

La audiencia televisiva en 2010

El consumo de televisión alcanza los 234 minutos por persona y día (8 minutos más que en 2009). Ello supone una cifra record frente a años anteriores.

Por ámbitos, las regiones en las que se ve más minutos diarios de televisión son Aragón y Andalucía, mientras que Galicia y Madrid son las comunidades donde el consumo televisivo es menor.

El consumo compartido de televisión (56,7%) supera al individual (43%). Dentro de ese consumo compartido, el dual o en pareja (39, 1%) supera al del grupo (17,6%).

El consumo de la TDT ya supone en el mes de diciembre el 79.0% del tiempo total de visionado, frente a un 15,3% a través del cable y un 5,1% por satélite.

Las cadenas creadas para la TDT en abierto consiguen un promedio de cuota de audiencia del 18,5% en el conjunto del año, las de pago el 7,0% y las autonómicas privadas el 0,7%.

LA 1 vuelve a ser en 2010 la cadena con mayor audiencia: un 16.0% de share, seguida de TELE 5 (14,6%), ANTENA 3 (11,7%), FORTA (11,3%), CUATRO (7,1%), LA SEXTA (6,6%) y LA 2 (3,1%), viéndose ya superada por alguna temática.

La autonómica que alcanza una mayor cuota es la catalana TV3 (14,8%), que es además la más vista en su Comunidad y la única que crece en 2010 junto con IB3. A TV3 le siguen CANAL SUR (12,7%) y TVG (12,3%).

En el caso de la TDT en abierto, las cadenas que logran una mayor cuota de pantalla en el promedio anual son CLAN TVE (3,2%), NEOX (2,2%) y DISNEY CHANNEL (2,1%).

En el conjunto de temáticas de pago' las cadenas que gozan de una mayor audiencia en este grupo son FOX (0,4%), AXN (0,4%), C+ (0,3%), PARAMOUNT COMEDY (0,3%) y Gol TV (0,2%).

LA 1 es la cadena más vista por hombres, mayores de 45 años y entre las parejas jóvenes sin hijos, las parejas con hijos mayores, las parejas adultas sin hijos, los adultos independientes y los 'retirados'. Líder en las regiones de Aragón, Asturias, Baleares, Castilla La Mancha, Castilla y León, Galicia, Madrid, Murcia, Valencia y el ámbito 'Resto'.

TELE 5 es la cadena más vista por mujeres, por adultos jóvenes de 25 a 44 años, y, en general, por el llamado "target comercial"¹. Domina entre jóvenes independientes, parejas con hijos medianos y hogares monoparentales. Líder en Andalucía, País Vasco y Canarias.

ANTENA 3 continúa siendo la cadena más vista por el público joven de 13 a 24 años.

CLAN TVE es la más vista por el grupo infantil de 4 a 12 años. Domina en el ciclo de hogar de parejas con hijos pequeños.

Por días de la semana, LA 1 se impone en todas las jornadas salvo el sábado, en el que comparte liderazgo con ANTENA 3.

Por franjas horarias, LA 1 es también la cadena líder en todas las bandas horarias del día a excepción del 'late night' o 'noche II', en las que TELE 5 es la referencia, y la madrugada, en la que gobiernan las temáticas de pago.

En el ranking de los espacios más vistos domina el género deportivo. La emisión más vista del 2010 corresponde a la prórroga de la Final de la Copa del Mundo de Fútbol de Sudáfrica entre Holanda y España, el día 11 de julio, con un total de 14.582.000 espectadores y 80,3% de cuota para TELE 5. Sumando a estas cifras las de CANAL + y C+ LIGA, las otras emisoras que ofrecieron en directo el evento, la prórroga se convirtió en la emisión más vista de la historia de la televisión nacional con 15.605.000 espectadores y 85,9% de cuota de pantalla.

LA 1 y TELE 5 se reparten casi al completo la tabla de las 50 emisiones más vistas del año.

Los informativos de LA 1 son los más vistos. Los de ANTENA 3 ocupan la segunda posición, seguidos de los de TELECINCO, LA SEXTA y CUATRO.

En el conjunto de las seis cadenas nacionales más veteranas, el género que tiene una mayor presencia en las parrillas de programación es el de entretenimiento, seguido de la ficción y la información. Los géneros predominantes por cadenas son la información en LA 1, el cultural en LA 2, el entretenimiento en TELE 5. En ANTENA 3 tanto la información, como la ficción y el entretenimiento. En CUATRO, la ficción; y respecto a LA SEXTA, ficción y entretenimiento.

¹ Target Comercial: Individuos de entre 13 a 54 años, de clases medias y altas y de hábitat de más de 10.000 habitantes.

La información cadena a cadena

La 1 (15,5%) mantiene el liderazgo y sube tres décimas

La 1 (15,5%) sube tres décimas con respecto al mes pasado y sigue siendo la cadena más vista del mes por quinto mes consecutivo. Lidera en hombres, también en mujeres junto con Telecinco, en mayores de 45 años y en los ámbitos de Aragón, Asturias, Baleares, Castilla La Mancha, Castilla y León, C. Valenciana, Galicia, Madrid, Murcia y Resto. Por días de la semana y franjas horarias, es la cadena de referencia todas las jornadas excepto el sábado; y en las bandas de mañana, sobremesa y "prime-time" (20.30 - 24.00 h.). La emisión más vista en el mes corresponde al programa de las "Campanadas de fin de año" con 7.031.000 espectadores y 47,6% de cuota de pantalla.

TELE 5 (13,8%) baja dos décimas

Telecinco (13,8%) mantiene la segunda plaza, pero baja dos décimas con respecto al mes pasado. Por grupos cualitativos comparte el liderazgo con La1 en mujeres y sigue siendo la cadena más vista en los individuos de 25 a 44 años (adultos jóvenes) y también en el "target comercial". Este mes pierde el liderazgo en jóvenes (13 a 24 años) en beneficio de Antena 3. Asimismo, sigue siendo la cadena más vista en los ámbitos de Andalucía, Canarias y País Vasco, así como en las franjas de tarde y "late-night" (00.00 - 02.30 h.). El capítulo de 'Tierra de lobos' del martes 28 es lo más visto de la cadena en diciembre con 3.358.000 televidentes de audiencia media. Las ficciones 'Aída' o 'C.S.I. Nueva York' también se encuentran entre las ofertas más vistas de la emisora este mes.

ANTENA 3 (11,6%) sube tres décimas

Antena 3 (11,6%) sube tres décimas de cuota en diciembre. Su perfil se escora hacia la mujer y hacia los individuos entre 13 y 64 años. Logra recuperar la hegemonía en el target de 13 a 24 años y mantener el gobierno junto a La1 en la franja de mañana (07:00 - 14:00 horas), así como el liderazgo en la jornada del sábado. Los mayores incrementos de audiencia los ha registrado en hombres y el grupo de niños (4 a 12 años). 'El pelicolón' del día 7 (4.420.000 espectadores y 26.0% de cuota con 'Las crónicas de Narnia') y la exitosa serie 'Hispania, la leyenda' vuelven a situarse en las primeras posiciones del ranking de los más vistos del mes.

AUTONÓMICAS PÚBLICAS (11,2%) bajan una décima

El grupo de Autonómicas Públicas (11,2%) bajan una décima con respecto a noviembre. La catalana TV3, líder en su ámbito, vuelve a ser la autonómica con mayor cuota (15,4%) del grupo a pesar de sufrir un descenso de 1,7 puntos. Destacan los importantes avances de la andaluza Canal Sur, la gallega TVG y de Aragón TV.

CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO (7.0%) sube una décima

La suma de las casi 80 Cadenas Temáticas de Pago (7.0%) sube una décima respecto al mes de noviembre. Siguen siendo además la referencia en la franja horaria de la madrugada (02:30-07:00 horas). Las cadenas más vistas son, por este orden, FOX (0,4%), AXN (0,4%), C+ (0,4%), PARAMOUNT COMEDY (0,3%), CANAL HOLLYWOOD (0,3%) y GOL T (0,2%).

CUATRO (6,5%) baja una décima

Cuatro (6,5%) baja una décima en el mes de diciembre. Con un perfil masculino escorado hacia el tramo 13 a 44 años (jóvenes y adultos jóvenes), la cadena se ha mostrado muy estable en este último período, incluso superando la posición a la Sexta en la tabla de emisoras más vistas. Los programas más vistos del canal corresponden a 'House' y 'El hormiguero'. La emisión más vista de la serie sobre el famoso Doctor registró una audiencia media de 2.505.000 espectadores y el 12,7% de cuota de pantalla.

LA SEXTA (5,6%) baja 1,2 puntos

La Sexta (5,6%), con una oferta deportiva menos potente que la del mes de noviembre, baja 1,2 puntos. Los principales descensos los ha sufrido en hombres, en el abanico de 13 a 64 años y en el target comercial, así como en el fin de semana y en la franja de sobremesa. Sin la Fórmula 1, el ranking de las emisiones más vistas de la cadena en diciembre queda monopolizado en los puestos de privilegio por el fútbol de Liga y de Copa. El Real Madrid-Valencia obtuvo 4.856.000 espectadores el día 4, convirtiéndose en lo más visto del canal.

CLAN TVE (3,4%) sube tres décimas

Clan TVE (3,4%) sube tres décimas respecto al mes anterior. Conserva el liderazgo entre el público infantil de 4 a 12 años (18.8% de cuota), a pesar de ser el segmento cualitativo que experimenta un mayor retroceso (2,1 puntos menos que en noviembre). Fines de semana y primer tramo de la mañana siguen siendo sus mejores períodos. "Bob Esponja" continúa siendo la serie más vista de la cadena y su espacio franquicia.

NEOX (2,5%) sube una décima

Neox (2,5%) sube una décima. Hombre y menores de 24 años siguen conformando su perfil de espectador. Este mes la cadena de Antena 3 logra repuntar sus registros en los períodos de nocturnos (avanza en noche I, noche II y madrugada). Cinematrix, los especiales de 'Shrek' y "Los Simpsons" son los espacios más vistos de la cadena en diciembre.

LA 2 (2,3%) repite cuota

La 2 (2,3%) repite el resultado de los dos meses anteriores -registro histórico más bajo- con una gran estabilidad en casi todas las segmentaciones cualitativas. El veterano concurso "Saber y

Ganar” sigue siendo lo más visto de la cadena, la emisión del 2 de diciembre consiguió 1.417.000 espectadores y el 10,3% de cuota.

FDF-T5 (2,1%) repite resultado

El canal de ficción FDF-T5 (2,1%) repite el resultado de noviembre (récord de la emisora), gracias a una gran regularidad tanto por franjas como por días. Su perfil, muy homogéneo, presenta mayor fuerza en el tramo central de edades, desde los 13 a los 64 años. “La que se avecina”, “Life” y “C.S.I.” son las emisiones más vistas de la cadena en diciembre.

DISNEY CHANNEL (1,9%) repite resultado

Disney Channel (1,9%) repite el resultado del mes anterior, siendo nuevamente -y a pesar del leve descenso- la segunda cadena más vista entre los niños de 4 a 12 años con una cuota del 12,0%. La ficción juvenil “Patito feo” monopoliza el ranking de emisiones más vistas del canal en diciembre.

NOVA (1,6%) baja una décima

Nova (1,6%) baja una décima en diciembre. La cadena obtiene sus principales fortalezas en mujeres y en los individuos de 13 a 44 años. Sus franjas más competitivas en términos de cuota de pantalla son la tarde y la madrugada, así como los días laborables. El ranking de sus emisiones más vistas en diciembre está copado por la telenovela “La viuda de blanco”.

LA SIETE (1,6%) baja una décima

La Siete (1,6%) baja una décima con respecto a noviembre. Al igual que Nova, el canal de Tele 5 muestra también sus principales fortalezas en las mujeres y los individuos de 13 a 44 años, en un mes donde cualitativamente ha imperado una gran estabilidad. Entre sus emisiones más vistas se encuentran varios de los programas derivados de ‘Gran hermano’.

INTERECONOMÍA (1,4%) repite resultado

Intereconomía (1,4%) repite el resultado del mes pasado, máximo mensual de la cadena. Su perfil es masculino y de individuos mayores de 64 años. Como viene siendo habitual, la emisión más vista de la cadena corresponde a “El gato al agua” del día 20, con 552.000 espectadores y el 2,9% de cuota.

NITRO (1,2%) sube una décima

En su cuarto mes en emisión, el canal masculino de Antena3 logra un 1,2% de cuota de pantalla, una décima más que el mes anterior. La cadena logra mantener una gran regularidad de resultados en cada uno de los tramos de edad. La serie “Sin Rastro” es lo más visto de la cadena, con un pico el día 25 de 383.000 espectadores y el 2,4% de cuota.

24 HORAS (0,9%) sube dos décimas

El canal informativo de TVE promedia un 0,9% de cuota de pantalla en el mes de diciembre, dos décimas más que en el mes de noviembre. El perfil de su audiencia es masculino y mayores de 35 años. Las emisiones más vistas de la cadena se concentraron en las jornadas de los días 3 y 4, en plena huelga de controladores aéreos.

VEO7 (0,8%) baja una décima

Veo7 (0,8%) baja una décima respecto a noviembre. Con un perfil de audiencia masculino y con plusvalías en los mayores de 55 años, la cadena sitúa sus programas de debate de prime time "La vuelta al mundo" como los espacios más vistos del mes junto con un nutrido grupo de largometrajes emitidos bajo el título "Veocine".

BOING (0,8%) sube dos décimas

La cadena infantil de Telecinco, Boing (0,8%), sube dos décimas en su cuarto mes de emisión y firma su máximo mensual. La emisión más vista de la cadena corresponde a "Ben 10 Alien Force", verdadero acaparador del ranking de los más vistos del canal, con 610.000 espectadores y el 3,6% de cuota de pantalla.

AUTONÓMICAS PRIVADAS (0,7%) repiten resultado

El grupo de Autonómicas Privadas (0,7%) repite el resultado de noviembre. La cadena de mayor cuota de pantalla vuelve a ser la catalana 8TV con un 3,1% de cuota de pantalla, seguida de CL7 (Castilla y León, 1,6%), A3Canarias, (1,1%), CL8 (Castilla y León, 0,8%), VTV (Galicia, 0,3%) y NueveTV (Canarias, 0,3%).

CNN+ (0,6%) sube una décima

La cadena informativa CNN+ (0,6%) logra subir una décima en su último mes de emisión. La cadena firma sus mejores resultados entre los hombres y los mayores de 45 años. La madrugada y la mañana son sus franjas de mayor rendimiento, así como los fines de semana. Los programas 'CNN+ 24 horas' y 'Hoy' son las ofertas que registran un mayor seguimiento.

TELEDEPORTE (0,6%) baja seis décimas

La cadena deportiva de TVE firma un 0,6% de cuota, la mitad que el registro del mes anterior. La falta de eventos deportivos de primer orden provocan el descenso del canal en casi todas las variables cualitativas. El encuentro de baloncesto "Caja Laboral-Real Madrid" del día 18 ha sido la emisión más vista de la emisora en diciembre.

MARCA TV (0,5%) repite resultado

En su cuarto mes de emisión, la cadena deportiva Marca TV repite resultado (0,5% de cuota de pantalla). Su perfil se escora hacia el hombre, marcando los mejores números en el fin de

semana, con amplia actividad deportiva. La emisión más vista de la cadena es el encuentro entre el Betis y el Barça B de Liga, con 457.000 espectadores y 3,4% de cuota.

LA SEXTA 3 (0,5%) sube una décima

El tercer canal de La Sexta alcanza en su segundo mes de emisión un 0,5% de cuota de pantalla. Por sexos presenta un perfil homogéneo, centrado en el público de 13-44 años. Su mejor franja es la mañana, mientras que por días de la semana el canal se muestra muy regular. La ficción, principalmente cine, es su producto estrella.

LA SEXTA 2 (0,4%) sube una décima

laSexta2 consigue en su tercer mes en emisión alcanzar el 0,4% de cuota de pantalla, tras avanzar una décima. Su público fundamental es el hombre y adulto-joven, con mejores números en la franja matinal y en fines de semana. Lo más visto es "Buenafuente" del día 22, con 126.000 espectadores y el 0,7% de cuota.

MTV (0,4%) repite resultado

La cadena musical MTV repite el 0,4% del mes de noviembre. Su perfil de audiencia se compone básicamente de jóvenes de 13 a 24 años, con datos destacados en la franja de madrugada. La emisión más vista de la cadena corresponde a "America's best dance crew" con 163.000 espectadores y el 1,2% de cuota de pantalla.

LA 10 (0,3%) repite resultado

En su cuarto mes como cadena nacional, La10 (0,3%) repite resultado. Las emisiones más vistas de la emisora corresponden a distintos pases cinematográficos. La cinta más vista es "Con sangre y fuego" emitida el día 19, con una audiencia media de 156.000 espectadores y el 1,1% de cuota de pantalla.

Para más información: <http://www.barloventocomunicacion.es/>