



ANÁLISIS TELEVISIVO 2014

BARLOVENTO COMUNICACION



2 enero 2014

Con datos actualizados a 31 de diciembre de 2014

Años anteriores

2

- **2010:** ACELERADA TRANSFORMACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO DE LA INDUSTRIA TELEVISIVA–AUDIOVISUAL. PRIMER AÑO DE TELEVISIÓN DIGITAL.
- **2011:** CONTINÚA LA PROFUNDA TRANSFORMACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO TELEVISIVO–AUDIOVISUAL. COMIENZA EL REAJUSTE DEL MERCADO.
- **2012:** EL MERCADO TELEVISIVO SE CONCENTRA CON RÉCORD DE CONSUMO EN UN CONTEXTO DE CRISIS PUBLICITARIA.
- **2013:** LA INDUSTRIA TELEVISIVA-AUDIOVISUAL, UN SECTOR CASTIGADO Y CON GRANDES INCERTIDUMBRES, DONDE SE CONSOLIDA LA CONCENTRACIÓN.

2014:

La inversión publicitaria se recupera tras años de recesión, con predominio de Mediaset y Atresmedia, la debilidad e interrogantes de la TV pública –nacional y autonómica-, el cierre de nueve canales y la toma de posición de Telefónica en la TV de pago.

Titulares 2014 de la Industria Televisiva - Audiovisual



Titulares 2014 de la Industria Televisiva - Audiovisual

1. INCREMENTO INVERSIÓN PUBLICITARIA.

Por fin el sector televisivo ve la luz: tras varios cursos de recesión publicitaria, los nueve primeros meses del año 2014 indican un aumento porcentual de 10 puntos respecto al mismo período del año anterior.

Esta variación supondría llegar aproximadamente a los 1.850-1.900 millones de euros al finalizar el año (la facturación en 2013 registró 1.703 millones).

2. CONTINUACIÓN DEL DOMINIO DE MEDIASET Y ATRESMEDIA.

Mediaset España y Atresmedia siguen dominando el mercado televisivo nacional, copando entre ambos el 58.4% de la cuota de pantalla y el 86% de la facturación publicitaria en 2014.

La cuota de pantalla de Telecinco y Antena 3 TV (28,1%) crece por tercer año consecutivo.

3. INTERROGANTES EN EL MODELO DE TVE.

El ente público se encuentra inmerso en un período de máxima complejidad institucional.

Leopoldo González-Echenique presentó su dimisión como presidente de RTVE el 25 de septiembre y José Antonio Sánchez fue designado el 22 de octubre por el Congreso como nuevo presidente de la Corporación.

El déficit de 133 millones de euros previsto para este año describe problemas financieros cada vez más comprometidos.

El sistema de financiación vuelve a estar discutido y por ello en los últimos tiempos se ha intensificado el debate sobre la vuelta de la publicidad a RTVE, que tendría implicaciones a todos los niveles (se ha presentado en el Congreso una propuesta no de Ley al respecto).

El año termina para RTVE con importantes interrogantes en su modelo de negocio, de igual manera que La1 anota su mínimo histórico de audiencia (10.0%) en 2014.

4. CONTINÚAN LAS DIFICULTADES PARA LAS AUTONÓMICAS (FORTA).

Para la F.O.R.T.A., el año tampoco ha sido fácil y las cadenas autonómicas, en pleno cambio de modelo televisivo, siguen inmersas en un contexto de máxima austeridad y de búsqueda de alternativas para su posicionamiento en el mercado.

La inestabilidad que han venido soportando en los últimos cursos ha hecho posible que en 2014 su cuota de pantalla sea mínimo histórico anual (8.0%).

Titulares 2014

5. DESAPARICIÓN DE CANALES.

El Ministerio de Industria ejecutó finalmente la sentencia del Tribunal Supremo que obligaba al cierre de nueve cadenas: el 6 de mayo dejaron de emitir Nitro, Xplora, La Sexta 3, La Siete, Nueve, Intereconomía, MTV, AXN y Teletienda (antiguo Marca TV).

Por las mismas razones jurídicas que llevaron al cierre a estos nueve canales, podrían sumarse adicionalmente otros ocho, pendientes de una nueva resolución del Supremo.

6. CONCURSO PÚBLICO PARA NUEVAS LICENCIAS.

El Ministro de Industria, Energía y Turismo José Manuel Soria ha anunciado el 16 de diciembre que el gobierno convocará concurso público para la adjudicación de nuevas frecuencias de televisión (cuatro en HD y uno estándar).

7. EL DIVIDENDO DIGITAL Y LA RESINTONIZACIÓN.

Por directiva europea, el gobierno está obligado a liberar espectro radioeléctrico (el dividendo digital) para entregárselo a la tecnología 4G.

El desalojo de varios canales de algunas frecuencias está forzando a los espectadores a resintonizar sus receptores y a adaptar sus antenas antes del 1 de enero.

Los múltiples problemas que origina un traslado de este tipo ha hecho posible una prórroga de tres meses para dicha resintonización.

8. INICIO DE LA 'DESFRAGMENTACIÓN'.

La suma de las tres grandes (La1, Telecinco y Antena3) en este año 2014 (38.1%) es por primera vez superior a la suma del año anterior, lo que refleja el fin del largo proceso de fragmentación al que estaba sometido el mercado, bien por predominio de los dos grandes grupos privados de TV o por la incidencia del cierre de nueve canales en mayo pasado.

La cuota conjunta de las grandes privadas, Telecinco y Antena 3 (28.1%) crece además por tercer año consecutivo.

Las cadenas que nacieron al amparo de la TDT, el llamado grupo "Temáticas con concesión TDT", decrece también por primera vez en 2014 (-3.4 puntos), por el cierre de nueve cadenas en mayo pasado.

Titulares 2014

9. CONSUMO TELEVISIVO.

La televisión sigue gozando de una magnífica salud.

En 2014 el promedio de consumo televisivo es de 239 minutos por persona y día, lo que significa repetir la tercera mayor marca histórica (246 minutos en 2012, 244 minutos en 2013 y 239 minutos en 2011).

La cuota de consumo de la TV de Pago crece en 2014: de 17.0% a 17.4% por la mayor implantación de la fibra óptica de Telefónica y la oferta de Movistar de TV de pago en los diferentes hogares.

10. AUDIENCIAS: TELE 5, CADENA MÁS VISTA DE 2014

Tele 5 (14.5%) es la cadena más vista de 2014, seguida de Antena 3 (13.6%) y de La1 (10.0%).

La Sexta alcanza el 7.2% de cuota de pantalla y Cuatro el 6.7%.

La F.O.R.T.A. promedió el 8.0% y las “Temáticas de Pago” el 6.2%.

El conjunto de “Temáticas con concesión TDT” agruparía el 27.4% (-11% que en 2013 por el cierre de cadenas fundamentalmente).

Máximos de La Sexta (7.2%), FDF-T5 (3.5%), Nova (2.5%), Divinity (2.1%), Discovery (2.1%), Paramount Channel (1.9%), 13TV (1.6%) y Energy (1.5%).

Mínimos de La1 (10.0%) y de las Autonómicas – Forta (8.0%).

Por grupos empresariales, Mediaset España es líder con el 30.7% de cuota. El Grupo Atresmedia logra el 27.7% (con mayor incidencia en el cierre de cadenas del pasado mes de mayo) y la CRTVE el 16.7%.

Índice de audiencias

- Titulares de la audiencia 2014
- Consumo televisivo
- Evolución anual cadenas
- Resultados cadenas
- Resultados por grupos empresariales
- Evolución mensual cuotas cadenas
- Comparativo cualitativo cadenas
- Resultados por días de la semana, franjas y 'constelaciones'
- Resultados cadenas autonómicas
- Resultados sistemas de distribución
- Temáticas de pago
- Emisiones más vistas
- Presencia de los géneros de programación
- Resultados de los informativos por cadenas y en simulcast
- Nomenclatura

Titulares más destacados I

CONSUMO TV

- En 2014 el promedio de consumo diario es de 239 minutos, 5 minutos menos que el año anterior.
- Los meses de enero y febrero son los de mayor consumo, con un promedio de 267 minutos.
- Las mujeres y los individuos de más de 45 años son los que más tiempo dedican al medio televisivo.
- Por regiones, las que más tiempo dedican a ver la televisión son Andalucía y Cataluña y las que menos Murcia y Castilla y León.

CUOTAS CADENAS

- Por tercer año consecutivo Telecinco es la cadena líder en 2014.
- Máximos de La Sexta (7.2%), FDF-T5 (3.5%), Nova (2.5%), Discovery Max (2.1%), Divinity (2.1%), Paramount Channel (1.9%), 13TV (1.6%) y Energy (1.5%).
- Mínimos de La1 (10.0%) y FORTA (8.0%).
- Con la desaparición el 6 de mayo de las cadenas Nitro, Xplora, la Siete, La Nueve y laSexta3, el resto de cadenas muestran un crecimiento en sus cuotas con respecto al año anterior.
- Telecinco ha sido la cadena líder en el mes a lo largo de todo el año, a excepción de en enero y agosto a favor de Antena 3.
- Las tres grandes cadenas, La1, Tele 5 y Antena 3, suman en el 2014 el 38.1% de cuota, mejorando en un punto el mínimo registrado en el 2013, mientras que la suma de las cadenas públicas (La1, La2 y Forta), registran mínimo con el 20,8% de cuota (5 décimas menos que el año pasado).

RESULTADOS POR GRUPOS EMPRESARIALES

- El liderazgo por grupos empresariales es para Mediaset España, que alcanza el 30.7% de cuota aumentando en 1.7 puntos su resultado con respecto al año anterior.
- Atresmedia obtiene el 27.7% (con mayor incidencia en el cierre de cadenas del pasado mes de mayo), mientras que la CRTVE consigue el 16.7%.
- Unidad Editorial consigue un 3,6% y Vocento un 3,5%.

LIDERAZGOS POR TARGETS, FRANJAS Y DÍAS DE LA SEMANA

- Telecinco es líder en mujeres, 25 a 44 años, y más de 55 años, así como en las regiones de Andalucía, País Vasco, Galicia, Madrid, Resto, Canarias, Asturias, Baleares y Murcia.
- Antena 3 lidera en hombres, 13 a 24 años y 45 a 54 años, así como en Valencia, Castilla La Mancha, Aragón, Castilla y León. Además, es la cadena más vista en el "Target Comercial".
- Clan es la cadena líder para los niños de 4 a 12 años
- Por franjas horarias, Tele 5 es líder en la tarde (17:00-20:30 h), noche I (20:30 – 24:00 h) y noche II (24:00 – 02:30 h). Antena 3 en mañana (07:00 – 14:00 h) y sobremesa (14:00 – 17:00 h); y las Temáticas de Pago, en madrugada (02:30 – 07:00 h).
- Tele 5 lidera las jornadas de lunes, martes, miércoles, jueves y viernes, mientras que Antena 3 hace lo propio en sábados y domingos.

Titulares más destacados II

ANÁLISIS DE “CONSTELACIONES”

- En lo referente al denominado estudio de “constelaciones” o “modos de ver la televisión”, se observa cómo la mayor parte del tiempo se ve televisión de forma individual. Esta circunstancia se extiende a la casi totalidad de cadenas.
- En la práctica: 1 minuto de cada 2 minutos de consumo televisivo se ve individualmente.

RESULTADOS CADENAS AUTONÓMICAS (FORTA)

- El conjunto de la FORTA promedia un 8.0% de cuota de pantalla, lo que supone su mínimo anual con una merma de 0.7 puntos con respecto al año anterior. Su mejor mes del 2014 fue enero, con un 8.3% de cuota.
- La catalana TV3 (12,6%) es la cadena líder en su ámbito de emisión y la autonómica que consigue la cuota de pantalla más alta.
- Las cadenas que crecen son TPA, Telemadrid, CMT, TVCAN, la Otra y 3/24 horas, mientras que las que firman sus mínimos anuales son CSUR, TV3 y TVG.
- Canal Extremadura, que no pertenece a FORTA pero es emisora pública, logra su récord con el 5,7%.
- Las autonómicas privadas, que no pertenecen a FORTA, promedian el 0,9% de audiencia, lo que supone una décima más que el año anterior.
- 8TV (3,5%) es la cadena de este grupo que consigue una mayor cuota.

RESULTADOS SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN

- En el conjunto de 2014, el consumo televisivo por sistemas de distribución se ha repartido de la siguiente manera: TDT (82.1%), por cable (13.8%) y por satélite (4.1%).
- En el último año, la TDT registra sus mayores cuotas de pantalla en Cataluña, mientras que registra su mínimo en el País Vasco, por la fuerte incidencia del cable.
- El Satélite encuentra en Canarias su mayor difusión, mientras que el Cable lo hace en el País Vasco y Asturias.

RESULTADOS CADENAS DE PAGO

- El conjunto de Temáticas de Pago promedia en el 2014 el 6.2% de cuota de pantalla, lo que supone una subida de seis décimas con respecto al año anterior.
- Las cadenas que gozan de una mayor audiencia en este grupo son AXN, TNT, FOX, Canal Hollywood, Canal+ Liga y Canal+1.

RÁNKING DE EMISIONES

- Las 20 primeras emisiones más vistas del mes corresponden a retransmisiones deportivas, encabezado por la previa del partido de Brasil 2014 España- Chile con 13.229.000 espectadores y 67,6% de cuota.
- El puesto nº 21, primero que no es fútbol, corresponde a la serie española “El Príncipe”.

Titulares más destacados III

RESULTADOS GÉNEROS DE PROGRAMACIÓN

- En el conjunto del total de cadenas, el género con mayor presencia en las parrillas de programación es la ficción, seguida de la información y el entretenimiento.
- En el desglose por los tres grandes grupos de cadena se muestra que tanto en las nacionales en abierto y las de Pago, el género de mayor presencia es la ficción, mientras que en las Autonómicas es la información.
- Dentro del entretenimiento, la especialidad que ocupa una mayor presencia dentro de las parrillas de la televisión de España son los “magazines” y el “humor”.
- En cuanto a la ficción, las series y los largometrajes son las dos especialidades de una mayor ocupación.

RESULTADOS INFORMATIVOS

POR CADENA:

- Los informativos de Telecinco son los más vistos, en la ponderación de la audiencia media de las dos ediciones de mediodía y noche.
- Telecinco es líder en la edición de noche de lunes a domingo.
- Antena 3 es líder en la edición de sobremesa de lunes a domingo.
- laSexta aventaja a Cuatro en 294.000 espectadores.

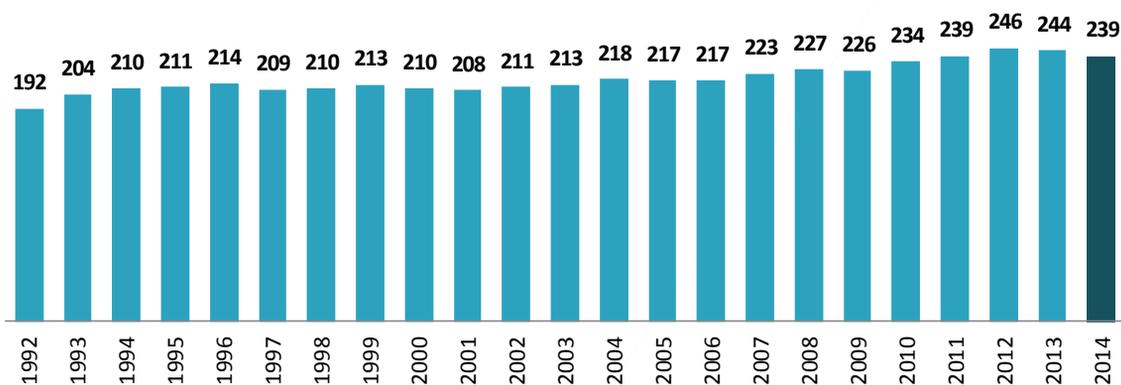
EN SIMULCAST:

- En esta modalidad, los informativos de Telecinco (con una única cadena) también son los más vistos, en la ponderación de la audiencia media de las dos ediciones de mediodía y noche.
- Telecinco es líder en las ediciones de noche de lunes a viernes.
- TVE (La1 + 24 horas) es líder en la edición de noche de sábados y domingos y en la sobremesa de lunes a viernes.
- Antena 3 es líder en la edición de sobremesa de sábado a domingo.

Consumo TV

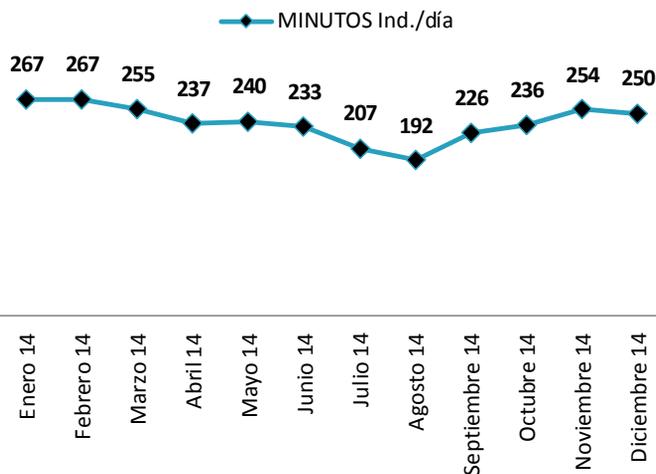
Promedio minutos **239** ↓ -5

Evolución anual consumo TV (Min Ind./día)



- En 2014 el promedio de consumo diario es de 239 minutos, 5 minutos menos que el año anterior.
- Los meses de enero y febrero son los de mayor consumo, con un promedio de 267 minutos.
- Las mujeres y los individuos de más de 45 años son los que más tiempo dedican al medio televisivo.
- Por regiones, las que más tiempo dedican a ver la televisión son Andalucía y Cataluña y las que menos Murcia y Castilla y León.

Evolución mensual consumo TV



Consumo TV diario por targets

Ind. 4+	HOMBRES	MUJERES	4 a 12	13 a 24	25 a 44	45 a 64	> 64	T. Comercial
239	225	251	145	134	204	286	342	194



AND	CAT	EUS	GAL	MAD	VAL	RES	CLM	CAN	ARA	AST	BAL	MUR	CyL
251	244	233	228	225	245	240	246	226	237	238	235	225	235

Evolución anual cadenas

- Por tercer año consecutivo Telecinco es la cadena líder en el año.
- Máximos de laSexta, 13TV, Discovery Max, Divinity, Energy, FDF-T5, Nova y Paramount Channel.
- Mínimos de La1 y Forta.
- En la siguiente tabla se muestra la evolución de las cadenas en los últimos 10 años, con la entrada y desaparición de distintas cadenas:

* En **naranja**: la opción líder en el año. En **verde** y en **rojo**: el máximo y el mínimo para cada cadena.

Cadenas	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
T5	22.3	21.2	20.3	18.1	15.1	14.6	14.2	13.9	13.5	14.5
A3	21.3	19.4	17.4	16.0	14.7	11.7	11.5	12.5	13.4	13.6
La1	19.6	18.3	17.2	16.9	16.4	16.0	14.5	12.2	10.2	10.0
AUT	17.6	15.4	14.7	14.5	13.6	11.3	10.4	9.8	8.7	8.0
LA SEXTA	-	1.8	4.0	5.5	6.8	6.6	5.7	4.9	6.0	7.2
CUATRO	0.8	6.4	7.7	8.6	8.2	7.0	6.1	6.0	6.0	6.7
TEMATICAS PAGO	7.1	7.8	8.4	7.9	7.5	7.0	6.8	6.2	5.6	6.2
FDF-T5	-	-	-	0.2	0.5	1.5	2.6	2.9	2.9	3.5
La2	5.8	4.8	4.6	4.5	3.8	3.1	2.6	2.5	2.4	2.8
NEOX	-	0.1	0.2	0.6	1.2	2.2	2.7	2.6	2.3	2.6
NOVA	-	0.1	0.1	0.4	0.7	1.5	1.5	1.6	2.1	2.5
CLAN	-	0.1	0.2	0.6	1.4	3.2	3.2	2.5	2.4	2.3
DISCOVERY MAX	-	-	-	-	-	-	-	1.2	1.6	2.1
DIVINITY	-	-	-	-	-	-	0.7	1.4	1.7	2.1
PARAMOUNT CHANNE	-	-	-	-	-	-	-	0.8	1.4	1.9
BOING	-	-	-	-	-	0.2	1.1	1.7	1.7	1.7
13 TV	-	-	-	-	-	-	0.4	1.0	1.3	1.6
ENERGY	-	-	-	-	-	-	-	0.9	1.2	1.5
DISNEY CHANNEL	0.1	0.2	0.1	0.4	1.4	2.1	1.7	1.6	1.5	1.5
AUT PRIV	-	-	0.5	0.6	0.7	0.7	0.8	0.9	0.8	0.9
TELEDEPORTE	0.1	0.1	0.3	0.4	0.6	1.1	1.0	0.8	0.9	0.9
24H	-	-	0.1	0.2	0.4	0.7	0.9	0.9	0.8	0.8
LA SEXTA 3	-	-	-	-	-	0.1	1.4	1.6	1.6	0.6
NITRO	-	-	-	-	-	0.4	1.4	1.6	1.7	0.6
XPLORA	-	-	-	-	-	-	-	0.9	1.7	0.6
LASIETE	-	-	-	0.1	0.6	1.4	1.5	1.4	1.2	0.3
NUEVE	-	-	-	-	-	-	-	-	0.7	0.3
INTERECONOMIA	-	-	-	0.1	0.5	1.1	1.4	1.2	0.9	0.1
MTV	-	-	-	-	-	0.1	0.5	0.7	0.6	0.1
VEO7	-	-	0.1	0.1	0.4	0.8	0.4	-	-	-
CNN+	-	-	0.1	0.2	0.3	0.6	-	-	-	-
MARCA TV	-	-	-	-	-	0.2	0.8	1.0	0.6	-
LA SEXTA 2	-	-	-	-	-	0.1	0.6	0.2	-	-

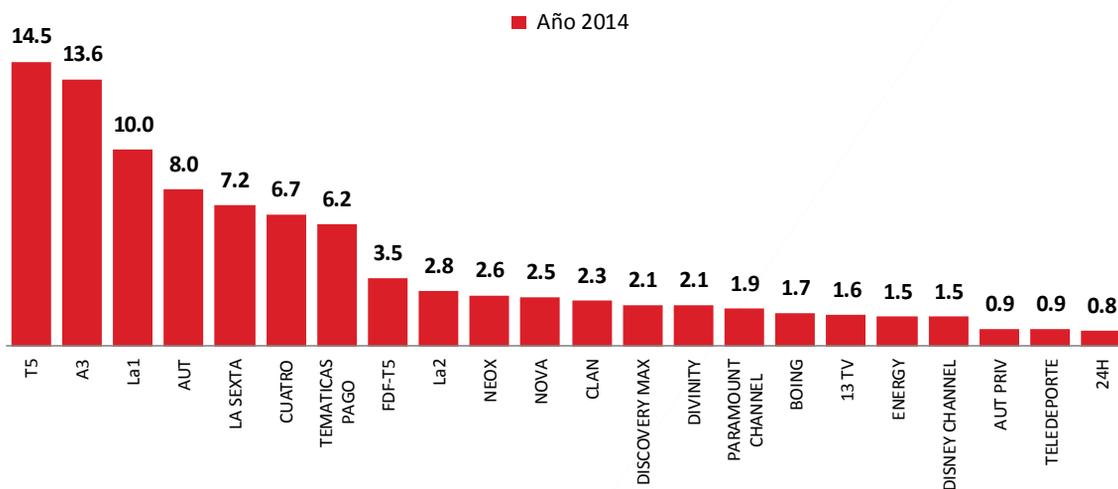


Resultados cadenas año 2014



Líder → 14.5

Ránking cadenas



Cadenas	Año 2013	Año 2014	Dif
T5	13.5	14.5	7.4%
A3	13.4	13.6	1.5%
La1	10.2	10.0	-2%
AUT	8.7	8.0	-8%
LA SEXTA	6.0	7.2	20.0%
CUATRO	6.0	6.7	11.7%
TEMATICAS PAGO	5.6	6.2	10.7%
FDF-T5	2.9	3.5	20.7%
La2	2.4	2.8	16.7%
NEOX	2.3	2.6	13.0%
NOVA	2.1	2.5	19.0%
CLAN	2.4	2.3	-4%
DISCOVERY MAX	1.6	2.1	31.3%
DIVINITY	1.7	2.1	23.5%
PARAMOUNT CHANNEL	1.4	1.9	35.7%
BOING	1.7	1.7	0%
13 TV	1.3	1.6	23.1%
ENERGY	1.2	1.5	25.0%
DISNEY CHANNEL	1.5	1.5	0%
AUT PRIV	0.8	0.9	12.5%
TELEDEPORTE	0.9	0.9	0%
24H	0.8	0.8	0%

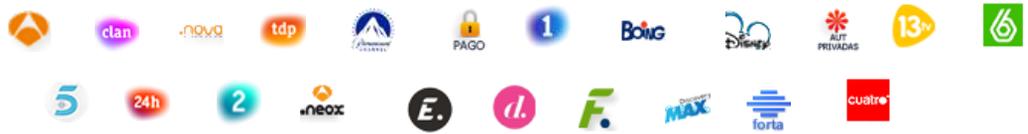
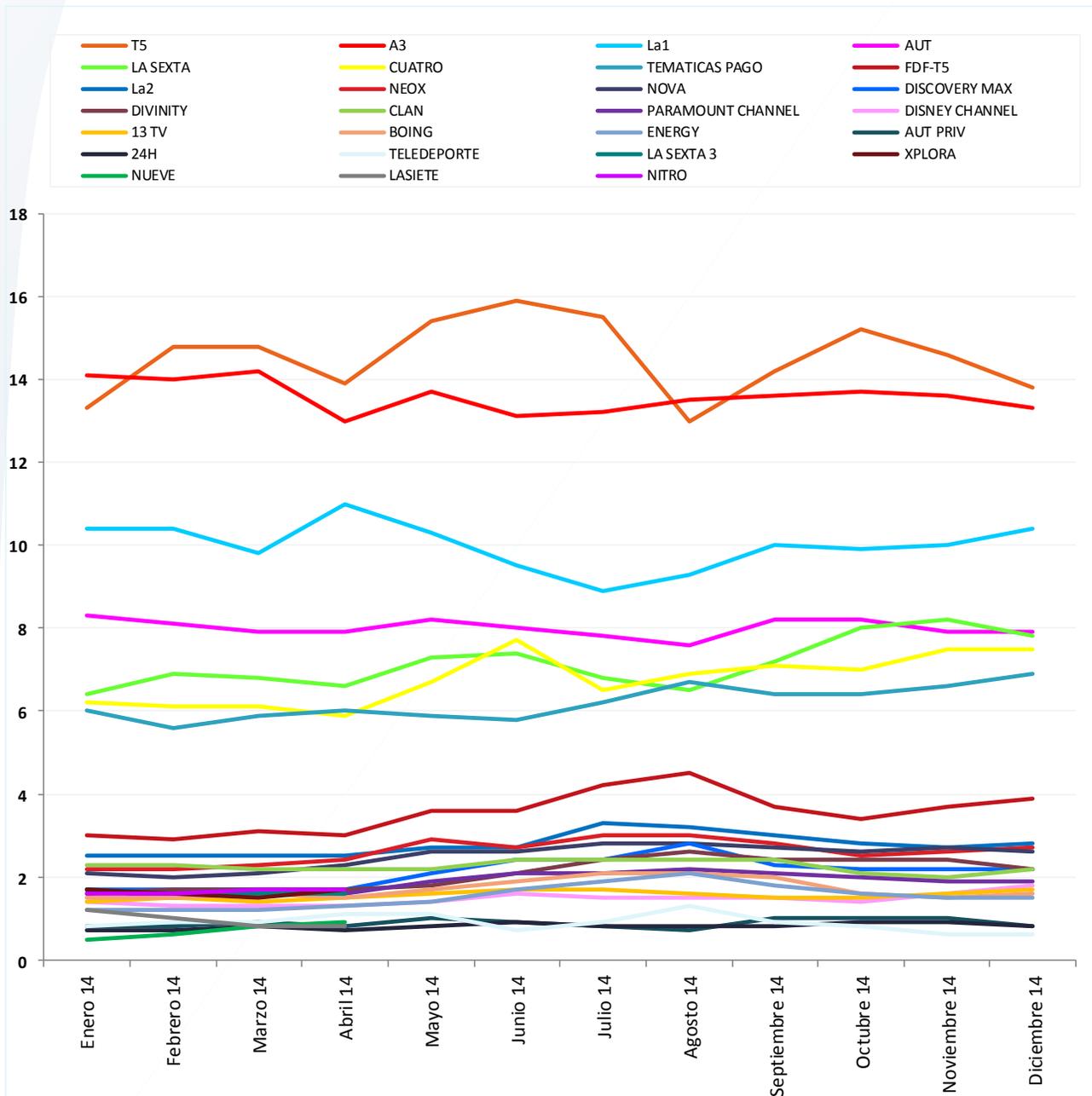
• Con la desaparición el 6 de mayo de las cadenas Nitro, Xplora, la Siete, La Nueve y laSexta3, el resto de cadenas muestran un crecimiento en sus cuotas con respecto al año anterior.

• En la tabla que se acompaña se muestra la comparativa de los dos últimos años.



Evolución mensual cadenas

- Telecinco ha sido la cadena líder en el mes a lo largo de todo el año, a excepción de en enero y agosto a favor de Antena 3.
- En la siguiente gráfica se muestra la evolución mensual del año.



Comparativa cualitativo cadenas

• En la siguiente tabla se muestra las cuotas por cadenas y targets, así como los liderazgos por sexos, edades, clases sociales, hábitats, regiones y “ciclos de vida”.

• [Principales liderazgos >>](#)

• Mujeres
• 25 a 44 años
• más de 55 años



• Hombres
• 13 a 24 años
• 45 a 54 años



• 4 a 12 años



Targets	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	13 TV	24H	BOING	CLAN	DISCOVERY MAX	DISNEY CHANNEL	DIVINITY	ENERGY	FDF-T5	NEDX	NOVA	PARAMOUNT CHANNEL	TELEPORTE	PAGO
Ind. 4+	10.0	2.8	14.5	13.6	6.7	7.2	8.0	0.9	1.6	0.8	1.7	2.3	2.1	1.5	2.1	1.5	3.5	2.6	2.5	1.9	0.9	6.2
HOMBRES	9.9	3.0	11.2	12.3	7.4	8.1	8.2	0.9	1.7	1.0	1.9	2.3	3.0	1.1	1.4	1.8	3.6	2.9	1.6	2.3	1.3	7.2
MUJERES	10.1	2.5	17.4	14.7	6.2	6.3	7.9	0.9	1.4	0.6	1.5	2.2	1.3	1.8	2.6	1.3	3.4	2.3	3.2	1.5	0.5	5.3
4 a 12	4.3	0.7	6.3	8.1	4.0	2.3	4.3	0.1	0.3	0.2	13.1	15.3	1.7	11.4	1.5	1.3	5.1	4.2	2.0	0.8	0.6	7.0
13 a 24	5.5	1.3	13.1	13.3	8.0	4.5	4.5	0.3	0.4	0.3	2.0	1.6	2.5	2.2	2.5	2.2	9.4	7.9	2.8	1.4	0.7	6.9
25 a 44	7.6	1.9	13.2	12.8	8.3	7.6	5.2	0.5	0.5	0.6	1.9	2.9	3.3	1.5	2.7	2.1	4.7	3.9	2.9	1.4	0.8	7.0
25 - 34	6.7	1.6	13.3	12.7	8.8	7.4	5.1	0.4	0.4	0.5	1.8	2.8	3.5	1.1	2.7	2.3	5.3	5.2	3.1	1.2	0.7	6.8
35 - 44	8.1	2.1	13.1	12.9	7.9	7.7	5.3	0.6	0.6	0.7	2.0	3.0	3.3	1.7	2.8	2.1	4.4	3.1	2.7	1.6	0.8	7.2
45 a 64	10.8	3.1	14.7	14.8	7.2	8.2	7.9	0.8	1.3	0.9	0.5	0.8	2.1	0.5	2.3	1.5	3.0	1.7	2.4	2.3	0.9	6.8
45 - 54	9.7	2.8	13.7	14.9	7.8	8.2	6.5	0.7	0.9	0.8	0.6	0.9	2.7	0.6	2.7	1.8	3.8	2.2	2.5	2.2	0.9	7.4
55 - 64	12.1	3.5	15.9	14.7	6.6	8.2	9.5	1.0	1.9	0.9	0.4	0.7	1.5	0.3	1.9	1.2	2.1	1.3	2.2	2.4	1.0	6.1
> 64	13.8	3.9	17.8	14.2	4.9	7.2	12.6	1.6	3.4	1.1	0.4	0.6	0.8	0.4	1.0	0.8	1.2	0.7	2.2	2.1	1.0	4.3
A/MA	10.9	3.5	11.4	13.2	6.7	8.8	8.7	1.2	1.9	1.3	1.4	1.8	1.8	1.2	2.3	1.3	2.8	2.7	1.3	1.6	1.0	7.7
MED	9.5	2.7	14.4	13.9	7.1	7.3	7.4	0.9	1.1	0.7	1.8	2.4	2.3	1.7	2.2	1.6	3.6	2.7	2.4	1.7	0.9	6.5
B/MB	10.2	2.4	16.4	13.5	6.3	6.1	8.4	0.7	1.9	0.7	1.7	2.3	2.0	1.4	1.7	1.5	3.9	2.4	3.3	2.3	0.8	4.8
< 50 MIL	10.3	2.5	14.2	13.4	6.6	6.4	8.8	0.9	1.6	0.8	1.9	2.4	2.3	1.6	2.0	1.6	3.9	2.7	2.7	2.0	0.8	5.5
50 a 500 MIL	9.7	2.9	15.5	14.0	7.0	7.5	6.3	0.7	1.5	0.8	1.6	2.3	2.0	1.5	2.0	1.5	3.3	2.6	2.7	1.9	0.9	6.8
> 500 MIL	9.9	3.3	13.4	13.5	6.9	8.8	9.4	1.4	1.4	0.8	1.2	1.7	1.7	1.0	2.1	1.3	3.1	2.5	1.5	1.6	0.9	6.8
AND	8.5	2.6	13.9	13.7	6.6	6.2	9.5	0.0	1.8	0.8	2.2	2.3	2.2	1.6	1.7	1.5	4.2	2.7	3.5	2.0	0.7	6.0
CAT	7.3	2.4	11.7	11.7	6.2	6.3	17.0	3.7	1.0	0.5	1.2	1.7	2.0	1.3	2.5	1.5	3.0	2.6	2.3	1.9	0.6	6.0
EUS	9.1	3.0	16.8	10.4	6.4	8.8	13.4	0.0	0.9	0.7	1.3	1.9	1.6	1.2	1.9	1.3	2.5	1.9	1.8	1.4	0.9	8.8
GAL	10.5	2.8	15.4	11.6	6.7	7.1	10.9	0.4	1.6	0.9	1.9	2.4	2.3	1.5	2.1	1.5	3.9	2.7	2.6	1.9	0.8	4.2
MAD	9.9	2.8	14.6	14.5	7.3	8.9	5.1	0.8	1.4	0.8	1.9	2.8	1.6	1.6	2.0	1.4	3.0	2.8	1.8	1.4	1.1	6.7
VAL	11.6	3.4	15.5	16.0	7.4	8.2	0.2	0.3	2.1	0.8	1.7	2.1	2.2	1.4	2.3	1.6	3.8	2.6	2.1	2.3	0.9	6.0
RES	13.9	2.7	15.4	12.9	7.1	6.7	4.2	0.0	1.7	0.9	1.5	3.1	2.3	1.4	1.8	1.5	3.6	2.7	2.5	2.1	1.4	4.6
CLM	12.1	2.6	15.3	16.3	6.5	6.8	5.4	0.1	1.6	0.7	1.7	2.4	2.0	1.7	1.8	1.5	3.9	2.7	2.1	1.9	0.8	5.0
CAN	6.4	1.9	17.0	12.3	7.5	5.9	7.3	0.0	1.2	1.1	2.0	2.1	3.1	1.9	2.6	1.9	3.8	2.8	3.7	1.9	0.9	7.5
ARA	11.1	3.0	13.3	13.5	6.0	7.8	11.5	0.0	1.1	0.8	1.2	2.2	2.2	1.7	1.7	1.7	2.8	2.5	1.7	1.7	0.7	6.4
AST	11.5	2.7	19.9	11.4	6.1	7.8	7.2	0.0	1.5	1.2	1.1	1.4	1.6	1.1	1.6	1.2	2.7	2.0	1.7	2.0	1.0	9.7
BAL	10.6	2.2	13.9	12.5	6.0	6.9	6.6	0.0	1.2	0.6	1.7	2.7	2.2	1.7	2.3	1.7	4.2	3.2	2.7	1.7	0.8	10.0
MUR	12.7	2.9	15.2	13.9	7.5	7.7	1.0	0.0	1.5	0.7	2.2	2.6	2.1	1.7	2.0	1.7	4.4	2.8	2.9	1.7	0.9	6.6
CYL	14.9	3.5	15.0	18.0	6.5	6.7	0.2	2.1	2.8	1.1	1.3	1.9	2.1	1.3	2.0	1.4	3.4	2.1	1.9	1.8	1.2	4.8
T. Comercial	8.0	2.3	13.2	13.7	8.3	8.2	5.4	0.6	0.5	0.7	1.4	1.8	2.9	1.2	2.9	2.0	4.6	4.0	2.3	1.3	0.8	7.7
JÓVENES INDEPENDIENTES	6.8	2.5	12.4	11.7	8.4	9.9	3.6	0.4	0.4	1.2	0.9	0.6	4.7	0.5	2.7	2.6	5.5	6.1	1.9	1.8	0.9	6.6
PAREJAS JÓVENES SIN HIJOS	7.4	2.8	13.0	13.4	9.1	9.5	4.8	0.6	0.4	0.6	0.4	0.5	3.5	0.4	2.9	2.5	5.3	5.4	2.3	1.5	0.9	5.7
PAREJAS CON HIJOS PEQUEÑOS	6.7	1.3	11.4	10.4	6.6	5.8	5.7	0.4	0.4	0.5	5.7	9.3	2.7	3.3	2.2	1.7	3.6	3.0	2.5	1.1	0.7	8.5
PAREJAS CON HIJOS MEDIANOS	8.1	1.9	12.4	13.4	7.3	5.6	5.8	0.4	0.8	0.6	3.4	3.0	2.5	3.7	2.5	1.9	5.7	3.8	2.8	1.5	0.9	6.5
PAREJAS CON HIJOS MAYORES	9.9	2.6	14.9	15.8	7.6	7.8	8.0	0.5	1.5	0.7	0.3	0.6	2.1	0.3	1.8	1.6	3.5	2.5	2.4	2.3	0.9	7.5
HOGARES MONOPARENTALES	7.1	1.9	16.3	14.2	7.6	5.5	5.7	0.5	0.6	0.4	2.1	3.1	2.2	2.2	3.1	1.6	5.0	3.9	3.7	1.4	0.5	5.7
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	11.7	3.6	17.0	14.0	6.2	8.3	9.9	1.3	1.9	0.9	0.4	0.6	1.6	0.3	1.9	1.3	2.2	1.1	2.1	2.4	0.9	5.6
ADULTOS INDEPENDIENTES	10.6	4.0	13.5	12.4	7.5	9.4	5.6	0.8	1.4	1.3	0.3	0.6	2.9	0.3	3.3	1.6	3.5	1.9	2.7	2.8	1.2	6.0
RETIRADOS	14.5	4.1	16.5	14.1	4.9	7.5	12.5	1.8	3.4	1.2	0.3	0.5	0.9	0.3	1.1	0.8	1.1	0.7	2.1	2.1	1.0	4.5

Mapa liderazgos por regiones



- Teletrece es líder Andalucía, País Vasco, Galicia, Madrid, Resto, Canarias, Asturias, Baleares y Murcia.
- Antena 3 lidera en Valencia, Castilla La Mancha, Aragón, Castilla y León.
- En Cataluña, la cadena líder es la autonómica TV3.

Cuotas por franjas y días de la semana

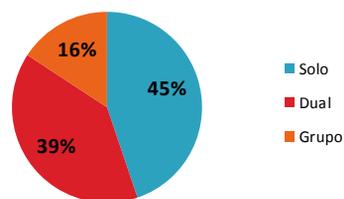
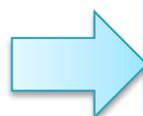
- Por franjas horarias, Tele 5 es líder en la tarde, noche I y noche II, Antena 3 en mañana y sobremesa y las Temáticas de Pago, en madrugada.
- Tele 5 lidera las jornadas de lunes, martes, miércoles, jueves y viernes, mientras que Antena 3 hace lo propio en sábados y domingos.

Franjas	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	13 TV	24H	BOING	CLAN	DISCOVERY MAX	DISNEY CHANNEL	DIVINITY	ENERGY	FDF-T5	NEOX	NOVA	PARAMOUNT CHANNEL	TELEPORTE	TEMATICAS PAGO
Total Día	10.0	2.8	14.5	13.6	6.7	7.2	8.0	0.9	1.6	0.8	1.7	2.3	2.1	1.5	2.1	1.5	3.5	2.6	2.5	1.9	0.9	6.2
Day Time (07:00 - 20:30)	9.4	3.2	13.9	14.5	6.9	6.5	8.8	0.7	1.5	0.8	2.1	2.8	2.0	1.8	1.9	1.4	3.3	2.6	2.6	1.6	0.8	6.0
Night Time (20:30 - 26:30)	11.0	2.3	15.9	12.9	6.6	8.3	7.2	1.1	1.7	0.7	1.2	1.4	1.8	1.1	2.1	1.6	3.5	2.7	2.4	2.1	0.9	6.1
madrugada	5.6	1.9	5.7	5.9	7.1	3.1	3.8	0.4	0.5	3.4	1.6	5.2	8.2	0.9	6.1	2.6	7.4	2.1	1.6	4.4	1.4	10.4
mañana	9.5	1.9	13.5	14.6	6.5	6.1	6.8	0.5	1.0	1.5	3.3	4.8	2.7	2.5	1.9	1.7	3.1	2.8	1.7	1.0	0.9	6.5
sobremesa	11.4	4.4	11.6	13.1	8.3	6.8	11.0	0.9	1.2	0.6	1.7	2.0	1.8	1.6	2.0	1.3	4.4	2.1	2.3	1.5	0.7	5.1
tarde	7.5	2.7	16.3	15.8	5.7	6.4	7.8	0.7	2.0	0.5	1.7	2.3	1.8	1.6	1.8	1.3	2.5	2.9	3.5	1.9	0.9	6.7
noche I	12.0	2.4	15.2	12.9	6.1	8.4	8.0	1.2	1.8	0.6	1.4	1.6	1.7	1.3	1.8	1.4	3.2	2.6	2.4	2.1	0.8	6.1
noche II	8.3	2.0	18.0	13.0	8.1	8.0	4.9	0.8	1.6	0.8	0.7	0.7	2.3	0.4	2.8	2.2	4.6	3.0	2.2	2.3	0.9	6.0

Días semana	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	13 TV	24H	BOING	CLAN	DISCOVERY MAX	DISNEY CHANNEL	DIVINITY	ENERGY	FDF-T5	NEOX	NOVA	PARAMOUNT CHANNEL	TELEPORTE	TEMATICAS PAGO
Lunes-Domingo	10.0	2.8	14.5	13.6	6.7	7.2	8.0	0.9	1.6	0.8	1.7	2.3	2.1	1.5	2.1	1.5	3.5	2.6	2.5	1.9	0.9	6.2
Lunes-Viernes	10.0	2.8	15.9	13.4	6.6	7.3	8.0	1.0	1.6	0.8	1.7	2.1	2.0	1.4	2.0	1.5	3.3	2.7	2.8	1.8	0.7	5.6
Sábado-Domingo	10.0	2.7	11.3	14.2	7.1	6.7	7.9	0.7	1.6	0.8	1.8	2.5	2.3	1.7	2.1	1.7	4.0	2.4	1.7	2.1	1.1	7.5
Lunes	9.9	2.8	15.9	14.0	6.6	7.5	8.0	1.0	1.6	0.8	1.6	2.1	2.0	1.3	2.0	1.5	3.3	2.5	2.8	1.8	0.6	5.5
Martes	10.7	2.8	15.6	13.4	6.6	7.8	8.0	1.0	1.6	0.8	1.5	2.1	1.9	1.3	2.1	1.4	3.2	2.7	2.8	1.7	0.7	5.5
Miércoles	10.3	2.8	15.6	13.3	6.5	7.2	8.0	0.9	1.6	0.8	1.6	2.1	2.0	1.3	2.0	1.5	3.4	2.7	2.8	1.8	0.9	5.9
Jueves	10.3	2.8	15.8	13.6	6.6	7.3	7.9	1.0	1.6	0.8	1.6	2.2	2.0	1.3	2.0	1.4	3.4	2.7	2.9	1.8	0.8	5.4
Viernes	8.9	2.7	16.6	12.5	6.6	7.0	8.3	1.0	1.5	0.8	2.1	2.2	2.0	1.6	2.1	1.5	3.2	2.8	2.9	1.8	0.8	5.8
Sábado	9.6	2.8	11.1	13.9	6.8	7.1	7.7	0.6	1.5	0.8	2.0	2.8	2.3	2.0	2.2	1.7	4.0	2.5	1.7	2.1	1.0	7.7
Domingo	10.3	2.6	11.4	14.4	7.4	6.3	8.1	0.7	1.7	0.8	1.6	2.3	2.3	1.5	2.0	1.6	4.1	2.4	1.6	2.1	1.2	7.3

Constelaciones %	La1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	13 TV	24H	BOING	CLAN	DISCOVERY MAX	DISNEY CHANNEL	DIVINITY	ENERGY	FDF-T5	NEOX	NOVA	PARAMOUNT CHANNEL	TELEPORTE	TEMATICAS PAGO
Total>>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Solo	41.0	45.1	47.1	40.6	44.3	45.0	38.3	45.6	45.2	56.9	37.4	39.6	53.7	37.7	54.7	48.3	49.5	52.0	50.5	45.3	53.5	46.2
Dual	44.1	43.3	39.1	41.5	39.9	42.5	45.8	46.2	43.2	33.9	34.6	35.0	30.8	34.7	33.2	35.7	32.6	32.3	32.9	39.0	34.0	36.7
Grupo	14.9	11.6	13.8	17.9	15.8	12.6	15.9	8.2	11.6	9.2	27.9	25.4	15.5	27.6	12.1	15.9	18.0	15.7	16.6	15.7	12.5	17.1

• **TOTAL TELEVISIÓN:** En lo referente al denominado estudio de “constelaciones” o “modos de ver la televisión”, se observa cómo la mayor parte del tiempo se ve televisión de forma individual. Esta circunstancia se extiende a la casi totalidad de cadenas.



Resultados cadenas Autonómicas



	Año 2013	Año 2014	DIF. Ptos.	DIF. %
AUT	▲ 8.7	▼ 8.0	-0.7	-8%
TV3	13.5	12.6	-0.9	-7%
ARAGON TV	11.5	11.3	-0.2	-2%
TVG	10.9	10.0	-0.9	-8%
C.SUR	9.9	9.5	-0.4	-4%
ETB2	9.6	9.0	-0.6	-6%
TVCAN	7.2	7.3	0.1	1%
TPA	5.4	6.2	0.8	15%
IB3	5.9	5.8	-0.1	-2%
CANAL EXTREMADURA TV	4.5	5.7	1.2	27%
CMT	4.4	4.6	0.2	5%
TELEMADRID	3.8	4.2	0.4	11%
ETB1	2.1	2.0	-0.1	-5%
SUPER3/33	1.7	1.6	-0.1	-6%
3/24	1.2	1.3	0.1	8%
ETB3	0.9	0.9	0	0%
TVG2	0.9	0.8	-0.1	-11%
LAOTRA	0.7	0.8	0.1	14%
TPA2	0.7	0.7	0	0%

• El conjunto de la FORTA promedia un 8,0% de cuota de pantalla, lo que supone una merma de 0,7 puntos con respecto al año anterior (-8%).

• La catalana TV3 es la cadena líder en su ámbito de emisión y la autonómica que consigue la cuota de pantalla más alta.

• Las cadenas que crecen son TPA, Telemadrid, CMT, TVCAN, la Otra y 3/24 horas, mientras que las que firman sus mínimos anuales son CSUR, TV3 y TVG.

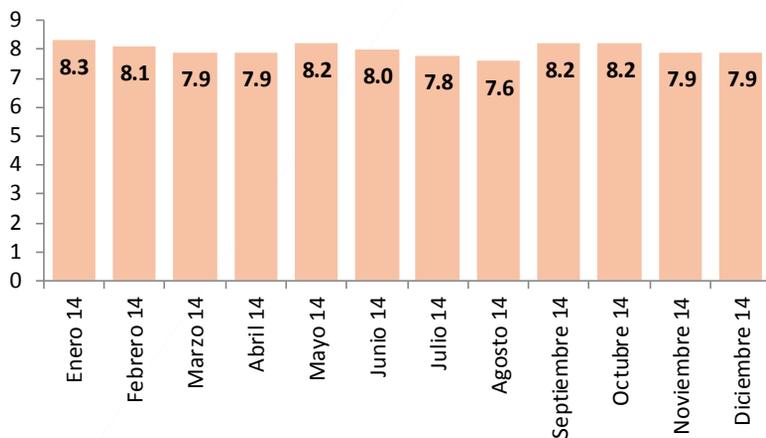
	Año 2013	Año 2014	DIF. Ptos.	DIF. %
AUT PRIV	▼ 0.8	▲ 0.9	0.1	13%
8TV	3.4	3.5	0.1	3%
CYLV	1.5	1.4	-0.1	-7%
8MADRID	0.6	0.8	0.2	33%
La 8	0.6	0.8	0.2	33%
V TELEVISION	0.4	0.4	0	0%

• Canal Extremadura logra récord con un 5,7%.

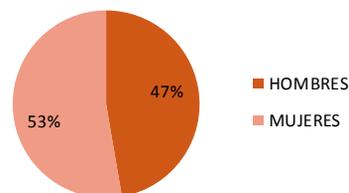
• Las autonómicas privadas, que no pertenecen a FORTA, promedian un 0,9% de audiencia, lo que supone una décima más que el año anterior.

• 8TV (3,5%) es la cadena de este grupo que consigue una mayor cuota.

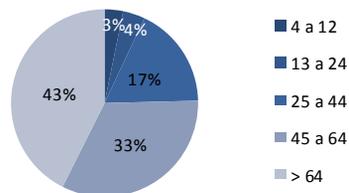
Evolución mensual Forta



Perfil% Forta sexos



Perfil% Forta edades

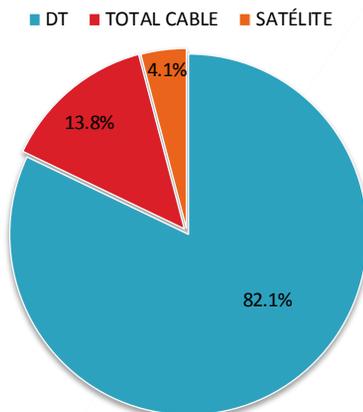


Resultados por sistemas distribución

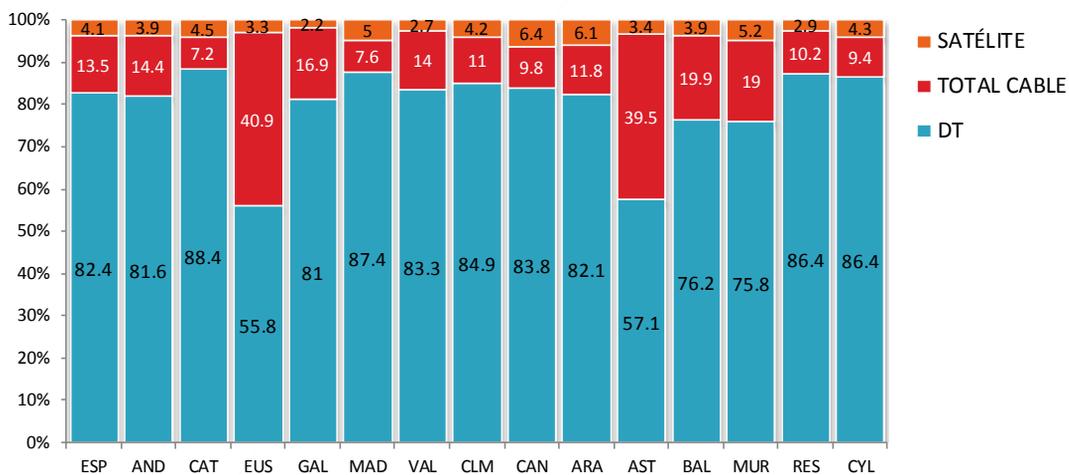
• En el conjunto de 2014, el consumo televisivo por sistemas de distribución se ha repartido a través del visionado por TDT (82.4%), por cable (13.8%) y por satélite (4.1%):

S.Distribución	Año 2013	Año 2014	Dif
DT	82.4	82	-0.4
TOTAL CABLE	13.5	13.8	0.3
SATÉLITE	4.1	4.1	0

% Sistemas de distribución



% Sistemas distribución por regiones



• En el último año, la TDT registra sus mayores cuotas de pantalla en Cataluña, mientras que registra su mínimo en el País Vasco, por la fuerte incidencia del cable.

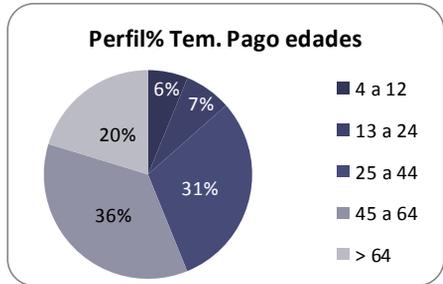
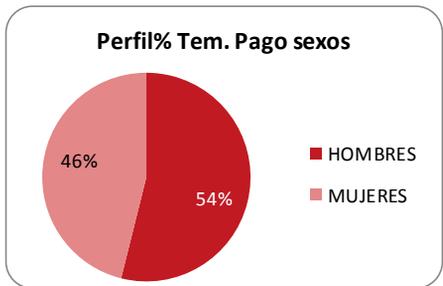
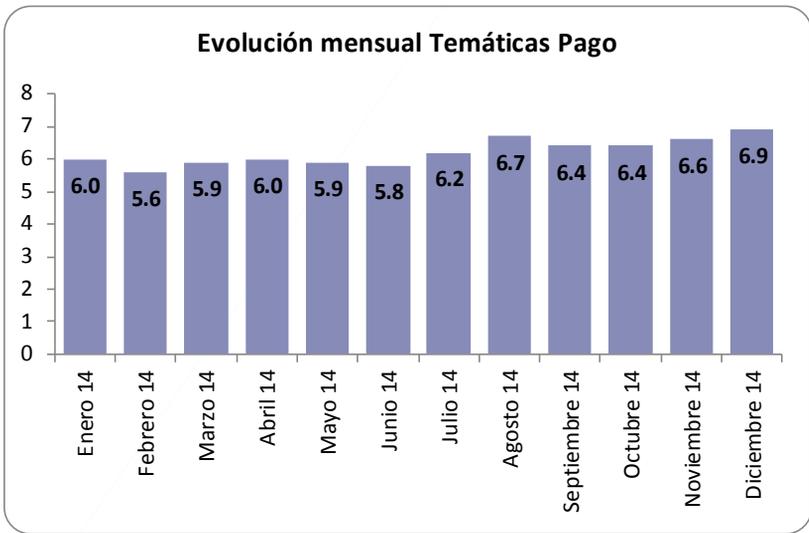
• El Satélite encuentra en Canarias su mayor difusión, mientras que el Cable lo hace en el País Vasco y Asturias.



Resultados Temáticas de Pago

Ránking 30 Temáticas de Pago			
Fechas >>	% TTV	% PAGO	MAA(000)
TEMATICAS PAGO	6.2	100	5,531
1 AXN	0.3	5.4	860
2 TNT	0.3	5.1	945
3 FOX	0.3	4.8	899
4 CANAL HOLLYWOOD	0.3	4.8	915
5 CANAL+ LIGA	0.3	4.5	548
6 CANAL+ 1	0.2	4.0	731
7 COSMOPOLITAN	0.2	2.9	668
8 CALLE 13	0.2	2.9	700
9 AMC	0.2	2.7	743
10 COMEDY CENTRAL	0.1	2.3	670
11 FOX LIFE	0.1	2.2	597
12 DISNEY JUNIOR	0.1	2.2	276
13 FOX CRIME	0.1	2.1	428
14 HISTORIA	0.1	2.0	501
15 SYFY	0.1	1.6	487
16 NATIONAL GEOGRAPHIC	0.1	1.6	451
17 NICK	0.1	1.5	268
18 TCM	0.1	1.5	492
19 CANAL+ LIGA CAMPEONES	0.1	1.4	314
20 CANAL COCINA	0.1	1.4	387
21 DISNEY CINEMAGIC	0.1	1.2	314
22 XTRM	0.1	1.2	339
23 NGC WILD	0.1	1.2	337
24 ODISEA	0.1	1.2	427
25 DISCOVERY	0.1	1.1	241
26 CANAL+ 2	0.1	1.0	355
27 MGM	0.1	1.0	366
28 AXN WHITE	0.1	1.0	398
29 DISNEY XD	0.1	1.0	196
30 NICK JR	0.1	0.9	128

- Crece el consumo en esta modalidad del 17% al 17,4% de la audiencia total.
- El conjunto de Temáticas de Pago promedia en el 2014 un 6.2% de cuota de pantalla, lo que supone una subida de seis décimas con respecto al año anterior.
- Las cadenas que gozan de una mayor audiencia en este grupo son AXN, TNT, FOX, Canal Hollywood, Canal+ Liga y Canal+1.



Ránking 50 emisiones más vistas

* Se colorean las emisiones según el género de programación al que corresponden.

nº	Título	Descripción	Cadena	Fecha	Día semana	Inicio	Fin	Género	Cuota	AM(000)
1	BRASIL 14:FUTBC	ESPAÑA-CHILE:P	T5	18/06/2014	Miércoles	21:00:37	22:55:32	DEPORTES	67.6	13229
2	BRASIL 14:PRORÍ	ALEMANIA-ARGI	T5	13/07/2014	Domingo	22:52:26	23:36:03	DEPORTES	67.6	12691
3	BRASIL 14:FUTBC	ESPAÑA-HOLAN	T5	13/06/2014	Viernes	21:00:42	22:51:24	DEPORTES	68.5	11260
4	FUTBOL:COPA DI	BARCELONA-R.M	La1	16/04/2014	Miércoles	21:30:31	23:20:28	DEPORTES	60.8	11013
5	BRASIL 14:FUTBC	ALEMANIA-ARGI	T5	13/07/2014	Domingo	21:00:12	22:52:26	DEPORTES	64.9	10693
6	BRASIL 14:PENAI	HOLANDA-ARGE	T5	09/07/2014	Miércoles	24:33:16	24:44:32	DEPORTES	68.1	9840
7	BRASIL 14:FUTBC	BRASIL-ALEMAN	T5	08/07/2014	Martes	22:00:10	23:48:08	DEPORTES	49.2	8866
8	BRASIL 14:FUTBC	HOLANDA-ARGE	T5	09/07/2014	Miércoles	22:00:58	23:52:40	DEPORTES	48.2	8712
9	BRASIL 14:FUTBC	BRASIL-CROACIA	T5	12/06/2014	Jueves	22:01:57	23:54:47	DEPORTES	43.5	8436
10	BRASIL 14:PRORÍ	HOLANDA-ARGE	T5	09/07/2014	Miércoles	23:52:40	24:33:16	DEPORTES	50.9	8301
11	BRASIL 14:POST	ALEMANIA-ARGI	T5	13/07/2014	Domingo	23:36:03	24:09:37	DEPORTES	51.4	8237
12	BRASIL 14:POST	ESPAÑA-HOLAN	T5	13/06/2014	Viernes	22:51:24	23:01:54	DEPORTES	45.6	8075
13	PENALTI FUTBO	SEVILLA-BENFIC/	CUATRO	14/05/2014	Miércoles	23:19:50	23:32:04	DEPORTES	39.3	8059
14	BRASIL 14:POST	ESPAÑA-CHILE:P	T5	18/06/2014	Miércoles	22:55:32	23:07:50	DEPORTES	37.6	7646
15	DESAFIO CHAMP		La1	29/04/2014	Martes	19:59:41	22:50:37	DEPORTES	43.6	7543
16	FUTBOL:AMISTO	ESPAÑA-ITALIA	T5	05/03/2014	Miércoles	22:03:31	23:52:44	DEPORTES	34.4	6994
17	DESAFIO CHAMP		La1	22/04/2014	Martes	20:00:16	22:46:50	DEPORTES	39.7	6712
18	BRASIL 14:FUTBC	BRASIL-MEXICO:	T5	17/06/2014	Martes	21:00:24	22:50:21	DEPORTES	38.1	6582
19	DESAFIO CHAMP		La1	01/04/2014	Martes	20:00:18	22:41:45	DEPORTES	36.1	6433
20	PRORROGA FUTE	SEVILLA-BENFIC/	CUATRO	14/05/2014	Miércoles	22:37:27	23:19:50	DEPORTES	30.4	6410
21	EL PRINCIPE	FE CIEGA	T5	06/05/2014	Martes	22:39:26	24:18:27	FICCION	33.3	6290
22	BRASIL 14:FUTBC	BRASIL-COLOMB	T5	04/07/2014	Viernes	22:02:17	23:55:01	DEPORTES	41.9	6271
23	BRASIL 14:PENAI	BRASIL-CHILE:1/	T5	28/06/2014	Sábado	20:39:16	20:55:22	DEPORTES	56.1	6177
24	CINE	LO IMPOSIBLE	T5	18/11/2014	Martes	22:35:34	24:40:54	FICCION	34.8	6117
25	BRASIL 14:PRORÍ	ALEMANIA-ARGI	T5	30/06/2014	Lunes	23:50:30	24:32:13	DEPORTES	39.3	6052
26	DESAFIO CHAMP		La1	18/02/2014	Martes	19:59:38	22:35:08	DEPORTES	32	5987
27	DESAFIO CHAMP		La1	24/05/2014	Sábado	18:02:58	25:34:53	DEPORTES	40.4	5947
28	POST FUTBOL:EU	SEVILLA-BENFIC/	CUATRO	14/05/2014	Miércoles	23:32:04	23:52:21	DEPORTES	31	5868
29	DESAFIO CHAMP		La1	08/04/2014	Martes	20:00:08	22:40:07	DEPORTES	33.7	5590
30	BRASIL 14:FUTBC	ALEMANIA-ARGI	T5	30/06/2014	Lunes	22:00:09	23:50:30	DEPORTES	31	5581
31	LA VOZ KIDS		T5	13/02/2014	Jueves	22:27:06	24:40:21	CONCURSOS	30	5574
32	LA VOZ KIDS		T5	13/03/2014	Jueves	22:33:19	25:18:51	CONCURSOS	34.1	5559
33	FUTBOL:COPA DI	R.SOCIEDAD-BAI	A3	12/02/2014	Miércoles	22:00:25	23:49:00	DEPORTES	26.5	5555
34	EL PRINCIPE	EL ESCORPION	T5	11/03/2014	Martes	22:33:09	24:00:27	FICCION	28.6	5555
35	EL TIEMPO ENTR		A3	20/01/2014	Lunes	22:43:50	24:11:52	FICCION	27.8	5536
36	BRASIL 14:PREVI	BRASIL-CROACIA	T5	12/06/2014	Jueves	21:50:32	22:01:57	DEPORTES	33	5502
37	LA VOZ KIDS		T5	20/02/2014	Jueves	22:27:41	24:40:53	CONCURSOS	30.3	5472
38	BRASIL 14:FUTBC	AUSTRALIA-ESPA	T5	23/06/2014	Lunes	18:00:11	19:50:55	DEPORTES	47.4	5427
39	EL PRINCIPE	LA NOCHE MAS L	T5	01/04/2014	Martes	22:38:17	24:09:17	FICCION	27.7	5421
40	BRASIL 14:PRORÍ	BRASIL-CHILE:1/	T5	28/06/2014	Sábado	19:53:59	20:39:16	DEPORTES	51	5420
41	EL PRINCIPE	CONFIA EN MI	T5	18/02/2014	Martes	22:36:12	24:01:40	FICCION	27.4	5404
42	EL PRINCIPE	AGUA SALADA	T5	11/02/2014	Martes	22:28:57	23:51:41	FICCION	26.2	5281
43	EL PRINCIPE	EN EL FILO DE LA	T5	18/03/2014	Martes	22:36:30	24:02:20	FICCION	27.8	5244
44	OPERACION PAL		LA SEXTA	23/02/2014	Domingo	21:36:27	22:29:00	INFORMACION	23.9	5229
45	EL PRINCIPE	HAZ LO QUE TEN	T5	25/02/2014	Martes	22:31:11	23:58:18	FICCION	26.4	5224
46	EL PRINCIPE	CIRCULAR 50	T5	04/03/2014	Martes	22:34:01	23:56:47	FICCION	26.3	5204
47	BRASIL 14:PRORÍ	BELGICA-ESTADC	T5	01/07/2014	Martes	23:51:24	24:31:56	DEPORTES	37	5194
48	FUTBOL:AMISTO	ESPAÑA-ALEMAN	CUATRO	18/11/2014	Martes	20:45:56	22:36:14	DEPORTES	26.7	5192
49	EL PRINCIPE	PASAR AL OTRO	T5	25/03/2014	Martes	22:33:01	24:05:01	FICCION	26.4	5190
50	LA VOZ KIDS		T5	20/03/2014	Jueves	22:38:15	25:17:56	CONCURSOS	31.6	5174

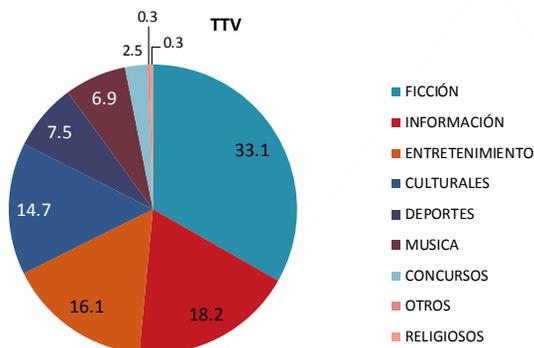
Programas de Nivel 1, de más de 10 min, ámbito general. Se excluyen programas de venta, publicidad y continuidad.



Presencia de los géneros de programación

- En el conjunto del total de cadenas, el género con mayor presencia en las parrillas de programación es la ficción, seguida de la información y el entretenimiento.

- En el desglose por los tres grandes grupos de cadena se muestra que tanto en las nacionales en abierto y las de Pago, el género de mayor presencia es la ficción, mientras que en las Autonómicas es la información.

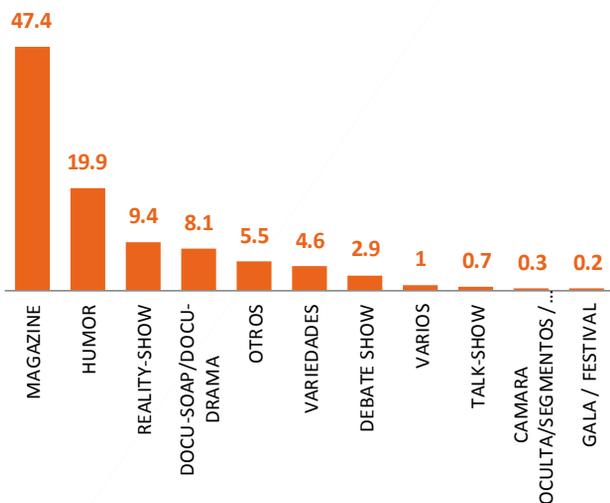


Género	% Duración TTV			
	TTV	ABIERTO NACIONALES	AUT, AUT PRIV	PAGO
FICCIÓN	33.1	40.3	23.3	69.4
INFORMACIÓN	18.2	14.1	23.5	1.0
ENTRETENIMIENTO	16.1	16.0	17.9	2.1
CULTURALES	14.7	13.1	17.0	5.1
DEPORTES	7.5	6.9	6.4	22.0
MUSICA	6.9	4.7	9.3	0.4
CONCURSOS	2.5	3.7	1.9	.
OTROS	0.3	0.8	0.0	.
RELIGIOSOS	0.3	0.4	0.3	.

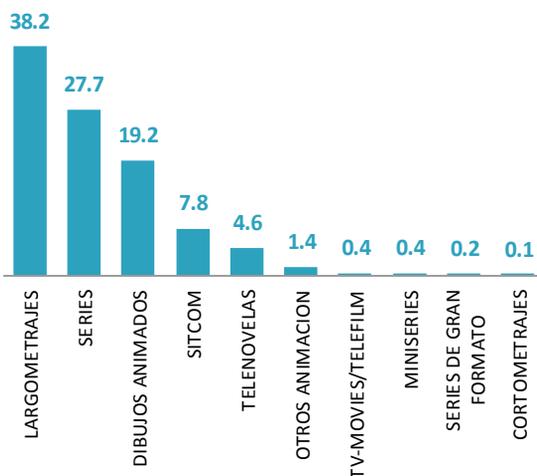
- Dentro del entretenimiento, la especialidad que ocupa una mayor presencia dentro de las parrillas de la televisión de España son los "magazines" y el "humor".

- En cuanto a la ficción, las series y los largometrajes son las dos especialidades de una mayor ocupación.

% Duración Entretenimiento - total cadenas



% Duración Ficción - total cadenas



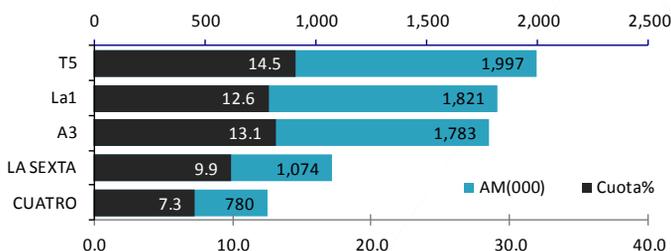
* %DURACIÓN. Programas de Nivel 1, de más de 10 min, ámbito general. Se excluyen publicidad y continuidad

Resultados informativos por cadenas

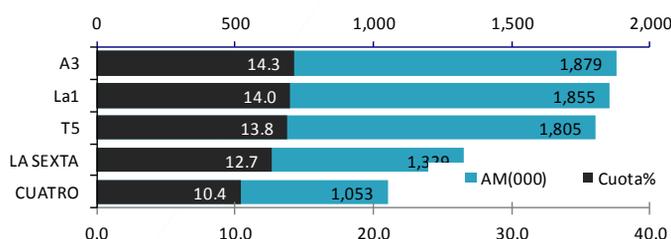
01/01/2014 a 31/12/2014

Elaboración: Barlovento Comunicación sobre datos de Kantar Media
Emisiones de más de 10 minutos de duración

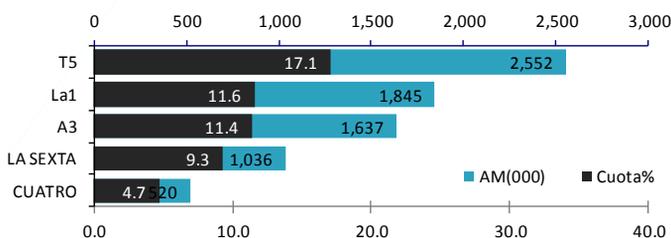
LUNES - DOMINGO, SOBREMESA Y NOCHE			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
T5	717	1,997	14.5
La1	714	1,821	12.6
A3	715	1,783	13.1
LA SEXTA	725	1,074	9.9
CUATRO	716	780	7.3



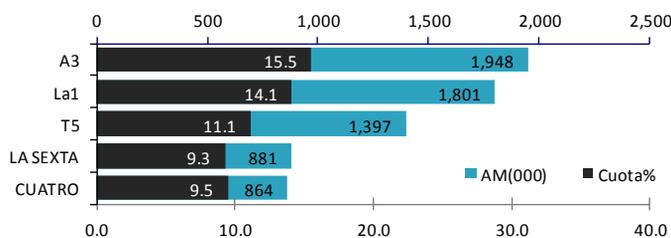
LUNES - VIERNES, SOBREMESA			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
A3	261	1,879	14.3
La1	261	1,855	14.0
T5	261	1,805	13.8
LA SEXTA	261	1,329	12.7
CUATRO	261	1,053	10.4



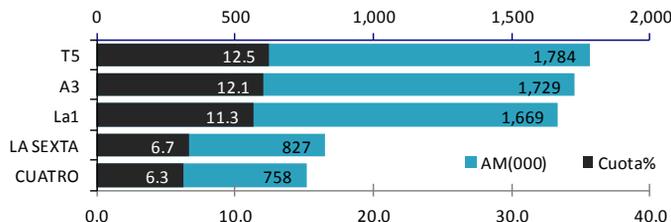
LUNES - VIERNES, NOCHE			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
T5	253	2,552	17.1
La1	248	1,845	11.6
A3	257	1,637	11.4
LA SEXTA	261	1,036	9.3
CUATRO	252	520	4.7



SÁBADO - DOMINGO, SOBREMESA			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
A3	97	1,948	15.5
La1	104	1,801	14.1
T5	104	1,397	11.1
LA SEXTA	104	881	9.3
CUATRO	104	864	9.5



SÁBADO - DOMINGO, NOCHE			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
T5	99	1,784	12.5
A3	100	1,729	12.1
La1	101	1,669	11.3
LA SEXTA	99	827	6.7
CUATRO	99	758	6.3

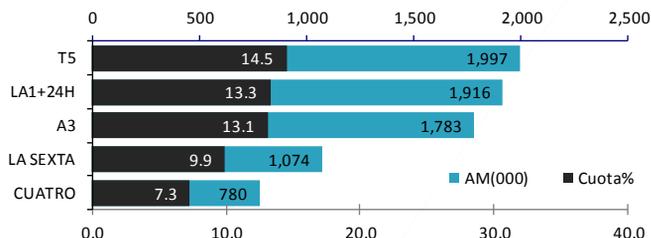


Resultados informativos en simulcast

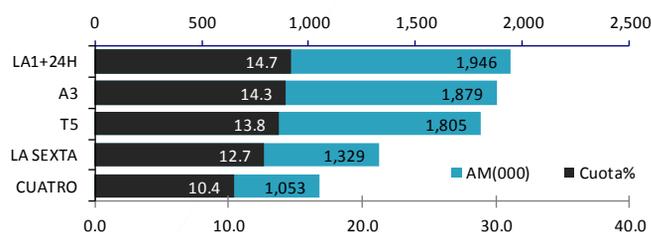
01/01/2014 a 31/12/2014

Elaboración: Barlovento Comunicación sobre datos de Kantar Media
Emisiones de más de 10 minutos de duración

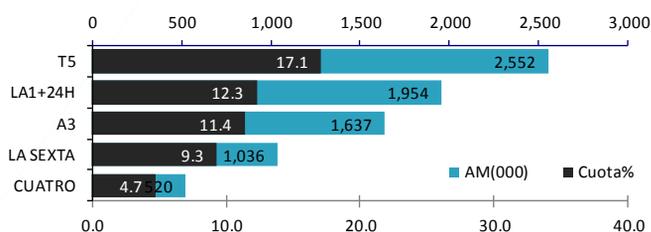
LUNES - DOMINGO, SOBREMESA Y NOCHE			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
T5	717	1,997	14.5
LA1+24H	714	1,916	13.3
A3	715	1,783	13.1
LA SEXTA	725	1,074	9.9
CUATRO	716	780	7.3



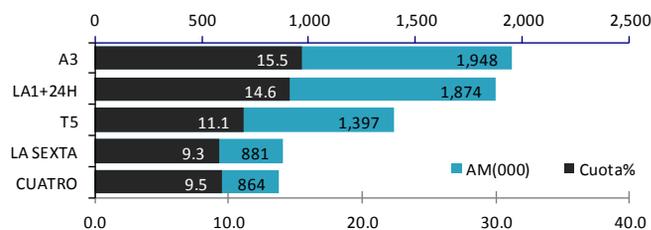
LUNES - VIERNES, SOBREMESA			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
LA1+24H	261	1,946	14.7
A3	261	1,879	14.3
T5	261	1,805	13.8
LA SEXTA	261	1,329	12.7
CUATRO	261	1,053	10.4



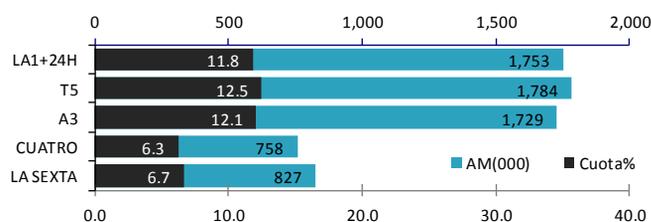
LUNES - VIERNES, NOCHE			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
T5	253	2,552	17.1
LA1+24H	248	1,954	12.3
A3	257	1,637	11.4
LA SEXTA	261	1,036	9.3
CUATRO	252	520	4.7



SÁBADO - DOMINGO, SOBREMESA			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
A3	97	1,948	15.5
LA1+24H	104	1,874	14.6
T5	104	1,397	11.1
LA SEXTA	104	881	9.3
CUATRO	104	864	9.5



SÁBADO - DOMINGO, NOCHE			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
LA1+24H	101	1,753	11.8
T5	99	1,784	12.5
A3	100	1,729	12.1
CUATRO	99	758	6.3
LA SEXTA	99	827	6.7



Nomenclatura

Las unidades de audiencia empleadas en el presente informe obedecen a los siguientes conceptos:

- **Cuota o Share:** Porcentaje de espectadores que ven un programa o una franja sobre el total de personas que están viendo la televisión en el momento considerado.
- **Audiencia Media (AM 000):** Promedio de espectadores que ven un programa o una franja. Cifra expresada en miles.
- **Audiencia acumulada diaria (MAA 000):** Número de espectadores que ven un programa o una franja horaria al menos un minuto de promedio diario.
- **Rating (AM%):** Porcentaje de espectadores que han visto un programa o una franja sobre el total universo potencial de consumo televisivo.
- **Perfil:** Porcentaje que representa cada target sobre el total del programa / franja.
- **Minutos Consumo por día/persona:** Señala la media diaria del tiempo en minutos que cada español ha visto la TV.
- **Franjas:** Periodos en los que se divide el día televisivo:
 - Total día: (02:30 a.m. a 26:30 H.)
 - Madrugada: (02:30 a.m. a 07:00 a.m.)
 - Mañana: (07:00 a.m. - 14:00 H.)
 - Sobremesa : (14:00 H.- 17:00 H.)
 - Tarde: (17:00 H. - 20:30 H.)
 - Noche 1 ó Prime Time: (de 20:30 H. a 24:00 H.).
 - Noche 2: (24:00 H. - 26:30 H.)