

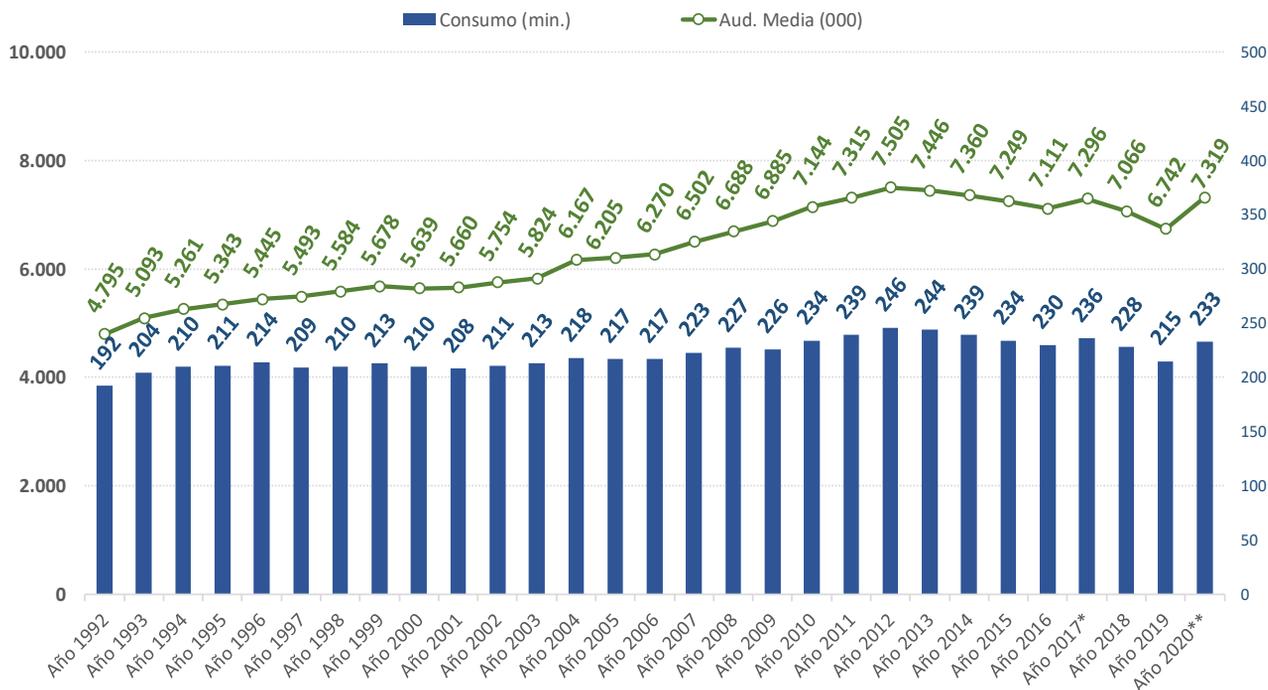
El Balance GECA Año 2020

geca

Fuente: Kantar.
Los datos incluyen invitados y segundas residencias.

El consumo televisivo asciende en 2020 hasta los 233 minutos de media por individuo por la pandemia del coronavirus

Evolución histórica anual del consumo televisivo en minutos y audiencia media
De 1992 a 2020 | Total día | Total individuos | Total España



(*) Se incluyen invitados desde marzo de 2017.

(**) Se incluyen 2as residencias desde enero de 2020.

El año 2020 pasará a la historia por la crisis sanitaria mundial causada por la pandemia de la Covid-19 y por las extraordinarias medidas higiénico-sanitarias que su incidencia y prevención han implicado. La entrada en vigor del Estado de Alarma en España el 14 de marzo, las distintas medidas de confinamiento, la restricción de movimientos y el interés informativo por parte de la población han incidido en el consumo de televisión tradicional que, tras marcar una tendencia descendente en los años anteriores, ha remontado en esta ocasión hasta situarse en los 233 minutos de media por español (18 minutos más que en 2019). Asimismo, la audiencia media española se ha incrementado un 8,6% respecto al año precedente, pasando de 6,7 a 7,3 millones de individuos al día. El impacto que están teniendo las nuevas formas de consumo audiovisual, como las OTTs, se ha visto compensado por el valor informativo, la credibilidad y la función de compañía que todavía ejerce la televisión convencional.

Abril de 2020 (294') se sitúa como el mes de mayor consumo televisivo desde que se disponen datos de audiencia (enero de 1992)

Ranking de meses de mayor consumo de la historia

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Mes	Consumo
abril-20	294
marzo-20	277
febrero-13	272
noviembre-12	269
enero-13	268
febrero-12	267
enero-14	267
febrero-14	267
enero-12	264
enero-15	263
febrero-15	263
noviembre-11	262
marzo-13	262
enero-10	261
enero-11	260

Abril de 2020 (afectado plenamente por el Estado de Alarma) y marzo de 2020 (afectado desde el día 14) se sitúan como los meses de mayor consumo en la historia de la audimetría. Superan por 22 y 5 minutos respectivamente al anterior máximo, registrado en febrero de 2013 (272'). El domingo 15 de marzo se posiciona como el día de mayor consumo de la historia tanto en minutos (335' de media por espectador) como en audiencia media (10.554.000), seguido en ambos indicadores por el domingo siguiente, el 22 de marzo (334' y 10.500.000).

Días de mayor consumo (min.)

Histórico | Total individuos | Total España

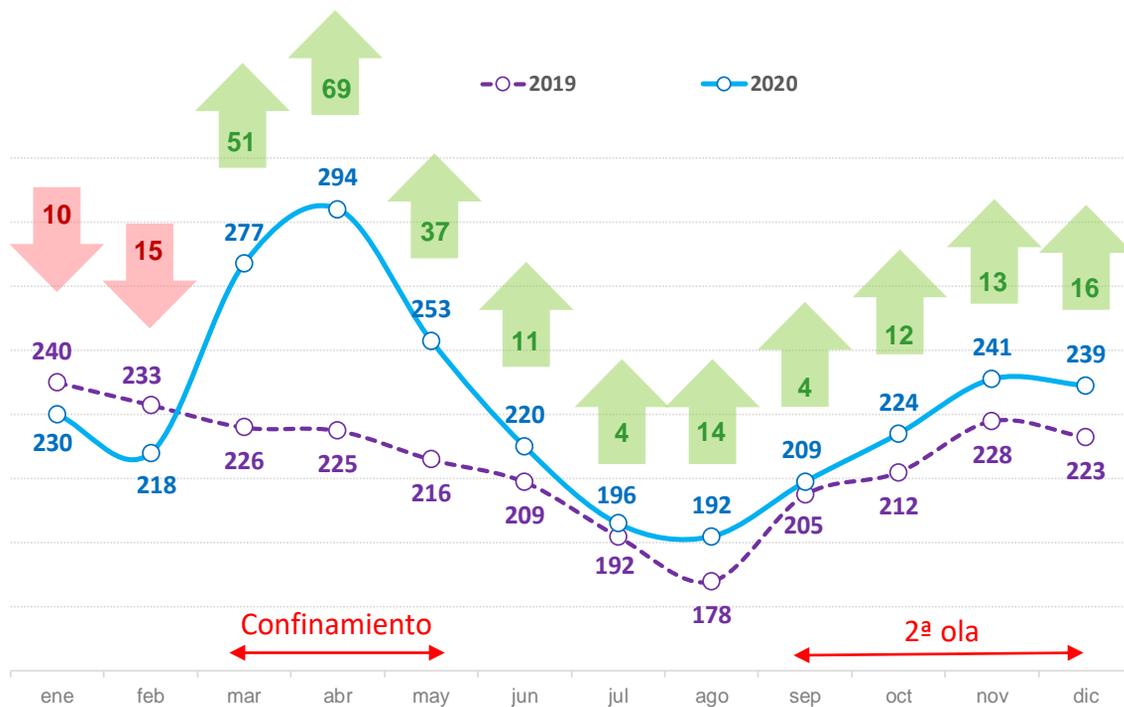
	Fecha	Día	Minutos
1	15-mar.-20	Do	335
2	22-mar.-20	Do	334
3	21-mar.-20	Sá	329
4	14-mar.-20	Sá	318
5	9-feb.-14	Do	316
6	16-mar.-20	Lu	315
7	29-mar.-20	Do	315
8	20-mar.-20	Vi	315
9	28-mar.-20	Sá	315
10	9-abr.-20	Ju	315
11	12-abr.-20	do	314
12	5-abr.-20	do	314
13	18-ene-15	Do	313
14	05-feb-12	Do	312
15	18-nov-12	Do	311
16	19-mar.-20	Ju	311
17	17-mar.-20	Ma	310
18	27-mar.-20	Vi	310
19	10-abr.-20	Vi	310
20	23-mar.-20	Li	310

16 de los 20 días de mayor consumo televisivo (en minutos) de la historia tienen lugar en marzo y abril de 2020 como consecuencia del Estado de Alarma.

Tras dos meses a la baja, el incremento de consumo es especialmente notable en el comienzo de la pandemia

Evolución mensual del consumo televisivo en minutos

2020 (con 2as residencias) vs. 2019 (sin 2as residencias) | Total día | Total individuos | Total España



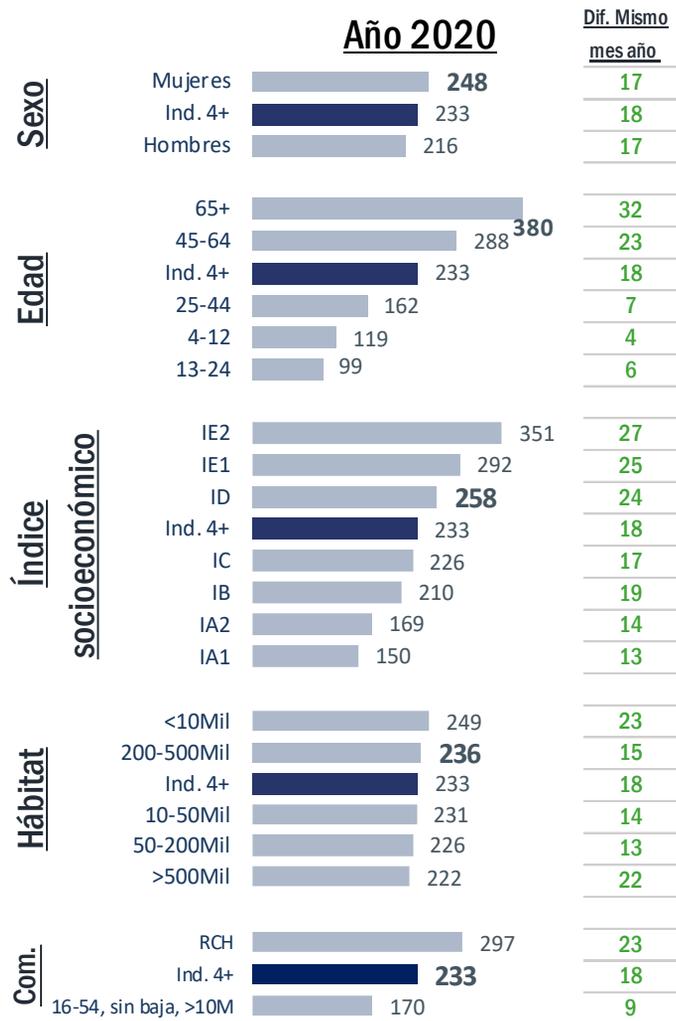
Los datos de 2020 incluyen segundas residencias.

Como puede verse en el gráfico adjunto, la incidencia de la pandemia en los datos de consumo de televisión convencional (lineal) es innegable. Si la inclusión de la medición de las segundas residencias a partir del 1 de enero de 2020 no evitaba que el consumo mantuviera su tendencia descendente, con caídas muy pronunciadas respecto a 2019 en los meses de enero (-10') y de febrero (-15'), la crisis sanitaria y el confinamiento a partir de la segunda quincena de marzo invertía radicalmente dicho comportamiento. El comienzo de la desescalada en algunas comunidades a partir del 11 de mayo comienza a marcar una regularización de esta actividad, que es especialmente evidente desde junio. Cabe destacar dos cosas: 1) Si no se incluyeran segundas residencias, el consumo habría disminuido un minuto respecto a 2019 en julio y en septiembre. 2) El mes de agosto saca especial rédito de la medición de las segundas residencias: el consumo crece dicho mes 14 minutos respecto a agosto de 2019 con ellas, y solo 7 minutos sin ellas.

Todos los targets pasan más tiempo frente al televisor en 2020 respecto al año anterior, especialmente los no receptores de OTT.

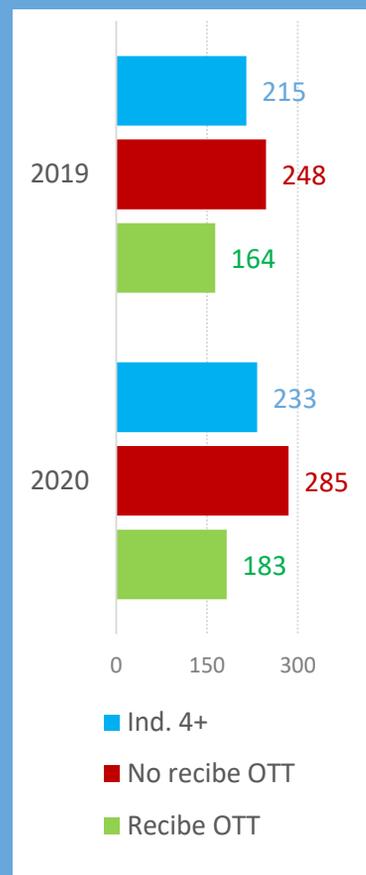
Minutos de consumo de la televisión en España

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España



Consumo anual en minutos

Total ind. vs. No recibe OTT vs. Recibe OTT



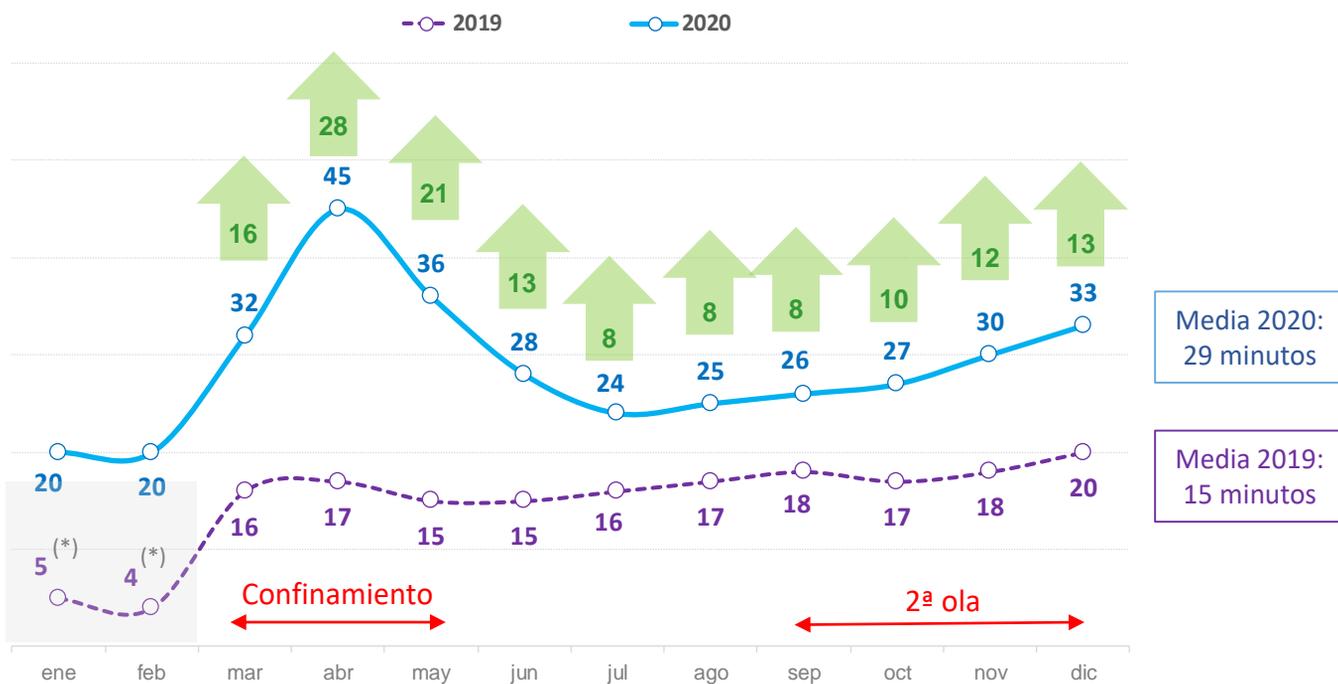
Los individuos que no reciben plataformas OTT en sus hogares consumen un 55,7% más de minutos de televisión convencional que los que sí reciben estos servicios. Supone un leve ascenso en la diferencia respecto al año 2019 (51%).

Vista ya la influencia de las 2as residencias y de la pandemia en el consumo, el ascenso en el tiempo que se dedica a ver televisión tradicional se ha incrementado este 2020 en todos los targets respecto a 2019. Por sexos, el ascenso es idéntico entre los hombres (216'; +17) y las mujeres (248'; +17), mientras que por grupos de edad es especialmente intenso entre los dos segmentos de mayor consumo: los adultos de 45 a 64 años (288'+23) y los mayores de 64 años (380'+32). Este último bate el récord histórico que hasta ahora había fijado en 2018 (360').

También se disparan los “otros consumos” en el televisor, especialmente en los meses coincidentes con el confinamiento

Evolución mensual del consumo NO TTV en minutos por persona

2020 (con 2as residencias) vs. 2019 (sin 2as residencias) | Total día | Total individuos | Total España



(*) La medición del consumo NO TTV varía en marzo de 2019.

Los datos de 2020 incluyen segundas residencias.

El consumo No TTV también experimenta un notable incremento en el año 2020. Este indicador, que recoge el visionado de fuentes externas no consideradas televisión pero que se hacen en el televisor (Internet, Play y Otros), y que Kantar es capaz de diferenciar a partir de la fuente de señal, mantiene su marcada tendencia ascendente. Este año promedia 29 minutos de media por individuo, lo que supone un incremento porcentual del 93% respecto a 2019 (15' de media). De forma desglosada, Internet (20') suma 11 minutos mientras que Play (4') y Otros (4') añaden uno, respectivamente.

Como queda reflejado en el gráfico adjunto, la pandemia también repercute notablemente en su comportamiento, con cifras por encima de los 30 minutos en marzo (32'), abril (45'; récord), mayo (36') y diciembre (33') de este año.

La inclusión de las segundas residencias aumenta la audiencia media de TV un 1,26% en el año, una cifra probablemente contenida por los confinamientos

AM (000) del TTV con 2º residencias vs 1º residencias

Lunes-domingo | Total día | Total individuos

Ámbitos	TTV (2º res)	TTV (1º res)	Dif
ESPAÑA	7.319	7.228	1,26%
AND	1.409	1.390	1,37%
CAT	1.085	1.076	0,84%
EUS	323	323	0,00%
GAL	423	420	0,71%
MAD	958	955	0,31%
VAL	820	802	2,24%
CLM	350	342	2,34%
CAN	335	334	0,30%
ARA	209	207	0,97%
AST	176	174	1,15%
BAL	166	165	0,61%
MUR	228	222	2,70%
CYL	411	399	3,01%
RES	426	418	1,91%

El crecimiento medio de la audiencia televisiva con la inclusión de la medición de las segundas residencias se sitúa en un 1,26% en el totalizado nacional. En términos absolutos, esto supone tan solo 91.000 espectadores más de media.

Cabe señalar que los distintos confinamientos con motivo de la pandemia han podido limitar el impacto general de esta nueva métrica, ya que este año se han suprimido importantes periodos festivos como la Semana Santa y algunos puentes.

Por coberturas, el peso de las segundas residencias alcanza sus mayores porcentajes en las dos Castillas, en Murcia y en Valencia, en todos estos casos con un incremento superior al 2%. En el polo opuesto se sitúan Madrid (+0,31%), Canarias (+0,30%) y Euskadi (=).

Por meses, el consumo medio en minutos se ve especialmente incrementado con la inclusión de las segundas residencias en agosto (+7 minutos)

Consumo mensual con 2ª residencias vs 1ª residencias

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Ámbitos	TTV (2º res)	TTV (1º res)	Dif
TOTAL AÑO	233	230	1,30%
Enero	230	229	0,44%
Febrero	218	217	0,46%
Marzo	277	276	0,36%
Abril	294	292	0,68%
Mayo	253	251	0,80%
Junio	220	217	1,38%
Julio	196	191	2,62%
Agosto	192	185	3,78%
Septiembre	209	204	2,45%
Octubre	224	220	1,82%
Noviembre	241	238	1,26%
Diciembre	239	236	1,27%

Como era de esperar, los meses de julio, septiembre y, sobre todo, agosto, son los que arrojan una mayor influencia al alza en los datos de consumo televisivo en minutos por individuo cuando se incluyen las segundas residencias. La relajación de las medidas sanitarias y de movilidad por la menor incidencia de los casos de covid, que coincide con la llegada del periodo vacacional habitual de los españoles (muy centrado en esta ocasión, por las circunstancias, en el turismo nacional), explican que se haya mantenido una relativa estacionalidad en lo que respecta al visionado de televisión y a la salida a los hogares de veraneo.

Menos relevante es la influencia de las segundas residencias en el caso de abril, mes en el que este año tuvo lugar la Semana Santa. La aplicación del Estado de Alarma, el confinamiento estricto y la suspensión de las procesiones provocan que el peso de estos hogares en dicho mes se viera más contenido de lo que hubiera sido esperable y habitual en un año normal.

Telecinco (14,6%) encadena su 9ª victoria anual consecutiva y La 1 (9,4%) iguala mínimo histórico

Antena 3 (11,8%; +0,1) es la única de las tres grandes cadenas nacionales que mejora su resultado en 2020

FDF (2,6%) encabeza las temáticas por 9º año consecutivo, aunque acechada esta vez por Nova (2,5%; +0,3). TRECE (2,3%) bate su récord histórico y se cuela en el podio, empatada con Energy (2,3%).

El grupo Temáticas de pago (8,4%; +0,4) suma casi medio punto respecto a 2019, igualando el mejor dato de su historia.

Share (%) de las cadenas nacionales en abierto

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Cadena	Año 20	Dif. 2019
1	Telecinco	14,6	↓ -0,2
2	Antena 3	11,8	↑ 0,1
3	La 1	9,4	↔ 0,0
4	laSexta	7,0	↔ 0,0
5	Cuatro	5,4	↑ 0,1
6	La 2	2,8	↑ 0,1
7	FDF	2,6	↓ -0,2
8	Nova	2,5	↑ 0,3
9	Trece	2,3	↑ 0,2
10	Energy	2,3	↓ -0,1
11	Neox	2,0	↓ -0,4
12	Divinity	1,9	↔ 0,0
13	Paramount Network	1,8	↔ 0,0
14	DMAX	1,7	↔ 0,0
15	Clan	1,6	↓ -0,3
16	Mega	1,5	↔ 0,0
17	Atreseries	1,5	↑ 0,1
18	24h	1,1	↑ 0,1
19	Boing	1,1	↔ 0,0
20	DKISS	1,0	↑ 0,1
21	GOL	0,8	↓ -0,3
22	Disney Channel	0,8	↓ -0,3
23	BE MAD	0,7	↑ 0,2
24	Teledporte	0,5	↓ -0,1
25	Ten	0,4	↔ 0,0
26	Real Madrid	0,3	↔ 0,0

Telecinco (14,6%; -0,2) vuelve a erigirse como el canal líder en España por noveno año consecutivo. Resta dos décimas, algo que no le impide seguir desmarcada en el primer puesto del reparto con una holgada ventaja sobre sus rivales.

Antena (11,8%; +0,1) experimenta un leve ascenso de una décima, siendo así la única de las tres grandes cadenas de ámbito nacional que consigue cerrar el año al alza. Por su lado, La 1 (9,4%; =) iguala el mínimo histórico que ya marcó en 2019.

laSexta (7%; =) mantiene intacto su dato del año anterior y continúa por delante de Cuatro (5,5%; +0,2), que eleva su eficacia después de cuatro años de descensos.

FDF (2,6%; -0,2) conserva el liderazgo temático, aunque acechada esta vez por Nova (2,5%; +0,3), que iguala su máximo histórico. TRECE (2,3%; +0,2) y Energy (2,3%; -0,1) comparten el cierre del podio.

Sin la inclusión de las segundas residencias, Cuatro, Clan y MEGA sumarían una décima más en sus resultados anuales y La 1 la perdería

Share (%) con 2ª residencias vs 1ª residencia

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Cadena	Con 1ª Res.	Con 2ª Res.		Dif.
1	Telecinco	14,6	14,6	↔	0,0
2	Antena 3	11,8	11,8	↔	0,0
3	La 1	9,3	9,4	↑	0,1
4	laSexta	7,0	7,0	↔	0,0
5	Cuatro	5,5	5,4	↓	-0,1
6	La 2	2,8	2,8	↔	0,0
7	FDF	2,6	2,6	↔	0,0
8	Nova	2,5	2,5	↔	0,0
9	Trece	2,3	2,3	↔	0,0
10	Energy	2,3	2,3	↔	0,0
11	Neox	2,0	2,0	↔	0,0
12	Divinity	1,9	1,9	↔	0,0
13	Paramount Network	1,8	1,8	↔	0,0
14	DMAX	1,7	1,7	↔	0,0
15	Clan	1,7	1,6	↓	-0,1
16	Mega	1,6	1,5	↓	-0,1
17	Atreseries	1,5	1,5	↔	0,0
18	24h	1,1	1,1	↔	0,0
19	Boing	1,1	1,1	↔	0,0
20	DKISS	1,0	1,0	↔	0,0
21	GOL	0,8	0,8	↔	0,0
22	Disney Channel	0,8	0,8	↔	0,0
23	BE MAD	0,7	0,7	↔	0,0
24	Teledporte	0,5	0,5	↔	0,0
25	Ten	0,4	0,4	↔	0,0
26	Real Madrid	0,3	0,3	↔	0,0

La inclusión de las segundas residencias en la medición a partir del 1 de enero de 2020 apenas altera el reparto anual de audiencias por share de las cadenas en abierto de ámbito nacional.

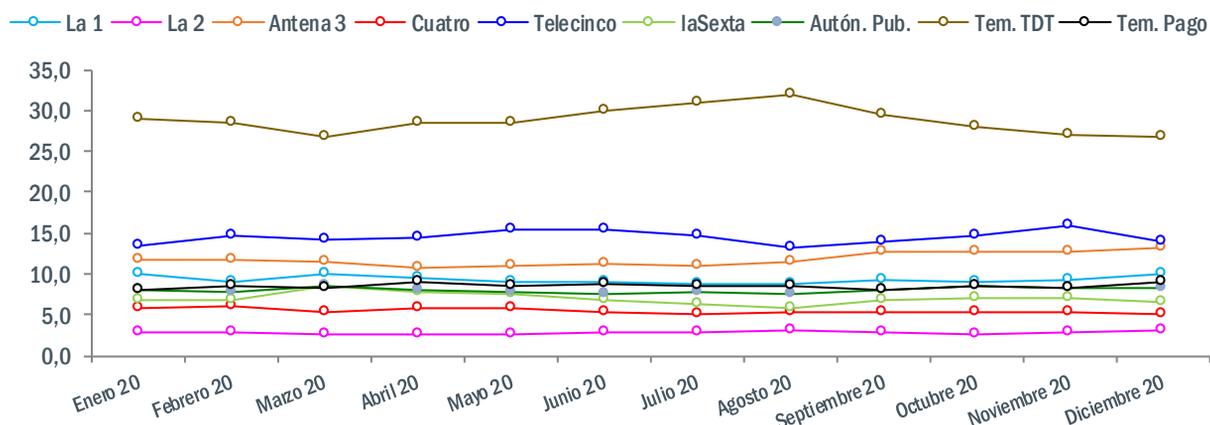
Si no se incluyera esta nueva métrica, Cuatro (5,5%), Clan (1,7%) y MEGA (1,6%) conseguirían arañar una décima más en sus resultados (5,4%, 1,6% y 1,5% con segundas residencias), mientras que La 1 restaría la misma cifra y empeoraría su mínimo histórico al caer a un 9,3% de share.

Telecinco y Antena 3 mantendrían intactos sus resultados sin las segundas residencias.

Telecinco se impone todos los meses de este año, encadenando victorias desde septiembre de 2018

Evolución mensual del share (%) de las cadenas nacionales

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España



La 1	10,1	9,1	10,1	9,4	9,1	8,9	8,7	8,8	9,2	8,9	9,3	9,9
La 2	2,8	2,8	2,7	2,7	2,5	2,8	2,9	3,1	2,9	2,7	2,8	3,2
Antena 3	11,7	11,7	11,5	10,8	10,9	11,2	11,1	11,5	12,6	12,8	12,8	13,2
Cuatro	5,8	6,1	5,4	5,7	5,8	5,2	5,0	5,2	5,4	5,3	5,3	5,1
Telecinco	13,5	14,8	14,2	14,4	15,5	15,4	14,8	13,3	14,0	14,7	15,8	14,0
laSexta	6,9	6,7	8,4	7,7	7,6	6,9	6,2	5,9	6,8	7,0	7,1	6,5
Autón. Pub.	8,1	7,7	8,5	7,9	7,7	7,6	7,8	7,5	7,9	8,4	8,2	8,3
Tem. TDT	29,0	28,6	26,9	28,4	28,6	29,9	31,1	32,0	29,6	28,1	27,1	26,9
Tem. Pago	7,9	8,6	8,2	8,9	8,4	8,7	8,6	8,6	8,1	8,6	8,3	8,9

La gran demanda de información en marzo, coincidiendo con el impacto de la primera ola de la pandemia en España, se refleja sobre todo en los datos que registran esos meses La 1 (10,1%), laSexta (8,4%) y el conjunto de Autonómicas públicas (8,5%). Estas elevan su rendimiento en detrimento de la oferta temática, la cual consigue recuperarse en abril aprovechando un mayor interés por la ficción y la ausencia de algunos de los formatos habituales de los canales generalistas por el confinamiento.

Telecinco despunta, con marcas mensuales por encima del 15% de share, en mayo (15,5%), junio (15,4%) y noviembre (15,8%) impulsada especialmente por sus propuestas de entretenimiento.

Antena 3 rebasa la referencia del 13% en diciembre (13,2%), logrando su mejor resultado mensual desde enero de 2019 (13,8%). laSexta destaca en el citado mes de marzo (8,4%), con el segundo mejor dato mensual de toda su trayectoria.

Los canales generalistas nacionales igualan el dato de 2019 y siguen acaparando la mitad de la audiencia (51,0%)

Share (%) de la televisión en España por grupos de cadenas

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Operador	Año 20		Dif. 2019
1	Nacionales	51,0	↓	0,0
2	Tem. Conc. TDT	28,7	↓	-0,6
3	Tem Pago	8,5	↑	0,5
4	Autón. Pub.	8,0	↑	0,0
5	Otras	3,3	↑	0,1

Las cadenas tradicionales nacionales repiten su mínimo histórico de 2019, acaparando todavía en su conjunto al 51,0% de la audiencia televisiva. Las Temáticas de pago (8,4%; +0,5) igualan la mejor cuota de su trayectoria (8,4% también en 2007) al sumar 0,5 puntos, algo que contrasta con el descenso que sufre la agrupación de Temáticas TDT (28,7%; -0,6), que desciende a su dato más discreto de los últimos cuatro años lastrada principalmente por los canales infanto-juveniles. Por su parte, el conglomerado Otras (3,3%; +0,1) crece levemente por tercer año consecutivo.

Mediaset España (28,4%) renueva su liderazgo por operadores, aunque resta casi punto

Share (%) de los Operadores de televisión nacional en abierto

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Operador	Año 20		Dif. ant.
1	Mediaset	28,4	↓	-0,5
2	Atresmedia	26,3	↑	0,1
3	RTVE	15,4	↓	-0,1
4	Net TV	2,6	↓	-0,3
5	Vevo TV	2,5	↓	-0,3

Todos los operadores en abierto empeoran sus resultados este año, con la única excepción de Atresmedia (26,3%; +0,1). Este último grupo aprovecha los ascensos de Antena 3 (11,8%; +0,1), Nova (2,5%; +0,3) y Atreseries (1,5%; +0,1) para compensar la caída interanual que experimenta Neox (2,0%; -0,4), el canal nacional que más rendimiento pierde con relación a 2019. Por su parte, Mediaset España (28,4%; -0,5) cae a su marca más discreta desde 2012 y el Grupo RTVE (15,4; -0,1) registra un nuevo mínimo histórico.



Telecinco lidera entre las mujeres (18,3%; -0,4), en todos los grupos de edad de más de 13 años y en 10 de los 14 ámbitos. Se impone en lunes-viernes (15%; -0,6) y en el fin de semana (13,6%;+0,7).



Antena 3 se mantiene como el canal preferido por los hombres (10,9%; +0,1), en Aragón (13,1%; -0,3), en C-La Mancha (14,6%; =), y se alza además con el control en Castilla y León (14,4%; +0,6).



La 1 empeora su rendimiento entre los mayores de 64 años (11,6%; -0,9), su público más afín, aunque mejora en el resto de grupos de edad. Su territorio más eficaz es Castilla y León (13,6%).



laSexta vuelve a encontrar su principal respaldo entre los hombres (7,9%; -0,3), así como entre los individuos de 25 a 44 años (7,4%; +0,6) y los adultos de 45 a 64 años (8%; =).



Cuatro mejora en lunes-viernes (5,4%; +0,3) con un notable ascenso interanual en la tarde (5,2%; +2,1). Por el contrario, cae en el fin de semana (5,7%; -0,3) por detrás de laSexta (5,9%; =).



TV3 (14,6%; =) vuelve a ser la única autonómica que lidera en su ámbito, acumulando 11 victorias anuales consecutivas. Aventaja por 3,6 puntos a Telecinco (11%), su más cercano rival en Cataluña.



ETB2 (9,9%; +1,6), y TPA (6,8%; +0,9) cierran el año con su mejor resultado desde 2012, mientras que Telemadrid (5,4%; +0,3) lo hace con el mejor desde 2011. La actualidad vuelve a ser un arma muy eficaz para las autonómicas.



TRECE eleva su eficacia por 2º año consecutivo y cierra 2020 con un 2,3% de share (+0,2), el mejor resultado anual de toda su trayectoria. Sustenta parte de este éxito en la franja de la tarde, donde destaca su cine western y clásico.



Cuatro, Nova y Neox celebran este año su 15º aniversario, efeméride que tiene lugar en el mes de noviembre (el día 7 el primero y el 30 los otros dos). El canal femenino de Atresmedia cierra 2020 como segunda opción temática con un 2,5% de share, igualando su récord histórico de 2014.



Además de los TRECE y Nova, entre las temáticas TDT destacan los máximos históricos que consiguen Atreseries (1,5%; +0,1), DKISS (1,0%; +0,1), Canal 24 Horas (1,1%; +0,1) y BeMadTV (0,7%; +0,2). TEN (0,4%; =) lo iguala, con el mismo resultado con el que cerró 2017 y 2019.



El entretenimiento vuelve a reinar entre los programas más vistos del año en la televisión tradicional

Ranking de los 25 programas más vistos en el año

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Cadena	Programa	Emis.	Hora	Dur.	Miles	Share
1	Telecinco	Supervivientes: PERDIDOS EN HONDURAS. EXPRES	16	22:06	57	3.741	20,1
2	La 1	FUTBOL. UEFA NATIONS LEAGUE	6	20:45	110	3.622	23,3
3	Telecinco	SUPERVIVIENTES: PERDIDOS EN HONDURAS	16	23:04	149	3.489	28,9
4	Telecinco	SUPERVIVIENTES: TIERRA DE NADIE	14	22:06	49	3.251	17,4
5	Telecinco	CANTORA: LA HERENCIA ENVENENADA	3	22:08	261	3.129	27,0
6	La 1	MASTERCHEF	13	22:49	151	2.944	22,8
7	Telecinco	LA ISLA DE LAS TENTACIONES: EXPRESS	5	22:06	52	2.943	17,7
8	Telecinco	SUPERVIVIENTES: CONEXION HONDURAS	14	22:03	200	2.940	20,1
9	Telecinco	LA ISLA DE LAS TENTACIONES	15	22:39	129	2.908	22,5
10	Antena 3	MI HIJA	2	22:13	59	2.861	16,5
11	Antena 3	MASK SINGER: ADIVINA QUIEN CANTA	8	22:53	122	2.773	15,9
12	Cuatro	SUPERVIVIENTES: TIERRA DE NADIE	14	22:52	151	2.733	15,8
13	La 1	MASTERCHEF CELEBRITY: PREVIO	11	22:02	43	2.602	23,6
14	Antena 3	EL HORMIGUERO 3.0	162	21:58	57	2.596	21,8
15	La 1	MASTERCHEF: PREVIO	13	22:13	36	2.584	14,9
16	Antena 3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	262	14:59	40	2.542	18,9
17	Telecinco	SUPERVIVIENTES: PERDIDOS EN HONDURAS. ULTIMA HORA	27	22:07	47	2.473	13,2
18	Antena 3	TU CARA ME SUENA	17	22:24	163	2.467	18,1
19	Antena 3	VENENO	2	22:45	60	2.465	16,7
20	La 1	MASTERCHEF CELEBRITY	12	22:45	157	2.457	21,6
21	Antena 3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	262	21:04	35	2.351	15,8
22	Telecinco	INFORMATIVOS TELECINCO 21:00	261	21:03	39	2.327	15,5
23	Antena 3	LA VOZ	13	22:15	183	2.308	18,3
24	Telecinco	EL DEBATE DE LAS TENTACIONES: EXPRESS	2	22:07	53	2.274	13,1
25	La 1	CUENTAME COMO PASO	12	22:48	70	2.209	14,5

El entretenimiento acapara el ranking de los 25 programas más vistos del año, con 18 puestos para este macrogénero, de los que 9 corresponden a espacios de Mediaset España. El techo lo marca 'Supervivientes: Express' (que comprende los primeros 57 minutos de las galas) con 3.741.000 espectadores de media (20,1%). Junto a franquicias asentadas como esta, 'MasterChef' o 'El hormiguero', aparecen novedades como 'La isla de las tentaciones' (2.908.000 y 22,5%) en Telecinco y 'Mask Singer' (2.773.000 y 23,6%) en Antena 3. También destaca el éxito de 'Cantora: la herencia envenenada', un especial de tres entregas que promedia 3.129.000 espectadores (27%) en noviembre.

El deporte permanece entre los primeros puestos del ranking. Sin embargo, si en 2019 la tabla estaba encabezada por la 'Copa del Rey' y la clasificación de la 'Eurocopa', este año el techo lo marca la 'UEFA Nations League' (3.622.000 y 23,3%) en La 1, una de las pocas competiciones todavía con derechos de emisión en abierto.

En lo que respecta a la ficción, solo se cuelan en el top 25 'Mi hija', 'Veneno' y 'Cuéntame cómo pasó'.

Por su lado, 'Antena 3 Noticias 1' (2.542.000) se sitúa como el informativo más visto.

‘Supervivientes’, el gran protagonista en un ranking de emisiones en el que los informativos ganan peso por la pandemia del coronavirus

El análisis del ranking de las emisiones más vistas del año deja varios titulares de relevancia:

Por un lado, el techo de audiencia (sin contar las emisiones conjuntas del mensaje del Rey y las Campanadas) se queda esta vez por debajo de los 5 millones de espectadores (4.909.000 para el ‘España-Alemania’ de ‘UEFA Nations League’ emitido por La 1 el día 17 de noviembre). Es una cifra que queda lejos de los más de 7 millones que el año pasado lograban los dos “clásicos” de Copa del Rey y el debate de TVE con motivo de las elecciones.

El entretenimiento cobra un gran protagonismo en la tabla, siendo ‘Supervivientes’ el espacio que más emisiones cuela en la tabla con un máximo de 4.125.000 espectadores para el ‘Express’ de su gala final del 4 de junio en Telecinco. En esta ocasión no se cuela ninguna emisión de ficción en el top 25.

Entre las 25 emisiones más vistas se sitúan tres entregas de informativos, frente a solo una que lo hacía el año anterior. El interés por la actualidad a raíz de la pandemia eleva a la entrega de ‘laSexta Noticias 20H’ del 14 de marzo hasta 3.998.000 espectadores.

El ‘Festival de Eurovisión’, suspendido por primera vez en su historia por la crisis sanitaria mundial, es uno de los habituales que se ausenta en 2020 en la clasificación.

Ranking de las 25 emisiones más vistas en el año

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Cadena	Programa	Fecha	Hora	Dur.	Miles	Share
1	Varias	MENSAJE S.M EL REY	24-dic.	21:00	14	10.761	71,1
2	La 1	CAMPANADAS DE FIN DE AÑO	31-dic.	23:39	27	6.107	29,3
3	Antena 3	¡FELIZ 2021!	31-dic.	23:38	30	5.535	26,6
4	La 1	FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE / ESPAÑA-ALEMANIA	17-nov.	20:45	109	4.909	27,2
5	La 1	FELIZ 2021	31-dic.	23:11	198	4.659	28,4
6	La 1	ADIOS DOS MIL VETE CINEMA PARAESO	31-dic.	22:00	71	4.598	27,0
7	La 1	UEFA NATIONS LEAGUE	17-nov.	20:29	126	4.534	25,7
8	Cuatro	FUTBOL:COPA DEL REY / ATH.BILBAO-BARCELONA	6-feb.	21:01	111	4.152	24,0
9	Telecinco	SUPERVIVIENTES EXPRES	4-jun.	22:08	58	4.125	23,4
10	Telecinco	SUPERVIVIENTES EXPRES	14-may.	22:05	62	4.065	22,0
11	Telecinco	SUPERVIVIENTES EXPRES	23-abr.	22:06	62	4.056	21,0
12	Telecinco	SUPERVIVIENTES:ESPECIAL ULTIMA HORA	13-may.	22:07	83	4.022	22,3
13	Telecinco	SUPERVIVIENTES EXPRES	7-may.	22:07	56	3.998	21,8
14	laSexta	LA SEXTA NOTICIAS 20H	14-mar.	20:12	99	3.997	19,0
15	Telecinco	SUPERVIVIENTES	4-jun.	23:06	158	3.986	34,3
16	Telecinco	SUPERVIVIENTES EXPRES	30-abr.	22:04	63	3.939	20,2
17	Telecinco	SUPERVIVIENTES	30-abr.	23:07	144	3.923	28,6
18	Telecinco	LA ISLA DE LAS TENTACIONES	13-feb.	22:47	121	3.918	30,0
19	Telecinco	SUPERVIVIENTES	7-may.	23:03	152	3.909	31,6
20	Telecinco	SUPERVIVIENTES EXPRES	20-feb.	22:09	50	3.907	23,0
21	La 1	TELED. FIN SEMANA 2	14-mar.	20:59	79	3.849	17,3
22	Telecinco	SUPERVIVIENTES EXPRES	19-mar.	22:07	54	3.844	18,9
23	La 1	TELED. FIN SEMANA 2	21-mar.	21:00	90	3.840	17,9
24	Telecinco	SUPERVIVIENTES	2-abr.	23:02	139	3.823	27,1
25	Telecinco	SUPERVIVIENTES EXPRES	21-may.	22:05	59	3.799	21,8

*Emisiones de más de 10 minutos.
No se suman las emisiones conjuntas en simulcast,
a excepción del Mensaje del Rey.*

Fuente: Kantar. Individuos 4+ con invitados.
Incluye 2º residencias.



Las telenovelas turcas de Nova encabezan la lista de los programas no deportivos más vistos de 2020 en la TDT

Ranking de los 25 programas más vistos en Temáticas de TDT en el año

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Cadena	Programa	Emis.	Hora	Dur.	Miles	Share
1	DMAX	Tenis. Roland Garros (post)	2	17:13	24	991	7,9
2	DMAX	Tenis. Roland Garros	3	15:08	144	760	6,3
3	Teledeporte	Ciclismo. Tour de Francia: la llegada	9	16:20	79	620	5,3
4	GOL	Fútbol. Liga Española	36	17:49	113	564	4,3
5	Nova	Fugitiva	227	21:49	49	557	3,4
6	Teledeporte	Ciclismo. Vuelta a España: la llegada	4	15:52	73	538	4,1
7	Teledeporte	Motociclismo. Campeonato del Mundo Moto GP	2	14:31	49	525	4,9
8	Nova	La mil y una noches	69	21:50	49	508	2,9
9	TRECE	Cine Western	256	18:35	110	493	4,5
10	Nova	Ciudad cruel	19	21:08	61	487	2,9
11	TRECE	Cine (prime time domingo)	55	22:05	110	484	3,1
12	Nova	Hercai (prime time fin de semana)	118	22:22	95	464	3,4
13	TRECE	Cine (access prime time)	5	20:26	100	457	3,0
14	TRECE	Cine (access prime time fin de semana)	62	20:20	112	446	3,2
15	Paramount Network	La amiga estupenda	8	20:35	58	443	2,4
16	Nova	Cennet	24	20:02	66	429	3,0
17	Nova	Sortilegio (repetición)	70	17:45	65	428	4,4
18	Teledeporte	Motociclismo. Campeonato del Mundo Moto GP (post)	2	15:20	19	425	3,6
19	Nova	Doña Bárbara (repetición tarde)	238	16:44	34	422	3,6
20	Nova	La Sra. Fazilet y sus hijas	112	20:32	57	421	2,8
21	FDF	La que se avecina (repetición tarde)	237	15:13	110	415	3,1
22	Nova	En tierras salvajes	40	16:42	79	415	3,1
23	Nova	Elif	263	15:10	76	411	3,2
24	Nova	Cuando me enamoro (repetición tarde)	115	17:22	74	411	3,3
25	Nova	Cine (prime time miércoles)	19	22:40	103	409	2,8

El deporte copa las primeras posiciones del ranking de los programas más vistos en las cadenas Temáticas de TDT en 2020. El 'Torneo de Roland Garros' encabeza la tabla con dos "post" y tres partidos en DMAX (estos últimos promedian 760.000 espectadores y un 6,3% de share). Le siguen el 'Tour de Francia: la llegada' en Teledeporte con 620.000 y 5,3% de cuota y los encuentros de Liga (564.000 y 4,3%) de GOL.

Al margen del deporte, lo más seguido en la agrupación son dos telenovelas turcas de Nova: 'Fugitiva' (557.000 y 3,4%) y 'Las mil y una noches' (508.000 y 2,9%).

La final de 'Roland Garros' repite como la emisión TDT más seguida en un ranking con gran protagonismo para TRECE

Ranking de las 25 emisiones más vistas en el año en las temáticas en abierto

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Cadena	Programa	Fecha	Hora	Dur.	Miles	Share
1	DMAX	POST TENIS:ROLAND GARROS / N.DJOKOVIC-R.NADAL	11-oct.	17:51	24	1.875	14,7
2	DMAX	TENIS:ROLAND GARROS / N.DJOKOVIC-R.NADAL	11-oct.	15:10	161	1.509	11,8
3	24h	DEBATE DE INVESTITURA:CONTINUACION	4-ene.	15:00	28	1.132	9,0
4	Trece	BENDICION URBI ET ORBI	27-mar.	17:59	59	1.070	6,9
5	Trece	SANTO ROSARIO / DESDE FATIMA	25-mar.	19:29	55	969	6,0
6	Trece	CINE / EL SARGENTO NEGRO	29-mar.	20:35	113	928	4,8
7	GOL	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ATH.BILBAO-R.BETIS	23-nov.	21:03	109	915	5,2
8	Trece	CINE / EL FUERA DE LA LEY	19-abr.	19:49	144	875	5,1
9	Trece	CINE WESTERN / RIO LOBO	1-may.	19:41	128	853	5,7
10	Trece	CINE / ROBIN HOOD, PRINCIPE DE LOS LADRONES	28-mar.	19:37	160	842	4,5
11	24h	TELED. FIN SEMANA 2	14-mar.	20:59	79	828	3,7
12	Trece	CINE / LOS COMANCHEROS	26-abr.	18:08	120	822	5,5
13	Teledeporte	MOTOCICLISMO:MUNDIAL:MOTOGP / G.P.ARAGON	18-oct.	15:01	42	814	6,3
14	Trece	CINE WESTERN / UN HOMBRE IMPONE LA LEY	23-mar.	18:12	109	809	5,2
15	Trece	CINE WESTERN / HORIZONTES DEL OESTE	20-mar.	18:46	104	800	5,0
16	Neox	LOS SIMPSONS	13-abr.	14:36	18	799	5,3
17	Trece	#QUEDATE EN CASA.TRECE TE ACOMPAÑA	30-mar.	19:30	32	794	5,1
18	Nova	LAS MIL Y UNA NOCHES	3-abr.	22:09	32	789	4,1
19	Trece	CINE WESTERN / EL HONOR DEL CAPITAN LEX	17-mar.	18:28	121	776	5,0
20	Trece	CINE / RIO BRAVO	1-may.	16:52	166	770	5,5
21	Trece	CINE / LADRONES DE TRENES	26-abr.	20:09	99	765	4,4
22	Neox	LOS SIMPSONS	11-abr.	14:50	24	757	4,7
23	Teledeporte	TOUR DE FRANCIA:LA LLEGADA / PAU-LARUNS	6-sep.	15:06	84	751	6,4
24	Trece	CINE / UN HOMBRE	22-mar.	19:34	116	745	4,0
25	Neox	LOS SIMPSONS	13-abr.	14:54	17	743	4,6

Solo cuatro emisiones temáticas en abierto superan el listón del millón de espectadores este año, frente a las 15 que lo hicieron en 2019 (principalmente, deporte y la serie 'Big Bang'). La retransmisión el 11 de octubre en DMAX de la entrega de trofeos posterior a la final del 'Torneo de Roland Garros' entre Rafael Nadal y Novak Djokovic (1.875.000 y 14,7%) es la emisión más vista en la agrupación esta vez, seguida por el partido que le antecede (1.509.000 y 11,8%). En la 4ª plaza se sitúa la 'Bendición Urbi et orbi' (1.070.000 y 6,9%) emitida por TRECE el 27 de marzo, que se sitúa además como la emisión más vista en la historia del canal. TRECE destaca también con la inclusión de 11 películas.

'Cantora: la herencia envenenada' (3.748.000 y 31,5%) es el estreno más visto en 2020

Ranking de los 10 estrenos más vistos de las cadenas nacionales en el año

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

	Cadena	Fecha	Emisión	Hora	Tipo estreno	Género	Miles (000)	Share (%)	Share(%) cad. año	Share(%) cad. día	Dif.*
1	Telecinco	13-nov.	Cantora: la herencia envenenada	22:09	Estreno absoluto	Talk show	3.748	31,5	14,6	21,0	10,5
2	Antena 3	4-nov.	Mask singer: Adivina quién canta	22:50	Estreno absoluto	Concurso	3.740	27,4	11,8	15,1	12,3
3	Antena 3	28-dic.	Mi hija	22:11	Estreno absoluto	Telenovela	2.951	17,2	11,8	14,5	2,7
4	Telecinco	15-ene.	El pueblo	22:46	Estreno absoluto	Serie-comedia	2.656	19,4	14,6	14,9	4,5
5	Antena 3	16-mar.	Especial Coronavirus	21:56	Estreno absoluto	Inf. especializado	2.639	12,9	11,8	11,9	1,0
6	Antena 3	25-oct.	Veneno	22:16	Estreno absoluto	Serie-drama	2.543	14,9	11,8	11,6	3,3
7	Telecinco	8-abr.	Lejos de ti	22:52	Estreno absoluto	Serie-comedia	2.467	14,5	14,6	14,2	0,3
8	Telecinco	2-jun.	Got talent: Lo mejor del mundo	23:05	Estreno absoluto	Concurso	2.221	17,2	14,6	15,5	1,7
9	Telecinco	9-mar.	Sálvame Tomate	20:03	Estreno absoluto	Actualidad	2.198	16,2	14,6	15,3	0,9
10	Telecinco	12-ene.	El tiempo del descuento	22:07	Estreno absoluto	Reality	2.182	18,1	14,6	13,0	5,1

Se indican los datos del estreno (primera emisión).

Con fondo verde/rojo si el share del programa está por encima/debajo del de la cadena.

*Diferencia entre el share del estreno y el de la cadena en el día.

Un 66% de los estrenos en las cadenas generalistas nacionales en el año 2020 (58 de un total de 88) son espacios de entretenimiento. Telecinco es la cadena que más apuesta por el entretenimiento con 15 nuevos programas de este macrogénero, La 1 lanza 14 nuevas apuestas, Cuatro y La 2 un total de 10 cada una. Antena 3 y laSexta son la más conservadoras, con solo 6 y 3 novedades de entretenimiento, respectivamente. 'Cantora: la herencia envenenada' se erige como el estreno (primera emisión) más visto del año al reunir en su primera entrega una media de 3.748.000 espectadores y 31,5% de share el día 13 de noviembre. Le sigue muy de cerca en el pódium el concurso de Antena 3 'Mask Singer: adivina quién canta', estrenado el 4 de noviembre con 3.740.000 espectadores y 27,4% de share.

Por su parte, solo el 27% de los estrenos de 2020 en estas cadenas corresponden a propuestas de ficción (24 de 88). La 1 es la que más nuevas apuesta de ficción realiza en el año con 10 nuevos títulos. Por su parte, Antena 3 lanza seis, Telecinco estrena cuatro nuevas apuestas, Cuatro presenta dos, y laSexta y La 2 únicamente uno. La serie 'Mi hija' emitida en Antena 3 el 28 de diciembre se sitúa como el estreno de ficción más visto de este año con un seguimiento de 2.951.000 espectadores y 17,2% de share el 28 de diciembre. En segundo lugar, el estreno de ficción de Telecinco 'El pueblo' reúne a 2.656.000 espectadores y un 19,4% de share el 15 de enero.

Movistar LaLiga (0,39%) renueva su liderazgo en el pago, aunque acusa el parón de las competiciones por el coronavirus

Share (%) de las cadenas de Pago

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Cadena	Año 20		Dif. 2019
1	Movistar LaLiga	0,39	↓	-0,22
2	FOX	0,33	↓	-0,03
3	AXN	0,29	↔	0,00
4	TNT	0,26	↑	0,01
5	Calle 13	0,24	↔	0,00
6	Canal Hollywood	0,23	↔	0,00
7	Comedy Central	0,19	↑	0,02
8	FOX Life	0,17	↑	0,01
9	#0	0,16	↓	-0,02
10	Historia	0,15	↔	0,00
11	AMC	0,15	↑	0,02
12	National Geographic	0,15	↔	0,00
13	AXN White	0,14	↑	0,01
14	TCM	0,14	↑	0,04
15	NGC Wild	0,14	↑	0,01
16	Movistar Liga de Campeones	0,13	↓	-0,02
17	Discovery	0,13	↑	0,01
18	SyFy	0,13	↔	0,00
19	#Vamos	0,11	↓	-0,06
20	Cosmopolitan	0,11	↑	0,01
21	Nickelodeon	0,11	↑	0,03
22	Canal Cocina	0,11	↑	0,01
23	Disney Junior	0,09	↑	0,02
24	Eurosport	0,09	↓	-0,02
25	Odisea	0,09	↔	0,00

El conjunto de Temáticas de pago (8,4%; +0,4) crece 4 décimas por segundo año consecutivo, igualando así el mejor dato histórico de esta agrupación para un año (8,4% también en 2007).

Por targets, destaca sus cifras entre los niños de 4 a 12 años (12,2%) y los jóvenes de 13 a 24 (11,2%), si bien es entre los individuos de 25 a 44 años (10,3%), los adultos de 45 a 64 años (9,1%) y los mayores de 64 años (5,7%) entre quienes marca máximos históricos.

Movistar LaLiga (0,39%; -0,22) lidera por segundo año este grupo de cadenas, si bien el impacto de la pandemia en la suspensión de competiciones hace que reduzca en torno a un 36% su rendimiento respecto a 2019 (0,61% entre el 16 de agosto y el 31 de diciembre). Le siguen en la clasificación de nuevo FOX (0,33%; -0,03) y AXN (0,29%; =).

Máximos históricos para los canales de cine TCM (0,14%) y Sundance (0,06%), y para el de documentales NGC Wild (0,14%). Viajar (0,08%) y Movistar Seriesmanía (0,02%) igualan los suyos.

#0 (0,16%; -0,02) registra el segundo dato más discreto de su trayectoria, solo por detrás de la cifra con la que cerró su año de estreno (0,13% en 2016).

El “clásico” de Liga, en Movistar LaLiga, vuelve a ser la emisión más vista del año en el pago, esta vez con más de 2,6 millones de espectadores

Ranking de las 25 emisiones más vistas en el año en las temáticas de pago

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Cadena	Programa	Fecha	Hora	Dur.	Miles	Share
1	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-BARCELONA	1-mar.	21:01	110	2.610	14,6
2	Movistar Liga de Campeones	PENALTIS FUTBOL:SUPERCOPA / R.MADRID-AT.MADRID	12-ene.	21:30	10	2.224	12,6
3	Movistar Liga de Campeones	PRORROGA FUTBOL:SUPERCOPA / R.MADRID-AT.MADRID	12-ene.	20:51	39	2.038	12,2
4	Movistar Liga de Campeones	FUTBOL:SUPERCOPA / R.MADRID-AT.MADRID	12-ene.	19:00	111	1.671	11,4
5	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-R.MADRID	24-oct.	16:00	114	1.541	11,6
6	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-GRANADA	19-ene.	21:02	109	1.422	7,7
7	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.BETIS-R.MADRID	8-mar.	21:02	113	1.380	7,8
8	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.BETIS-BARCELONA	9-feb.	21:03	115	1.354	7,7
9	Movistar Liga de Campeones	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / R.MADRID-MANCHESTER CITY	26-feb.	21:00	111	1.327	8,1
10	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-SEVILLA	4-oct.	21:00	111	1.309	7,7
11	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-AT.MADRID	12-dic.	21:00	110	1.307	8,0
12	Movistar Liga de Campeones	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / NAPOLES-BARCELONA	25-feb.	21:01	113	1.285	7,6
13	Movistar Liga de Campeones	FUTBOL:SUPERCOPA / BARCELONA-AT.MADRID	9-ene.	20:00	114	1.283	8,6
14	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-AT.MADRID	1-feb.	16:01	109	1.218	10,0
15	Movistar Liga de Campeones	POST FUTBOL:SUPERCOPA / R.MADRID-AT.MADRID	12-ene.	21:41	32	1.179	6,5
16	Movistar Liga de Campeones	PRORROGA FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / LIVERPOOL-AT.MADRID	11-mar.	22:49	43	1.179	7,5
17	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-CELTA VIGO	16-feb.	21:01	111	1.175	6,7
18	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-LEVANTE	2-feb.	21:02	111	1.126	6,5
19	Movistar Liga de Campeones	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / BARCELONA-JUVENTUS	8-dic.	21:00	112	1.120	6,1
20	Movistar Liga de Campeones	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / AT.MADRID-LIVERPOOL	18-feb.	21:00	112	1.118	6,6
21	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / ALAVES-BARCELONA	31-oct.	21:00	112	1.117	7,0
22	Movistar Liga de Campeones	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / PARIS ST.GERMAIN-BAYERN MUNICH	23-ago.	21:00	113	1.094	8,9
23	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VALENCIA-R.MADRID	8-nov.	21:00	117	1.094	6,0
24	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-AT.MADRID	30-jun.	22:00	116	1.090	7,6
25	Movistar LaLiga	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / AT.MADRID-BARCELONA	21-nov.	21:02	113	1.065	6,2

Emisiones de más de 10 minutos.

El fútbol vuelve a encabezar las emisiones más vistas del pago. El enfrentamiento entre el R. Madrid y el Barcelona del 1 de marzo atrajo a 2.610.000 espectadores de media (14,6%) en Movistar LaLiga. Incrementa espectadores respecto al “clásico” de 2019 emitido en este canal, que fijó el techo de la agrupación entonces en 2.432.000 seguidores (y 16,3% de share) el 18 de diciembre de 2019. La película “Objetivo: Washington D.C” en Movistar Estrenos se convierte en la emisión no deportiva más vista de 2020 en pago con 193.000 espectadores y 1,04% de cuota para su emisión del 10 de abril. El episodio de ‘Vis a vis: El oasis’ del 20 de abril en FOX es la emisión de una serie de ficción más vista del año en la agrupación con 169.000 espectadores y 0,87% de cuota. La entrega de ‘Late Motiv’ del 7 de enero de 2020 en #0 es la emisión de entretenimiento de más vista en la Tv de pago en 2020 con 149.000 espectadores y 1,03% de cuota.



TV3 renueva su liderazgo en Cataluña, mientras que ETB2, IB3 y La 7TV son las autonómicas que más crecen respecto al año anterior

Share (%) de las cadenas AUTONÓMICAS

Lunes-domingo | Total día | Total individuos

Rk.	Cadena	Año 2020	Dif. ant.
1	TV3	14,6	↔ 0,0
2	ETB2	9,9	↑ 1,6
3	TVG	9,9	↑ 0,6
4	Aragón TV	9,3	↑ 0,5
5	Canal Sur	7,4	↓ -0,6
6	TPA	6,8	↑ 0,9
7	C. Extrem. TV	6,2	↑ 0,4
8	TV Canaria	5,9	↑ 0,3
9	CMM	5,6	↓ -0,5
10	Telemadrid	5,4	↑ 0,3
11	IB3	4,7	↑ 1,2
12	La 7TV	4,0	↑ 1,2
13	À Punt	3,0	↑ 0,9
14	3/24	1,7	↓ -0,5
15	ETB1	1,7	↓ -0,4
16	La 7	1,3	↑ 0,1
17	TPA2	1,1	↑ 0,2
18	LaOtra	0,9	↔ 0,0
19	La 8	0,8	↔ 0,0
20	TVG2	0,7	↔ 0,0
21	Super3/33	0,6	↓ -0,2
22	AND-TV	0,4	↔ 0,0
23	Esport3	0,3	↓ -0,2
24	ETB3	0,3	↔ 0,0

(*) Share de cada autonómica en base a su ámbito correspondiente.

Después de tres años al alza, el conjunto de autonómicas públicas estabiliza su resultado en el 8% de share, el mismo dato que registró en 2019. Entre otros factores, este conjunto saca rédito del interés informativo que despierta la pandemia. La aplicación de medidas a nivel autonómico propicia que los espectadores sigan con gran apego los noticieros y magazines de actualidad que abundan en estas cadenas.

Esta agrupación mantiene intacto su rendimiento en lunes-viernes (8,2%; =), su periodo más eficaz gracias especialmente a la información; y añade dos décimas en el fin de semana (7,5%; +0,2). Como es habitual, rinde más eficazmente entre los hombres (8,2%; +0,1) que entre las mujeres (7,8%; =). Los mayores de 64 años (11%; -0,2) siguen constituyendo su grupo de edad preferente.

3

TV3 (14,6%), que iguala su dato de 2019, vuelve a ser la cadena autonómica más eficaz y la única capaz de liderar en su cobertura. Encadena 11 años liderando en Cataluña.

2

ETB2 (9,9%) es el canal del grupo que más crece respecto al año anterior (+1,6 puntos). Registra su mejor resultado anual desde 2012 (9,9% también) y se sitúa como la segunda autonómica con mejor rendimiento, empatada con TVG.



TVG (9,9%; +0,6) se acerca a los dos dígitos tras ganar seis décimas. Ascende hasta la tercera posición del podio en Galicia, situándose esta vez por delante de La 1 (9,1%; -0,7).



Aragón TV (9,3%; +0,5) mejora su rendimiento por tercer año consecutivo. Alcanza su mejor marca desde 2015 (10,4%) y se consolida como cuarta opción de la audiencia aragonesa.



Peor suerte corre Canal Sur (7,4%; -0,6), que anota mínimo histórico por segundo año seguido al restar seis décimas. Contrasta con los ascensos de Telecinco (15,8%; +0,7) y de Antena 3 (13,1%; +0,5) en Andalucía.



Notable mejora para TPA (6,8%; +0,9), que crece por tercer año seguido y logra así su mejor cuota anual de los últimos ocho años. Se sitúa a tan solo dos décimas de laSexta (7%; -0,4) en Asturias.



TV Canaria (5,9%; +0,3) vuelve a experimentar un leve ascenso, logrando su cifra más eficaz de los últimos cinco años. Acecha a La 1 (6,1%), Cuatro (6,1%) y laSexta (6,3%) en Canarias.



CMM (5,6%; -0,5) es, junto a Canal Sur, otra de las autonómicas que sufre un retroceso interanual. Cierra 2020 con su registro más empatada con Cuatro (5,6%; +0,3) en su territorio.



Telemadrid (5,4%) encadena tres años de escalada, sumando tres décimas hasta alcanzar su mejor dato desde 2011 (6,4%). Recorta su distancia respecto a Cuatro (5,6%; =) en la cobertura.



Fuerte subida para IB3 (4,7%; +1,2), que encadena dos años al alza y toma impulso hasta lograr su marca anual más competitiva desde 2015 (5,4%). Adelanta a Cuatro (4,4%; -0,1) en Baleares.



La 7TV (4%; +1,2) también suma más de un punto, registrando la mejor cuota de su nueva etapa comenzada en 2016. El canal autonómico consigue sobrepasar a La 2 (2,9%; -0,5) en Murcia.



Máximo histórico anual también para À Punt (3%; +0,9), que eleva su rendimiento un 43% respecto al año anterior. Supera a todas las temáticas TDT en Valencia.



Canal Extremadura (6,2%; +0,4) también se suma a la lista de autonómicas que cierran 2020 al alza. Se trata de su segundo mejor dato histórico, solo por detrás del que anota en 2015 (6,6%).



Los espacios informativos encabezan los rankings de los programas más vistos del año en las autonómicas, tónica que solo rompen 'El Conquistador...' (ETB2) y 'En otra clave' (TV Canaria)

Ranking de los tres programas más vistos en los canales autonómicos en el año

Año 2020 | Total individuos

Cadena	Programa	Género	Nº emis.	Fecha inicio	Fecha fin	Hora	Dur.	Miles	Share
TV3	TELENOTICIES VESPRE	Noticiero (general)	262	1-ene.	31-dic.	21:00	63	624	25,0
TV3	EL FORASTER	Humor	10	6-ene.	21-dic.	22:08	57	598	22,9
TV3	POLONIA	Humor	534	9-ene.	31-dic.	22:16	37	534	20,2
Canal Sur	CANAL SUR NOTICIAS: ESPECIAL CORONAVIRUS	Informativo especializado	8	11-mar.	22-jun.	16:08	40	407	15,0
Canal Sur	CANAL SUR NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	Noticiero (general)	106	4-ene.	27-dic.	14:32	39	287	12,2
Canal Sur	LA TARDE, AQUÍ Y AHORA	Magacín	103	2-ene.	31-dic.	16:17	103	284	11,1
Telemadrid	ENTREVISTA	Entrevista	2	31-may.	25-oct.	17:51	16	179	9,0
Telemadrid	RUEDA DE PRENSA	Mensajes institucionales	9	12-ago.	6-oct.	17:00	29	144	10,6
Telemadrid	TELENOTICIAS 1	Noticiero (general)	262	1-ene.	31-dic.	14:07	46	140	10,4
TVG	TELEXORNAL 1	Noticiero (general)	263	1-ene.	31-dic.	14:30	35	163	21,3
TVG	TELEXORNAL 1 FIN DE SEMANA	Noticiero (general)	102	4-ene.	27-dic.	14:27	44	156	19,4
TVG	TELEXORNAL 1 15:00	Noticiero (general)	259	1-ene.	31-dic.	15:04	22	152	19,0
ETB2	EL CONQUISTADOR DEL FIN DEL MUNDO	Reality	26	13-ene.	29-jun.	22:39	125	154	22,8
ETB2	TELEBERRI 2	Noticiero (general)	262	1-ene.	31-dic.	21:08	41	153	21,6
ETB2	TELEBERRI 1 (FIN DE SEMANA)	Noticiero (general)	104	4-ene.	27-dic.	15:05	37	143	23,0
À Punt	L'ORATGE 1	Meteorología	210	8-ene.	18-dic.	15:01	10	106	7,1
À Punt	NTC MIGDIA (FIN DE SEMANA)	Noticiero (general)	104	4-ene.	27-dic.	13:57	64	101	7,8
À Punt	NTC MIGDIA	Noticiero (general)	263	1-ene.	31-dic.	13:56	61	97	7,5
TV Canaria	EN OTRA CLAVE	Humor	48	5-ene.	27-dic.	23:23	86	84	12,4
TV Canaria	TELENOTICIAS 1	Noticiero (general)	262	1-ene.	31-dic.	15:30	49	80	15,6
TV Canaria	EN OTRA CLAVE: PREVIO	Humor	3	16-ago.	20-sep.	22:32	27	76	10,3
Aragón TV	ARAGON NOTICIAS 1	Noticiero (general)	262	1-ene.	31-dic.	14:00	43	89	28,6
Aragón TV	FUTBOL: COPA DEL REY (PRORROGA)	Retransmisión	2	16-dic.	17-dic.	20:49	40	86	18,4
Aragón TV	ARAGON NOTICIAS 1 (FIN DE SEMANA)	Noticiero (general)	104	4-ene.	27-dic.	14:01	34	84	25,3
CMM	NOTICIAS CASTILLA-LA MANCHA A LAS 2	Noticiero (general)	262	1-ene.	31-dic.	13:59	43	69	12,8
CMM	REJONES	Toros	3	15-ago.	10-oct.	18:35	144	65	14,3
CMM	TOROS (REPETICION)	Toros	2	11-oct.	18-oct.	17:25	132	60	10,7
TPA	TPA NOTICIAS 2	Noticiero (general)	262	1-ene.	31-dic.	20:30	50	43	13,2
TPA	TPA NOTICIAS 1 (FIN DE SEMANA)	Noticiero (general)	104	4-ene.	27-dic.	14:00	48	39	17,5
TPA	TPA NOTICIAS 1	Noticiero (general)	262	1-ene.	31-dic.	14:00	55	39	16,4
LA 7TV	7N NOTICIAS 1	Noticiero (general)	262	1-ene.	31-dic.	13:59	65	37	10,7
LA 7TV	7N NOTICIAS 2	Noticiero (general)	260	1-ene.	31-dic.	19:59	41	26	6,9
LA 7TV	7N NOTICIAS 2 (FIN DE SEMANA)	Noticiero (general)	102	4-ene.	27-dic.	20:01	43	24	5,8
IB3	IB3 NOTICIES MIGDIA	Noticiero (general)	265	1-ene.	31-dic.	13:58	58	36	15,7
IB3	EL TEMPS 1	Meteorología	41	2-mar.	29-dic.	15:15	11	34	12,3
IB3	IB3 NOTICIES CAP DE SETMANA	Noticiero (general)	108	4-ene.	27-dic.	13:57	48	32	13,6

Además de ETB2 y TV Canaria, en TV3, Canal Sur, Aragón TV y CMM se cuelan espacios de entretenimiento o de deporte en el Top 3 de sus programas más vistos del año.

‘Aruser@s’ (13,2%) sorprende en la batalla matinal, que sigue liderada por ‘El programa AR’ (18,2%)



‘El programa de Ana Rosa’ congrega este año en Telecinco a una media de 736.000 espectadores, su mejor dato desde 2008. Suma 94.000 seguidores con respecto a 2019 (642.000) debido al incremento consumo, aunque pierde 1,5 puntos de share al pasar de un 19,7% en 2019 a un 18,2% en 2020.



‘Espejo público’ promedia este año 464.000 seguidores y un 14,8% de share. El magacín de Antena 3 incrementa en 62.000 sus seguidores con respecto al año anterior pero se deja cuatro décimas (402.000 y 15,2%).



‘Aruser@s’ entra de lleno en la batalla matinal, logrando en 2020 un 13,2% de share y 407.000 espectadores de media en laSexta. Se sitúa como la tercera opción en su franja de emisión, tras Telecinco (17,9%) y Antena 3 (14,8%).



‘La hora de La 1’ (9,0% y 281.000), conducido por Mónica López, toma el relevo desde septiembre en La 1 a ‘Los desayunos de La 1’ (11% y 267.000 hasta el 17 de julio) y a ‘La mañana de la 1’ (8,0% y 337.000).

‘Antena 3 Noticias’ encabeza los informativos más visto del año con sus dos ediciones en lunes-viernes



‘Antena 3 Noticias 1’ (2.542.000 y 18,9%) y ‘Antena 3 Noticias 2’ (2.351.000 y 15,8%) se posicionan como los informativos más vistos del año, relegando a ‘Informativos Telecinco 21:00’ (2.327.000 y 15,5%) a la tercera plaza.



La emisión informativa más vista del año, incluyendo el simulcast, le corresponde a la entrega de ‘Telediario fin de semana 2’ del sábado 14 de marzo (día en que entra en vigor el Estado de Alarma), que obtuvo 4.677.000 espectadores y anotó un 21,0% de share con su emisión conjunta en La 1 y Canal 24 Horas.



Si no se tienen en cuenta las emisiones conjuntas, la entrega de ‘laSexta Noticias 20H fin de semana’ del mismo sábado 14 marzo se situaría como la emisión informativa más vista de 2020 con 3.997.000 espectadores de media (19,0%).

Se reduce el número de estrenos de ficción en las cadenas generalistas en un año en el que estas sirven como escaparate para algunas de series de las plataformas OTT

Las cuatro ficciones estrenadas en 2020 más vistas

-  **MI HIJA** 2.861.000 esp. / 16,5% sh. (2 emisiones)
-  **VENENO** 2.465.000 esp. / 16,7% sh. (2 emisiones)
-  **EL PUEBLO** 2.204.000 esp. / 16,3% sh. (8 emisiones)
-  **MUJER** 1.817.000 esp. / 16,1% sh. (55 emisiones)

El primer capítulo de la telenovela ‘Mi hija’ (2.951.000 espectadores y 17,2% el 28 de diciembre) en Antena 3, es el estreno de ficción más visto del año y consigue ser el capítulo de una serie más visto de todas las emitidas. Supera al debut de ‘El pueblo’ (2.656.000 esp. y 19,4% el 15 de enero), que hasta entonces tenía dicho honor.

NEW Durante el 2020, se han estrenado 24 nuevos programas de ficción en las principales cadenas generalistas de ámbito nacional.

La 1 es la cadena que más ha apostado este año por la ficción, con el 41% de las novedades del macrogénero (10 estrenos). Continúan el ranking Antena 3 (6), Telecinco (4), Cuatro (2), laSexta y La 2 (1 cada una).

Las plataformas OTTs y las cadenas tradicionales convergen en estrategias promocionales para emitir en abierto el estreno de algunas de sus ficciones.

Estrenada el 29 de enero en Atresplayer Premium, Antena 3 ofrece el domingo 25 de octubre los dos primeros episodios de ‘Veneno’ como antesala a la emisión de su capítulo final en la plataforma de pago de Atresmedia.



Cuatro emite el viernes 20 de marzo, en los inicios de la pandemia, el primer capítulo ‘The Mandalorian’ (1.880.000 espectadores y el 9,1% de share) La serie completa es exclusiva de Disney+, que aterrizó en España el 24 de marzo.



HBO confía en Telecinco como escaparate en abierto del primer episodio de ‘Patria’ (10,6% y 1.474.000 el martes 29 de septiembre). La serie había debutado en dicha OTT el día 27.



nova

Nova sigue siendo el canal rey de las telenovelas: todos los programas de su Top 10 pertenecen a este género. Se confirma el cambio de tendencia con Turquía relegando a Latinoamérica como país de los títulos más exitosos Destacan ‘Fugitiva’ con 557.000 espectadores de media y 3,4% de share y ‘Las mil y unas noches con 508.000 espectadores y un 2,9% de share.



‘Cincuenta sombras más oscuras’ es la película más vista del año con 3.263.000 espectadores y un 20,1% de cuota en Telecinco. Este techo se sitúa un 23% por debajo del conseguido por ‘Campeones’ (4.247.000), el filme más visto de 2019 con su pase en La 1.

M Estrenos FOX

El cine encabeza el podio de las emisiones de ficción más vistas en la TV de pago con “Objetivo: Washintong D.C.” (193.000 y 1,04%) emitida por Movistar Estrenos el 10 de abril; y “Red” (187.000 y 1,11%) y “Rogue One” (183.000 y 0,93%) con sus pases en FOX el 29 y 21 de marzo.

El cambio del calendario deportivo debido al Covid-19 incide negativamente en el rendimiento general de las competiciones y los canales deportivos



La Champions League mejora su rendimiento tras su vuelta en agosto. Logra un 6,1% en Movistar Liga de Campeones en la fase final de la competición, mientras que marcó un 5,4 antes del parón de la cuarentena



La Liga, en cambio empeora su eficacia tras su vuelta en junio, descendiendo en Movistar LaLiga. Pasa de promediar un 3,5% en la primera parte del año a un 2,7% en su reanudación.



El Tour de Francia ve sus resultados mermados respecto a 2019. En La 1 baja de un 11,8%, a un 11% de share, en Teledeporte de un 3,7%, a un 3,4% y en Eurosport de un 0,5% a un 0,4%.



La retransmisión de la Vuelta a España reduce su desempeño en Teledeporte, pasando de un 3,2% en 2019 a un 2,5% en 2020. En La 1, desciende de un 13,4% (2019) a un 11,1% (2020).



En el caso de Roland Garros, sus emisiones en abierto en DMAX, pasan de un 8,9% de share con tres partidos a un 6,3% con la misma cifra de encuentros.



El US Open también sufre una bajada en su rendimiento en el 2020. En Eurosport ha obtenido un 0,16%, mientras que en 2019 alcanzó el 0,5% de cuota.



Teledeporte cierra el año con un 0,5% de cuota, peor dato desde 2008 (0,4%). En marzo, mayo y junio, la cadena deportiva iguala los peores datos mensuales de la década promediando 0,3% de cuota



Liga de Campeones

Movistar Liga de Campeones desciende dos centésimas en 2020 (0,13%) respecto a 2019 (0,15%). El gran dato en agosto (0,44%), que marca el techo histórico de la cadena con la resolución exprés de la competición, ha amortiguado el resultado de la cadena en el año.

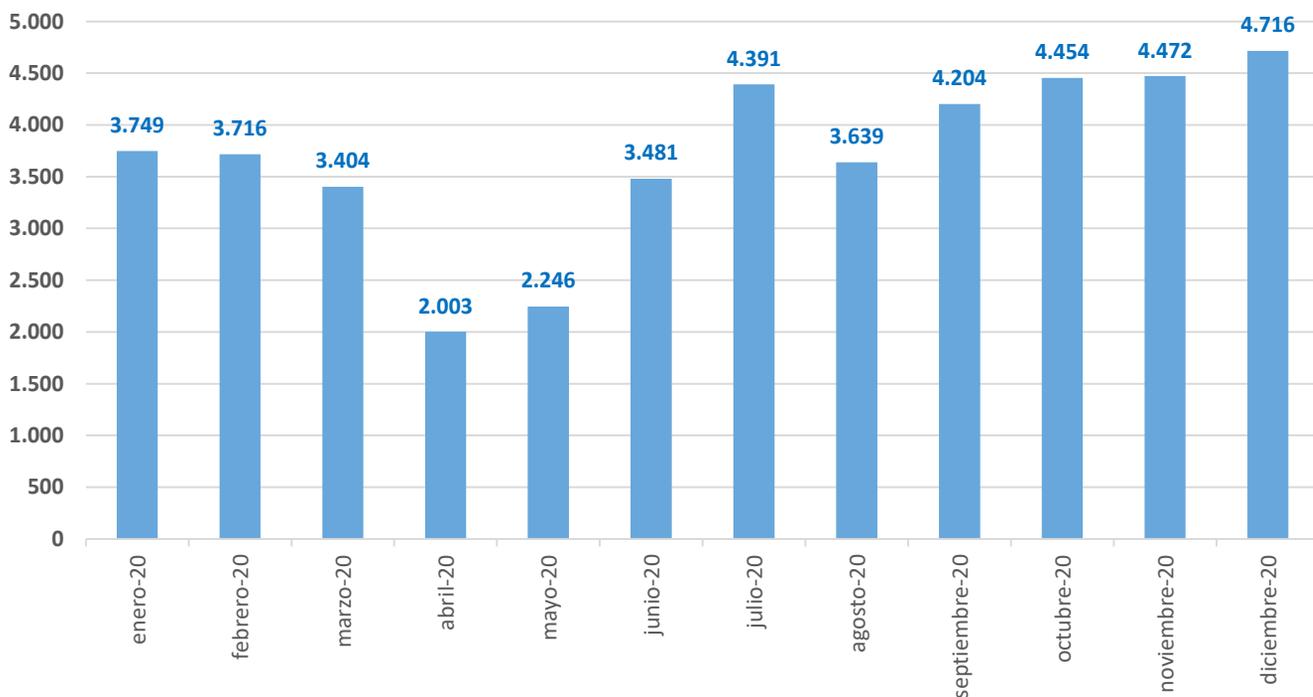


#Vamos desciende hasta el 0,11% un 35,3% menos que en 2019 (cuando obtuvo un 0,17%). Eurosport baja del listón del 0,10% de cuota por primer año desde 2015, promediando en esta ocasión un 0,09%. En concreto, resta 0,02 puntos respecto al dato de 2019 (0,11%).

La primera oleada de la pandemia impacta en la ocupación publicitaria, que cae de forma acentuada durante los meses de marzo, abril y mayo

Evolución mensual de la ocupación publicitaria del TTV en horas

Año 2020 | Lunes-domingo | Total día | Total España



Una de las consecuencias más evidentes de la primera oleada de la pandemia de coronavirus en la televisión se reflejó en el notable descenso de ocupación publicitaria que se registró en los primeros meses del Estado de Alarma. La incertidumbre general, unida además a la suspensión de diferentes programas en las rejillas debido al aislamiento, provocó una fuerte caída de inversión comercial desde la segunda quincena de marzo hasta ya entrado el mes de junio. Como puede verse en el gráfico adjunto, el número de horas de publicidad tocó mínimo en abril (2.003), con un 46% menos de tiempo que en febrero (3.716.000). La posterior recuperación incidió al alza en las cifras de los meses posteriores, siendo además inusualmente alta en verano.

‘MasterChef’ copa las emisiones más vistas en diferido del año 2020 con sus diferentes franquicias en La 1

Ranking de las 25 emisiones con más Timeshift en el año

Lunes-domingo | Total día | Total individuos | Total España

Rk.	Cadena	Programa	Fecha	Hora	Dur.	Miles lineal	Miles dif.	Miles total	% Incremento
1	La 1	Masterchef Celebrity	17-nov.	22:40	191	2.281	837	3.117	37%
2	La 1	Masterchef Celebrity	1-dic.	22:45	142	2.351	829	3.180	35%
3	La 1	Masterchef	8-jun.	22:41	173	2.937	817	3.753	28%
4	La 1	Masterchef Celebrity	27-oct.	22:45	150	2.425	812	3.237	33%
5	La 1	Masterchef Celebrity	10-nov.	22:45	149	2.569	794	3.362	31%
6	La 1	Masterchef Celebrity	3-nov.	22:45	150	2.546	775	3.320	30%
7	La 1	Masterchef Celebrity	8-dic.	22:45	169	3.020	766	3.787	25%
8	La 1	Masterchef Celebrity	24-nov.	22:45	145	2.490	754	3.244	30%
9	La 1	Masterchef Celebrity	20-oct.	22:45	149	2.271	725	2.996	32%
10	La 1	Masterchef	11-may.	22:50	151	2.963	721	3.684	24%
11	La 1	Masterchef Celebrity	22-sep.	22:45	148	2.541	706	3.247	28%
12	La 1	Masterchef	25-may.	22:50	160	2.882	705	3.587	24%
13	La 1	Masterchef Celebrity	29-sep.	22:45	149	2.278	695	2.973	31%
14	La 1	Masterchef	18-may.	22:49	148	3.140	695	3.835	22%
15	La 1	Masterchef	4-may.	22:50	146	2.922	695	3.617	24%
16	La 1	Masterchef	22-jun.	22:50	135	2.945	688	3.633	23%
17	La 1	Masterchef Celebrity	6-oct.	22:50	144	2.424	682	3.106	28%
18	La 1	Masterchef	15-jun.	22:50	146	3.143	680	3.823	22%
19	#0	Antidisturbios: Osorio	16-oct.	22:00	42	28	678	706	2421%
20	La 1	Masterchef	1-jun.	22:50	135	3.041	677	3.718	22%
21	La 1	Masterchef Celebrity: previo	1-dic.	22:01	44	2.551	671	3.222	26%
22	La 1	El Ministerio del Tiempo: La memoria	26-may.	22:12	60	1.292	670	1.962	52%
23	La 1	Masterchef	29-jun.	22:50	139	2.837	670	3.506	24%
24	La 1	Masterchef Celebrity	3-nov.	22:00	45	2.561	665	3.225	26%
25	La 1	Masterchef	6-jul.	22:50	178	3.153	662	3.815	21%

El entretenimiento acapara en 2020 el ranking de las emisiones más vistas en diferido, al contrario de lo que ocurrió en 2019 cuando la serie de HBO ‘Juego de Tronos’ ocupó las seis primeras posiciones con sus pases en Movistar Series. Este año 23 de los 25 primeros puestos están ocupados por diferentes entregas de ‘Masterchef’ y ‘Masterchef Celebrity’, con un techo de 837.000 espectadores para la entrega de la edición de famosos del 17 de noviembre. Es la emisión más vista en diferido de la historia en una cadena en abierto. La ficción no aparece en esta lista hasta el puesto 19, con el estreno de ‘Antidisturbios’ en #0 (678.000 espectadores en diferido). Esta, junto con un capítulo de ‘El Ministerio del Tiempo’ de La 1 en vigésimo tercera posición (670.000), son las únicas series que se cuelan entre las 25 emisiones más vistas del año en diferido.





Ctra. Fuencarral-Alcobendas, nº 24
28049 Madrid
ESPAÑA
Tel.: (+34) 91 728 57 80

www.geca.es