

## Informe de audiencia 24/12/2021

### BAJA EL CONSUMO DE TELEVISIÓN Y LA AUDIENCIA

**7,9** Millones

*audiencia media* 

**64,1** %

*cuota de pantalla* 

Ind. 4+ (inv) | LINEAL | TSD | ESPAÑA (2r T)

El octavo mensaje navideño de S.M. El Rey Felipe VI registró una audiencia media de **7.933.000 espectadores y 64,1% de cuota de pantalla**, en el conjunto del total de 30 cadenas que emitieron el discurso en directo (en “simulcast”) y que son medidas por Kantar.

En el 2020 la audiencia fue de 10,8 millones y 71,0% en el acumulado de las 29 cadenas, por lo que este año se produce un **descenso de 2,8 millones de espectadores y casi 7 puntos de cuota de pantalla**. El consumo total de televisión fue de 12,3 millones, desciende 4 millones en la comparación con 2020, una bajada del **-25%**,

La cadena que registró una mayor audiencia media fue **La1, con 2.322.000 de espectadores y 18,8% de cuota**, seguida de A3, con 2.229.000 de espectadores y 18% de cuota. T5, con 1.109.000 de espectadores y 9% de cuota. LA SEXTA, con 513.000 de espectadores y 4,1% de cuota. CUATRO, con 410.000 de espectadores y 3,3% de cuota.

# MENSAJE SM EL REY FELIPE VI

En la siguiente tabla se muestra el desglose de cadenas:



Cadena	CuotaAE* AM(000)	
	64,1	7.933
La 1	→ 18,8	2.322
A3	→ 18,0	2.229
T5	→ 9,0	1.109
LA SEXTA	→ 4,1	513
CUATRO	→ 3,3	410
C.SUR	→ 11,2	292
La2	→ 1,8	219
TRECE	→ 1,4	170
TVG	→ 17,1	121
TELEMADRID	→ 5,8	96
24H	→ 0,7	89
ARAGON TV	→ 13,9	52
CANAL EXTR. TV	→ 14,7	48
TPA	→ 17,0	47
TVCAN	→ 9,2	46
A PUNT	→ 3,1	43
CMM	→ 5,8	39
LA 7TV	→ 6,7	25
REAL MADRID HD	→ 0,2	24
TELEMADRID INTERN	→ 0,1	10
3/24	→ 0,6	10
IB3	→ 3,4	9
La 8	→ 0,8	6
TV MEDITERRANEO	→ 0,1	2
LAOTRA	→ 0,0	1
La 7	→ 0,0	0
CSUR-AND	→ 0,0	0
AND-TV	→ 0,0	0
GALICIA TV	→ 0,0	0
IB3 GLOBAL	→ 0,0	0

**Cobertura: total  
audiencia acumulada**  
(este concepto no incluye "invitados")

**9,2** **Millones**  
(sin inv)

*20,1 % de la población de España*

El consumo de televisión  
en la franja 21:00-21:13  
horas fue de:

**12,3** **Millones**

*incluye factor invitados*







\*Cuota en su ámbito geográfico emisión correspondiente



## MENSAJE SM EL REY FELIPE VI

Resultados de audiencia por segmentos poblacionales:



	Targets		Cuota	AM(000)	Perfil%
	Ind. 4+	→	64,1%	7.931	100
	HOMBRES	→	63,1%	3.567	45
	MUJERES	→	<b>64,9%</b>	4.363	55
	4 - 12	→	49,5%	312	3,9
	13 - 24	→	57,2%	543	6,8
	25 - 44	→	59,4%	1.289	16,3
	45 - 64	→	63,9%	2.762	34,8
	>64	→	<b>70,3%</b>	3.024	38,1
	IA+IB	→	<b>66,7%</b>	2.483	31,3
	IC+ID	→	<b>65,2%</b>	3.395	42,8
	IE	→	59,6%	2.052	25,9
	>50M	→	<b>64,2%</b>	3.867	48,8
	50-500M	→	<b>64,2%</b>	2.794	35,2
	>500M	→	63,7%	1.270	16
	ANDALUCIA	→	<b>67,3%</b>	1.738	21,9
	CATALUÑA	→	36,2%	571	7,2
	PAÍS VASCO	→	45,6%	224	2,8
	GALICIA	→	<b>66,9%</b>	477	6
	MADRID	→	<b>73,0%</b>	1.242	15,7
	C. VALENCIANA	→	<b>65,6%</b>	913	11,5
	CASTILLA LA	→	<b>73,9%</b>	508	6,4
	CANARIAS	→	63,8%	319	4
	ARAGÓN	→	<b>74,4%</b>	281	3,5
	ASTURIAS	→	<b>72,4%</b>	200	2,5
	BALEARES	→	59,5%	155	2
	MURCIA	→	<b>74,2%</b>	280	3,5
	CASTILLA LEÓN	→	<b>73,1%</b>	541	6,8
	RESTO	→	<b>69,3%</b>	480	6,1
	T.COMERCIAL	→	<b>65,3%</b>	2.386	30,1

Los datos reflejan que los segmentos demográficos donde el mensaje navideño del Rey tuvo mayor seguimiento son entre las **mujeres, los mayores de 45 años y las regiones de Aragón, Murcia y Castilla La Mancha.**

#### Liderazgos por targets:

La1 fue la cadena líder en ambos sexos y en todas las edades, a excepción de en maduros de 45 a 64 años donde lidera Antena3.

Por regiones, La1 lidera en Galicia, Valencia, Castilla La Mancha, Aragón, Asturias, Baleares, Murcia, Castilla y León y Resto. Antena es la cadena más vista en Andalucía, Madrid, Canarias y País Vasco (empatada con ETB2). En Cataluña la cadena más vista durante el mensaje del Rey fue TV3 con su informativo.

## MENSAJE SM EL REY FELIPE VI



## Comparativo cualitativo:

cuotas por targets y cadenas en la franja de emisión del mensaje:

Targets	MENSAJE REY	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	TRECE	24H	BOING	CLAN	DMAX	DISNEY CHANNEL	DIVINITY	ENERGY	DFD	NEOX	NOVA	MEGA	TELEPORTE	PARAMOUNT NETWORK	ATRESERIES	BEMADY	TEN	REAL MADRID HD	DKISS	GOL	TEMAICAS PAGO
Ind. 4+	64,1	18,8	1,8	9,0	18,0	3,3	4,1	10,8	0,2	1,4	0,7	1,3	1,0	0,8	0,9	1,3	1,5	2,6	2,2	2,1	1,5	0,3	1,4	1,3	0,8	0,2	0,2	0,7	0,6	6,8
HOMBRES	63,1	19,8	1,6	6,7	18,2	3,6	4,2	10,7	0,3	1,2	0,9	1,2	0,8	1,2	0,6	0,9	1,5	3,1	2,3	1,0	1,6	0,4	2,0	0,7	0,8	0,2	0,3	0,6	0,7	7,5
MUJERES	64,9	17,9	1,9	10,9	17,8	3,1	4,1	10,9	0,2	1,5	0,5	1,3	1,2	0,5	1,0	1,7	1,6	2,2	2,0	3,0	1,4	0,2	0,9	1,7	0,9	0,2	0,1	0,8	0,5	6,3
4-12	49,5	16,6	2,4	5,2	10,1	4,8	4,7	6,7				10,0	7,7	0,2	5,5			1,7	0,5	1,9	1,8			0,3	0,1		0,7	0,5	0,8	12,9
13 - 24	57,2	18,1	0,7	10,0	15,7	4,0	2,1	7,0	0,3	0,4	0,1	1,2	0,2	1,1	0,5	2,1	2,2	6,2	3,0	1,2	2,2	0,3	1,3	1,9	0,9			0,9	9,9	
25 - 44	59,4	18,7	1,8	6,7	16,1	2,6	6,2	7,9	0,5	1,4	0,6	1,9	1,6	0,2	0,8	0,6	1,0	3,3	3,8	1,7	1,7	0,5	1,5	0,5	0,8	0,5	0,1	0,8	1,2	8,2
45 - 64	63,9	17,0	1,2	9,8	18,2	4,5	4,2	10,0	0,3	0,8	1,1	0,6	0,7	1,2	0,7	1,1	1,7	2,7	2,3	1,9	2,4	0,3	1,5	1,9	1,1	0,2	0,2	1,0	0,6	6,4
>64	70,3	21,1	2,5	9,6	20,5	2,1	3,4	14,6	0,1	2,4	0,7	0,3	0,3	0,8	0,4	2,0	1,7	1,4	1,2	2,7	0,3	0,3	1,4	1,1	0,7	0,1	0,2	0,5	0,3	5,0
IA+IB	66,7	18,9	1,1	6,8	22,2	3,7	3,8	12,1	0,3	1,4	0,5	0,5	0,5	0,7	1,5	0,4	0,8	2,0	2,2	2,4	0,8	0,4	1,1	1,4	1,2	0,1	0,4	0,5	0,7	7,4
IC+ID	65,2	19,7	2,3	9,5	16,9	3,4	4,6	10,8	0,3	1,2	0,6	1,4	1,0	0,6	0,7	1,5	1,6	2,2	2,2	1,3	1,4	0,3	1,6	0,7	0,6	0,2	0,1	0,7	0,6	7,2
IE	59,6	17,3	1,7	10,5	15,1	2,7	3,8	9,4	0,1	1,7	1,1	2,0	1,6	1,3	0,4	2,0	2,2	3,7	2,1	3,0	2,4	0,3	1,4	1,9	0,8	0,2	0,2	0,8	0,6	5,6
<50M	64,2	19,1	1,8	8,7	16,2	3,8	3,9	12,3	0,3	2,2	0,6	0,8	0,9	1,3	0,6	1,2	1,5	2,6	2,1	2,3	2,0	0,3	1,6	1,1	0,6	0,3	0,3	0,5	1,0	5,3
50-500M	64,2	18,2	1,7	8,6	20,9	3,1	4,6	8,8	0,1	0,7	0,3	1,8	1,0	0,4	1,0	1,6	1,9	2,0	2,7	2,5	1,1	0,1	1,6	1,2	1,3	0,1	0,2	0,7	0,3	7,8
>500M	63,7	18,8	1,7	10,6	17,2	2,4	3,8	10,6	0,3	0,4	1,8	1,6	1,5	0,4	1,3	1,3	1,0	4,0	1,0	0,3	0,7	1,0	0,3	2,1	0,5		1,1	0,1	9,5	
ANDALUCÍA	67,3	13,7	0,8	9,9	20,3	4,0	5,8	11,2		1,1	0,3	1,4	1,6	0,5	1,2	1,7	1,1	0,7	2,5	2,7	1,9	0,5	1,6	0,4	0,2		0,2	0,7	1,7	8,9
CATALUÑA	36,2	13,7	0,8	6,8	8,9	1,6	3,5	26,2	1,0	0,2	0,1		1,2	1,4		1,8	2,6	3,8	2,2	1,2	2,0	0,6	0,7	2,7	2,0	0,5		1,4		7,4
PAÍS VASCO	45,6	12,2	0,1	10,1	15,3	3,2	3,4	17,8		0,5	0,8	3,7	2,3	0,5			2,0	3,0	1,4	1,6	2,1	0,8	1,6	4,1		0,5		0,3	1,3	6,9
GALICIA	66,9	18,1	1,6	7,1	13,2	2,9	3,1	17,0		2,7	1,3	3,7	0,1	1,2	0,1	2,7	1,1	2,5	3,2	3,3	0,4		0,6	0,9	0,2			0,5	0,3	5,3
MADRID	73,0	15,0	2,9	9,3	26,1	5,7	4,4	6,3		1,7	1,7	2,0	0,5	0,2	1,0	1,2	2,7	1,7	0,6	0,6	1,3		1,0	1,1	0,7			0,5	0,2	7,5
C. VALENCIA	65,6	28,7	3,9	9,0	12,5	3,2	4,2	3,5		0,7	0,3	0,4	0,1	1,5	1,8	0,5	0,8	4,9	2,5	2,8	1,7	0,5	2,4	1,2	1,6				0,4	4,7
CASTILLA LA M	73,9	24,7	0,2	9,8	22,6	3,6	0,9	5,7	1,2	3,3	2,1	0,8	0,4	0,5	1,5	1,2	1,1	2,1	2,3	2,6	1,0		0,2	0,7	1,1	0,4	0,6		0,4	5,3
CANARIAS	63,8	12,4	0,7	11,1	18,1	3,9	7,3	9,2		0,5	0,7	0,9	0,4	1,1	0,5	3,3	0,8	3,6	1,4	3,8	0,1		0,5	1,9	1,2			1,9	0,3	8,0
ARAGÓN	74,4	24,2	1,2	2,0	23,9	1,5	5,0	14,2		0,9	1,2	0,5	2,3	1,7		1,2	0,9	1,8	1,8	0,6	1,9	1,5	1,7	0,9	0,1		0,5	1,0	0,6	6,2
ASTURIAS	72,4	21,5	2,0	11,7	6,3	3,1	7,0	18,1		3,8				0,4	2,1		0,9	1,1	0,6	1,0	0,7		1,1	0,8	0,1	1,0		2,1	0,5	12,6
BALEARES	59,5	16,3	0,7	12,0	12,7	6,1	3,7	3,4		3,5	1,2	4,6	0,7		2,8	0,9	1,3	0,8	2,3	1,2	1,4		1,1	0,8		0,5		2,2	1,0	12,9
MURCIA	74,2	32,2	0,8	6,3	23,2		3,0	6,7		2,1		0,2	1,6	2,0		1,6	0,6	2,3	3,7	2,7	0,7		1,0	0,8	2,2					4,3
CASTILLA LEÓ	73,1	27,4	1,5	9,1	25,5	3,9	3,4		0,8	1,5				0,1			0,4	3,3	4,1	0,7	0,9	0,4	2,8	0,5	0,2	0,4		0,2	0,4	5,2
RESTO	69,3	23,1	5,5	11,2	16,4	0,2	1,5	6,9		1,8	1,0	1,6			0,1	1,1	3,1	5,2	1,6	3,9	2,2		2,0	2,1	1,2	0,4	1,8	0,8	0,1	1,3
T.COMERCIAL	65,3	19,6	1,4	10,3	18,4	3,6	5,1	7,7	0,4	0,8	0,6	0,8	0,8	0,7	0,9	0,6	1,1	2,6	3,3	1,4	1,5	0,4	1,2	1,0	1,1	0,2	0,1	0,7	0,9	7,9

\* Se sombran las cadenas que sí emitieron el mensaje

\* En Cataluña, País Vasco y Galicia, como en el resto de regiones, incluye la suma de toda la oferta de las autonómicas.





## HISTÓRICO

# MENSAJE SM EL REY



Fecha	Inicio	Fin	N°	Consumo	AM(000)	Cuota
24/12/1992	21:00	21:13	10	10.665	9.934	93,1
24/12/1993	21:00	21:13	10	10.846	10.254	94,5
24/12/1994	21:00	21:14	10	10.158	9.307	91,6
24/12/1995	21:00	21:15	10	10.459	9.809	93,8
24/12/1996	21:00	21:13	10	10.169	9.065	89,1
24/12/1997	21:00	21:12	11	9.992	9.098	91,1
24/12/1998	21:00	21:13	12	10.218	8.924	87,3
24/12/1999	21:00	21:12	13	10.140	8.950	88,3
24/12/2000	21:00	21:07	13	10.449	9.037	86,5
24/12/2001	21:00	21:09	13	10.230	8.882	86,8
24/12/2002	21:00	21:11	14	9.588	8.174	85,2
24/12/2003	21:00	21:13	14	9.884	8.374	84,7
24/12/2004	21:00	21:12	18	9.664	8.145	84,3
24/12/2005	21:00	21:13	17	10.297	8.598	83,5
24/12/2006	21:00	21:13	23	10.551	8.639	81,9
24/12/2007	21:00	21:16	23	10.539	8.691	82,5
24/12/2008	21:00	21:14	26	10.827	8.516	78,7
24/12/2009	21:00	21:13	29	11.082	7.954	71,8
24/12/2010	21:00	21:10	33	10.847	7.111	65,6
24/12/2011	21:00	21:13	30	11.167	7.148	64,0
24/12/2012	21:00	21:09	25	10.755	6.884	64,0
24/12/2013	21:00	21:12	21	10.900	6.557	60,2
24/12/2014	21:00	21:13	24	11.227	8.239	73,4
24/12/2015	21:00	21:13	23	10.240	6.658	65,0
24/12/2016	21:00	21:13	25	10.099	5.822	57,6
24/12/2017	21:00	21:12	27	12.329	8.139	65,7
24/12/2018	21:00	21:11	30	11.164	7.944	70,6
24/12/2019	21:00	21:11	25	11.161	7.537	65,1
24/12/2020	21:00	21:14	29	16.455	10.760	71,0
<b>24/12/2021</b>	<b>21:00</b>	<b>21:13</b>	<b>30</b>	<b>12.372</b>	<b>7.933</b>	<b>64,1</b>





**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

**Síguenos en Redes: @blvcom**



independencia.  
conocimiento  
posicionamiento  
integral  
estrategia  
innovación  
análisis  
contenido  
pasión  
audiencias  
identidad  
auditoria  
TVBLVanalytics  
Barlovento  
televisión  
resiliencia  
experiencia  
online  
marketing  
programación  
offline  
compromiso  
audiodisual  
consultoría