



## EL COMPORTAMIENTO DE LA AUDIENCIA TELEVISIVA

# INFORME DE AUDIENCIA SEMANA DEL 11 AL 17 DE ENERO DE 2010

### Requerimientos de estudio comparativo:

\*Primera semana "normalizada" sin publicidad. Es decir, con consumos y programación habitual y sin vacaciones de Navidad y festivos: 11 al 17 enero de 2010.

\*Última semana "normalizada" con publicidad: 23 al 29 de noviembre de 2009.

## CONCLUSIONES

- En la semana del 11 al 17 de enero, La1 se sitúa 2,5 puntos por encima de los resultados obtenidos en la última semana de noviembre.
- La1 aumenta su fidelización a través de un importante incremento de sus minutos de consumo.
- Los mayores ascensos se registran en mujeres y mayores de 45 años.
  - La1, líder de 35 años en adelante.



## COMPARATIVO SEMANAS REPRESENTATIVAS:

### Requerimientos de estudio comparativo:

\*Primera semana "normalizada" sin publicidad. Es decir, con consumos y programación habitual y sin vacaciones de Navidad y festivos: 11 al 17 enero de 2010.

\*Última semana "normalizada" con publicidad: 23 al 29 de noviembre de 2009.

La1 se sitúa actualmente (11 al 17 de enero) 2,5 puntos por encima de la cifra obtenida la última semana de noviembre. La cadena que más ha descendido en estos períodos ha sido Antena 3 (-1.1 puntos).

La1 ha basado su crecimiento en una mayor fidelidad de la audiencia hacia su señal. El espectador nacional consume actualmente 12,3 minutos más de La1 que en la última semana de noviembre. Es, con diferencia, la cadena que más ha incrementado su media de minutos consumidos por persona y día.

Cadenas	%Cuota de pantalla			Cadenas	Media minutos consumidos por espectador y día		
	11/01/10-17/01/10	23/11/09-29/11/09	Dif. (a-b)		11/01/10-17/01/10	23/11/09-29/11/09	Dif. (a-b)
TVE1	18,8	16,3	2,5	TVE1	86,1	73,8	12,3
La2	3,5	3,6	-0,1	La2	27,7	26,6	1,1
T5	15	15,4	-0,4	T5	80,6	78,3	2,3
A3	12,4	13,5	-1,1	A3	64,1	65,2	-1,1
CUATRO	7,1	7,3	-0,2	CUATRO	45,2	44,4	0,8
LA SEXTA	6,5	6,5	0	LA SEXTA	47	45,5	1,5
AUT	13	13,2	-0,2	AUT	76,1	71,6	4,5
TEM.TDT	12,4	12,6	-0,2	TEM.TDT	71,1	72,4	-1,3
TEM.PAGO	7,1	7,4	-0,3	TEM.PAGO	115,8	118,4	-2,6
TV LOCAL	0,4	0,7	-0,3	TV LOCAL	16,8	18,8	-2

Fuente: Barlovento Comunicación sobre datos de TNSofres

Las diferencias cualitativas de La1 entre las dos semanas seleccionadas para el análisis revelan un ascenso de la pública en todos los targets sociodemográficos. Destacan los avances en mujeres (+2,5 puntos), adultos jóvenes (+2,0 puntos), maduros de 45 a 64 años (+2,6 puntos) y mayores de 64 años (+2,9 puntos):



Targets	%Cuota		
	11/01/10-17/01/10	23/11/09-29/11/09	Dif. (a-b)
Ind. 4+	18,8	16,3	2,5
HOMBRES	17,9	15,6	2,3
MUJERES	19,4	16,9	2,5
4 a 12	10	8,1	1,9
13 a 24	12,1	10,7	1,4
25 a 44	15	13	2
45 a 64	20,6	18	2,6
> 64	25,1	22,2	2,9
A/MA	18,3	16,1	2,2
MED	18,1	15,4	2,7
B/MB	19,9	17,4	2,5
< 50 MIL	19,8	17,5	2,3
50 a 500 MIL	17,6	15,4	2,2
> 500 MIL	17,8	14,8	3

Fuente: Barlovento Comunicación sobre datos de TNSofres

La1 consigue liderar en ambos sexos y en individuos > 35 años;

**11/01/10 - 17/01/10**

Targets	TVE1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	AUT	TEM.TDT	TEM.PAGO	TV LOCAL
Ind. 4+	18,8	3,5	15	12,4	7,1	6,5	13	12,4	7,1	0,4
HOMBRES	17,9	4,1	12	11,2	7,5	7,7	13,7	13,1	8,2	0,5
MUJERES	19,4	3	17,5	13,4	6,7	5,5	12,5	11,8	6,1	0,4
4 a 12	10	2,7	9,4	9,9	5,1	3,9	7,1	38,7	8,4	0,2
13 a 24	12,1	2,3	14,9	14,8	11,1	7,8	8,8	15,2	7,8	0,2
25 a 44	15	3,4	15,5	12,1	9,7	8,3	9,4	13,8	8,2	0,4
25 - 34	14	3,5	15,8	12,4	10,9	8,4	8,7	13,7	8,1	0,4
35 - 44	15,7	3,3	15,3	11,9	8,9	8,1	9,9	13,8	8,3	0,4
45 a 64	20,6	3,7	15,4	12,8	6,4	6,4	14,2	8,9	7,6	0,4
45 - 54	19,8	3,6	15	13	7,5	6,7	12	9,2	8,6	0,4
55 - 64	21,5	3,9	15,9	12,4	5,2	6	16,6	8,5	6,4	0,5
> 64	25,1	3,9	15,2	12,2	3,9	4,6	18,8	8,1	4,4	0,5
A/MA	18,3	3,7	13,4	11,6	8,1	6,8	13,2	11,6	8,4	0,4
MED	18,1	3,6	15	12	7,2	7	11,7	13,3	7,8	0,4
B/MB	19,9	3,2	16,1	13,4	6,3	5,6	14,6	11,7	5,3	0,4
< 50 MIL	19,8	3,3	13,9	12,7	6,7	6,1	14,2	13,2	6,2	0,3
50 a 500 MIL	17,6	3,5	17	12,4	7,4	6,8	10,9	12,2	7,9	0,4
> 500 MIL	17,8	4	14,4	11,7	7,4	7	13,7	10,2	8	0,5

Fuente: Barlovento Comunicación sobre datos de TNSofres