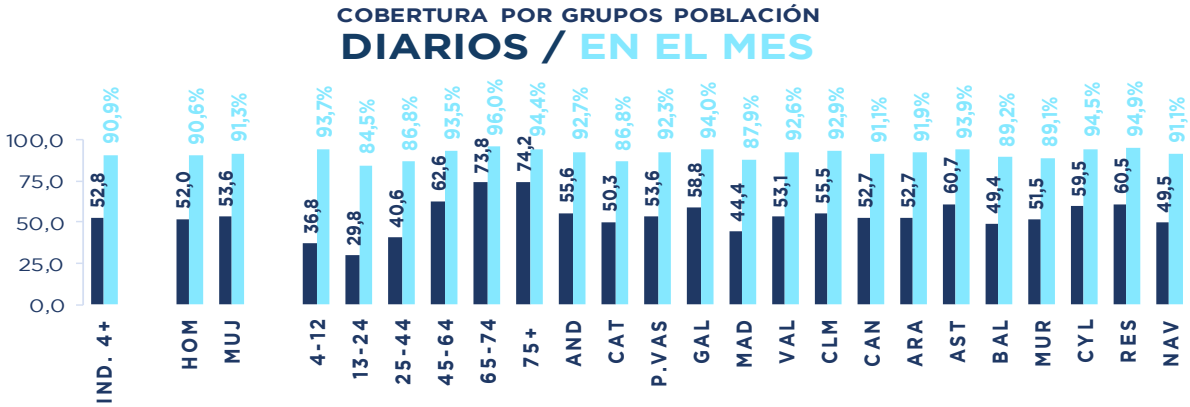
Los ESPECTADORES ÚNICOS acumulados en el mes de julio 2025 alcanzan la cifra de 42,8 millones, que representa el 90,9% de la población, que sí contacta con la Televisión Tradicional.

24,9 millones de españoles ven cada día la Televisión Tradicional al menos un minuto, es decir, el 52,8% de la población.

Por el contrario, hay 4,3 millones de "telefóbicos", el 9% de la población, que no ha visto en ningún momento la televisión este mes.







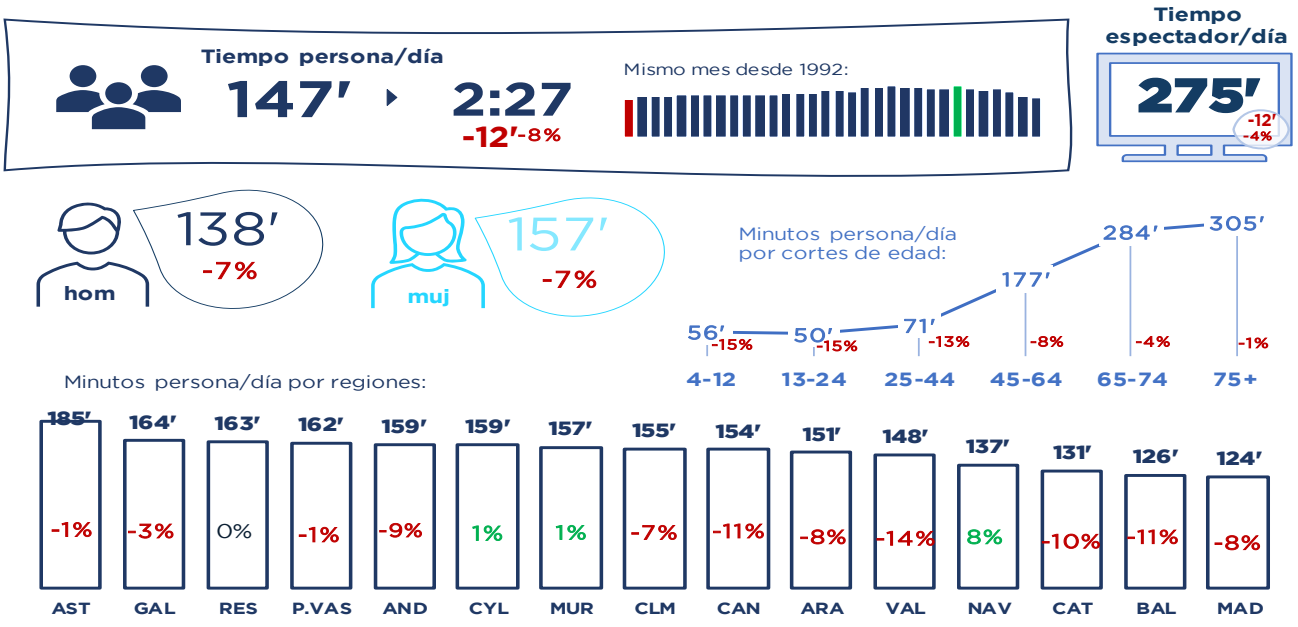
BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

CONSUMO TV TRADICIONAL

El **tiempo de consumo diario por espectador** (sobre los que encienden/ven la televisión cada día) es de **275 minutos** (-12′ que en el mismo mes del año pasado).

Cada persona (sobre el universo de población de 47,1 millones) ha dedicado un promedio de **147 minutos** (2 horas y 27 minutos) al día a ver la Televisión Tradicional este mes, lo que supone **-12′ (-8%)** con respecto al mes de julio-24.

Los grupos sociodemográficos que más tiempo consumen televisión (persona/día) son las mujeres (157′) y los mayores de 64 años (284′) y, por regiones, Asturias (185′), Galicia (164′) y Resto (163′).



*Diferencias jul-25 vs. jul-24

BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

CONSUMO HÍBRIDO
(OTROS CONSUMOS AUDIOVISUALES)

El promedio del consumo híbrido ("Otros Consumos Audiovisuales") es de 51 minutos por persona al día, +4′ (9%) que en julio-24.

El 26% 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 3.083.000.

51 MINUTOS PERSONA/DÍA +4′ 9%

*Diferencias jul-25 vs. jul-24

33,7 MILLONES ESPECTADORES ÚNICOS ACUMULADO MES

12,6 MILLONES ESPECT. ÚNICOS DIARIOS

INTERNET 45′ +4′

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

+

"PLAY" 3′ 0′

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

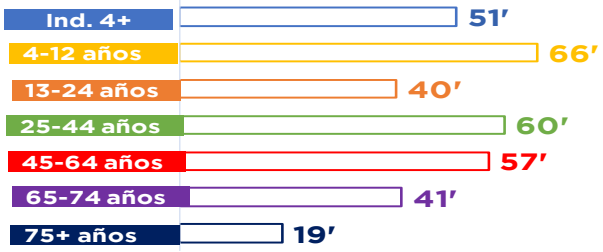
+

"OTROS" 3′ 0′

Videojuego y Radio TDT.

Los grupos de edad que más tiempo dedican a los "Otros consumos audiovisuales" son los individuos de 4-12 años (66′ por persona al día).

Tiempo promedio consumo "Otros consumos audioviosuales" por grupos de edad



BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

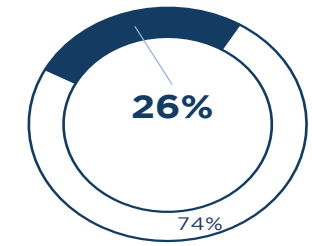
CONSUMO TOTAL TELEVISOR

El tiempo total de uso del televisor (Tradicional + otros consumos) es de 198′ por persona al día y de 330′ por espectador al día

TIEMPO DE USO DEL TELEVISOR PERSONA/DÍA POR SEGMENTOS POBLACIONALES

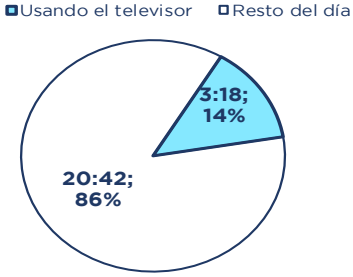
TARGET	TIEMPO PERSONA/DÍA	*Dif. jul-25 vs. jul-24	
Ind. 4+ (inv)	198′	-8′	-4%
HOM	189′	-8′	-4%
MUJ	206′	-9′	-4%
4-12	123′	-3′	-2%
13-24	90′	-8′	-8%
25-44	131′	-11′	-8%
45-64	234′	-11′	-4%
65-74	325′	-1′	0%
75+	324′	-1′	0%
ANDALUCIA	211′	-12′	-5%
CATALUÑA	191′	-10′	-5%
PAÍS VASCO	199′	+6′	3%
GALICIA	199′	-3′	-1%
MADRID	179′	-13′	-7%
C. VALENCIANA	201′	-19′	-9%
CASTILLA LA MANC	199′	-13′	-6%
CANARIAS	212′	-14′	-6%
ARAGÓN	198′	-10′	-5%
ASTURIAS	223′	+8′	4%
BALEARES	182′	-5′	-3%
MURCIA	200′	-3′	-1%
CASTILLA LEÓN	198′	+4′	2%
RESTO	212′	+4′	2%
NAVARRA	174′	+17′	11%
T.COMERCIAL	149′	-11′	-7%

Tiempo total uso televisor



En este mes el tiempo total de uso del televisor por persona al día es de **3:18,** que sobre las 24 horas del día, supone el **14%** del total.

Tiempo total uso televisor sobre el total del día



BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

RÁNKING CADENAS ABIERTO

Antena3, 13,0%, cadena líder en el mes

Los espectadores únicos del total de las cadenas en abierto son 42,3 millones, el 90% de cobertura.

- La cadena más vista es Antena 3 con el 13,0%.
- La1 (11,1%) mantiene la segunda posición y Telecinco (9,2%) se sitúa tercer lugar.
- En cuarto puesto, AUTONÓMICAS (8,4%).
- En quinta posición, LA SEXTA (5,9%) y CUATRO (5,8%) en sexto lugar.
- Les siguen La2 (3,3%), FDF (2,8%), ENERGY (2,6%) y TRECE (2%), para completar la tabla de las diez primeras.

El conjunto de las más de 80 cadenas que conforman las **Temáticas de Pago (10,9%),** se analizan en un epígrafe independiente.

RÁNKING
CADENAS ABIERTO

RNK		Cuota	*Dif. jul-25 vs. jul-24	Espectadores Únicos	Cob%
1	A3	13,0%	+1,5	31,1 mill.	66,1%
2	La1	11,1%	-3,5	★ 32,8 mill.	69,7%
3	T5	9,2%	-0,5	30,4 mill.	64,7%
4	AUT	8,4%	+1,0	26,0 mill.	55,3%
5	LA SEXTA	5,9%	+0,5	27,9 mill.	59,2%
6	CUATRO	5,8%	+1,0	29,0 mill.	61,7%
7	La2	3,3%	+0,5	24,8 mill.	52,8%
8	FDF	2,8%	+0,2	17,2 mill.	36,6%
9	ENERGY	2,6%	+0,3	13,2 mill.	28,1%
10	TRECE	2,0%	+0,1	13,2 mill.	28,1%
11	NEOX	2,0%	+0,2	17,6 mill.	37,4%
12	ATRESERIES	1,9%	-0,3	12,5 mill.	26,6%
13	NOVA	1,9%	-0,3	11,2 mill.	23,9%
14	BEMADtv	1,8%	+0,1	15,8 mill.	33,6%
15	DMAX	1,6%	0,0	15,9 mill.	33,8%
16	DIVINITY	1,4%	-0,5	13,4 mill.	28,5%
17	PARAMOUNT NETWORK	1,4%	0,0	15,0 mill.	31,9%
18	MEGA	1,3%	0,0	14,5 mill.	30,8%
19	DKISS	1,2%	-0,1	11,1 mill.	23,5%
20	24H	1,1%	+0,1	14,2 mill.	30,1%
21	BOING	1,1%	+0,3	10,9 mill.	23,2%
22	TEN	1,0%	-0,3	9,2 mill.	19,6%
23	TELEDEPORTE	1,0%	-0,5	12,6 mill.	26,9%
24	CLAN	0,9%	+0,2	10,7 mill.	22,8%
25	SQUIRREL	0,9%	-	11,9 mill.	25,3%
26	VEO 7	0,6%	-	8,9 mill.	18,9%
27	REAL MADRID HD	0,5%	-0,1	9,7 mill.	20,6%
28	BOM Cine	0,3%	-0,1	5,5 mill.	11,7%
29	AUT PRIV	0,3%	+0,1	4,3 mill.	9,0%

LIDERAZGOS DEMOGRÁFICOS

- **Antena3 líder en mujeres y entre los mayores de 25 años.**
- **La1 lidera en hombres, en los grupos de 13 a 24 años y en el "Target Comercial".**
- **Boing lidera en niños de 4 a 12 años.**

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

Por franjas horarias, Antena3 lidera en la sobremesa, tarde, "prime-time" y "Late-night", mientras que La1 es la cadena líder en la mañana. Energy es la cadena más vista en la madrugada.

LIDERAZGOS CUOTAS
TARGETS

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

CADENA LÍDER
FRANJAS HORARIAS

MAÑANA	SOBREMESA	TARDE
La1	A3	A3

PRIME-TIME	LATE-NIGHT	MADRUGADA
A3	A3	ENERGY

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 ▶ 25 DÍAS T5 ▶ 4 DÍAS

La1 ▶ 2 DÍAS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

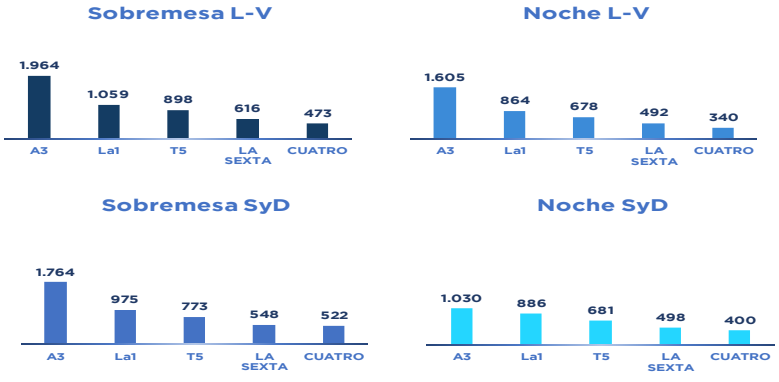
INFORMATIVOS DIARIOS

Los informativos de Antena 3
(1.670.000 de audiencia media y 19,5% de cuota)
son los más vistos desde hace 5 años y 7 meses consecutivos,
en el promedio de la audiencia media
de las principales ediciones de sobremesa y noche.

Los informativos de La1 (961.000 de audiencia media y 11,1% de cuota) son la segunda opción más vista y los de T5 (780.000 de audiencia media y 9,2% de cuota) los terceros.

Día semana	Cadena	Nº Emis.	AM(000)	Cuota	ESPECTADORES ÚNICOS	Cobertura
Lunes a Domingo	A3	62	1.670	19,5%	21,3 Mill.	45%
	La1	57	961	11,1%	19,4 Mill.	41%
	T5	62	780	9,2%	16,1 Mill.	34%
	LA SEXTA	62	544	7,5%	15,5 Mill.	33%
	CUATRO	62	423	6,0%	15,8 Mill.	34%
Lunes a Viernes	A3	46	1.785	20,4%	18,5 Mill.	39%
	La1	41	971	11,1%	15,8 Mill.	34%
	T5	46	797	9,2%	13,7 Mill.	29%
	LA SEXTA	46	552	7,5%	12,4 Mill.	26%
	CUATRO	46	409	5,8%	12,4 Mill.	26%
Sábado y Domingo	A3	16	1.398	17,2%	12,7 Mill.	27%
	La1	16	933	11,2%	12,0 Mill.	26%
	T5	16	729	9,0%	8,9 Mill.	19%
	LA SEXTA	16	524	7,5%	9,3 Mill.	20%
	CUATRO	16	464	6,6%	9,2 Mill.	20%

RESULTADOS POR EDICIONES
AUDIENCIA MEDIA (000)



BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

CADENAS AUTONÓMICAS

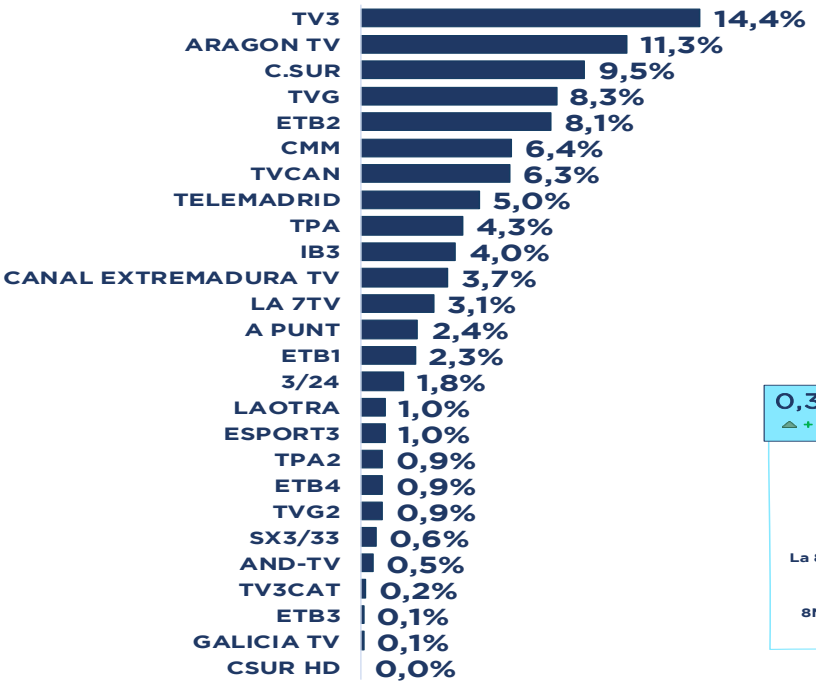
*Desde Febrero 2023 se ofrece el dato de audiencia con segundas residencias totales.

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

El número de espectadores únicos acumulados es de 26,0 millones, el 55,3 % de cobertura.

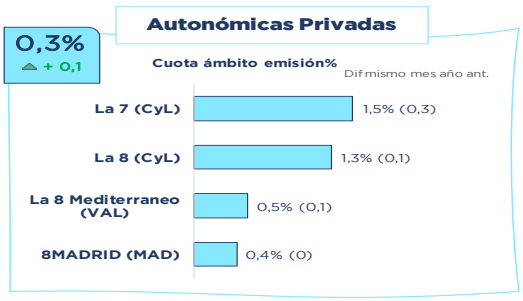
La cadena autonómica con mejor cuota este mes es TV3 (14,4%), ARAGON TV (11,3%), C.SUR (9,5%), TVG (8,3%), ETB2 (8,1%), CMM (6,4%), TVCAN (6,3%), TELEMADRID (5%), TPA (4,3%) y IB3 (4%), entre las 10 primeras.

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



***Novedad:** En estos titulares de destacan las cadenas que logran su mejor dato de al menos los últimos 5 años.**

- ★ **TV3 (Cataluña): Mejor mes de julio desde el año 2007.**
- ★ **TVCAN (Canarias): Mejor mes de julio desde el año 2014.**
- ★ **La8 (Castilla y León): Mejor mes de julio de su historia.**



BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

CADENAS AUTONÓMICAS PÚBLICAS

CUOTA % Y ESPECTADORES ÚNICOS EN EL MES POR REGIONES

Andalucía

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C.SUR	9,5%	5,0 Mill.	60,4%
AND-TV	0,5%	2,4 Mill.	29,2%

Aragón

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ARA TV	11,3%	0,8 Mill.	62,7%

Asturias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TPA	4,3%	0,6 Mill.	56,1%
TPA2	0,9%	0,3 Mill.	31,9%

Baleares

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
IB3	4,0%	0,4 Mill.	36,0%

Canarias

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVCAN	6,3%	1,2 Mill.	53,7%

Castilla La Mancha

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
CMM	6,4%	1,1 Mill.	55,9%

Cataluña

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TV3	14,4%	3,9 Mill.	49,6%
SX3/33	0,6%	1,9 Mill.	24,1%
3/24	1,8%	2,7 Mill.	34,3%
ESPORT3	1,0%	1,8 Mill.	22,9%
TV3CAT	0,2%	0,2 Mill.	2,8%

Extremadura

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
C. EXT	3,7%	0,5 Mill.	53,4%

Galicia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TVG	8,3%	1,7 Mill.	64,1%
TVG2	0,9%	1,1 Mill.	43,0%
GAL. TV	0,1%	0,1 Mill.	3,1%

Madrid

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
TELEMADRID	5,0%	3,0 Mill.	43,4%
LAOTRA	1,0%	2,0 Mill.	29,6%

Murcia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
LA 7TV	3,1%	0,7 Mill.	47,4%

País Vasco

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
ETB1	2,3%	1,0 Mill.	44,3%
ETB2	8,1%	1,3 Mill.	62,0%
ETB3	0,1%	0,3 Mill.	14,9%
ETB4	0,9%	0,6 Mill.	30,0%

Valencia

	cuota	ESPEC. ÚNICOS	Cob%
A PUNT	2,4%	2,0 Mill.	39,2%

INFORMATIVOS AUTONÓMICAS

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

	Cuota% en ámbito emisión		Espectadores Únicos (000)	Cob%
TV3	24,8%	→	3.150	40,5%
ARAGON TV	22,5%	→	510	39,2%
ETB2	20,9%	→	889	41,1%
TVG	11,9%	→	961	36,5%
TVCAN	10,5%	→	777	35,5%
TELEMADRID	10,4%	→	1.466	21,5%
CMM	10,0%	→	536	26,3%
C.SUR	9,5%	→	2.784	33,4%
TPA	7,8%	→	334	33,9%
IB3	6,6%	→	241	20,2%
LA 7TV	5,4%	→	385	25,3%
A PUNT	4,4%	→	975	18,7%

A PUNT · ARAGON TV · C.SUR · CMM · ETB2 · IB3

La 7 TV Murcia · TELEMADRID · TPA · TV3 · TVCAN · TVG

RÁNKING TEMÁTICAS < PAGO

Temáticas de Pago que firman el 10,9% de cuota de pantalla.
Los espectadores únicos ascienden a 18,2 millones, el 38,7% de cobertura poblacional.

El ránking de cadenas de este grupo de cadenas está conformado por WARNER TV (0,3%), MOVISTAR PLUS+ (0,3%), STAR CHANNEL (0,2%), EUROSPORT (0,2%), AXN (0,2%), CANAL HOLLYWOOD (0,2%), CALLE 13 (0,2%), SYFY (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,1%) y SOMOS (0,1%).

Rnk		Cuota	Dif Y/Y	Espect. Únicos	Cob%
	TEMATICAS PAGO	10,9%	+1,1	18,2 mill.	38,7%
1	WARNER TV	0,3%	+0,1	3,9 mill.	8,3%
2	MOVISTAR PLUS+	0,3%	+0,1	3,2 mill.	6,8%
3	STAR CHANNEL	0,2%	0,0	4,0 mill.	8,6%
4	EUROSPORT	0,2%	-0,1	2,5 mill.	5,3%
5	AXN	0,2%	0,0	2,8 mill.	6,0%
6	CANAL HOLLYWOOD	0,2%	0,0	2,3 mill.	4,8%
7	CALLE 13	0,2%	+0,1	3,4 mill.	7,2%
8	SYFY	0,2%	+0,1	3,0 mill.	6,3%
9	COMEDY CENTRAL	0,1%	0,0	3,5 mill.	7,5%
10	SOMOS	0,1%	0,0	1,5 mill.	3,2%
11	AXN MOVIES	0,1%	0,0	2,8 mill.	6,0%
12	DAZN F1	0,1%	-0,1	1,6 mill.	3,3%
13	DISCOVERY	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,2%
14	VINTV	0,1%	+0,1	1,8 mill.	3,9%
15	CANAL HISTORIA	0,1%	0,0	1,4 mill.	3,0%
16	DEPORTES 2 por M+	0,1%	0,0	1,0 mill.	2,1%
17	AMC BREAK	0,1%	0,0	1,2 mill.	2,6%
18	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0,0	2,1 mill.	4,6%
19	COSMO	0,1%	0,0	3,1 mill.	6,5%
20	AMC CRIME	0,1%	0,0	0,8 mill.	1,7%
21	XTRM	0,1%	0,0	1,5 mill.	3,2%
22	AMC	0,1%	0,0	2,0 mill.	4,2%
23	TCM	0,1%	0,0	3,2 mill.	6,8%
24	NGC WILD	0,1%	0,0	1,8 mill.	3,7%
25	VAMOS por M+	0,1%	0,0	2,8 mill.	6,0%

GRUPOS TEMÁTICAS PAGO

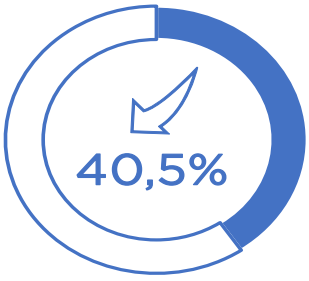
	Ránking grupos editoriales de Pago	Cuota	Espect. Únicos	Cob%
①	AMC NETWORKS INTERNATIONAL SOUTHEI	1,2%	6,4 Mill.	13,6%
②	MOVISTAR	0,9%	6,5 Mill.	13,8%
③	WARNER BROS DISCOVERY	0,7%	7,3 Mill.	15,4%
④	THE WALT DISNEY COMPANY	0,5%	6,0 Mill.	12,8%
⑤	UNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL	0,3%	4,4 Mill.	9,4%
⑥	SONY PICTURES ENTERTAINMENT IBERIA S.	0,3%	3,9 Mill.	8,4%
⑦	PARAMOUNT	0,2%	4,6 Mill.	9,8%
⑧	DAZN	0,2%	2,6 Mill.	5,4%
⑨	HEARST CORPORATION INC	0,1%	3,1 Mill.	6,5%
⑩	MEDIAPRO	0,1%	2,1 Mill.	4,4%

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

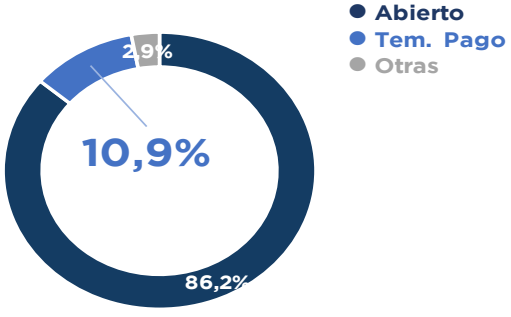
El consumo a través de la **TV de Pago representa el 29,1%** del total.

De todo el consumo televisivo en la modalidad de Pago, el **40,5%** corresponde a cadenas exclusivas de TV de Pago y el restante **59,5%** 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



BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

EMISIONES MÁS VISTAS

La emisión más vista del mes corresponde a PENALTIS FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / INGLATERRA-ESPAÑA (La1, 27-jul-25): 6.001.000 y 58%

*(sin tener en cuenta las emisiones en simulcast)

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Cuota	AUDIENCIA MEDIA (000)	ESPECT. ÚNICOS
1	PENALTIS FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / INGLATERRA-ESPAÑA	La1	27-jul-25	58,0%	6.001	6,4 mill.
2	PRORROGA FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / INGLATERRA-ESPAÑA	La1	27-jul-25	52,4%	5.263	6,5 mill.
3	PRORROGA FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / ALEMANIA-ESPAÑA	La1	23-jul-25	39,7%	4.345	5,7 mill.
4	FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES / PARIS ST.GERMAIN-R.MADRID	T5	09-jul-25	37,2%	4.149	7,9 mill.
5	FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / INGLATERRA-ESPAÑA	La1	27-jul-25	42,2%	4.134	6,5 mill.
6	FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES / R.MADRID-JUVENTUS	T5	01-jul-25	30,4%	3.390	6,9 mill.
7	FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / ALEMANIA-ESPAÑA	La1	23-jul-25	32,3%	3.342	6,9 mill.
8	FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES / CHELSEA-PARIS ST.GERMAIN	T5	13-jul-25	28,3%	2.957	6,6 mill.
9	FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES / R.MADRID-BORUSSIA DORTMUND	T5	05-jul-25	30,8%	2.790	5,7 mill.
10	POST FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / INGLATERRA-ESPAÑA	La1	27-jul-25	29,2%	2.734	5,6 mill.
11	PREVIO FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES / PARIS ST.GERMAIN-R.MADRID	T5	09-jul-25	26,4%	2.386	3,4 mill.
12	FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / ESPAÑA-SUIZA	La1	18-jul-25	26,8%	2.341	5,2 mill.
13	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	01-jul-25	23,1%	2.177	3,1 mill.
14	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	03-jul-25	23,5%	2.154	3,1 mill.
15	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	02-jul-25	23,5%	2.133	3,0 mill.
16	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	14-jul-25	22,7%	2.094	3,1 mill.
17	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	15-jul-25	22,2%	2.056	3,0 mill.
18	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	07-jul-25	22,1%	2.023	3,0 mill.
19	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	21-jul-25	22,7%	2.019	2,9 mill.
20	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	08-jul-25	22,1%	1.993	3,0 mill.
21	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	31-jul-25	23,1%	1.981	2,8 mill.
22	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	16-jul-25	21,9%	1.975	2,9 mill.
23	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	23-jul-25	22,5%	1.972	3,0 mill.
24	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	29-jul-25	22,6%	1.962	3,0 mill.
25	ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	30-jul-25	22,6%	1.952	2,8 mill.

LO MÁS VISTO POR GÉNEROS PROGRAMACIÓN

CADENAS ABIERTO

CINE

1 PELICULA DE LA SEMANA / DESPIERTA LA FURIA (La1, 27-jul-25): 1.552.000 y 16,9%
2 PELICULA DE LA SEMANA / INDIANA JONES Y EL DIAL DEL DESTINO (La1, 20-jul-25): 1.379.000 y 15,9%
3 PELICULA DE LA SEMANA / RETRIBUTION(2023) (La1, 06-jul-25): 1.061.000 y 10,6%

ENTRETENIMIENTO

1 TU CARA ME SUENA (A3, 11-jul-25): 1.875.000 y 25,1%
2 PASAPALABRA (A3, 01-jul-25): 1.710.000 y 21,5%
3 PASAPALABRA (A3, 22-jul-25): 1.654.000 y 23,4%

SERIES

1 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 29-jul-25): 1.223.000 y 14,4%
2 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 16-jul-25): 1.193.000 y 13,4%
3 SUEÑOS DE LIBERTAD (A3, 07-jul-25): 1.185.000 y 13,1%

INFORMACIÓN

1 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 01-jul-25): 2.177.000 y 23,1%
2 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 03-jul-25): 2.154.000 y 23,5%
3 ANTENA 3 NOTICIAS 1 (A3, 02-jul-25): 2.133.000 y 23,5%

CULTURALES

1 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / SECRETO DE CERDO CON CHUTNEY DE MANGO (A3, 14-jul-25): 906.000 y 17,3%
2 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / PASTEL DE PAPA (A3, 17-jul-25): 892.000 y 17,9%
3 COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUIÑANO / CONCHAS CON SALSA DE HUEVO Y ALBAHACA (A3, 16-jul-25): 878.000 y 17,1%

DEPORTES

1 PENALTIS FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / INGLATERRA-ESPAÑA (La1, 27-jul-25): 6.001.000 y 58%
2 PRORROGA FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / INGLATERRA-ESPAÑA (La1, 27-jul-25): 5.263.000 y 52,4%
3 PRORROGA FUTBOL:EUROCOPA FEMENINO / ALEMANIA-ESPAÑA (La1, 23-jul-25): 4.345.000 y 39,7%

ANIMACIÓN

1 LOS SIMPSONS (NEOX, 07-jul-25): 312.000 y 3,3%
2 LOS SIMPSONS (NEOX, 01-jul-25): 272.000 y 2,9%
3 LOS SIMPSONS (NEOX, 31-jul-25): 272.000 y 3,2%

LO MÁS VISTO POR CADENAS AUTONÓMICAS

TOP EMISIONES 1ªs AUTONÓMICAS

CON SEGUNDAS RESIDENCIAS TOTALES

C.SUR (Andalucía)

1 LA TARDE,AQUI Y AHORA (C.SUR, 08-jul-25): 279.000 y 15,6%
2 LA TARDE,AQUI Y AHORA (C.SUR, 09-jul-25): 271.000 y 14,8%
3 LA TARDE,AQUI Y AHORA (C.SUR, 01-jul-25): 269.000 y 15,8%

ARAGON TV (Aragón)

1 EL TIEMPO (ARAGON TV, 17-jul-25): 89.000 y 31,3%
2 ARAGON NOTICIAS 1 (ARAGON TV, 10-jul-25): 81.000 y 41%
3 EL TIEMPO (ARAGON TV, 16-jul-25): 77.000 y 28,2%

TPA (Asturias)

1 PREVIO FUTBOL:AMISTOSO / OVIEDO-VILLARREAL (TPA, 31-jul-25): 43.000 y 19,1%
2 FUTBOL:AMISTOSO / OVIEDO-VILLARREAL (TPA, 31-jul-25): 42.000 y 17,4%
3 TPA NOTICIAS 1 (TPA, 27-jul-25): 35.000 y 19,1%

IB3 (Baleares)

1 EL TEMPS 1 (IB3, 10-jul-25): 33.000 y 17,8%
2 EL TEMPS 1 (IB3, 14-jul-25): 30.000 y 15,9%
3 EL TEMPS 1 (IB3, 16-jul-25): 30.000 y 19%

TVCAN (Canarias)

1 BAJADA DE LA VIRGEN DE LAS NIEVES (TVCAN, 10-jul-25): 76.000 y 17%
2 EN OTRA CLAVE:EN CAPITULOS ANTERIORES (TVCAN, 06-jul-25): 75.000 y 13,5%
3 EN OTRA CLAVE (TVCAN, 06-jul-25): 72.000 y 16,6%

CMM (Castilla La Mancha)

1 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA FIN DE SEMANA (CMM, 05-jul-25): 58.000 y 17,6%
2 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA FIN DE SEMANA (CMM, 26-jul-25): 56.000 y 16%
3 NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2 (CMM, 28-jul-25): 54.000 y 15,5%

TV3 (Cataluña)

1 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 07-jul-25): 512.000 y 30,4%
2 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 01-jul-25): 423.000 y 25,7%
3 TELENOTICIES VESPRE (TV3, 03-jul-25): 415.000 y 25,6%

TVG (Galicia)

1 FOGOS DO APOSTOLO (TVG, 24-jul-25): 156.000 y 28,5%
2 TELEXORNAL 1 (TVG, 17-jul-25): 106.000 y 18,3%
3 TELEXORNAL 1 (TVG, 15-jul-25): 105.000 y 19,1%

TELEMADRID (Madrid)

1 TELENOTICIAS 2 (TELEMADRID, 17-jul-25): 201.000 y 18,1%
2 EL ANALISIS:DIARIO DE LA NOCHE (TELEMADRID, 02-jul-25): 183.000 y 13,3%
3 EL ANALISIS:DIARIO DE LA NOCHE (TELEMADRID, 14-jul-25): 161.000 y 13,2%

LA 7TV (Murcia)

1 LA 7 NOTICIAS 2 (LA 7TV, 24-jul-25): 33.000 y 10,6%
2 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 15-jul-25): 24.000 y 8,7%
3 LA 7 NOTICIAS (LA 7TV, 13-jul-25): 23.000 y 10,5%

ETB2 (País Vasco)

1 TELEBERRI 1 (ETB2, 07-jul-25): 130.000 y 27,3%
2 TELEBERRI 2 (ETB2, 29-jul-25): 121.000 y 29,4%
3 TELEBERRI 2 (ETB2, 15-jul-25): 117.000 y 23,3%

A PUNT (Valencia)

1 NTC ESPORTS 1 (A PUNT, 20-jul-25): 111.000 y 11,1%
2 NTC MIGDIA (A PUNT, 27-jul-25): 98.000 y 11,6%
3 A LA SACA (A PUNT, 28-jul-25): 92.000 y 8,6%

LO MÁS VISTO POR TEMÁTICAS DE PAGO

CADENAS TEMÁTICAS PAGO

CINE

1 TRILOGIA THE EQUALIZER / THE EQUALIZER 3 (AXN, 27-jul-25): 92.000 y 1%
2 CINE / LUCY (SYFY, 06-jul-25): 72.000 y 0,7%
3 CINE / 2012 (STAR CHANNEL, 03-jul-25): 68.000 y 0,7%

ENTRETENIMIENTO

1 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 02-jul-25): 72.000 y 1%
2 ILUSTRES IGNORANTES (MOVISTAR PLUS+, 04-jul-25): 62.000 y 0,8%
3 HITS-CHIMPUM!:LA ULTIMA FUNCION DE TRICICLE (MOVISTAR PLUS+, 26-jul-25): 46.000 y 0,6%

SERIES

1 THE BIG BANG THEORY (WARNER TV, 22-jul-25): 61.000 y 0,7%
2 FBI INTERNATIONAL (WARNER TV, 15-jul-25): 60.000 y 0,9%
3 FBI INTERNATIONAL (WARNER TV, 15-jul-25): 59.000 y 0,6%

INFORMACIÓN

1 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.REPUBLICA CHECA (DAZN 1, 20-jul-25): 38.000 y 0,4%
2 RUEDA DE PRENSA DEPORTIVA / G.P.ALEMANIA (DAZN 1, 13-jul-25): 19.000 y 0,2%
3 LA PALMA,EL ULTIMO VOLCAN (DOCUMENTALES por M+, 29-jul-25): 11.000 y 0,1%

CULTURALES

1 PEREJIL (MOVISTAR PLUS+, 11-jul-25): 46.000 y 0,6%
2 PEREJIL (MOVISTAR PLUS+, 13-jul-25): 42.000 y 0,4%
3 EL HOMBRE Y LA TIERRA / LOS SEÑORES DEL BOSQUE(2 PARTE) (VINTV, 01-jul-25): 37.000 y 0,8%

DEPORTES

1 FORMULA 1 / G.P.GRAN BRETAÑA (DAZN F1, 06-jul-25): 454.000 y 5%
2 TENIS:WIMBLEDON / J.SINNER-C.ALCARAZ (MOVISTAR PLUS+, 13-jul-25): 442.000 y 5,4%
3 FORMULA 1 / G.P.BELGICA (DAZN F1, 27-jul-25): 391.000 y 4,6%

ANIMACIÓN

1 ESPECIAL SUPERMAN / EL HOMBRE DE ACERO (WARNER TV, 12-jul-25): 41.000 y 0,6%
2 BOB ESPONJA (NICKELODEON, 28-jul-25): 40.000 y 0,5%
3 FUTURAMA (COMEDY CENTRAL, 03-jul-25): 38.000 y 0,5%

GRUPOS EDITORIALES ABIERTO

Atresmedia (6 cadenas en emisión) ocupa el primer puesto en el ránking por grupos editoriales con el 25,9% de cuota.

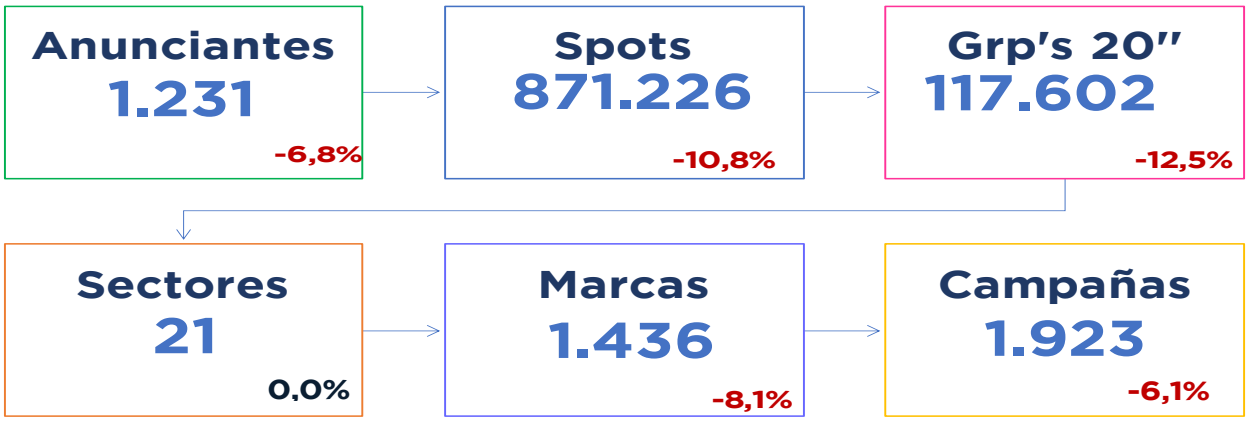
- MEDIASET (24,7%), con siete cadenas en emisión, se sitúa en segunda posición.
- GRUPO RTVE (17,4%), que incluye cinco cadenas, ocupa la tercera posición.
- Les siguen Grupo Squirrel Media (2,6%) con tres cadenas y Grupo Unidad Editorial (2,1%) con dos cadenas.

Grupos Editoriales Abierto	Cuota	Espectadores únicos	Cob%
ATRESMEDIA	25,9%	36,2 mill.	77,0%
MEDIASET	24,7%	37,2 mill.	79,1%
GRUPO RTVE	17,4%	36,0 mill.	76,5%
FORTA	8,3%	25,5 mill.	54,2%
GRUPO SQUIRREL MEDIA	2,6%	18,9 mill.	40,2%
GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,1%	18,1 mill.	38,5%

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, SQUIRREL Y BOM Cine. / UNIDAD EDITORIAL: DISCOVERY MAX y VEO 7. / FORTA: TV Autonómicas incluidas en la Federación.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Desciende la presión publicitaria de GRPs en -12,5% y el número de campañas activas un -6,1%.



*Diferencias jul-25 vs. jul-24

El spot más visto corresponde a la campaña "AUDI/A5 AVANT E-HIBRID" en T5, con 16 Grp's 20'' ('FUTBOL:MUNDIAL DE CLUBES', 9 julio).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** "SECURITAS DIRECT/ALARMAS" con 2.387 Grp's 20''.
- **ANUNCIANTE:** "PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A. con 4.154 Grp's 20''.
- **MARCA:** "GALERIA DEL COLECCIONISTA" con 3.739 Grp's 20''.
- **SECTOR:** "DISTRIBUCION Y RESTAURACION" con el 16% de la presión publicitaria.

ACTIVIDAD PUBLICITARIA

RÁNKINGS PUBLICITARIOS

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

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

1	AUDI/A5 AVANT E-HIBRID	16
2	REPSOL/COMPAÑIA	15
3	REPSOL/COMPAÑIA	14
4	REPSOL/COMPAÑIA	14
5	IPHONE 16/TELEFONO MOVIL	13

Total: 871 Mil.

Top 5 Anunciantes (Grp's 20")

1	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,	4.154
2	GALERIA DEL COLECCIONISTA	3.739
3	LAB.LACER, S.A.	2.667
4	RECKITT BENCKISER HEALTHC	2.659
5	SECURITAS SEG.ESPAÑA	2.458

Total: 1.231

Top 5 Campañas (Grp's 20")

1	SECURITAS DIRECT/ALARMAS	2.387
2	ALDI/SUPERMERCADO	1.629
3	CARGLASS/REP.CRIST.C	1.554
4	MOVISTAR PROSEGUR/ALARM	1.445
5	TRIVAGO.ES/COMPARADOR O	1.342

Total: 1.923

Top 5 Marcas (Grp's 20")

1	GALERIA DEL COLECCIONISTA	3.739
2	SECURITAS DIRECT	2.458
3	LACER	1.976
4	BAYER	1.927
5	ALDI	1.629

Total: 1.436

Top 5 Sectores (%Grp's 20")

1	DISTRIBUCION Y RESTAURACI	16%
2	ALIMENTACION	15%
3	BELLEZA E HIGIENE	12%
4	SALUD	11%
5	FINANZAS Y SEGUROS	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: julio-2025

CONTÁCTENOS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN

✉ blvcom@barloventocomunicacion.es

✆ 91.446.17.57

🔔 Sigue a @BLVCOM en RRSS

BARLOVENTO COMUNICACIÓN
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL