



**BARLOVENTO  
COMUNICACIÓN**

CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

# Informe audiencia TV: **DIFERIDO**

**FEBRERO 2022**

La audiencia en diferido registra el consumo no lineal de contenidos televisivos a lo largo de los siete días siguientes a la emisión en directo (lineal), así como el diferido en el mismo día de dicha emisión (*vosdal*).



## EMISIÓN MÁS VISTA

- La emisión más vista este mes en diferido es 'ENTREVIAS' (T5, 01-feb-22) con 465.000 espectadores de audiencia media (el 18% del total audiencia lograda por la emisión de ficción es por su audiencia en diferido).

## TOP 10 CADENAS

- Las cadenas que tienen un mayor consumo en diferido son A3, T5, La1, LA SEXTA, CUATRO, La2, AXN, FOX, LALIGA por M+ y ATRESERIES, entre las diez primeras.

## TIEMPO CONSUMO TV EN DIFERIDO

- El consumo en diferido es de 7 minutos por persona al día, lo que representa el 3% del total consumo televisivo. En el caso de las 'Temáticas de Pago', el consumo en diferido supone el 14% del total del consumo de pago.

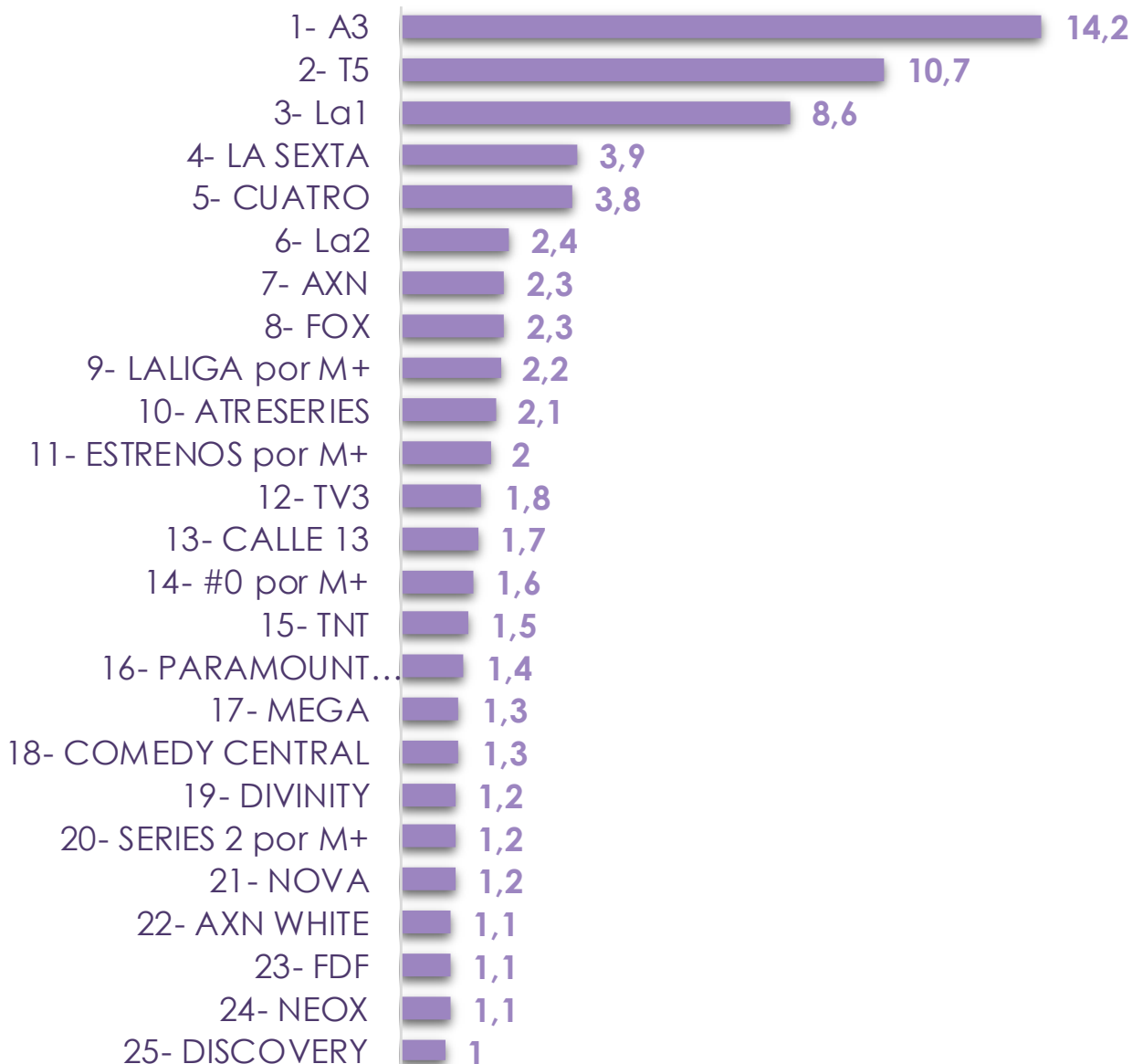
## AUDIENCIA ACUMULADA

- La audiencia acumulada del consumo en diferido en este mes es de 19,8 millones, con un promedio diario de 4,1 millones.



## RÁNKING CADENAS POR AUDIENCIA MEDIA EN DIFERIDO

Cuota de pantalla sobre el total Diferido





## RÁNKING TOP 25 EMISIONES EN DIFERIDO

\* Se somborean las cadenas Temáticas de Pago. Emisiones 5+ minutos de duración.

RNK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Inicio	Audiencia media (000) en diferido	%Peso del diferido sobre la audiencia totalizada de la emisión
1	ENTREVIAS	T5	01-feb-22	23:00	465	18%
2	ENTREVIAS	T5	22-feb-22	23:00	432	21%
3	ENTREVIAS	T5	08-feb-22	22:59	423	18%
4	ENTREVIAS	T5	15-feb-22	22:59	381	17%
5	PASION DE GAVILANES	T5	16-feb-22	22:36	321	12%
6	<b>CINE / MAIXABEL</b>	<b>ESTRENOS p</b>	<b>11-feb-22</b>	<b>09:55</b>	298	100%
7	SEQUIA	La1	15-feb-22	23:44	284	32%
8	MENTIRAS	A3	02-feb-22	23:00	279	14%
9	SEQUIA	La1	08-feb-22	22:43	278	25%
10	MENTIRAS	A3	16-feb-22	23:08	274	13%
11	MAESTROS DE LA COSTURA	La1	22-feb-22	22:18	273	22%
12	SEQUIA	La1	15-feb-22	22:43	268	26%
13	SEQUIA	La1	01-feb-22	22:42	260	22%
14	<b>FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / PARIS ST.GER</b>	<b>LIGA DE CA</b>	<b>15-feb-22</b>	<b>21:01</b>	238	14%
15	TU CARA ME SUENA	A3	11-feb-22	22:31	235	9%
16	TU CARA ME SUENA	A3	04-feb-22	22:29	232	9%
17	PASION DE GAVILANES	T5	16-feb-22	23:29	229	11%
18	TU CARA ME SUENA	A3	18-feb-22	22:31	227	9%
19	LA NOCHE DE:PASION DE GAVILANES:LA DI	T5	16-feb-22	22:08	225	10%
20	TU CARA ME SUENA	A3	25-feb-22	22:29	224	8%
21	MENTIRAS	A3	09-feb-22	23:00	220	12%
22	TIERRA AMARGA	A3	02-feb-22	17:58	218	13%
23	INFIEL	A3	27-feb-22	22:10	218	10%
24	CUENTAME COMO PASO / UN CODIGO NU	La1	03-feb-22	23:05	217	15%
25	INFIEL	A3	13-feb-22	22:11	210	9%



## RÁNKING EMISIÓN MÁS VISTA EN DIFERIDO POR LOS PRINCIPALES GÉNEROS DE PROGRAMACIÓN

Audiencia media (000) en Diferido

\* Porcentajes: peso de la audiencia en diferido sobre la audiencia totalizada de la emisión.



### PELÍCULA

MAIXABEL/ESTRENOS por M+

viernes, 11-feb-22

**298**

100%



### SERIE

ENTREVIAS / T5

martes, 01-feb-22

**465**

18%



### TELENOVELA

PASION DE GAVILANES / T5

miércoles, 16-feb-22

**321**

12%



### ENTRETENIMIENTO

MAESTROS DE LA COSTURA / La1

martes, 22-feb-22

**273**

22%



### CULTURAL

LA NOCHE DE: PASION DE GAVILANES: LA DINASTIA CONTINUA / T5

miércoles, 16-feb-22

**225**

10%



### ANIMACIÓN

LA MALDICION DE MOLLY MCGEE / DISNEY CHANNEL

martes, 22-feb-22

**56**

55%



### REPORTAJE

LO DE EVOLE / LA SEXTA/ MORAD

domingo, 20-feb-22

**133**

8%



### INFORMATIVO DIARIO

TELED. FIN SEMANA 2 / La1

sábado, 05-feb-22

**99**

6%



### DEPORTE

FUTBOL: CHAMPIONS LEAGUE / PARIS ST. GERMAIN - R. MADRID / LIGA DE CAMPEONES por M+

martes, 15-feb-22

**238**

14%



## RÁNKING EMISIÓN MÁS VISTA EN DIFERIDO POR CADENAS

\* Se somborean las cadenas Temáticas de Pago. Se muestran las **50 primeras**.

RNK	Cadena	Título/Descripción	Fecha	Audiencia media en diferido	%Peso del diferido sobre la audiencia totalizada de la emisión
1	T5	ENTREVIAS	01-feb-22	465	18%
2	<b>ESTRENOS por M+</b>	<b>CINE / MAIXABEL</b>	<b>11-feb-22</b>	<b>298</b>	<b>100%</b>
3	La1	SEQUIA	15-feb-22	284	32%
4	A3	MENTIRAS	02-feb-22	279	14%
5	<b>LIGA DE CAMPEONES por M+</b>	<b>FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE / PARIS ST.GERMA</b>	<b>15-feb-22</b>	<b>238</b>	<b>14%</b>
6	CUATRO	EL BLOCKBUSTER / ASESINATO EN EL ORIENT EXP	19-feb-22	178	12%
7	<b>TNT</b>	<b>THE ROOKIE</b>	<b>09-feb-22</b>	<b>166</b>	<b>78%</b>
8	<b>AXN</b>	<b>DOC / RESTOS</b>	<b>22-feb-22</b>	<b>165</b>	<b>81%</b>
9	<b>LALIGA por M+</b>	<b>FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / BARCELONA-AT.MAD</b>	<b>06-feb-22</b>	<b>145</b>	<b>13%</b>
10	TV3	EL FORASTER / SANT RAMON	14-feb-22	143	22%
11	<b>FOX</b>	<b>NEW AMSTERDAM</b>	<b>09-feb-22</b>	<b>141</b>	<b>65%</b>
12	LA SEXTA	LO DE EVOLE / MORAD	20-feb-22	133	8%
13	<b>#0 por M+</b>	<b>CRIMENES / PERMANYER(PART 2)</b>	<b>21-feb-22</b>	<b>110</b>	<b>90%</b>
14	La2	CACHITOS DE HIERRO Y CROMO / VERBENA	01-feb-22	106	11%
15	<b>SERIES por M+</b>	<b>MERLI:SAPERE AUDE / SAPERE AUDE</b>	<b>23-feb-22</b>	<b>102</b>	<b>94%</b>
16	<b>ESTRENOS 2 por M+</b>	<b>CINE / TIEMPO</b>	<b>25-feb-22</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>
17	<b>CALLE 13</b>	<b>CINE / ASESINATO EN MULHOUSE</b>	<b>20-feb-22</b>	<b>79</b>	<b>41%</b>
18	<b>SERIES 2 por M+</b>	<b>OUTLANDER / ENTRE DOS FUEGOS</b>	<b>15-feb-22</b>	<b>77</b>	<b>99%</b>
19	<b>COMEDIA por M+</b>	<b>CINE / A TODO TREN DESTINO ASTURIAS</b>	<b>28-feb-22</b>	<b>62</b>	<b>100%</b>
20	<b>AMC</b>	<b>CINE / CAZA AL ASESINO</b>	<b>28-feb-22</b>	<b>57</b>	<b>70%</b>
21	DISNEY CHANNEL	LA MALDICION DE MOLLY MCGEE	22-feb-22	56	55%
22	<b>#VAMOS por M+</b>	<b>BALONCESTO:COPA DEL REY / R.MADRID-BARC</b>	<b>20-feb-22</b>	<b>54</b>	<b>10%</b>
23	<b>CINE ESPAÑOL por M+</b>	<b>CINE / MAIXABEL</b>	<b>20-feb-22</b>	<b>53</b>	<b>93%</b>
24	CLAN	CLEO & CUQUIN	12-feb-22	50	94%
25	ETB2	EL CONQUISTADOR DEL CARIBE	07-feb-22	50	25%
26	MEGA	EL CHIRINGUITO DE JUGONES	01-feb-22	48	17%
27	<b>PANDA</b>	<b>CLEO &amp; CUQUIN</b>	<b>09-feb-22</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>
28	<b>AXN WHITE</b>	<b>CINE / LADRONES(TAKERS)</b>	<b>06-feb-22</b>	<b>44</b>	<b>62%</b>
29	<b>COMEDY CENTRAL</b>	<b>CINE / SIN RODEOS</b>	<b>27-feb-22</b>	<b>44</b>	<b>69%</b>
30	ATRESERIES	AQUI NO HAY QUIEN VIVA / ERASE UN NEGOC	18-feb-22	43	52%
31	<b>DAZN F1</b>	<b>TEST</b>	<b>25-feb-22</b>	<b>40</b>	<b>87%</b>
32	<b>DAZN 1</b>	<b>PREVIO BALONCESTO:EUROLIGA / R.MADRID-B</b>	<b>11-feb-22</b>	<b>40</b>	<b>54%</b>
33	PARAMOUNT NETWORK	AGATHA CHRISTIE POIROT / EL INFERIOR	21-feb-22	40	13%
34	<b>NICK JR</b>	<b>PEPPA PIG</b>	<b>01-feb-22</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>
35	8MADRID	CUIDAME MUCHO	02-feb-22	37	95%
36	<b>SYFY</b>	<b>RESIDENT ALIEN</b>	<b>28-feb-22</b>	<b>36</b>	<b>68%</b>
37	<b>DECASA</b>	<b>LOS GEMELOS REFORMAN DOS VECES</b>	<b>22-feb-22</b>	<b>36</b>	<b>95%</b>
38	<b>CANAL COCINA</b>	<b>LOS POSTRES ESPECIALES DE ANNA OLSON</b>	<b>25-feb-22</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>
39	NEOX	CINE / E.T.EL EXTRATERRESTRE	11-feb-22	36	9%
40	TELEMADRID	¡MAS O MENOS!	28-feb-22	35	47%
41	NOVA	LA DESALMADA	21-feb-22	34	10%
42	A PUNT	DESPRES DE TU / EL TESTAMENT	13-feb-22	32	19%
43	<b>DISCOVERY</b>	<b>AVENTURA EN PELOTAS XL</b>	<b>22-feb-22</b>	<b>32</b>	<b>64%</b>
44	DKISS	MI VIDA CON 300 KILOS / LA HISTORIA DE J.T.	07-feb-22	31	31%
45	DIVINITY	SECRET STORY:LA CASA DE LOS SECRETOS EN DIR	01-feb-22	31	25%
46	FDf	LA QUE SE AVECINA / UN PIPIOLO,UN BOMBER	21-feb-22	30	12%
47	<b>SUNDANCE TV</b>	<b>CINE / APRENDIENDO A CONDUCIR</b>	<b>08-feb-22</b>	<b>30</b>	<b>91%</b>
48	24H	LA NOCHE EN 24H:LA ENTREVISTA / EDMUNDO E	17-feb-22	30	13%
49	<b>LALIGA1 por M+</b>	<b>FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / VALENCIA-BARCELOI</b>	<b>20-feb-22</b>	<b>29</b>	<b>16%</b>
50	BOING	EL ASOMBROSO MUNDO DE GUMBALL	25-feb-22	29	49%



## TIEMPO CONSUMO

### CONSUMO DIFERIDO TTV

**7'** minutos  
persona/día

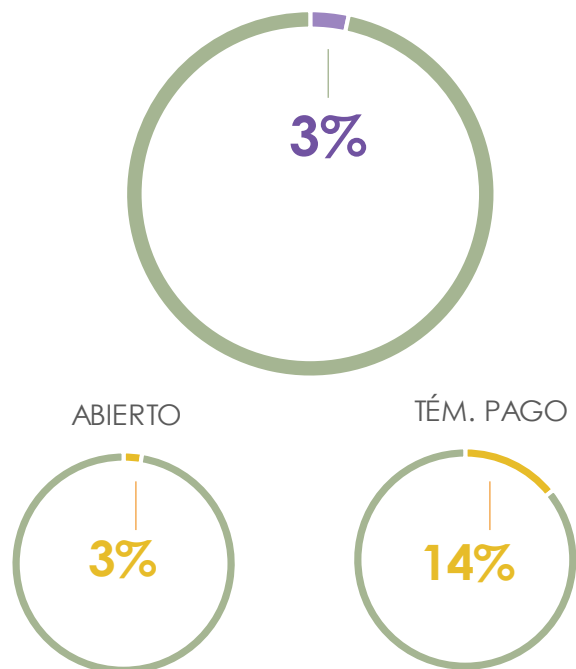
### ABIERTO

**5'** minutos  
persona/día

### TEMÁTICAS PAGO

**3'** minutos  
persona/día

Peso del consumo en Diferido sobre el Total TV



**Diferido:** audiencia registrada durante los 7 días siguientes a la emisión en directo (lineal).

Ind. 4+ (+inv) | ESPAÑA (+2rT) | LINEAL+DIFERIDO | TSD



## AUDIENCIA ACUMULADA DIFERIDO

TOTAL AUDIENCIA ACUMULADA EN EL MES

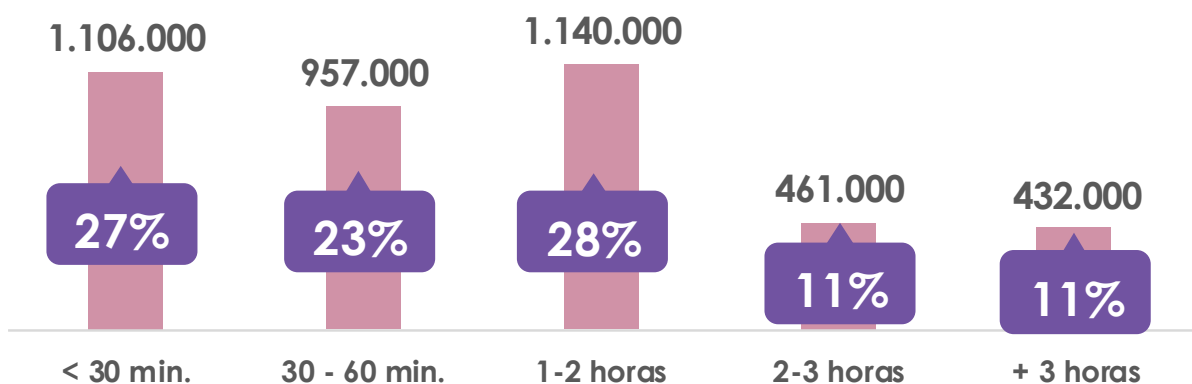
**19,8** Millones

TOTAL AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA

**4,1** Millones



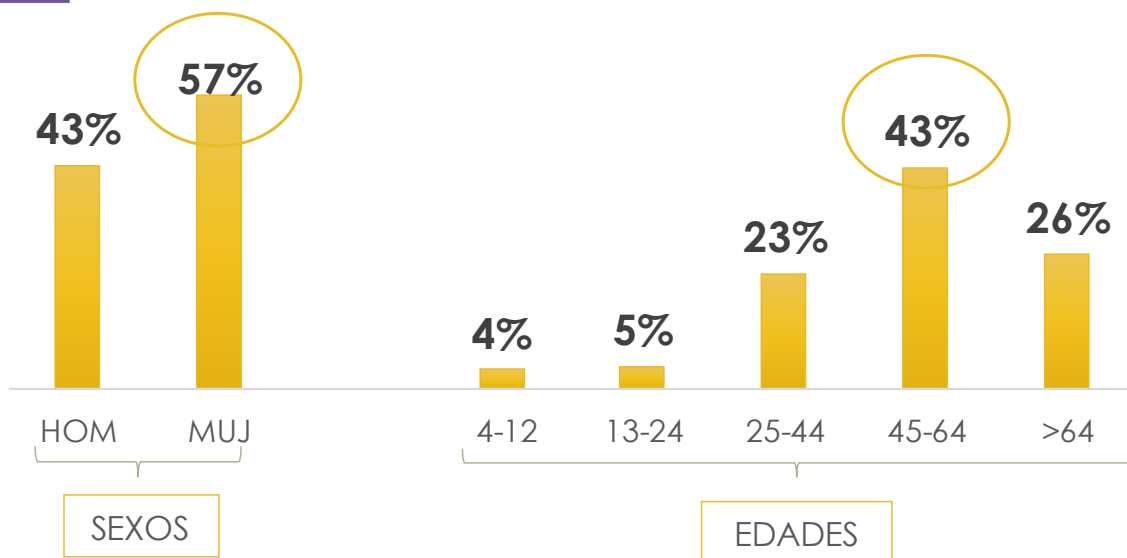
La audiencia acumulada,  
¿Cuánto tiempo se dedica al consumo en diferido?



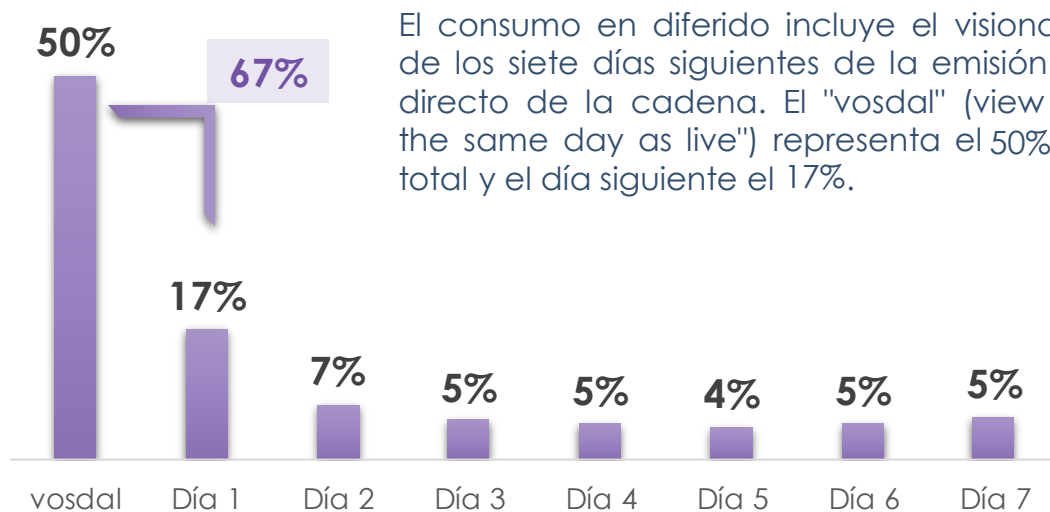




## PERFIL CONSUMO TV DIFERIDO



## PESO CONSUMO DIFERIDO POR JORNADA



El consumo en diferido incluye el visionado de los siete días siguientes de la emisión en directo de la cadena. El "vosdal" (view on the same day as live) representa el 50% del total y el día siguiente el 17%.

\*\*View On the Same Day As Live"



# BARLOVENTO COMUNICACIÓN

WWW.BARLOVENTOCOMUNICACION.ES | BLVCOM@BARLOVENTOCOMUNICACION.ES

¡SÍGUENOS EN TWITTER EN @BLVCOM!

Plataforma  
**Audímetro TV**

Análisis  
**cuantitativo**  
y **cuantitativo**

Optimizador  
**BLV Analytics**

**Impacto y**  
**reputación** en  
medios

Investigación  
**Barómetro TV**

**Audiencias**  
Offline y  
Online