



ANÁLISIS
TELEVISIVO
2009

BARLOVENTO COMUNICACION

Madrid, a 29 diciembre 2009





TRANSFORMACIÓN RADICAL DEL SECTOR AUDIOVISUAL



TRANSFORMACIÓN RADICAL DEL SECTOR AUDIOVISUAL

*(a 29/12)

1.

Gran incremento de la fragmentación televisiva por la rápida implantación de la TDT

2.

Cambio de liderazgo: de Telecinco (2008) A TVE1 (2009)

3.

Pérdida de 1.200 millones de ingresos publicitarios en el mercado televisivo durante los dos últimos años

4.

Supresión de la emisión publicitaria en TVE a partir del 1 de enero de 2010

5.

Luz verde a las fusiones entre cadenas

6.

Aprobación de la TDT de pago

7.

Tramitación parlamentaria de la nueva Ley General de la Comunicación Audiovisual



TRANSFORMACIÓN RADICAL DEL SECTOR AUDIOVISUAL

*(a 29/12)

1. GRAN INCREMENTO DE LA FRAGMENTACIÓN TELEVISIVA POR LA RÁPIDA IMPLANTACIÓN DE LA TDT.

La TDT es ya una realidad: El 30 de junio de 2009 se iniciaba la primera fase del apagón analógico que afectó a más de 5 millones de españoles. En el mes de julio, el consumo a través de la nueva tecnología superó por primera vez al sistema tradicional analógico. Actualmente el visionado por TDT supera el 50% de los minutos consumidos. Esta situación de máxima oferta y fragmentación ha provocado mínimos históricos de audiencia en casi todas las cadenas tradicionales.

2. CAMBIO DE LIDERAZGO; DE TELE 5 (2008) A TVE1 (2009)

TVE1 obtiene el liderazgo en este 2009 con una cuota de pantalla del 16,6%, la mínima histórica, arrebatando el primer puesto a Tele 5, que registró 2008 con el 18,1%.

3. PÉRDIDA DE 1.200 MILLONES € DE INGRESOS PUBLICITARIOS EN EL MERCADO TELEVISIVO.

De 3.500 millones de euros en 2007 a una previsión de ingresos de 2.300 millones de euros en 2009

4. SUPRESIÓN DE LA PUBLICIDAD EN TVE A PARTIR DEL 1 DE ENERO DE 2010

Por primera vez y desde la existencia de la televisión en España, la cadena pública nacional dejará de emitir y financiarse a través de publicidad.



TRANSFORMACIÓN RADICAL DEL SECTOR AUDIOVISUAL

*(a 29/12)

5. LUZ VERDE A LAS FUSIONES ENTRE CADENAS.

Que no deben superar el 27% de cuota de pantalla. Con un primer acuerdo entre Tele 5 y Cuatro, mientras se mantienen conversaciones entre Antena 3 y laSexta, para su posible fusión.

6. APROBACIÓN DE LA TDT DE PAGO.

Que abre una nueva posibilidad de comercialización diferenciada y, por tanto, del modelo de negocio televisivo.

7. TRAMITACIÓN PARLAMENTARIA DE LA NUEVA LEY GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.

Los grupos parlamentarios acuerdan aplazar al 7 de enero la tramitación de la Ley General de Comunicación Audiovisual



AUDIENCIAS 2009



RESUMEN DE CONTENIDOS

- TITULARES DE LA AUDIENCIA 2009
 - CONSUMO TELEVISIVO
 - EVOLUCIÓN ANUAL CADENAS
- RESULTADOS 2009 CADENAS: TOTALIZADO vs. TDT
- EVOLUCIÓN MENSUAL 2009 CUOTAS CADENAS
- COMPARATIVO CUALITATIVO CADENAS 2009
- RESULTADOS POR DÍAS DE LA SEMANA Y FRANJAS
 - 'CICLOS DE VIDA' Y 'CONSTELACIONES'
 - RESULTADOS CADENAS AUTONÓMICAS
 - RESULTADOS SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN
 - TEMÁTICAS DE CONCESIÓN TDT
 - TEMÁTICAS DE PAGO
 - 50 EMISIONES MÁS VISTAS 2009
 - PROGRAMAS MÁS VISTOS POR CADENAS
 - DURACIÓN GÉNEROS DE PROGRAMACIÓN
 - RESULTADOS DE LOS INFORMATIVOS
 - NOMENCLATURA



TITULARES MÁS DESTACADOS AÑO 2009*

*(a 29/12)

- La1 (16,4%) es la cadena más vista por los españoles, arrebatando el liderazgo ostentado por Telecinco durante los últimos cinco años anteriores, con la cuota mínima anual.
- Récord de la TDT, que en el mes de diciembre ya alcanza el 52,6% de cuota.
- Aumento de la fragmentación televisiva. Las tres grandes cadenas, La1, Tele 5 y Antena 3, suman este año mínimo histórico al ponderar 46,2 puntos de cuota, 4,8 puntos menos que en 2008.
- Mínimos anuales históricos de La1, La2, Telecinco, FORTA y conjunto de televisiones Locales, que radicaliza la fragmentación de la elección televisiva de los espectadores.
- Máximos históricos de laSexta (6,8% +1,3 puntos), del grupo de Temáticas de Concesión TDT (10,2% +5,1 puntos), donde se engloban 25 canales y de las Autonómicas Privadas (0,7% +0,1 puntos).
- En junio de 2009 se logra el dato más bajo para liderar un mes con un 15,5% de cuota a favor de La1.
- En este año se producen tres mínimos mensuales históricos, Telecinco en julio 2009 con un 13,8% de cuota, la FORTA en agosto con un 12,4% y La2 con el 3,5% en los meses de septiembre, octubre y diciembre.
- Por grupos cualitativos, La1 es la cadena más vista en hombres y comparte el liderazgo con Telecinco entre las mujeres. Además, la cadena pública es la primera opción entre los mayores de 45 años y en las regiones de Aragón, Asturias, Baleares, Castilla La Mancha, Galicia, Madrid, Murcia, Valencia y Resto. Por su parte, Antena 3 lidera en Andalucía, así como en los jóvenes de 13 a 24 años y comparte el liderazgo con Telecinco en los adultos de entre 25 a 44 años. Telecinco es la cadena líder en Cataluña, Canarias y País Vasco. Los niños de 4 a 12 años se decantan mayoritariamente por el conjunto de cadenas Temáticas en Concesión TDT (Clan TVE, Disney Channel...).



TITULARES MÁS DESTACADOS AÑO 2009*

*(a 29/12)

- El consumo televisivo durante el 2009 (siempre a falta de dos días para finalizar el año) es de 226 minutos de media diaria por individuo, un minuto por debajo del 2008.
- En el mes de enero se registró el máximo histórico de consumo televisivo para un período mensual con 254 minutos.
- El consumo individual de televisión (44% del total) sigue siendo el mayoritario, seguido del consumo en pareja (38%) y en grupo (tres o más personas) con un 18%, una cifra ligeramente superior a la del 2008 en detrimento de las otras dos opciones.
- En el desglose por días de la semana se manifiesta la supremacía de La1 en todas las jornadas, a excepción de los sábados, a favor de Antena 3.
- En cuanto al reparto por franjas horarias se observa que Antena3 es la cadena líder en la franja de mañana, La1 se hace con el liderazgo de la sobremesa, tarde y 'prime-time', Telecinco del 'late-night' y las Temáticas en Concesión TDT se imponen durante la madrugada.
- El conjunto de la FORTA promedia un 13,7% de cuota de pantalla en el año 2009, lo que supone una merma del 6% con respecto al año anterior. Sin embargo, algunas de las cadenas autonómica sí experimentan subidas anuales, como es el caso de TVCAN (Canarias), 7RM (Murcia), CMT (Castilla La Mancha), ATV (Aragón), TPA (Asturias) e IB3 (Baleares).
- Máximos anuales de ATV (Aragón), TPA (Asturias) Y 7RM (Murcia) y mínimos de CSUR (Andalucía), TV3 (Cataluña), C9 (C. Valenciana) y TVM (Madrid).
- La autonómica que alcanza una mayor cuota es CSUR (15,6%), seguida de TV3 (14,5%) y la gallega TVG (14,3%).
- En el mercado TDT, Telecinco es la cadena líder anual con un 13,7% de cuota en este sistema de distribución, seguida de Antena 3 y La1 con el 13,3% respectivamente.



TITULARES MÁS DESTACADOS AÑO 2009*

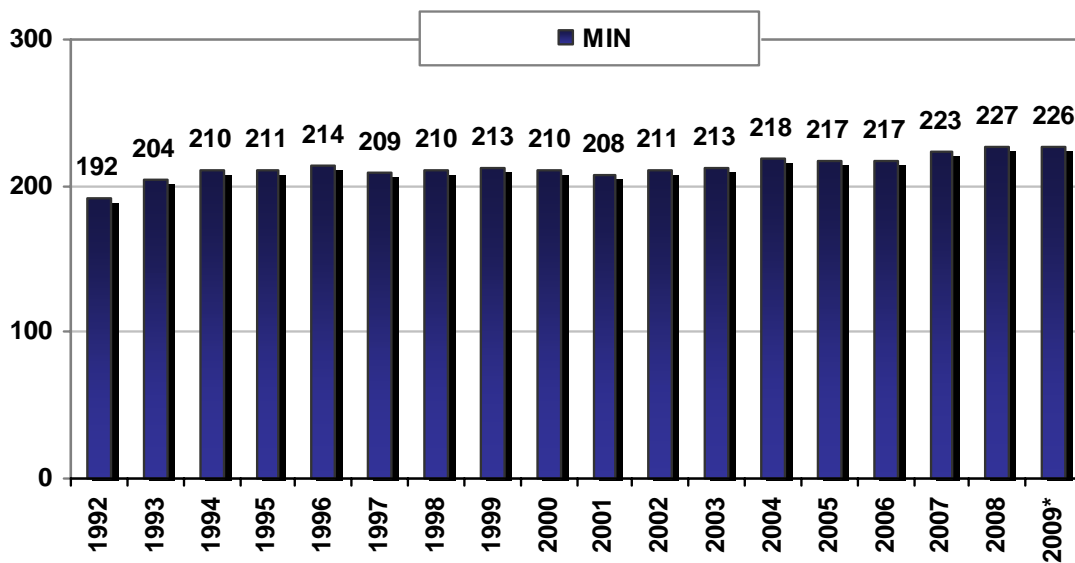
*(a 29/12)

- Máximo histórico de las Temáticas de Concesión TDT con un 10,2% de cuota de pantalla. Las cadenas que logran una mayor cuota de pantalla son Disney Channel y Clan TVE con un 1,4% de cuota de pantalla en el conjunto de todos los sistemas de distribución.
- El conjunto de Temáticas de Pago promedian en el 2009 un 7,5% de cuota de pantalla, que descienden cuatro décimas en relación a 2008. Las cadenas que gozan de una mayor audiencia en este grupo son FOX (0,4% cuota TTV), AXN (0,4%), C+ (0,2%), Calle 13 (0,2%) y Paramount Comedy (0,2%).
- La emisión más vista del 2009 corresponde al partido de la Final de la Liga de Campeones “Barcelona-Manchester United”, el 27 de mayo en Antena 3, con 11.310.000 espectadores y 61,7% de cuota de pantalla.
- Los informativos de La1 son los más vistos en la ponderación de la audiencia media de las dos principales ediciones de mediodía y noche. Los de Antena 3 ocupan la segunda posición, seguidos por Telecinco.
- En el conjunto de las seis cadenas nacionales, el género que tiene una mayor presencia en las parrillas de programación es el de ficción (nacional y extranjera), seguido del entretenimiento y la información.
- En el detalle por cadenas, la emisión más vista de La1 corresponde al partido Ath.Bilbao-Barcelona con 10.012.000 espectadores. En el caso de La2, el tenis de “Ferrer-Stepanek” es el evento más seguido con 2.016.000 espectadores. Para Telecinco, la prórroga de fútbol entre “Barcelona-Estudiantes LP” es lo que cosecha una mayor audiencia con 6.376.000 espectadores. Antena 3 cuenta con la emisión más vista del año, como hemos adelantado. En el caso de Cuatro es “House” su emisión más vista con 3.778.000 espectadores. Y en laSexta, es el Post Fútbol “Ath. Bilbao-Sevilla” con 5.527.000 espectadores.

CONSUMO TELEVISIVO AÑO 2009*

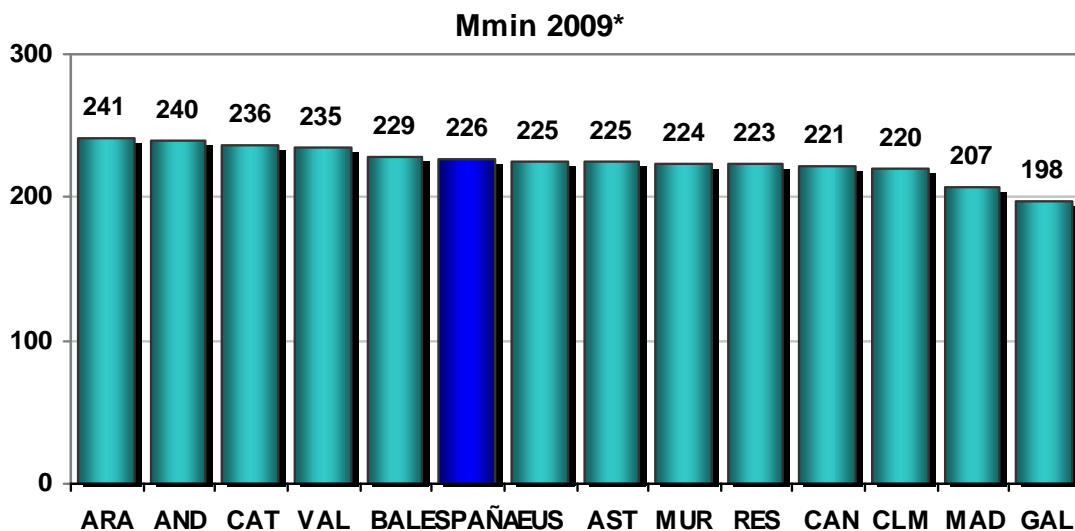
*(a 29/12)

El consumo televisivo de 2009 (a falta de dos días para completar el año) es de 226 minutos de media diaria por individuo, lo que supone un leve descenso de un minuto en relación al año pasado, si bien, en el detalle por meses sí se han producido máximos históricos. El más significativo fue el mes de enero de 2009 en el cual se batió el récord mensual de consumo con 254 minutos.



Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

El detalle por ámbitos manifiesta que las dos 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:



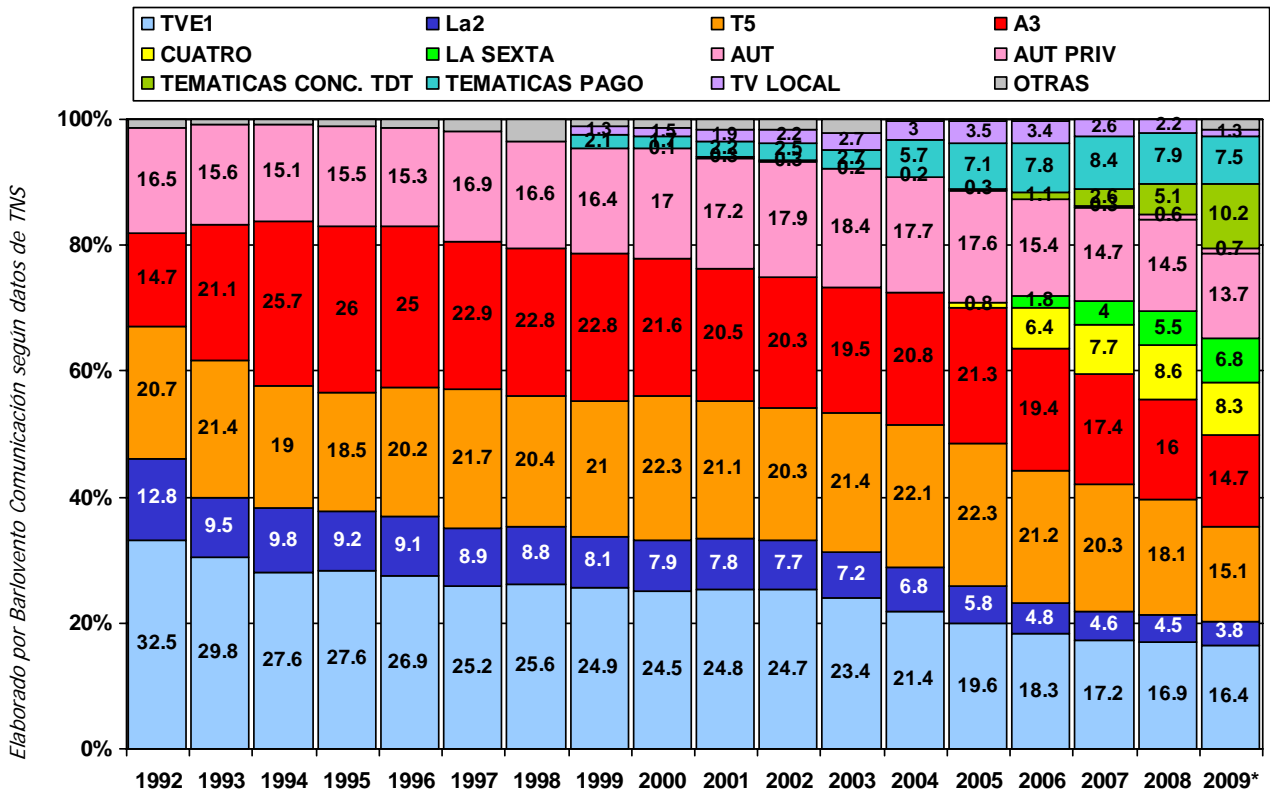
Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

EVOLUCIÓN ANUAL CADENAS

*(a 29/12)

Durante el 2009 vuelve a incrementarse la fragmentación y muchas de las cadenas convencionales firman sus mínimos históricos, como es el caso de La1, La2, Telecinco, el conjunto de la FORTA y el grupo de televisiones Locales. Por otro lado, laSexta, el conjunto de las Autonómicas Privadas y de las Temáticas de Concesión TDT logran sus máximos anuales.

Tras cinco años de liderazgo por parte de Telecinco, en el 2009 es La1 (16,4%) la cadena mas vista por los españoles con una diferencia de 1,3 puntos sobre la 2ª opción, Telecinco (15,1%). En tercera posición del ranking de cadenas más vistas se sitúa Antena3 (14,7%), que iguala su resultado anual más bajo en 1992, seguida de las Autonómicas (13,7%), las Temáticas de Concesión TDT (10,2%), Cuatro (8,3%), Temáticas de Pago (7,5%), laSexta (6,8%) y La2 (3,8%).



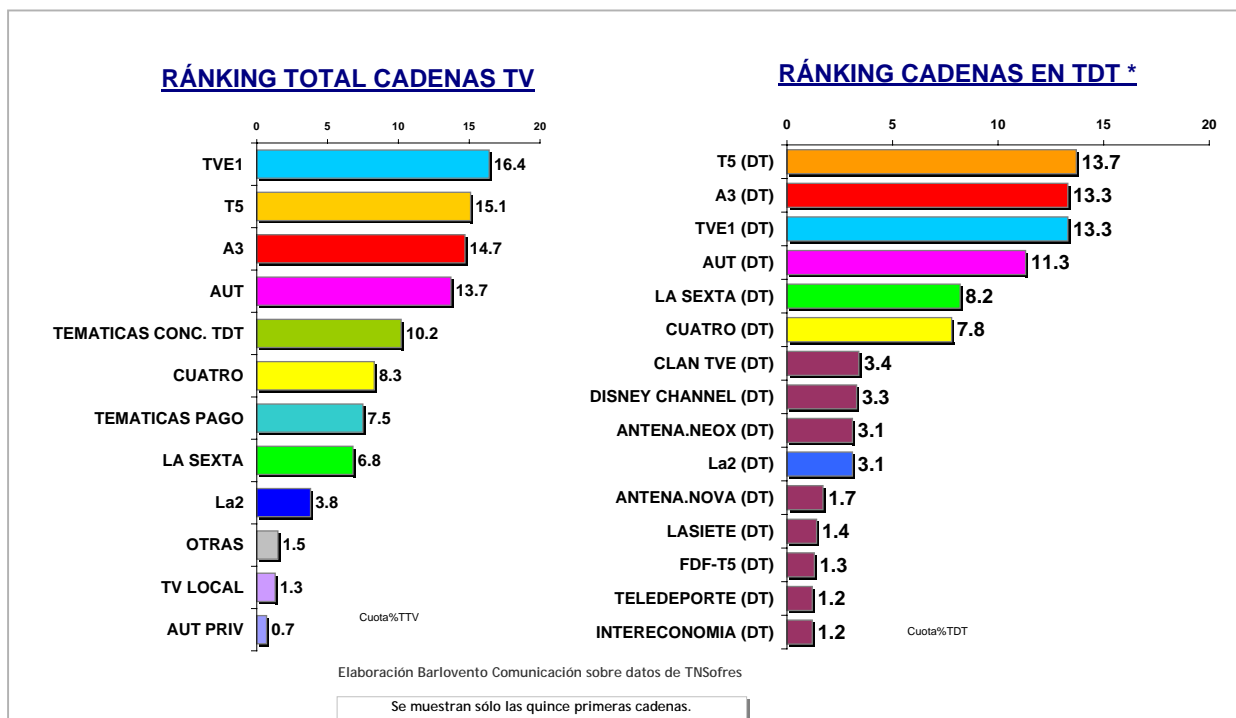
Cuotas>>	TVE1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	T.CONC.T DT	T. PAGO	LOCAL	OTRAS
2008	16.9	4.5	18.1	16.0	8.6	5.5	14.5	0.6	5.1	7.9	2.2	0.0
2009*	16.4	3.8	15.1	14.7	8.3	6.8	13.7	0.7	10.2	7.5	1.3	1.5
DIF PUNTOS	-0.5	-0.7	-3.0	-1.3	-0.3	1.3	-0.8	0.1	5.1	-0.4	-0.9	1.5
DIF %	-3%	-16%	-17%	-8%	-3%	24%	-6%	17%	100%	-5%	-41%	

RESULTADOS 2009 CADENAS: TOTALIZADO vs. TDT

*(a 29/12)

Mientras que en el ranking de cadenas en el conjunto de todas la señales de distribución es La1 (16,4%) la opción más vista, en el mercado TDT es Telecinco, con un 13,7% de cuota de pantalla, la cadena que logra el liderazgo. A escasa distancia se colocan en TDT Antena 3 y La1 con un 13,3%. La FORTA también ve mermado sus resultados en TDT promediando un 11,3%, mientras que laSexta consigue en TDT un 8,2% de cuota, 1,4 puntos más que en el totalizado. Por su parte, Cuatro, con un 7,8% obtiene un resultado inferior en TDT que en el totalizado.

En séptima posición del ranking se sitúa Clan TVE (3,4%, mismo resultado que en 2008) que es la Temática de Concesión TDT que recauda una mayor audiencia, seguida de Disney Channel (3,3%, crece 1,4 puntos en un año) y Antena.Neox (3,1%, mejora seis décimas con respecto al año pasado).



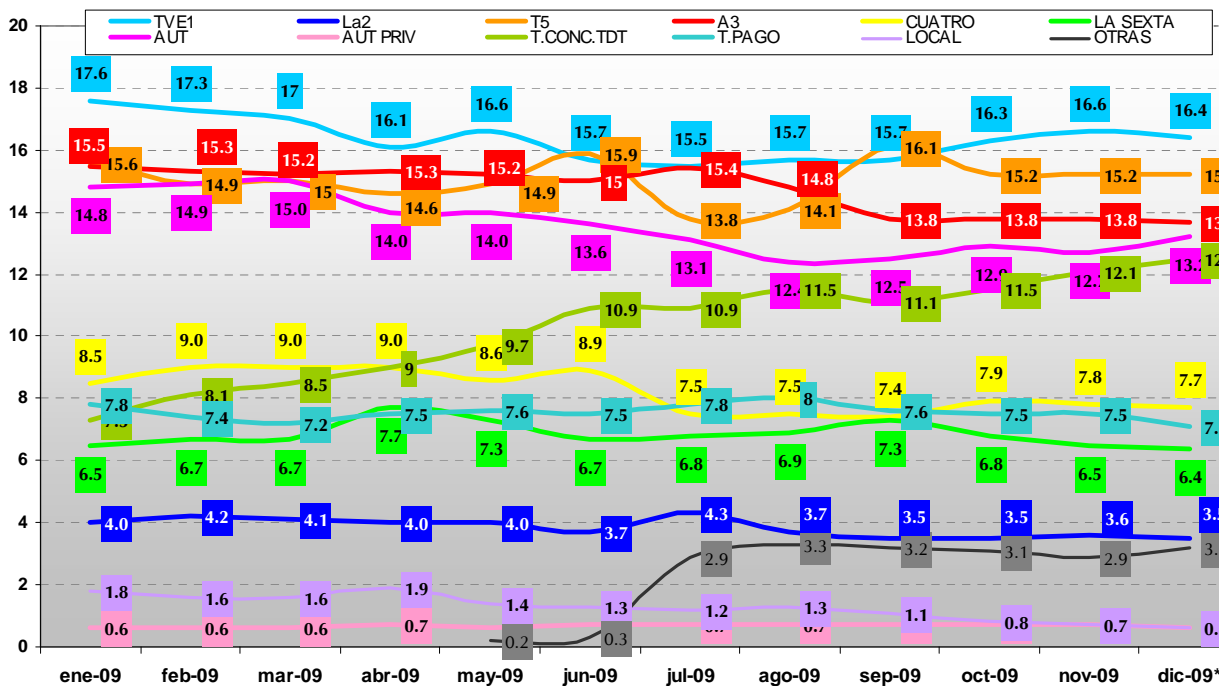
EVOLUCIÓN MENSUAL 2009 CUOTAS CADENAS

*(a 29/12)

En la evolución mensual de 2009, La1 ha ostentado el liderazgo en diez de los meses, mientras que en los otros dos (junio y septiembre) ha sido Telecinco la opción líder.

Además, en este año se producen tres mínimos mensuales históricos, Telecinco en julio 2009 con un 13,8% de cuota, la FORTA en agosto con un 12,4% y La2 con el 3,5% en los meses de septiembre, octubre y diciembre.

	TVE1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	T.CONC. TDT	T.PAGO	LOCAL	OTRAS
ene-09	17.6	4	15.6	15.5	8.5	6.5	14.8	0.6	7.3	7.8	1.8	
feb-09	17.3	4.2	14.9	15.3	9	6.7	14.9	0.6	8.1	7.4	1.6	
mar-09	17	4.1	15	15.2	9	6.7	15	0.6	8.5	7.2	1.6	
abr-09	16.1	4	14.6	15.3	9	7.7	14	0.7	9	7.5	1.9	
may-09	16.6	4	14.9	15.2	8.6	7.3	14	0.6	9.7	7.6	1.4	0.2
jun-09	15.7	3.7	15.9	15	8.9	6.7	13.6	0.7	10.9	7.5	1.3	0.3
jul-09	15.5	4.3	13.8	15.4	7.5	6.8	13.1	0.7	10.9	7.8	1.2	2.9
ago-09	15.7	3.7	14.1	14.8	7.5	6.9	12.4	0.7	11.5	8	1.3	3.3
sep-09	15.7	3.5	16.1	13.8	7.4	7.3	12.5	0.7	11.1	7.6	1.1	3.2
oct-09	16.3	3.5	15.2	13.8	7.9	6.8	12.9	0.7	11.5	7.5	0.8	3.1
nov-09	16.6	3.6	15.2	13.8	7.8	6.5	12.7	0.7	12.1	7.5	0.7	2.9
dic-09*	16.4	3.5	15.2	13.7	7.7	6.4	13.2	0.6	12.5	7.1	0.6	3.2



Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

COMPARATIVO CUALITATIVO CADENAS AÑO 2009*

*(a 29/12)

En el 2009 La1 es la cadena más vista en hombres y comparte el liderazgo con Telecinco entre las mujeres. Además, la cadena pública es la primera opción entre los mayores de 45 años y en las regiones de Aragón, Asturias, Baleares, Castilla La Mancha, Galicia, Madrid, Murcia, Valencia y Resto. Por su parte, Antena 3 lidera en Andalucía, así como en los jóvenes de 13 a 24 años y comparte el liderazgo con Telecinco en los adultos de entre 25 a 44 años. Telecinco es la cadena líder en Cataluña, Canarias y País Vasco. Los niños de 4 a 12 años se decantan mayoritariamente por el conjunto de cadenas Temáticas en Concesión TDT (Clan TVE, Disney Channel...).

Además, en el Target Comercial*, es Antena 3 la cadena mayoritaria.

Targets	TVE1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	T. CONC.	T. PAGO	LOCAL	OTRAS
Ind. 4+	16.4	3.8	15.1	14.7	8.3	6.8	13.7	0.7	10.2	7.5	1.3	1.5
HOMBRES	15.5	4.4	12.5	13.4	8.7	8.3	14.2	0.7	11.1	8.3	1.4	1.7
MUJERES	17.2	3.4	17.2	15.8	7.9	5.6	13.2	0.6	9.5	6.9	1.2	1.4
4 a 12	8.6	3.5	8.3	13.7	6.8	4.2	9.9	0.3	29.3	12.3	0.8	2.5
13 a 24	10.3	2.7	13.9	18.3	12.7	8.3	9.9	0.4	12.2	8.3	1.0	1.9
25 a 44	13.0	3.7	15.1	15.1	10.8	8.5	10.3	0.5	11.3	8.9	1.1	1.8
45 a 64	17.8	4.0	15.9	14.8	7.5	6.8	14.9	0.7	7.8	7.2	1.3	1.3
> 64	23.2	4.3	16.0	13.2	4.6	4.8	18.7	1.0	6.6	4.8	1.7	1.1
A/MA	15.9	4.3	14.2	13.6	9.1	7.6	13.5	0.8	9.5	8.4	1.3	1.9
MED	15.4	3.9	14.8	14.7	8.6	7.5	12.2	0.7	11.2	8.4	1.2	1.6
B/MB	17.7	3.5	15.7	15.4	7.5	5.8	15.3	0.6	9.6	6.2	1.3	1.4
< 50 MIL	17.5	3.7	14.2	14.9	7.9	6.1	15.2	0.5	10.7	6.6	1.2	1.5
50 a 500 MIL	15.4	3.9	16.5	14.9	8.8	7.3	11.3	0.6	9.9	8.7	1.3	1.4
> 500 MIL	15.1	4.2	14.7	13.8	8.4	8.0	13.7	1.3	9.4	8.0	1.4	2.0
AND	13.8	3.6	14.4	15.8	7.8	6.3	19.1	0.0	9.8	6.7	1.3	1.4
CAT	12.7	3.0	14.9	12.7	7.6	5.9	17.4	3.6	12.1	7.2	1.1	1.8
EUS	14.9	4.1	18.7	12.4	8.3	6.6	17.2	0.0	6.1	9.3	1.8	0.8
GAL	19.3	4.0	15.2	14.2	7.6	7.0	14.5	0.0	10.4	5.3	1.0	1.4
MAD	17.2	4.6	15.5	13.8	9.1	8.1	10.8	0.5	10.5	6.8	1.1	2.1
VAL	15.5	3.4	15.2	14.6	8.4	7.5	14.1	0.0	10.4	8.6	1.0	1.3
RES	24.0	5.0	15.1	16.3	8.7	7.2	4.5	0.0	9.3	6.7	2.0	1.2
CLM	19.1	4.2	13.8	17.7	7.9	6.4	14.4	0.0	8.3	5.4	1.2	1.7
CAN	10.5	3.2	16.2	13.9	9.7	7.4	12.5	0.1	14.3	8.2	1.5	2.4
ARA	18.3	3.8	14.3	16.8	8.6	6.4	10.7	0.0	9.4	9.2	1.0	1.5
AST	21.1	4.1	16.2	14.0	7.9	6.3	8.8	0.0	6.3	13.6	0.9	0.7
BAL	20.2	3.6	13.5	13.7	7.9	8.6	8.1	0.0	10.1	11.8	1.3	1.2
MUR	19.2	3.9	12.8	18.7	8.8	6.0	7.7	0.0	10.5	10.0	1.0	1.4
T. Comercial	13.1	3.7	14.9	15.1	11.0	9.1	10.1	0.5	10.2	9.3	1.1	1.9

Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

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

RESULTADOS POR DÍAS DE LA SEMANA Y FRANJAS 2009*

*(a 29/12)

En el desglose por días de la semana se manifiesta la supremacía de La1 en todas las jornadas, a excepción de los sábados, donde es Antena 3 la cadena más vista gracias fundamentalmente a los destacados resultados en las franjas de sobremesa y tarde en este día.

Días semana	TVE1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	T. CONC. TDT	T. PAGO	LOCAL	OTRAS
Lunes a Domingo	16.4	3.8	15.1	14.7	8.3	6.8	13.7	0.7	10.2	7.5	1.3	1.5
Lunes a Viernes	16.8	3.8	15.7	14.8	8.2	6.3	13.8	0.7	9.8	7.2	1.2	1.5
Sábado y Domingo	15.4	3.9	13.5	14.5	8.4	8.0	13.2	0.6	11.1	8.3	1.4	1.7
Lunes	16.9	3.7	16.5	14.2	8.4	6.2	14.1	0.7	9.8	7.0	1.2	1.5
Martes	17.4	3.8	15.2	15.4	8.6	6.2	13.3	0.7	9.7	7.1	1.2	1.4
Miércoles	16.6	4.1	15.4	14.8	7.7	7.0	14.0	0.7	9.9	7.2	1.2	1.5
Jueves	17.4	3.6	16.8	14.1	7.7	6.4	13.7	0.7	9.9	7.1	1.2	1.4
Viernes	16.0	4.0	14.6	15.7	8.6	5.9	14.0	0.7	10.1	7.6	1.2	1.5
Sábado	14.5	3.9	13.6	14.9	7.9	8.3	13.4	0.6	11.5	8.3	1.4	1.7
Domingo	16.2	3.8	13.4	14.1	8.8	7.8	13.1	0.6	10.7	8.3	1.4	1.7

Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

En cuanto al reparto por franjas horarias se observa que Antena3 es la cadena líder en la franja de mañana, La1 se hace con el liderazgo de la sobremesa, tarde y 'prime-time', Telecinco del 'late-night' y las Temáticas de Pago se imponen durante la madrugada.

Franjas*	TVE1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	T. CONC. TDT	T. PAGO	LOCAL	OTRAS
Total Día	16.4	3.8	15.1	14.7	8.3	6.8	13.7	0.7	10.2	7.5	1.3	1.5
madrugada	15.5	6.1	7.6	7.2	9.6	3.2	11.9	0.4	16.7	14.7	3.6	3.5
mañana	14.4	4.3	14.1	15.6	6.3	5.1	12.2	0.6	15.1	9.1	1.3	1.8
sobremesa	18.8	4.5	12.5	15.7	8.8	7.4	15.5	0.7	8.0	5.9	0.8	1.2
tarde	17.1	4.2	14.7	14.8	6.9	6.8	13.4	0.8	10.1	8.4	1.2	1.5
noche	16.7	3.1	16.3	13.9	8.7	7.5	14.1	0.7	9.4	6.9	1.3	1.4
noche II	11.8	2.8	20.3	15.5	10.4	6.6	11.0	0.5	9.9	7.5	2.0	1.7

Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

* FRANJAS:

- Total día: (02:30 -26:30)
- Madrugada: (02:30 - 07:00.)
- Mañana: (07:00 - 14:00)
- Sobremesa : (14:00 - 17:00)
- Tarde: (17:00 - 20:30)
- Noche 1 ó Prime Time: (20:30- 24:00)
- Noche 2 ó Late Night: (24:00 - 26:30)

'CICLOS DE VIDA' Y 'CONSTELACIONES' AÑO 2009*

*(a 29/12)

Atendiendo a las variables que TNSofres distingue por su <ciclo de vida>, el reparto de las cadenas se caracteriza por ser Telecinco la cadena que lidera entre los “jóvenes independientes”. Por su parte, La1 obtiene la mayoría entre las “parejas con hijos mayores”, “parejas adultas sin hijos”, “adultos independientes” y “retirados”. Asimismo, Antena 3 es la primera opción entre las “parejas jóvenes sin hijos”, las “parejas con hijos medianos” y los “hogares monoparentales”. Por último, en el grupo de “parejas con niños pequeños” son el grupo de Temáticas Concesión TDT la alternativa líder.

	TVE1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	T.CONC. TDT	T.PAGO	LOCAL	OTRAS
Ind. 4+	16.4	3.8	15.1	14.7	8.3	6.8	13.7	0.7	10.2	7.5	1.3	1.5
JÓVENES INDEPENDIENTES	11.5	5.1	14.8	13.5	11.9	11.6	9.3	0.5	9.9	8.2	1.3	2.4
PAREJAS JÓVENES SIN HIJOS	13.8	4.1	13.7	14.9	12.2	10.6	10	0.4	9.3	8	1.2	1.8
PAREJAS CON HIJOS PEQUEÑOS	12.2	3.9	13.1	13.8	8.7	6.2	10.8	0.7	17.5	9.8	1.1	2.1
PAREJAS CON HIJOS MEDIANOS	12.9	2.9	13.8	16.7	10.1	7	11.7	0.5	13.4	8.6	0.9	1.6
PAREJAS CON HIJOS MAYORES	16.6	3.9	15.9	15	8.6	7.3	14.8	0.5	7.1	7.8	1.4	1.2
HOGARES MONOPARENTALES	13.3	3.2	16.6	17.4	9.3	7.2	9.9	0.9	10.7	8.6	1.2	1.8
PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	19.9	4.2	16.6	13.1	6.2	6.2	16.9	0.9	7.4	5.9	1.3	1.3
ADULTOS INDEPENDIENTES	19.1	5.6	14.5	14.3	7.9	6.8	13.2	0.9	9	5.2	1.7	1.9
RETIRADOS	23.6	4.4	15.9	12.9	4.6	5	18.4	0.9	6.4	5	1.8	1.2

Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

En lo referente al denominado estudio de “constelaciones” o “modos de ver la televisión”, se manifiesta que la mayor parte del tiempo que se ve televisión se realiza individualmente, esta circunstancia se extiende a todas las cadenas. Antena 3 es la cadena que tiene un mayor tipo de visionado “grupal” (tres o más personas) y el conjunto de la FORTA en “dual” (en pareja). A continuación se muestra el detalle:

Type View >>	TOTTV	TVE1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	AUT PRIV	T. CONC. TDT	T. PAGO	LOCAL	OTRAS
Solo	43.8	42.0	48.2	45.7	42.4	42.6	44.5	41.0	51.1	46.0	45.2	51.1	46.7
Dual	37.7	40.5	37.3	38.0	36.8	36.7	37.6	40.7	35.8	33.8	35.7	34.2	35.6
Grupo	18.4	17.5	14.6	16.3	20.9	20.7	17.9	18.3	13.1	20.1	19.1	14.7	17.7

Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

**RESULTADOS CADENAS AUTONÓMICAS AÑO 2009***

*(a 29/12)

En conjunto de la FORTA promedia un 13,7% de cuota de pantalla en el año 2009, lo que supone una merma del 6% con respecto al año anterior. Sin embargo, algunas de las cadenas autonómica sí experimentan subidas, como es el caso de TVCAN, CMT, 7RM, ATV, TPA e IB3.

Máximos anuales de ATV (Aragón), TPA (Asturias) Y 7RM (Murcia) y mínimos de CSUR (Andalucía), TV3 (Cataluña), C9 (C. Valenciana) y TVM (Madrid).

La autonómica que alcanza una mayor cuota es CSUR (15,6%), seguida de TV3 (14,5%) y TVG (14,3%).

* Ránking ordenado por cuotas 2009

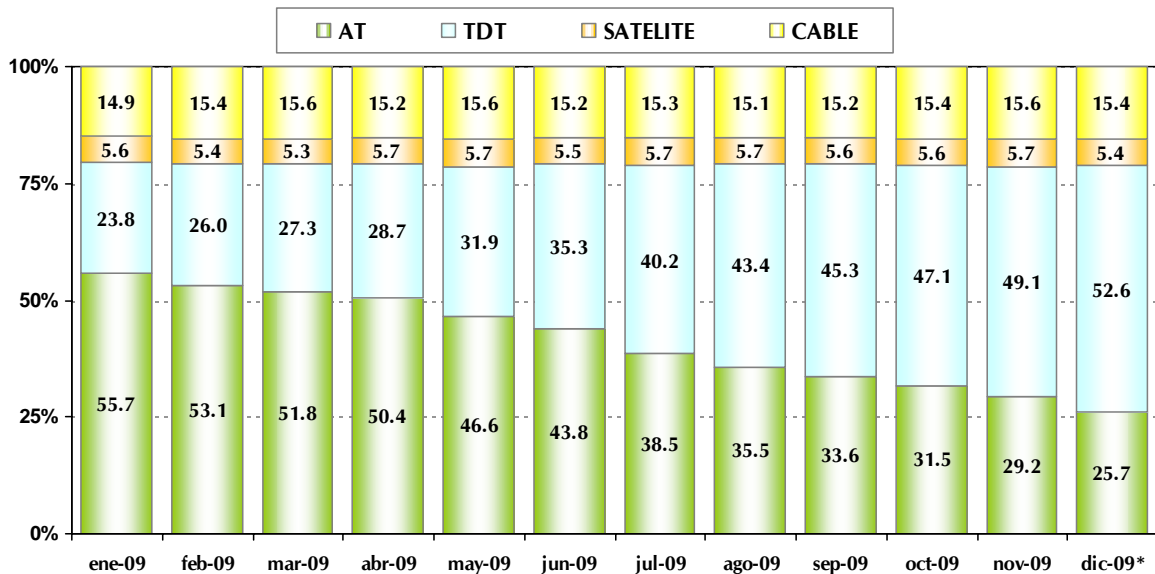
	2008	2009*	DIF PTOS	DIF %
C.SUR	16.8	15.6	-1.2	-7%
TV3	14.6	14.5	-0.1	-1%
TVG	15.5	14.3	-1.2	-8%
AUT	14.5	13.7	-0.8	-6%
ETB2	15.1	13.4	-1.7	-11%
C9	12.0	11.8	-0.2	-2%
TVCAN	10.2	11.6	1.4	14%
CMT	10.2	10.3	0.1	1%
TVM	10.5	9.7	-0.8	-8%
ATV	8.8	9.6	0.8	9%
TPA	7.4	7.6	0.2	3%
7RM	4.1	5.2	1.1	27%
IB3	4.7	5.1	0.4	9%
8TV	3.0	3.6	0.6	20%
CS2	4.1	3.2	-0.9	-22%
ETB1	3.4	3.2	-0.2	-6%
K3-33	2.9	1.9	-1.0	-34%
PUNT2	1.3	0.6	-0.7	-54%
TVCAN2	0.2	0.6	0.4	200%
ONDA 6 TV	0.7	0.5	-0.2	-29%
24 9	0.0	0.5	0.5	.
LA OTRA	0.3	0.4	0.1	33%
AUTON Int	0.4	0.4	0.0	0%
ETB3	0.1	0.3	0.2	200%
TPA2	0.1	0.3	0.2	200%
CMT2	0.0	0.2	0.2	.
G2	0.0	0.1	0.1	.

Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

RESULTADOS SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN AÑO 2009*

*(a 29/12)

La implantación de la TDT muestra un evolución altamente creciente en el año móvil. En el presente mes de diciembre (a falta de dos días) firma su récord con un 52,6% del tiempo que se ve televisión, en detrimento del sistema analógico terrestre que en el último mes firma su mínimo histórico con un 25,7% de cuota.



Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

*A 29/12

Por Comunidades Autónomas, en el último mes del año, vemos que la TDT tiene su máxima implantación en Navarra, mientras que registra su mínimo en Cantabria. También en Navarra el Satélite encuentra su mayor difusión y el Cable es en el País Vasco y Asturias donde obtiene sus mayores datos.

SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN POR CC.AA. - DICIEMBRE 09*				
CC.AA.	AT	TDT	SATELITE	CABLE
ESPAÑA	26.9	51.5	5.4	15.4
ANDALUCÍA	29.7	50.4	3.8	15.1
ARAGÓN	10.6	64.0	9.1	15.7
ASTURIAS	28.6	30.9	5.0	35.3
BALEARES	21.1	53.9	7.3	17.3
CANTABRIA	31.8	30.1	5.6	32.0
CASTILLA LA MANCHA	39.3	45.1	4.9	10.0
CASTILLA LEÓN	29.4	47.4	8.7	13.9
CATALUÑA	26.3	58.9	6.8	7.3
PAÍS VASCO	18.5	35.5	5.0	40.6
EXTREMADURA	35.5	58.1	6.1	0.0
GALICIA	33.1	47.0	4.3	15.2
MADRID	32.1	50.5	6.6	9.4
MURCIA	23.1	49.4	4.6	22.4
NAVARRA	17.8	64.6	9.4	7.0
LA RIOJA	18.1	58.1	0.0	23.3
C. VALENCIANA	21.9	52.2	2.4	22.7
CANARIAS	14.1	63.8	6.1	15.5
RES	27.7	51.7	7.8	12.1

Se marcan los máximos (verde) y mínimos (rojo) de cada sistema de distribución



TEMÁTICAS DE CONCESIÓN TDT AÑO 2009*

*(a 29/12)

En el conjunto del 2009, las Temáticas de Concesión TDT promedian un 10,2% de cuota de pantalla, su máximo histórico, y que supone duplicar su audiencia con un incremento de 5,1 puntos con respecto al 2008 en el conjunto de los sistemas de distribución. La cadena que logra una mayor cuota de pantalla es Disney Channel con un 1,4% de cuota de pantalla, seguida de Clan TVE, también con un 1,4%. Todas las cadenas que conforman el ranking muestran subidas en sus resultados medios anuales.

A continuación se ofrece el detalle por cadenas en los dos últimos años:

TEMÁTICAS CONCESIÓN TDT			
Cuota TTV%	2008	2009*	DIF PUNTOS
TEMATICAS CONC. TDT	5.1	10.2	5.1
DISNEY CHANNEL	0.4	1.4	1.0
CLAN TVE	0.6	1.4	0.8
ANTENA.NEOX	0.6	1.2	0.6
ANTENA.NOVA	0.4	0.7	0.3
TELEDEPORTE	0.4	0.6	0.2
LASIETE	0.1	0.6	0.5
FDF-T5	0.2	0.5	0.3
INTERECONOMIA	0.1	0.5	0.4
24 HORAS	0.2	0.4	0.2
VEO7	0.1	0.3	0.2
SONY TV EN VEO	0.1	0.3	0.2
CNN+	0.2	0.3	0.1
40 LATINO	0.1	0.2	0.1
3/24	0.1	0.1	0.0
HOGAR 10	0.1	0.1	0.0
33/ESPORTS	0.1	0.1	0.0
SUPER3	0.1	0.1	0.0
POPULAR TV	0.0	0.1	0.1
BARÇA TV	0.0	0.1	0.1
105 TV	0.0	0.0	0.0
GOL TV	0.0	0.0	0.0
CINCOSHOP	0.0	0.0	0.0
LA TIENDA EN VEO	0.0	0.0	0.0
8MADRID	0.0	0.0	0.0
APRENDE INGLES	0.0	0.0	0.0

Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

TEMÁTICAS DE PAGO AÑO 2009*

*(a 29/12)

El conjunto de Temáticas de Pago promedian en el 2009 un 7,5% de cuota de pantalla, lo que supone una ligera merma de cuatro décimas con respecto al año anterior. Las cadenas que gozan de una mayor audiencia en este grupo son FOX (0,4% cuota TTV), AXN (0,4%), C+ (0,2%), Calle 13 (0,2%) y Paramount Comedy (0,2%).

TEMÁTICAS DE PAGO - 2009					
nº	CADENA	Cuota	nº	CADENA	Cuota
	TEMATICAS PAGO	7.5	44	TCM CLÁSICO	0.0
1	FOX	0.4	45	G.HERMANO	0.0
2	AXN	0.4	46	BIOGRAPHY CHANNEL	0.0
3	C+	0.2	47	DECASA	0.0
4	CALLE 13	0.2	48	HOGAR UTIL	0.0
5	PARAMOUNT COMEDY	0.2	49	MTV ESP	0.0
6	PLAYHOUSE DISNEY	0.2	50	C+ EVENTOS	0.0
7	CANAL HOLLYWOOD	0.2	51	CINEMATK	0.0
8	COSMOPOLITAN	0.2	52	40 TV	0.0
9	DISCOVERY	0.2	53	PEOPLE+ARTS	0.0
10	EXTREME TEUVE	0.1	54	SOL MÚSICA	0.0
11	C.HISTORIA	0.1	55	REAL MADRID TV	0.0
12	ODISEA	0.1	56	SPORTMANÍA	0.0
13	NICK	0.1	57	C+ ACCION...30	0.0
14	EUROSPORT	0.1	58	NICK +1	0.0
15	CARTOON NETWORK	0.1	59	CARTOON NETWORK +1	0.0
16	CINESTAR	0.1	60	C+ DEPORTES	0.0
17	TCM	0.1	61	DISNEY XD	0.0
18	TNT	0.1	62	C+ COMEDIA...30	0.0
19	BOOMERANG	0.1	63	ANIMAX	0.0
20	C+ 2	0.1	64	BABYFIRST	0.0
21	MGM	0.1	65	VH1	0.0
22	NATIONAL GEOGRAPHIC	0.1	66	CAZA Y PESCA	0.0
23	SOMOS	0.1	67	TVE INTERNACIONAL	0.0
24	CANAL COCINA	0.1	68	PACHA TV	0.0
25	VIAJAR	0.1	69	CULTURAL.ES	0.0
26	C+ ACCION	0.1	70	BOOMERANG +1	0.0
27	C+ 30	0.1	71	PLAYBOY	0.0
28	NATURA	0.1	72	GOLF+	0.0
29	BUZZ	0.1	73	C. CLÁSICO	0.0
30	JETIX	0.1	74	JETIX +1	0.0
31	C+ DCINE	0.0	75	INFOMETEO	0.0
32	SCI FI	0.0	76	CANAL VIDENCIA	0.0
33	TELENOVELAS	0.0	77	MTV2	0.0
34	DISNEY CH +1	0.0	78	BLOOMBERG	0.0
35	C+ COMEDIA	0.0	79	GOL TV	0.0
36	FAMA 24H	0.0	80	DISNEY XD +1	0.0
37	C+ FUTBOL	0.0	81	FOX NEWS	0.0
38	CANAL ESTRELLAS	0.0	82	ESTILO	0.0
39	BUZZ ROJO	0.0	83	CIUDAD AHORA	0.0
40	CINESTAR +1	0.0	84	NOSTALGIA	0.0
41	C+ LIGA	0.0	85	SUPERMODELO	0.0
42	KIDSCO	0.0	86	TELECORAZON	0.0
43	DCINE ESPAÑOL	0.0			

Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

50 EMISIONES MÁS VISTAS 2009*

*(a 29/12)

La emisión más vista del 2009 corresponde al partido de Liga de Campeones "Barcelona-Manchester United" en Antena 3 con 1.1310.000 espectadores y 61,7% de cuota de pantalla. EL ránking de emisiones más vistas está copado por retransmisiones deportivas. En la posición nº16 figura la primera emisión no deportiva como es la ficción nacional "23F, el día más difícil del Rey" en La1 con 6.920.000 espectadores y 35,5% de cuota de pantalla.

	Título	Descripción	Cadena	Fecha	AM(000)	Cuota
1	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	BARCELONA-MANCHESTER UNITED	A3	27/05/2009	11310	61.7
2	FUTBOL:COPA DEL REY	ATH.BILBAO-BARCELONA	TVE1	13/05/2009	10012	48.5
3	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	OLYMPIQUE MARSELLA-R.MADRID	TVE1	08/12/2009	8410	41.9
4	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	BARCELONA-INTER	TVE1	24/11/2009	8361	43.2
5	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	MILAN-R.MADRID	TVE1	03/11/2009	8287	42.4
6	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	BARCELONA-CHELSEA	A3	28/04/2009	8282	46.1
7	DEPORTES		TVE1	13/05/2009	8238	44.2
8	POST FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL	TURQUIA-ESPAÑA	TVE1	01/04/2009	8121	42.5
9	POST FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	BARCELONA-CHELSEA	A3	28/04/2009	7980	38.7
10	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	LIVERPOOL-R.MADRID	A3	10/03/2009	7968	41.8
11	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	ESPAÑA-EEUU	T5	24/06/2009	7776	55.1
12	POST FUTBOL:COPA DEL REY	ATH.BILBAO-BARCELONA	TVE1	13/05/2009	7476	43.5
13	FUTBOL:AMISTOSO	ESPAÑA-INGLATERRA	TVE1	11/02/2009	7385	36.9
14	FUTBOL:AMISTOSO	ESPAÑA-ARGENTINA	TVE1	14/11/2009	7073	43.9
15	DEPORTES	ESPECIAL SELECCION	TVE1	11/02/2009	7050	35.7
16	23F:EL DIA MAS DIFICIL DEL REY		TVE1	12/02/2009	6920	35.5
17	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	TURQUIA-ESPAÑA	TVE1	01/04/2009	6916	45.1
18	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	ESPAÑA-TURQUIA	TVE1	28/03/2009	6891	39.9
19	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	BAYERN MUNICH-BARCELONA	A3	14/04/2009	6832	38.1
20	TERRITORIO CHAMPIONS		A3	27/05/2009	6793	44
21	DEPORTES		TVE1	28/03/2009	6665	39
22	FUTBOL:AMISTOSO	AUSTRIA-ESPAÑA	TVE1	18/11/2009	6549	35.3
23	POST FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	BAYERN MUNICH-BARCELONA	A3	14/04/2009	6541	32.2
24	TERRITORIO CHAMPIONS	BARCELONA-CHELSEA	A3	28/04/2009	6514	37.9
25	23F:EL DIA MAS DIFICIL DEL REY		TVE1	10/02/2009	6491	31.5
26	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	LYON-BARCELONA	A3	24/02/2009	6480	34.6
27	TENGO UNA PREGUNTA PARA USTED	JOSE LUIS RODRIGUEZ ZAPATERO	TVE1	26/01/2009	6432	30.5
28	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	NUEVA ZELANDA-ESPAÑA	T5	14/06/2009	6425	43.9
29	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	BARCELONA-DINAMO DE KIEV	TVE1	29/09/2009	6410	36.5
30	TELEDIARIO 2		TVE1	24/11/2009	6388	33.1
31	PRORROGA FUTBOL:MUNDIALITO DE CL	BARCELONA-ESTUDIANTES L.P.	T5	19/12/2009	6376	43.1
32	TELEDIARIO 2		TVE1	08/12/2009	6345	31.6
33	PREVIO FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	ESPAÑA-TURQUIA	TVE1	28/03/2009	6306	38.7
34	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	ZURICH-R.MADRID	TVE1	15/09/2009	6265	37
35	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	EGIPTO-EE.UU	T5	21/06/2009	6230	38.2
36	TERRITORIO CHAMPIONS		A3	10/03/2009	6206	33.7
37	EUROVISION:VOTACIONES		TVE1	16/05/2009	6198	39.3
38	POST FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	LIVERPOOL-R.MADRID	A3	10/03/2009	6148	29.7
39	TELEDIARIO 2		TVE1	03/11/2009	6126	31.4
40	POST FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	ITALIA-BRASIL	T5	21/06/2009	6117	37.6
41	POST FUTBOL:AMISTOSO	ESPAÑA-ARGENTINA	TVE1	14/11/2009	6063	34.5
42	FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL	ESPAÑA-ESTONIA	TVE1	09/09/2009	5939	35.2
43	POST FUTBOL:LIGA CAMPEONES	OLYMPIQUE MARSELLA-R.MADRID	TVE1	08/12/2009	5869	28.3
44	POST FUTBOL:AMISTOSO	AUSTRIA-ESPAÑA	TVE1	18/11/2009	5833	28.8
45	AIDA		T5	11/01/2009	5735	29.2
46	PREVIO FUTBOL:AMISTOSO	ESPAÑA-INGLATERRA	TVE1	11/02/2009	5665	28.8
47	TERRITORIO CHAMPIONS		A3	14/04/2009	5633	32
48	TELED. FIN SEMANA 2		TVE1	14/11/2009	5606	35.1
49	POST FUTBOL:COPA DEL REY	ATH.BILBAO-SEVILLA	LA SEXTA	04/03/2009	5527	28.3
50	POST FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL	ESPAÑA-TURQUIA	TVE1	28/03/2009	5441	34

Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS



PROGRAMAS MÁS VISTOS 2009 POR CADENAS

*(a 29/12)

En el detalle por cadenas, la emisión más vista de La1 corresponde al partido Ath.Bilbao-Barcelona con 10.012.000 espectadores. En el caso de La2, el tenis de "Ferrer-Stepaneck" es el evento más seguido con 2.016.000 espectadores. Para Telecinco, la prórroga entre "Barcelona-Estudiantes LP" es lo que cosecha una mayor audiencia con 6.376.000 espectadores. En Antena 3 es "La Liga de Campeones" su programa más visto, "House" en Cuatro" y el post Fútbol "Ath. Bilbao-Sevilla" en laSexta.

* Se diferencian los programas con una hora de inicio 120 minutos de diferencia.

Cadena	Nº	Título/Descripción	Descripción	Género	Emisiones	AM(000)	Cuota
TVE1	1	FUTBOL:COPA DEL REY	ATH.BILBAO-BARCELONA	DEPORTES	1	10012	48.5
	2	POST FUTBOL:COPA DEL REY	ATH.BILBAO-BARCELONA	DEPORTES	1	7476	43.5
	3	DEPORTES	DEPORTES	4	7055	39.0
	4	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	DEPORTES	2	6904	42.4
	5	23F:EL DIA MAS DIFICIL DEL REY		FICCION	2	6718	33.6
La2	1	TENIS:COPA DAVIS	D.FERRER-R.STEPANECK	DEPORTES	1	2016	12.0
	2	PRORROGA BASKET:C.REY	UNICAJA-TAU CERAMICA	DEPORTES	1	1856	12.8
	3	POST FUTBOL:LIGA INGLESA	MANCHESTER UNITED-LIVERPOOL	DEPORTES	1	1497	11.9
	4	ESPECIAL INFORMATIVO	OBAMA EN LA CASA BLANCA	INFORMACION	1	1441	7.2
	5	SABER Y GANAR	CONCURSOS	243	1369	10.5
T5	1	PRORROGA FUTBOL:MUNDIALITO DE	BARCELONA-ESTUDIANTES L.P.	DEPORTES	1	6376	43.1
	2	FUTBOL:COPA DEL REY	DEPORTES	4	4831	24.8
	3	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	DEPORTES	9	4771	36.8
	4	PRORROGA FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	ESPAÑA-SUDAFRICA	DEPORTES	1	4497	36.8
	5	POST FUTBOL:MUNDIALITO DE CLUBES	DEPORTES	2	4368	31.9
A3	1	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	DEPORTES	7	7070	40.1
	2	TERRITORIO CHAMPIONS	DEPORTES	7	5494	32.8
	3	POST FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	DEPORTES	6	5430	27.3
	4	UN BURKA POR AMOR		FICCION	2	4028	22.7
	5	CURSO DEL 63		ENTRETENIMIENTO	6	3597	19.6
CUATRO	1	HOUSE	FICCION	60	2467	14.1
	2	PERDIDOS EN LA TRIBU		OTROS	10	2134	13.5
	3	FAMA ¡A BAILAR!:LAS FINALES	MUSICA	3	2131	14.4
	4	FLASHFORWARD	FICCION	10	2088	10.6
	5	TENIS:OPEN AUSTRALIA	DEPORTES	2	2005	29.7
LA SEXTA	1	POST FUTBOL:COPA DEL REY	ATH.BILBAO-SEVILLA	DEPORTES	1	5527	28.3
	2	FORMULA 1:G.P.MONACO	DEPORTES	2	3185	27.7
	3	POST FORMULA 1:G.P.ESPAÑA		DEPORTES	1	3116	23.3
	4	POST FORMULA 1:G.P.MONACO		DEPORTES	1	3104	23.5
	5	BALONCESTO:EUROBASKET	DEPORTES	4	2979	18.8

Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

PRESENCIA DE LOS GÉNEROS DE PROGRAMACIÓN

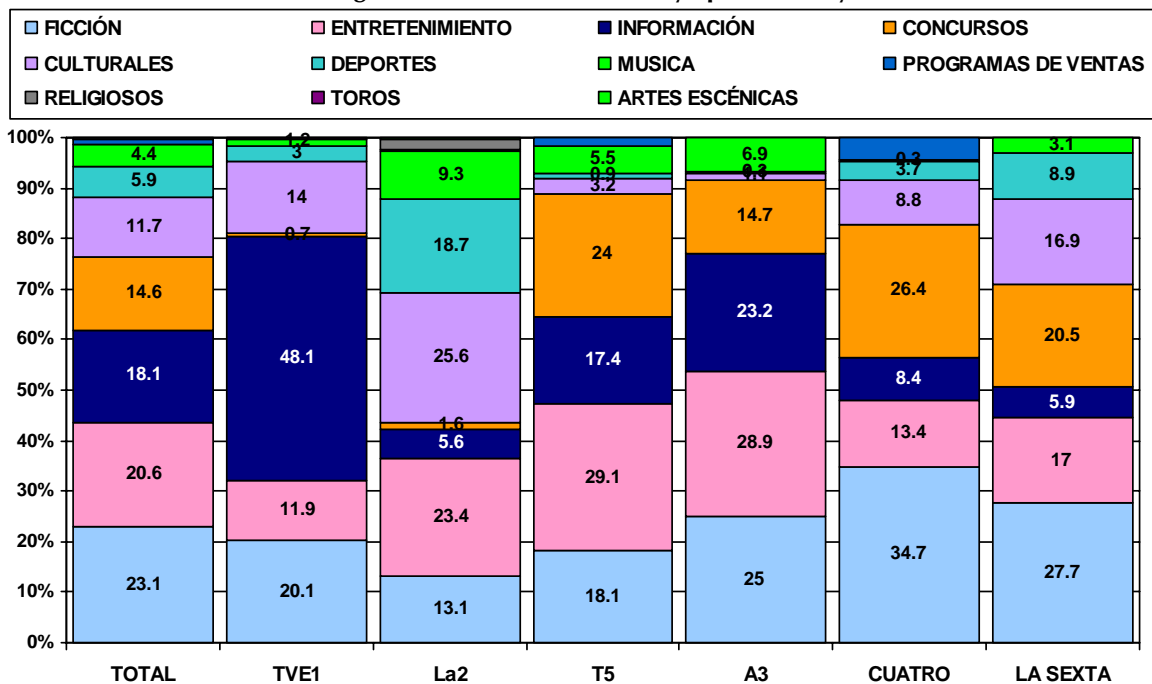
*(a 29/12)

En el conjunto de las seis cadenas nacionales, el género que tiene una mayor presencia en las parrillas de programación es la ficción, seguida del entretenimiento y la información. En el detalle por cadenas se observa que el género predominante en cada una de ellas es:

- La1: Es la cadena en cuya parrilla la información tiene una mayor peso programático y duración (48%).
- La2: Los culturales es el género que tiene una mayor presencia en su parrilla.
- Telecinco y Antena 3: El entretenimiento es el género que más tiempo ocupa en estas dos cadenas.
- Cuatro y laSexta: La ficción es la categoría que acapara más tiempo.

A continuación se muestra el detalle en porcentaje de duración que cada género tiene en las seis cadenas nacionales:

* V% DURACIÓN. Programas de Nivel 1. Se excluye publicidad y continuidad.



Elaborado por Barlovento Comunicación según datos de TNS

Dentro de la ficción, la de producción extranjera predomina sobre la nacional en cuanto a tiempo de emisión.

V% DUR	TOTAL	TVE1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
FICCIÓN	23.1	20.1	13.1	18.1	25	34.7	27.7
ESPAÑA	4.2	5.8	2.8	7.0	5.1	1.2	3.1
EXTRANJERA	18.9	14.3	10.3	11.1	19.9	33.5	24.6

RESULTADOS DE LOS INFORMATIVOS AÑO 2009

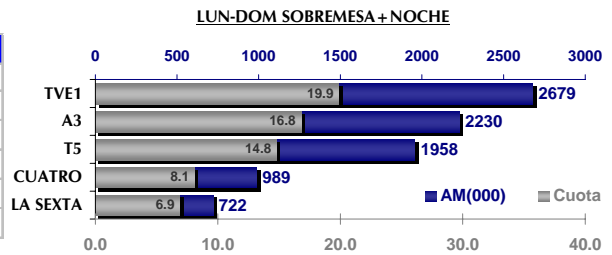
*(a 29/12)

La1 lidera en todas las ediciones informativas. En segunda posición, con 449.000 espectadores de diferencia, se sitúan los informativos de Antena 3.

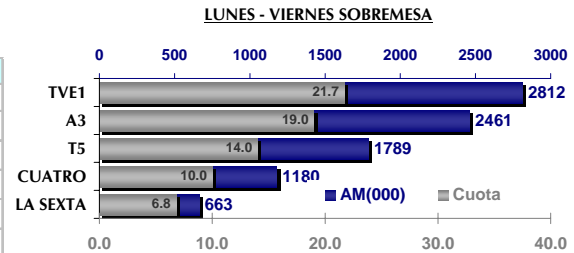
INFORMATIVOS - 2009 *a 29/12

LUNES - DOMINGO, SOBREMESA Y NOCHE			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
TVE1	725	2679	19.9
A3	721	2230	16.8
T5	717	1958	14.8
CUATRO	725	989	8.1
LA SEXTA	703	722	6.9

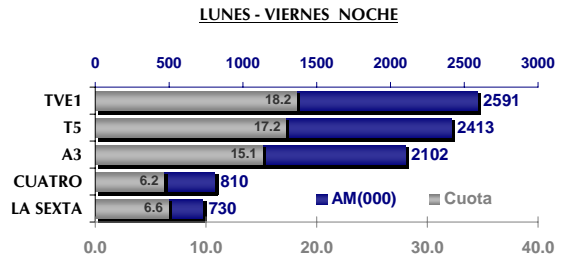
Elaboración: Barlovento Comunicación sobre datos de TNSofres



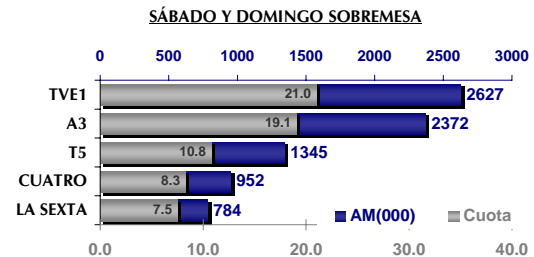
LUNES - VIERNES, SOBREMESA			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
TVE1	259	2812	21.7
A3	260	2461	19.0
T5	259	1789	14.0
CUATRO	259	1180	10.0
LA SEXTA	259	663	6.8



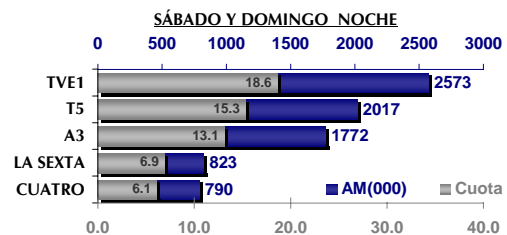
LUNES - VIERNES, NOCHE			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
TVE1	258	2591	18.2
T5	255	2413	17.2
A3	252	2102	15.1
CUATRO	259	810	6.2
LA SEXTA	248	730	6.6



SÁBADO - DOMINGO, SOBREMESA			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
TVE1	104	2627	21.0
A3	105	2372	19.1
T5	103	1345	10.8
CUATRO	104	952	8.3
LA SEXTA	104	784	7.5



SÁBADO - DOMINGO, NOCHE			
Cadena	Emisiones	AM(000)	Cuota%
TVE1	104	2573	18.6
T5	100	2017	15.3
A3	104	1772	13.1
LA SEXTA	91	823	6.9
CUATRO	103	790	6.1





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 (AA 000): Número de espectadores que ven un programa o una franja horaria al menos un minuto.*
- *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.*
- *Perfil TTV: Porcentaje que representa cada target sobre el consumo.*
- *Consumo TTV: Número total de individuos de 4 ó más años de edad que están viendo la televisión en un periodo determinado.*
- *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)*
 - Madrugada: (02:30 a.m. a 07:00 a.m.)*
 - Mañana: (07:00 a.m. - 14:00)*
 - Sobremesa : (14:00 - 17:00)*
 - Tarde: (17:00 - 20:30)*
 - Noche 1 ó Prime Time: (de 20:30 a.m. a 24:00).*
 - Noche 2: (24:00 - 26:30)*