

T5 (15,3%) líder por decimosexto mes consecutivo, su mejor diciembre de los últimos 11 años

Contenido:

1. Ránking Cadenas y Liderazgos	4
2. Consumo televisivo	5
3. Grupos Televisivos	5
4. Cadenas Autonómicas	8
5. Temáticas de Pago	9
6. Sistemas de Distribución.....	10
7. Emisiones más vistas.....	11
8. Informativos diarios	12
9. Audiencia Social	13
10. Apuntes Publicidad	14

Metodología y ficha técnica

El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable “invitados” que comenzó a medir Kantar en marzo de 2017.

Además, 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).

Ind.4+ (inv) | Lineal | TSD | España | Fuente: Kantar Media

Síguenos en Redes Sociales:

- <https://www.linkedin.com/company/barlovento-comunicacion>
- <https://twitter.com/blvcom>
- <https://www.facebook.com/barloventocomunicacion/>
- <https://www.instagram.com/blvcom/>

Visión Global Mercado TV | Diciembre 2019 | Barlovento Comunicación



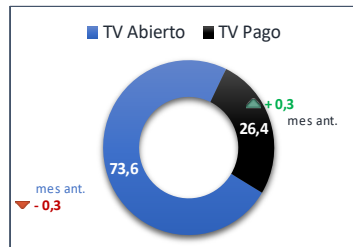
Grupos Comunicación

MEDIASET España	Movistar	rtve	forta	VOCENTO	El Trece
★ 29,5	24,2	16,1	8,1	3,0	2,7
-0,1	-1,5	+0,4	-0,1	+0,2	repite resultado

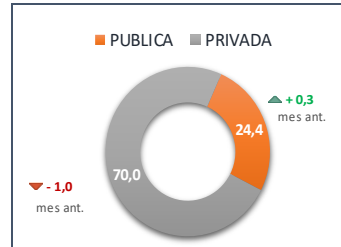
Cadena Líder



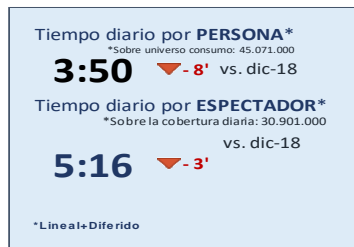
Abierto vs. Pago



Pública vs. Privada



Consumo Televisivo



Ránking Cadenas

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD | Se tienen en cuenta varios decimales.

Leyenda cuota: +10 10-5 5-3 <3

RNK.	Cuota cadenas	dic-19	mes ant.	año ant.
1	T5	15,3	▼ - 0,5	▲ + 1,9
2	A3	10,6	▼ - 0,3	▼ - 2,0
3	La1	10,0	▲ + 0,2	▼ - 0,4
4	TEMATICAS PAGO	8,3	▲ + 0,5	▲ + 0,5
5	AUT	8,3	▼ - 0,1	▲ + 0,2
6	LA SEXTA	6,4	▼ - 1,4	▼ - 0,6
7	CUATRO	5,4	▼ - 0,2	▼ - 0,1
8	La2	2,9	▲ + 0,2	▲ + 0,3
9	FDI	2,8	▲ + 0,3	0,0
10	ENERGY	2,5	▲ + 0,1	▲ + 0,2
11	TRECE	2,2	▲ + 0,1	▲ + 0,1
12	NOVA	2,2	0,0	▼ - 0,1
13	NEOX	2,1	▲ + 0,1	▼ - 0,3
14	CLAN	2,0	▲ + 0,2	▲ + 0,2
15	PARAMOUNT NETWORK	1,8	▲ + 0,1	▼ - 0,1
16	DMAX	1,7	0,0	0,0
17	DIVINITY	1,7	0,0	▼ - 0,1
18	ATRESERIES	1,5	▲ + 0,1	▲ + 0,3
19	MEGA	1,5	▲ + 0,1	▼ - 0,1
20	BOING	1,2	▲ + 0,1	▼ - 0,1
21	DISNEY CHANNEL	1,2	▲ + 0,1	▼ - 0,2
22	GOL	1,0	0,0	0,0
23	DKISS	1,0	▲ + 0,1	▲ + 0,2
24	24H	0,8	▼ - 0,2	▼ - 0,1
25	BEMADtv	0,6	▲ + 0,1	▼ - 0,1
26	TEN	0,4	0,0	▲ + 0,1
27	AUT PRIV	0,4	0,0	0,0
28	TELEDEPORTE	0,4	0,0	0,0
29	REAL MADRID HD	0,3	0,0	0,0

Minuto Oro

CAMPANADAS DE FIN DE AÑO (A3) (31-dic-19) - 23:56h

6.336.000

Suma La1+A3+T5

36,0 ▼ - 0,5 mes ant.

Ránking Emisiones

Leyenda: >7 mill. 6-7 mill. 5-6 mill. 4-5 mill. 3-4 mill. <3 mill.

1	La1	CAMPANADAS DE FIN DE AÑO (31-dic-19): 4.828.000 y 33,8%
2	La1	CAMPANADAS DE FIN DE AÑO (31-dic-19): 4.763.000 y 28,8%
3	A3	CAMPANADAS DE FIN DE AÑO (31-dic-19): 4.749.000 y 28,7%
4	T5	GH VIP:EXPRESS (19-dic-19): 4.324.000 y 24,9%
5	La1	PELICULA DE LA SEMANA / CAMPEONES (22-dic-19): 4.247.000 y 25,6%
6	T5	GH VIP (19-dic-19): 4.231.000 y 38,5%
7	La1	FELIZ 2020 (31-dic-19): 4.176.000 y 30,8%
8	T5	GH VIP:EXPRESS (12-dic-19): 4.093.000 y 23,9%
9	La1	31-D:UN GOLPE DE GRACIA (31-dic-19): 3.963.000 y 30,1%
10	T5	GH VIP (05-dic-19): 3.837.000 y 35,7%

1. Ránking Cadenas y Liderazgos

T5 (15,3%) LÍDER POR DECIMOSEXTO MES CONSECUTIVO, SU MEJOR DICIEMBRE DE LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS.

LE SIGUEN A3 (10.6%), LA1 (10%), TEMATICAS PAGO (8.3%), AUT (8.3%), LA SEXTA (6.4%), CUATRO (5.4%), LA2 (2.9%), FDF (2.8%) Y ENERGY (2.5%), ENTRE LAS DIEZ PRIMERAS.

• Los liderazgos **por targets** se reparten de la siguiente manera:

Telecinco es líder en mujeres, en los mayores de 13 años en adelante, así como en el “Target Comercial”.

Clan es líder entre los niños de 4 a 12 años (16,4%).

• En cuanto al desglose **por regiones**:

Telecinco lidera en todas las regiones a excepción de tres. **La1** lidera en Castilla y León y las “Temáticas de Pago” en Baleares. Por su parte, la autonómica **TV3** es primera opción en Cataluña.

• Por **franjas horarias y días de la semana** lideran:

Telecinco es líder en la mañana, la sobremesa, la tarde, el “Prime-Time” y el “Late-Night”.

Y las **Temáticas de Pago** son la opción más vista en la madrugada.

• Por **días de la semana**:

Telecinco es la cadena líder en la totalidad de las jornadas de lunes a domingo.

Liderazgos cadenas cuotas por TARGETS:

* Se tienen en cuenta varios decimales para el ránking

Ind. 4+	→	T5	15,3 %
---------	---	----	--------

Sexos	HOM	→	T5	10,6 %
	MUJ	→	T5	19,3 %

Edades	4-12	→	CLAN	16,4 %
	13-24	→	T5	12,8 %
	25-44	→	T5	15,0 %
	45-64	→	T5	14,2 %
	>64	→	T5	18,3 %

Índice Socioeconómico	IA+IB	→	T5	12,1 %
	IC+ID	→	T5	15,6 %
	IE	→	T5	17,6 %

Hábitats:	<50M	→	T5	14,6 %
	50-500M	→	T5	16,2 %
	>500M	→	T5	15,8 %

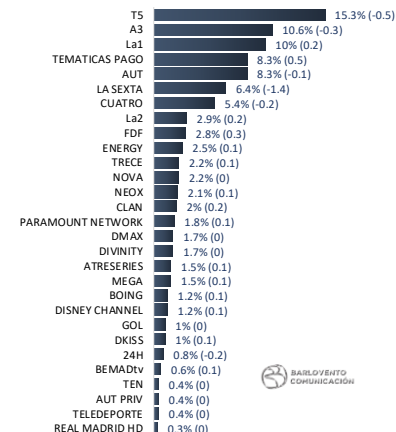
Regiones:	ANDALUCIA	→	T5	16,3 %
	CATALUÑA	→	AUT	18,2 %
	PAÍS VASCO	→	T5	17,0 %
	GALICIA	→	T5	14,9 %
	MADRID	→	T5	16,8 %
	C. VALENCIANA	→	T5	15,5 %
	CASTILLA LA MANCHA	→	A3	13,9 %
	CANARIAS	→	T5	19,1 %
	ARAGÓN	→	T5	11,8 %
	ASTURIAS	→	T5	20,7 %
	BALEARES	→	TEMATIC	14,9 %
	MURCIA	→	T5	19,2 %
	CASTILLA LEÓN	→	La1	15,5 %
	RESTO	→	T5	15,7 %

T.COMERCIAL*	→	T5	14,2 %
--------------	---	----	--------

* T.COM: Personas de 18 a 59 años, dentro del Índice Socioeconómico A+B+C+D y de hábitats de más de 10.000 habitantes.

Ránking Cadenas (cuota%)

*Ind. 4+ | España | Lineal | TVT | TSD Dif. mes ant.



Liderazgos cadenas cuotas por FRANJAS:

Total Día	→	T5	15,3 %
Mad. (De 02:30h a 07:00h)	→	T.PAG	12,2 %
Mañ. (De 07:00h a 14:00h)	→	T5	14,9 %
Sobr. (De 14:00h a 17:00h)	→	T5	13,6 %
Tard. (De 17:00h a 20:30h)	→	T5	16,2 %
PT (De 20:30h a 24:00h)	→	T5	15,2 %
LT (De 24:00h a 26:30h)	→	T5	19,7 %

Liderazgos por DÍAS DE LA SEMANA:

Lunes	→	T5	16,6 %
Martes	→	T5	14,8 %
Miércoles	→	T5	13,6 %
Jueves	→	T5	19,4 %
Viernes	→	T5	15,6 %
Sábado	→	T5	14,9 %
Domingo	→	T5	13,3 %

2. Consumo televisivo

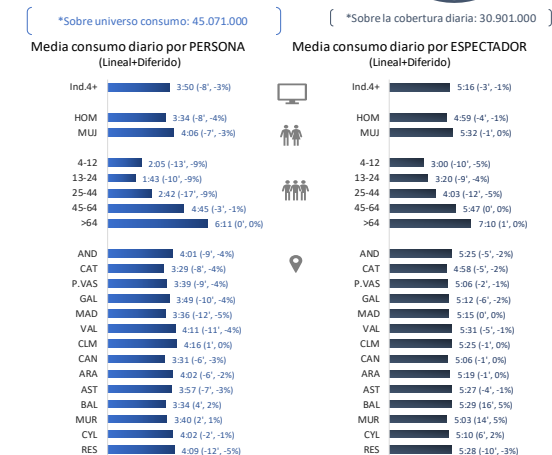
EL CONSUMO TOTALIZADO DE ESTE MES ES DE 3 HORAS Y 50 MINUTOS DIARIOS POR PERSONA, 8 MINUTOS MENOS QUE EL MES DE DICIEMBRE DEL AÑO PASADO.

- El consumo en **Lineal** es de 223 minutos, que incluye el concepto de ‘invitados’ (el 97% TTV) y el **Diferido** suma 7 minutos (el 4% TTV), que representa 230 minutos por personay día (3 horas y 50 minutos).
- El tiempo de consumo diario de los espectadores que ven cada jornada la televisión es de 5 horas y 16 minutos al día, -3 minutos que el mismo mes del año pasado.
- En cuanto a la cobertura televisiva, 30,9 Mill. de españoles contacta diariamente con el medio televisivo . Además, en el acumulado mensual la cobertura alcanzada es de 43 millones que representa el 96,3% de la población total que ha visto al menos un minuto la televisión. De los 45,1 Mill. de espectadores potenciales como universo de consumo, **1.689.000 de personas no han sintonizado ni un solo minuto con la televisión** en este último mes, estos “telefónicos” representan este mes el 3,7% del total.

* Diferido o “Time-Shift”: visionado de contenidos, a través de la televisión, durante los siete días siguientes de la emisión en lineal.

Minutos TV por persona al día			Contactos diarios	Cobertura mes
Lineal+Diferido	Lineal	Diferido	MAA	AA
230' 3:50	223' 97% TTV	7' 3% TTV	30,9 Mill. 68,6 %Pobl.	43,4 Mill. 96,3 %Pobl.
▼-8*	▼-8*	0*	▼-531*	▲+15*

* Diferencial mismo mes año anterior



2. Consumo televisivo


TOTAL USO TELEVISOR

Kantar Media, además de medir el consumo de televisión convencional, también recoge el consumo en el televisor de conceptos que no están siendo incorporados en el TTV. Estos consumos se refieren a tres actividades:

- **INTERNET:** Consumo en el televisor de video "No identificado" como televisión cuyo origen es Internet.
- **PLAY:** Consumo de video "No identificado" como televisión que se consume en el televisor procedente de aparatos de reproducción
- **OTROS CONSUMOS:** Consumo de tiempo de uso del televisor dedicado a Videojuego y Radio TDT.

Esta actividad de "consumo no TTV" muestra un notable crecimiento y representa 20 minutos.

Al sumar este concepto, en este mes se dedicó una media de 250 minutos a usar la televisión por persona al día, que supone 15 minutos más que el año pasado.

	dic-18	dic-19	Dif
 TOTAL USO TELEVISOR	243	250	▲ +7'
TTV	238	230	▼ -8'
CONSUMO NO TTV	5	20	▲ +15'
<i>INTERNET</i>	0	14	▲ +14'
<i>PLAY</i>	4	3	▼ -1'
<i>OTROS CONSUMOS</i>	0	3	▲ +3'

3. Grupos Televisivos

MEDIASET OCUPA LA PRIMERA POSICIÓN EN EL RÁNKING DE GRUPOS EMPRESARIALES CON EL 29,5% - 0,1)*.

- **Atresmedia**, en segunda posición, firma el 24,2% (- 1,5).
- El Grupo RTVE suma el 16,1% (+ 0,4), mientras que FORTA consigue el 8,1% (- 0,1), Grupo Vocento el 3,0% (+ 0,2) y Unidad Editorial registra el 2,7% (repite resultado).
- Los dos grupos de comunicación principales (Mediaset y Atresmedia) concentran el 53,7% del mercado de la audiencia (+ 1,6).
- La suma de las tres grandes cadenas, La1, Telecinco y Antena3, registran el 36,0% de cuota (- 0,5), más de tres puntos que en agosto.
- La **TV Privada** suma el 70,0% de cuota de pantalla (- 1,0), mientras que **TV pública** firma el 24,4%.

*Diferenciales de cuota con respecto al mes anterior al del análisis.

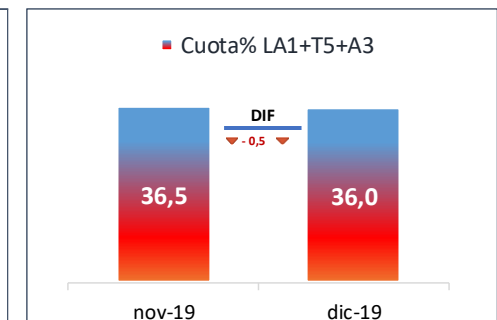
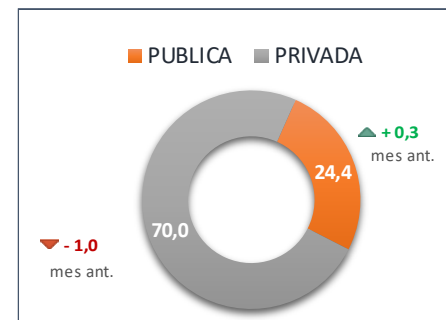
Cuotas por Grupos de Comunicación:

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

Cadenas	nov-19	dic-19	DIF
MEDIASET	29,6	29,5	-0,1 ▼
ATRESMEDIA	25,7	24,2	-1,5 ▼
GRUPO RTVE	15,7	16,1	+0,4 ▲
GRUPO UNIDAD EDITORIAL	2,7	2,7	0 ▬
GRUPO VOCENTO	2,8	3,0	+0,2 ▲
FORTA	8,2	8,1	-0,1 ▼



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



4. Cadenas Autonómicas

EL CONJUNTO DE LAS AUTONÓMICAS PROMEDIA EL 8.3% DE CUOTA DE PANTALLA (-0,1).

- El ranking de autonómicas por cuota de pantalla está encabezado por TV3 (15%), TVG (9.3%), ARAGON TV (9.2%), ETB2 (8.6%), C.SUR (8.1%), TPA (6.9%), C.EXT.TV (6.3%), CMM (6.2%), TVCAN (5.9%) y TELEMADRID (5.2%).

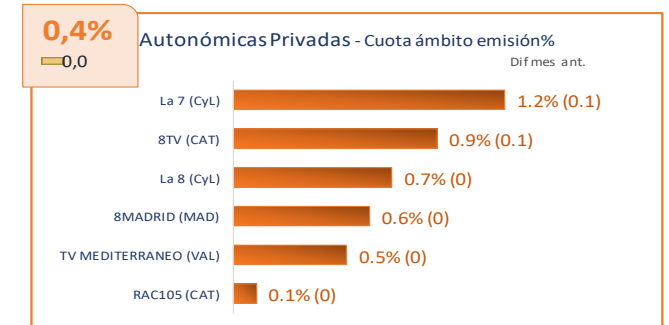
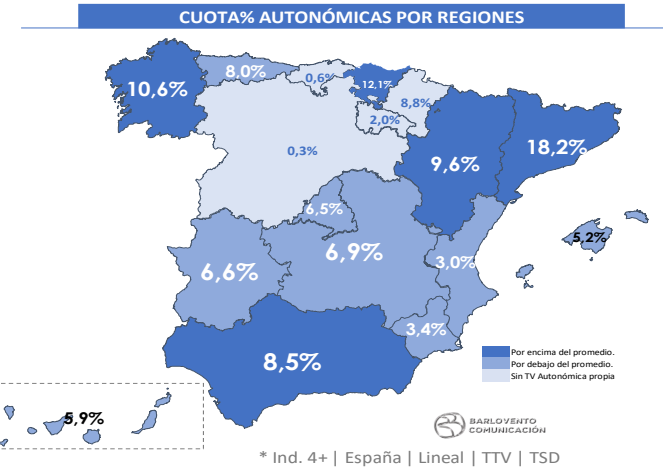
LAS AUTONÓMICAS PRIVADAS FIRMAN EL 0,4%, REPITE RESULTADO RESPECTO AL MES ANTERIOR.

- La 7 (CyL) (1,2%) continúa como la cadena más vista en este grupo, seguida de 8TV (CAT) (0,9%) y La 8 (CyL) (0,7%).

Cuota ámbito emisión		dic19	Dif mes ant.
Autonómicas >		8,3	▼ - 0,1
TV3	→	15,0	▼ - 1,7
TVG	→	9,3	▲ + 0,7
ARAGON TV	→	9,2	▲ + 0,8
ETB2	→	8,6	▼ - 0,1
C.SUR	→	8,1	▲ + 0,3
TPA	→	6,9	▲ + 0,5
C.EXT.TV	→	6,3	▼ - 0,1
CMM	→	6,2	▲ + 0,4
TVCAN	→	5,9	▲ + 1,5
TELEMADRID	→	5,2	▲ + 0,1
IB3	→	4,0	▼ - 0,2
LA 7TV	→	2,7	▲ + 0,3
ETB1	→	2,3	▲ + 0,1
A PUNT	→	2,2	▲ + 0,3
3/24	→	1,5	▼ - 0,6
LAOTRA	→	1,0	▲ + 0,1
TPA2	→	0,9	▲ + 0,1
SUPER3/33	→	0,7	▲ + 0,1
TVG2	→	0,7	▲ + 0,1
ETB4	→	0,6	▬ 0,0
GALICIA TV	→	0,5	▲ + 0,1
TV3CAT	→	0,5	▼ - 0,3
ESPORT3	→	0,5	▬ 0,0
ETB3	→	0,3	▬ 0,0
AND-TV	→	0,3	▬ 0,0

Leyenda cuota:

+10	10-5	5-3	<3
-----	------	-----	----

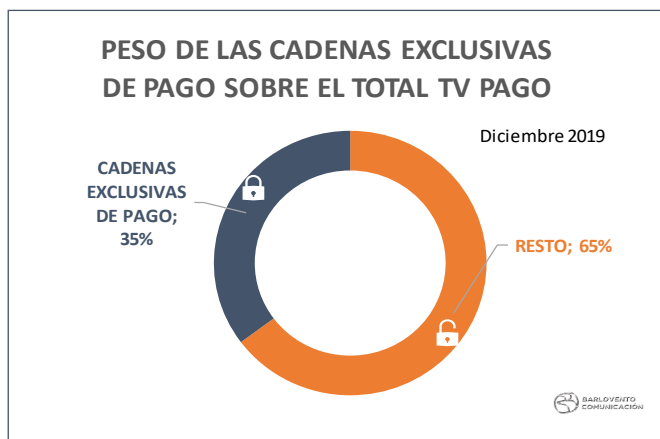


5. Temáticas de Pago

EL CONJUNTO DE TEMÁTICAS DE PAGO PROMEDIA EL 8,3% DE CUOTA DE PANTALLA (+0,5).

El ranking de cadenas de este grupo está conformado por MOVISTAR LALIGA (0.7%), FOX (0.4%), AXN (0.3%), TNT (0.3%), CANAL HOLLYWOOD (0.3%), CALLE 13 (0.2%), COMEDY CENTRAL (0.2%), #0 (0.2%), FOX LIFE (0.2%), AMC (0.2%) y #VAMOS (0.2%).

De todo el consumo televisivo en la modalidad de pago, el 35% corresponde a TV's que emiten solo en la TV de Pago. El restante 65% es el visionado de TV's en Abierto que se ven a través de TV de Pago, de los cuales, el 58,7% corresponde a cadenas en Abierto Nacionales y el 6,3% a las Autonómicas respectivamente.



Ranking 30 Temáticas Pago cuota TTV%:

Ind. 4+ (inv) | LINEAL | TSD | ESPAÑA



RNK	Cadenas	ene-20	Dif.mes ant.
	TEMATICAS PAGO	8,3%	+0,5
1	MOVISTAR LALIGA	0,7%	+0,2
2	FOX	0,4%	0
3	AXN	0,3%	0
4	TNT	0,3%	+0,1
5	CANAL HOLLYWOOD	0,3%	+0,1
6	CALLE 13	0,2%	-0,1
7	COMEDY CENTRAL	0,2%	0
8	#0	0,2%	0
9	FOX LIFE	0,2%	0
10	AMC	0,2%	+0,1
11	#VAMOS	0,2%	-0,1
12	HISTORIA	0,1%	0
13	SYFY	0,1%	0
14	NATIONAL GEOGRAPHIC	0,1%	0
15	AXN WHITE	0,1%	0
16	CANAL COCINA	0,1%	0
17	TCM	0,1%	0
18	NGC WILD	0,1%	0
19	VIAJAR	0,1%	0
20	MOVISTAR ESTRENOS	0,1%	0
21	DISCOVERY	0,1%	0
22	COSMOPOLITAN	0,1%	0
23	SOMOS	0,1%	0
24	ODISEA	0,1%	0
25	MOVISTAR LIGA DE CAMPEONES	0,1%	-0,1
26	NICKELODEON	0,1%	0
27	DECASA	0,1%	0
28	BLAZE	0,1%	0
29	SUNDANCE TV	0,1%	0
30	DISNEY JUNIOR	0,1%	0

6. Sistemas de Distribución

EL CONSUMO DE LA TV DE PAGO FIRMA EL 26,4% DE CUOTA DE PANTALLA (+ 0,3).

El consumo televisivo por Sistemas de Distribución se ha repartido de la siguiente manera:

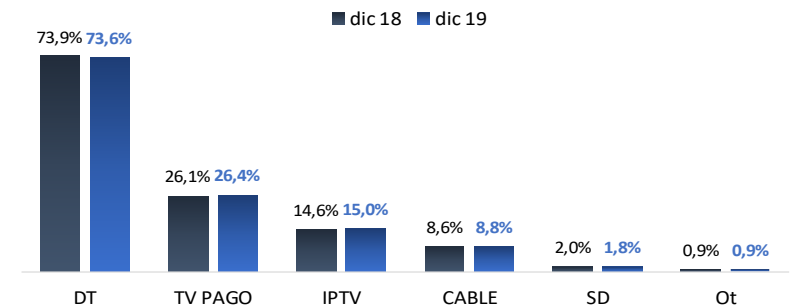
- **TDT:** 73.6% (-0.3).
- **IPTV:** 15% (+0.4).
- **Cable:** 8.8% (+0.2).
- **Satélite Digital:** 1.8% (-0.2).
- **“Otros”:** 0.9% (repite resultado).

Las regiones donde el sistema IPTV logra una mayor cuota son Canarias y Baleares. Por su parte, la implantación del Cable destaca en Asturias y País Vasco y el Satélite Digital en Asturias, Galicia, la Comunidad de Madrid y Castilla y León.

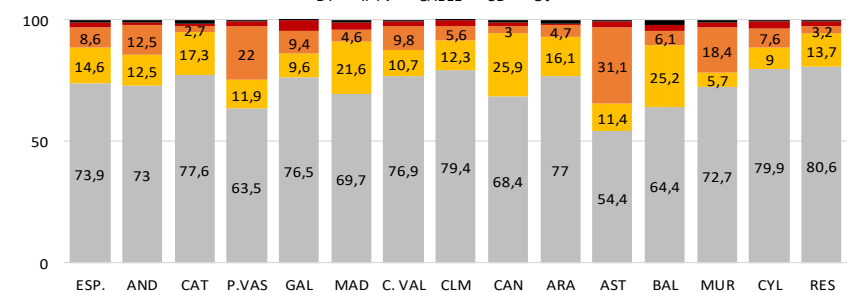
Fecha	DT	TV PAGO	IPTV	CABLE	SD	Ot
dic 18	73,9%	26,1%	14,6%	8,6%	2,0%	0,9%
dic 19	73,6%	26,4%	15,0%	8,8%	1,8%	0,9%
Dif>	-0,3	+0,3	+0,4	+0,2	-0,2	0

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

Cuota% Sistemas Distribución (Lineal+Diferido)



Cuota Sistemas Distribución por Regiones



7. Emisiones más vistas

LA EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES CORRESPONDE A 'CAMPANADAS DE FIN DE AÑO (31-DIC-19): 4.828.000 Y 33.8%' (LA1).

Ránking emisiones por géneros de programación*:

- **PELÍCULA:** PELICULA DE LA SEMANA / CAMPEONES' (La1, 22-dic) --> 4247000 y 25.6%.
- **SERIE:** LA QUE SE AVECINA' (T5, 17-dic) --> 2319000 y 18.7%.
- **INFORMATIVO:** INFORMATIVOS T5 21:00' (T5, 09-dic) --> 2668000 y 16.2%.
- **CULTURAL:** AQUÍ LA TIERRA/ ' (La1, 16-dic) --> 1968000 y 14%.
- **ENTRETENIMIENTO/CONCURSO:** GH VIP:EXPRESS' (T5, 19-dic) --> 4324000 y 24.9%.
- **DEPORTES:** LA SEXTA NOTICIAS:JUGONES' (LA SEXTA, 02-dic) --> 814000 y 6.6%.
- **ANIMACIÓN:** LOS SIMPSONS' (NEOX, 02-dic) --> 666000 y 5.8%.

*Según catalogación de Kantar Media, emisiones de más de 10 minutos de duración. El ranking oficial de emisiones de Kantar está referido a cadenas individuales.

TOP 20 EMISIONES MÁS VISTAS

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

Rango	Cadena	Programa	Audiencia	%
1	La1	CAMPANADAS DE FIN DE AÑO (31-dic-19)	4828000	33.8%
2	La1	CAMPANADAS DE FIN DE AÑO (31-dic-19)	4763000	28.8%
3	A3	CAMPANADAS DE FIN DE AÑO (31-dic-19)	4749000	28.7%
4	T5	GH VIP:EXPRESS (19-dic-19)	4324000	24.9%
5	La1	PELICULA DE LA SEMANA / CAMPEONES (22-dic-19)	4247000	25.6%
6	T5	GH VIP (19-dic-19)	4231000	38.5%
7	La1	FELIZ 2020 (31-dic-19)	4176000	30.8%
8	T5	GH VIP:EXPRESS (12-dic-19)	4093000	23.9%
9	La1	31-D:UN GOLPE DE GRACIA (31-dic-19)	3963000	30.1%
10	T5	GH VIP (05-dic-19)	3837000	35.7%
11	T5	GH VIP:EXPRESS (05-dic-19)	3507000	21.9%
12	T5	GH VIP (12-dic-19)	3227000	32.5%
13	CUATRO	GH VIP:LIMITE 48 HORAS (03-dic-19)	3222000	30.7%
14	T5	GH VIP:LIMITE 48 HORAS (03-dic-19)	3188000	18.4%
15	T5	CINE 5 ESTRELLAS / LA BELLA Y LA BESTIA(BEAUTY AND THE BEAST) (23-dic-19)	3168000	21.3%
16	T5	GOT TALENT ESPAÑA:EXPRESS (16-dic-19)	3147000	18.2%
17	T5	GOT TALENT ESPAÑA (16-dic-19)	2978000	29%
18	T5	GOT TALENT ESPAÑA:EXPRESS (02-dic-19)	2838000	16.3%
19	T5	GH VIP:EL DEBATE (01-dic-19)	2835000	22.8%
20	T5	GH VIP:EL DEBATE:EXPRESS (26-dic-19)	2818000	17.4%
21	T5	CINE / JUMANJI:BIENVENIDOS A LA JUNGLA (20-dic-19)	2783000	19.4%
22	T5	GH VIP:LIMITE 24 HORAS (11-dic-19)	2763000	16.1%
23	T5	GH VIP:EL DEBATE (08-dic-19)	2761000	22.2%
24	T5	GH VIP:EL DEBATE (15-dic-19)	2729000	22%
25	CUATRO	GH VIP:LIMITE 24 HORAS (11-dic-19)	2699000	26.3%

MINUTO DE ORO

CAMPANADAS DE FIN DE AÑO (A3) (31-dic-19) - 23:56h

6.336.000

Legenda:

>7 mill.	4-5 mill.
6-7 mill.	3-4 mill.
5-6 mill.	<3 mill.

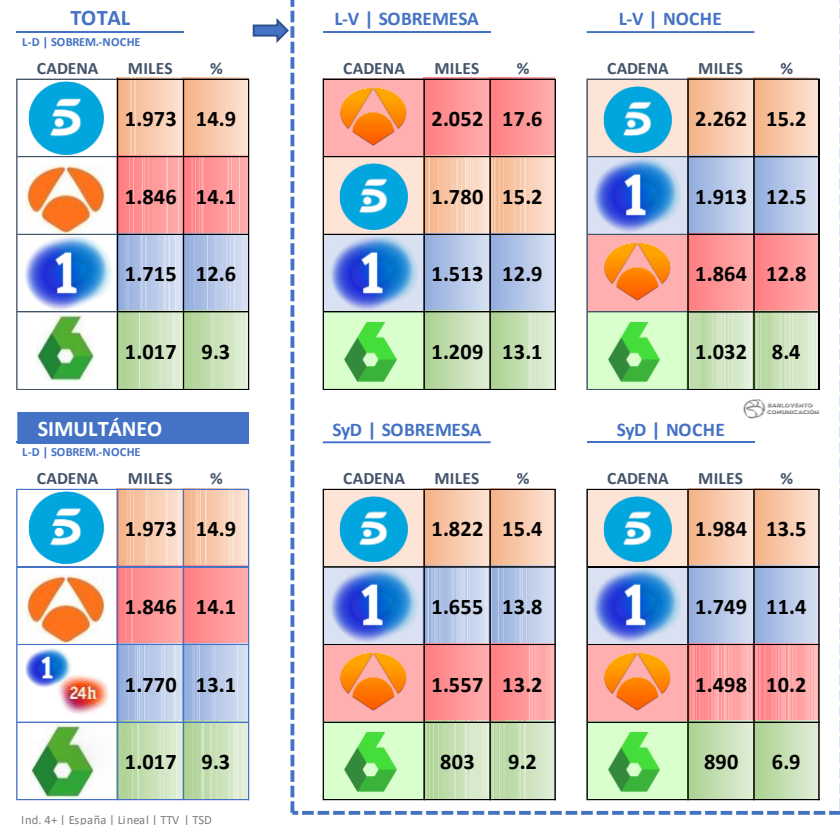
8. Informativos diarios

LOS INFORMATIVOS DE TELECINCO LIDERAN EN EL PROMEDIO DE LAS DOS EDICIONES INFORMATIVAS DE LUNES A DOMINGO

- Telecinco lidera los informativos con 1.973.000 de espectadores de promedio por emisión (ponderación ediciones de sobremesa y noche de lunes a domingo).
- **Telecinco** es líder con sus informativos de noche de lunes a domingo y en la sobremesa de los fines de semana.
- **Antena 3** es la más vista en la sobremesa de lunes a viernes.

- En el concepto “simulcast” (La1+24 horas) también **Telecinco** es la más vista.

*Se considera empate técnico cuando la diferencia es menor a una décima de rating, que equivale a 45.071 espectadores.



9. Audiencia Social

6,9 MILLONES DE TUI TS SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN*

- El ranking de cadenas por número de tuits está encabezado por T5 (57,7% del total), MEGA (7,7%) y LA SEXTA (7,3%).
- En este último mes, los programas de televisión que han contado con más presencia en la red social de Twitter son “GH VIP” (T5), “EL CHIRINGUITO DE JUGONES” (MEGA) y “SALVAME” (T5).
- Los programas de género Entretenimiento agrupan el 60,5% de los “tuits”, seguido del género Información con el 14,0% del total analizado.

*Total de cadenas monitorizadas por Kantar en el periodo. Kantar monitoriza 24/7 en las cadenas en abierto, en las cadenas de PAGO solo se monitoriza el *prime time*.

*Datos a 29 de septiembre de 2019.

CADENAS (TOP 10 monitorizadas por Kantar Media)

	Tweets	%Tweets
T5	3.819.382	57.7%
MEGA	512.288	7.7%
LA SEXTA	484.107	7.3%
La1	435.292	6.6%
A3	415.256	6.3%
CUATRO	301.822	4.6%
TV3	286.054	4.3%
DIVINITY	153.366	2.3%
MULTICADENA	112.161	1.7%
#0	96.020	1.5%

PROGRAMAS TV (Top 10)

	Tweets	%Tweets
GH VIP	3.024.129	66.1%
EL CHIRINGUITO DE JUGONES	393.610	8.6%
SALVAME	267.868	5.9%
SABADO DELUXE	232.879	5.1%
ANTENA 3 NOTICIAS	144.071	3.1%
GALA BALON DE ORO 2019	118.226	2.6%
MENSAJE DE S.M. EL REY 2019	112.161	2.5%
LA SEXTA NOTICIAS	101.247	2.2%
TE ALQUILO MI AMOR	100.766	2.2%
LOTERIA DE NAVIDAD 2019	80.396	1.8%

GÉNEROS TV

	Tweets	%Tweets
Entretenimiento	4.145.605	60.5%
Información	962.047	14.0%
Deportes	576.356	8.4%
Ficción	566.008	8.3%
Concursos	234.716	3.4%
Otra	172.933	2.5%
Culturales	155.693	2.3%
Música	39.251	0.6%
Total general	6.852.609	100.0%

TWEETS TV
6.9 millones



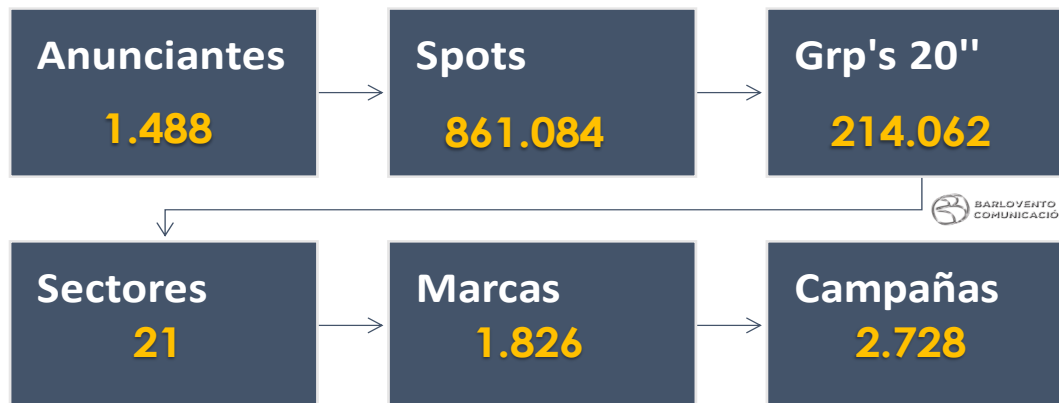
10. Apuntes Publicidad

ESTE MES SE REGISTRAN 214.062 GRP'S 20'' EN EL TOTAL DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA DE LAS 2.728 CAMPAÑAS EN ACTIVO.

El **spot más visto** corresponde a la campaña "FERRERO/ROCHER" en T5, con 52 Grp's 20'' ('GOT TALENT ESPAÑA', 16 diciembre).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** "EL CORTE INGLES" con 3.458 Grp's 20''.
- **ANUNCIANTE:** "ANTONIO PUIG,S.A." con 11.193 Grp's 20''.
- **MARCA:** "EL CORTE INGLES" con 4.817 Grp's 20''.
- **SECTOR:** BELLEZA E HIGIENE con el 23% de la presión publicitaria.



PUBLICIDAD TV | Diciembre 2019

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

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

		Total
1	FERRERO/ROCHER	52
2	COCA COLA	47
3	COCA COLA	47
4	AYUNTAMIENTO LAS PALMAS DE G.C./TUR	39
5	FERRERO/ROCHER	36
		861 MII.

Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')

		Total
1	ANTONIO PUIG,S.A.	11.193
2	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A.	6.674
3	L'OREAL ESPAÑA	6.442
4	EL CORTE INGLES,S.A.	5.782
5	COTY INC.	5.775
		1.488

Top 5 Campañas (Grp's 20'')

		Total
1	EL CORTE INGLES	3.458
2	LIDL/SUPERMERCADO	2.442
3	VODAFONE/OP.TELEFONIA	2.166
4	COCA COLA	2.067
5	CASA TARRADELLAS/PIZZ	1.933
		2.728

Top 5 Marcas (Grp's 20'')

		Total
1	EL CORTE INGLES	4.817
2	FERRERO	4.677
3	PACO RABANNE	3.577
4	CAROLINA HERRERA	3.499
5	ONCE	3.191
		1.826

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

		Total
1	BELLEZA E HIGIENE	23%
2	DISTRIBUCION Y RESTAURACION	16%
3	ALIMENTACION	12%
4	SALUD	6%
5	TELECOMUNICACIONES E INTERNET	5%
		21



Barlovento Comunicación

Consultora Audiovisual y Digital



Antonio Mingote
10º aniversario



Antonio Fraguas 'Forges'.
15º aniversario

José María Pérez González 'Peridis'
20º aniversario



© PERIDIS

Síguenos en Redes

- <https://www.linkedin.com/company/barlovento-comunicacion>
- <https://twitter.com/blvcom>
- <https://www.facebook.com/barloventocomunicacion/>
- <https://www.instagram.com/blvcom/>