



El medio rey



La televisión es el medio con mayor cobertura de nuestro país. ¿Significa eso que lo conocemos bien más allá de la audiencia de “Los Serrano”?

Las cadenas nacionales, públicas y privadas, sólo son la primera piedra del camino. Existe todo un mundo de emisiones que no sólo aportan contenidos distintos sino que su segmentación va mucho más allá.

En 2012 todas las cadenas deberán ser digitales, probablemente la oferta se multiplicará ¿Estamos preparados para ello?

IMAGENIO es un proyecto de servicio integrado de acceso a Internet, televisión digital interactiva y vídeo- audio bajo la misma línea telefónica. Posee uno de los catálogos más extensos de contenido multimedia del mercado a través del ordenador personal o del televisor.

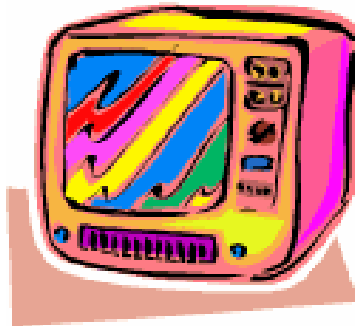
300 hogares en Alicante lo están probando ya...

¿Quién da más?

Estructura

Televisión

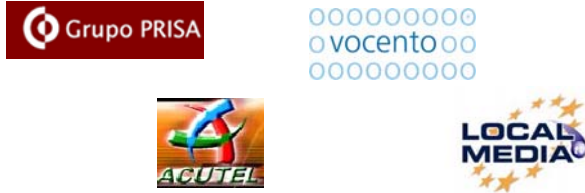
Cadenas nacionales



Cadenas autonómicas



Cadenas locales



Televisión vía satélite

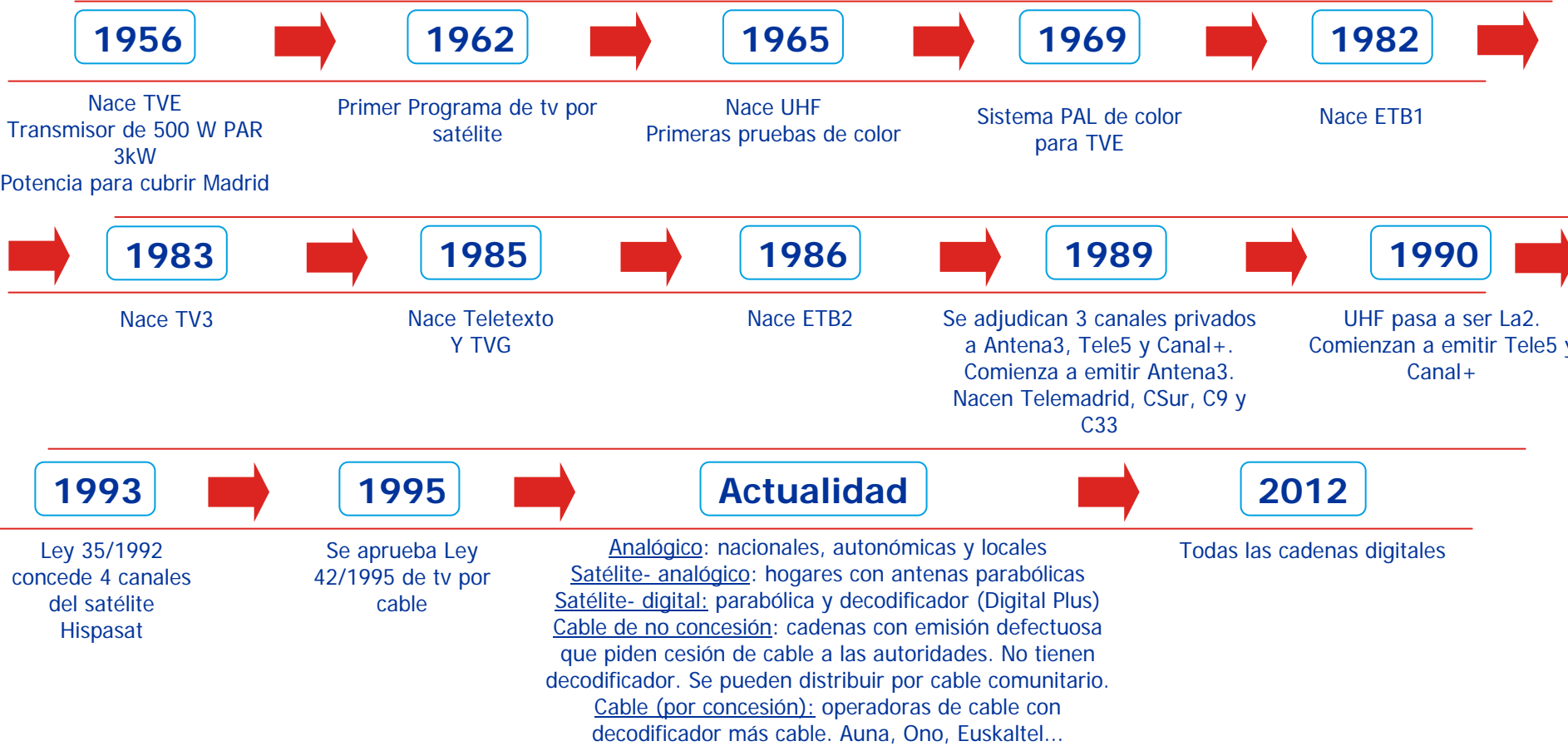


Televisión por cable

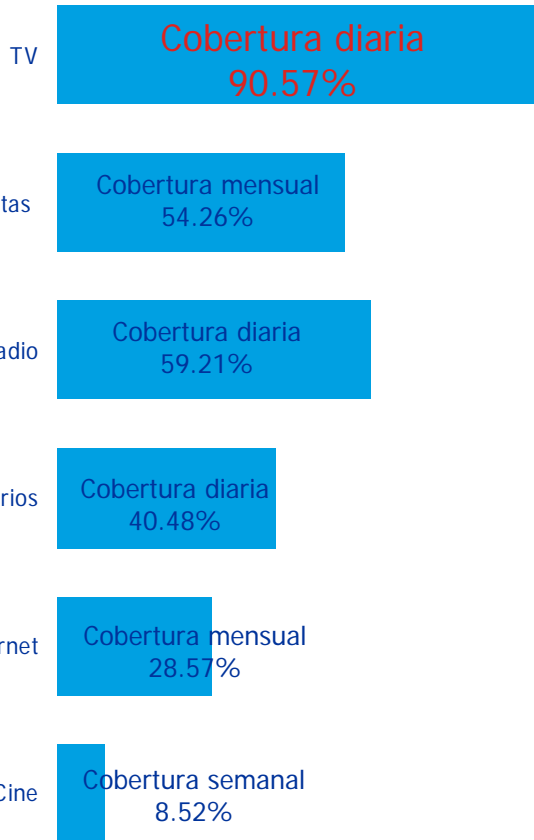


Portada	Estructura	Historia	Consumo	Audiencia	Qué vemos	Qué emiten	C. nacionales	C.Nacionales 2	Auto	Auto 2	Satélite	Local
---------	-------------------	----------	---------	-----------	-----------	------------	---------------	----------------	------	--------	----------	-------

Historia y sistemas de distribución



Consumo TV vs otros medios



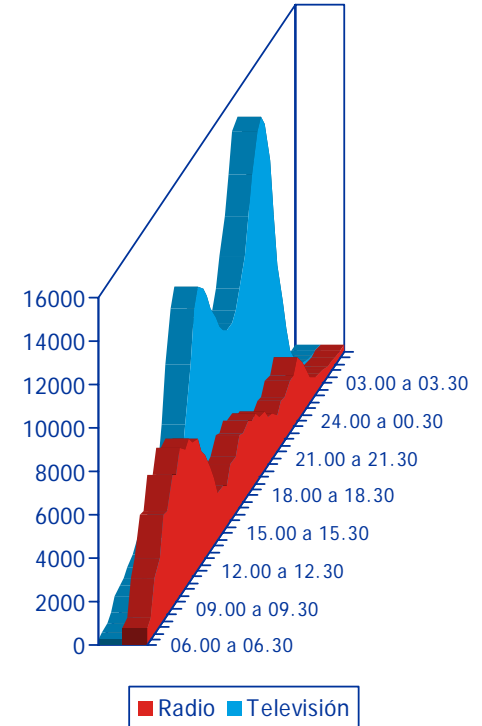
La televisión es el medio convencional más seguido en nuestro país con un 91% de cobertura.

Su audiencia no ha variado prácticamente desde 1997, en este período, no ha estado nunca por debajo del 89.2%.

En 2003 se vieron una media de 214 minutos (tres horas y media) al día. Febrero fue el mes con más minutos medios de visionado llegando a 241.

Andalucía es líder en consumo televisivo con 222 minutos diarios, seguida de la Comunidad Valenciana y Castilla la Mancha con 220 y 219 minutos respectivamente.

La radio complementa a la televisión en horario de ocupación, siendo las mañanas de ella y la tarde-noche de la caja tonta.



Fuente: E.G.M. 1er acum. 2004

La audiencia



- No hay un perfil definido de audiencia de tv. Todos somos audiencia.
- El 98.8% de los españoles poseen televisión en su hogar.
- El 76% tiene dos o más aparatos.
- 13% del total población reconoce ser adicto.
- 26% dice que su pasatiempo favorito es ver televisión.
- Es el medio con el que más se identifica tanto el total población como los jóvenes (entre 18 y 30 años).
- Ambos grupos piensan que es el medio que cumple mejor la función de entretener, distraer y divertir.
- Da una información valiosa para sus gastos importantes.

- El criterio de elección de canal, tanto en jóvenes como en el total población, es el entretenimiento.
- A más de la mitad de la población le gusta la idea de disponer de una gran selección de canales.
- A pesar de ello, un 45% cree que la proliferación de canales está mermando la calidad de contenidos frente a un 34% que les da igual y un 16% que opinan totalmente lo contrario.
- Los canales preferidos son Tele 5 y Antena 3, en este orden.

- Se confiesa ver la televisión una media entre dos y tres horas diarias cualquier día de la semana.
- El domingo es el día que más minutos se ven, en torno a 225.
- Las emisiones preferidas son: cine de intriga, noticiarios, cine de aventuras/ acción y documentales.
- Sin embargo, lo que más se vio en 2003 fueron los deportes, los concursos, la ficción y los toros.
- Inclínados hacia la televisión digital, no hay una opinión generalizada acerca de la televisión interactiva.

Fuente: AIMC Marcas 2003

Qué vemos

Dicen que les gusta

Emissiones preferidas	Miles personas
1 CINE DE INTRIGA / SUSPENSE	10.964
2 LOS NOTICARIOS	10.809
3 CINE, EN GENERAL	9.766
4 CINE DE AVENTURAS	8.548
5 CINE DE ACCIÓN	8.342
6 DOCUMENTALES	8.113
7 LAS PREVISIONES METEOROLÓGICAS	7.992
8 CAMPEONATOS DEL MUNDO DE FÚTBOL	7.959
9 LA CHAMPIONS LEAGUE	7.677
10 FÚTBOL	7.332
11 COMEDIA	7.239
12 CINE DE CIENCIA FICCIÓN	7.028
13 CINE POLICÍACO / DE ESPIONAJE	7.014
14 SERIES ESPAÑOLAS	6.615
15 CINE DE TERROR	6.609
16 LOS REPORTAJES INFORMATIVOS, PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN, ETC	6.574
17 CINE EXTRANJERO	6.077
18 PROGRAMAS DE HUMOR ('CRUZ Y RAYA', 'LOS MORANCOS', ETC)	5.757
19 CINE HISTÓRICO	5.488
20 LAS OLIMPIADAS	5.393

A los españoles, una vez que se ponen ante el televisor, lo que más les gusta es el cine y los noticiarios. Sin embargo, estos no son los géneros que registraron las audiencias más altas en 2003.

Queda bien decir que a todos nos gustan los documentales pero si sólo obtuvieron en 2003 un 13.6% de share... hay algo que falla.

Las especialidades que mayores audiencias registran son deportes y concursos.

Sirva como ejemplo la diferencia de audiencia entre el espacio cinematográfico más visto en 2003 y el deportivo: 14% frente a 21% de audiencia media. "El Sexto Sentido" vs "Manchester U.- R. Madrid", ambas en TVE1.

Realmente ven

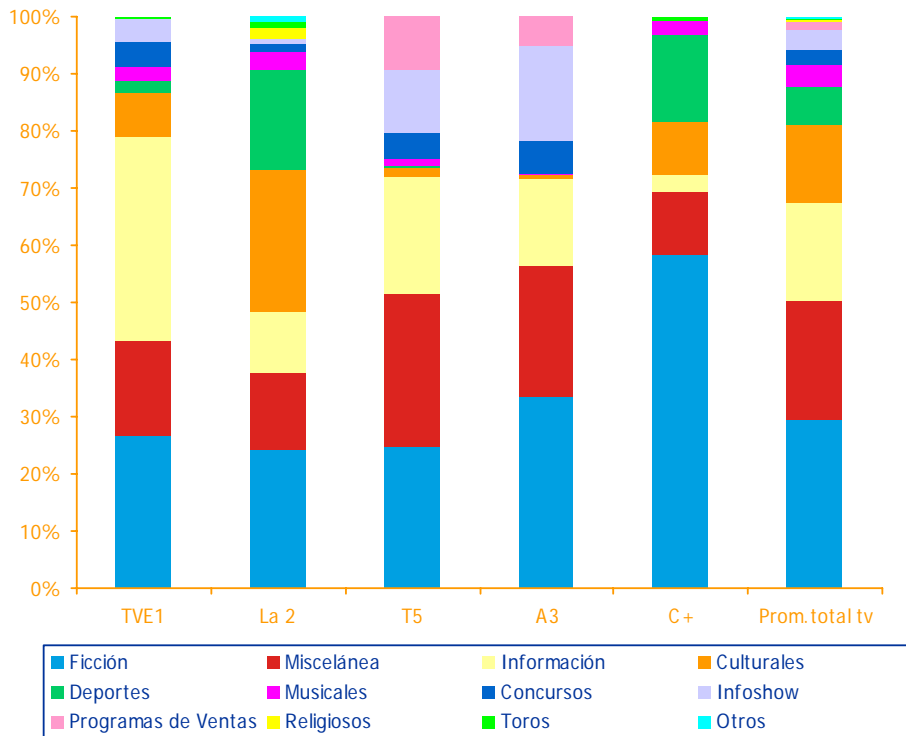
Televisión

Especialidad	AM(000)	Cuota	duración (minutos)	Mmin (%V)	MMin	Mmin (%V)	% Aceptación
1 DEPORTES	2.086	25,3	15.946,8	1,02	880	1,84	5,5%
PREVIOS - POST RETRANSMISIONES	2.508	25,2	273,5	1,71	18	2,07	6,6%
RETRANSMISIONES DIRECTO	2.398	25,3	13.539,0	84,9	860	97,63	6,4%
PROGRAMAS DEPORTIVOS	240	15,9	18,8	0,12	0	0,01	0,0%
RETRANSMISIONES DIFERIDO	46	11,6	2.115,5	13,27	3	0,29	0,1%
2 CONCURSOS	1.926	21,2	73.154,7	4,67	3733	7,79	5,1%
CON ESPECTACULO	2.208	22,7	12.179,5	16,65	713	19,09	5,9%
SIN ESPECTACULO	1.870	20,8	60.975,2	83,35	3020	80,91	5,0%
3 FICCIÓN	1.555	21,9	398.429,6	25,43	16412	34,25	4,1%
TEATRO	2.768	19,3	110,3	0,03	8	0,05	7,3%
TELENOVELAS	1.996	27,5	38.428,1	9,64	2031	12,37	5,3%
SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	1.853	20,9	31.730,2	7,96	1557	9,49	4,9%
DIBUJOS ANIMADOS	1.751	26,1	31.614,6	7,93	1467	8,94	4,6%
LARGOMETRAJES	1.614	20,5	172.560,3	43,31	7377	44,95	4,3%
SERIES DE GRAN FORMATO	1.330	23,8	874,3	0,22	31	0,19	3,5%
TV-MOVIES/TELEFILM	1.314	12	378,0	0,09	13	0,08	3,4%
SERIES SIN CONTINUIDAD ARGUMENTAL	1.307	22,2	95.961,0	24,08	3323	20,25	3,5%
SITCOM	852	18,1	26.772,9	6,72	605	3,69	2,3%
4 TOROS	1.499	24,9	2.059,6	0,13	82	0,17	4,0%
INFORMATIVOS	1.549	24,8	1.559,6	75,72	64	78,29	4,1%
RETRANSMISIONES DIRECTO	1.342	25,2	500,0	24,28	18	21,71	3,6%
5 CULTURALES	1.409	23,3	49.144,2	3,14	1835	3,83	3,7%
DIVULGATIVOS/OTROS	1.429	23,9	46.772,1	95,17	1772	96,57	3,8%
DOCUMENTALES	1.069	13,6	1.918,6	3,9	54	2,96	2,8%
EDUCATIVOS	724	21,6	453,5	0,92	9	0,47	2,0%
6 INFOSHOW	1.339	21,2	156.172,3	9,97	5540	11,56	3,5%
REALITY SHOW	1.642	19,4	20.064,5	12,85	873	15,77	4,4%
DEBATE SHOW	1.331	22,8	42.063,1	26,93	1484	26,78	3,5%
TALK SHOW	1.278	21	94.044,8	60,22	3183	57,45	3,4%
7 MISCLANEA	1.085	21,5	327.446,7	20,9	9407	19,63	2,9%
HUMOR	2.561	23	6.884,0	2,1	467	4,97	6,8%
REVISTAS DEL CORAZÓN	2.272	21,5	21.314,9	6,51	1282	13,63	6,0%
CABALGATAS	1.600	17,1	178,1	0,05	8	0,08	4,5%
VARIEDADES	1.363	19,8	30.305,3	9,26	1094	11,63	3,6%
MAGAZINE	945	21,8	260.331,8	79,5	6519	69,3	2,5%
FIESTAS POPULARES	896	16	33,2	0,01	1	0,01	3,0%
OTROS	879	13,1	905,5	0,28	21	0,22	2,3%
CIENCIAS OCULTAS	76	12,6	7.494,1	2,29	15	0,16	0,2%
8 MUSICALES	1.028	22	15.642,6	1	426	0,89	2,7%
CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIRECTO	3.773	43	734,4	4,69	73	17,2	9,9%
PROGRAMAS MUSICALES	918	20,4	14.188,1	90,7	345	81,08	2,4%
CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIFERIDO	385	10,6	720,1	4,6	7	1,72	1,0%
9 INFORMACIÓN	792	17,3	423.215,2	27,01	8876	18,52	2,1%
INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	1.637	15,5	467,7	0,11	20	0,23	4,3%
REPORTAJES ACTUALIDAD	1.604	18,1	11.089,6	2,62	471	5,31	4,2%
INFORMATIVOS EVENTOS ESPECIALES	1.602	21,5	6.919,0	1,63	293	3,31	4,2%
INFORMACION GENERAL DIARIA	802	17,3	368.579,4	87,09	7831	88,23	2,1%
OPINION	275	17,6	31.655,6	7,48	230	2,59	0,7%
ELECTORALES	251	4	4.503,9	1,06	30	0,34	0,7%

Fuente: AIMC Marcas 2003: SOFRES A.M. 2003: Ind.4+

Qué emiten

% Minutos diarios de emisión por género (2003)

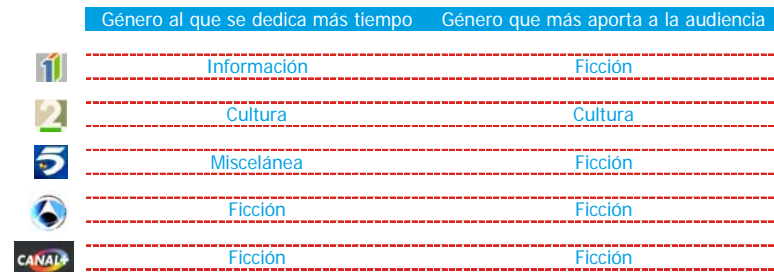


Otro razonamiento es que el público elige dentro del abanico de posibilidades que le ofrecen. Sin embargo, "Deportes" no es el género al que las televisiones de ámbito nacional dedican más tiempo en su parrilla.

A la especialidad que más minutos se le dedica es a ficción. Le siguen en este orden: miscelánea, información, cultura y deportes.

Canal Plus es líder, dentro de las cadenas nacionales, en los minutos diarios emitidos de ficción con un 58%. Tele 5 con el género miscelánea llegando al 27%; TVE1 en información con un 36%; La 2 en cultura con un 25% y en deportes con un 18%.

El siguiente aspecto a considerar es la aportación de cada uno de ellos a la audiencia de cada cadena. No siempre el tipo de espacio al que dedican más minutos es el que más hace crecer la audiencia.



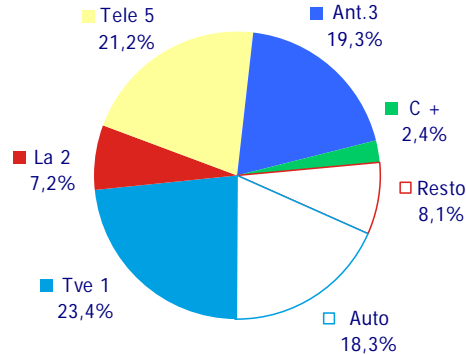
Fuente: SOFRES A.M. 2003

Tv nacionales

TVE1 fue líder en cuota durante 2003 seguida bastante de cerca por Tele 5.

En los primeros cinco meses del 2003 y del 2004 se repiten estas posiciones. TVE1 sigue como la primera cadena a pesar de que este año va perdiendo cuota frente a Tele5. En 2003, TVE1 sacaba a Tele5 dos puntos de share mientras que ahora se reduce a 0,6.

Cuota de cadenas 2003



Televisión

TVE1 dedica un 62% de su tiempo a informativos y ficción.

La 2 se distingue por sus contenidos culturales, ficción y deportes.

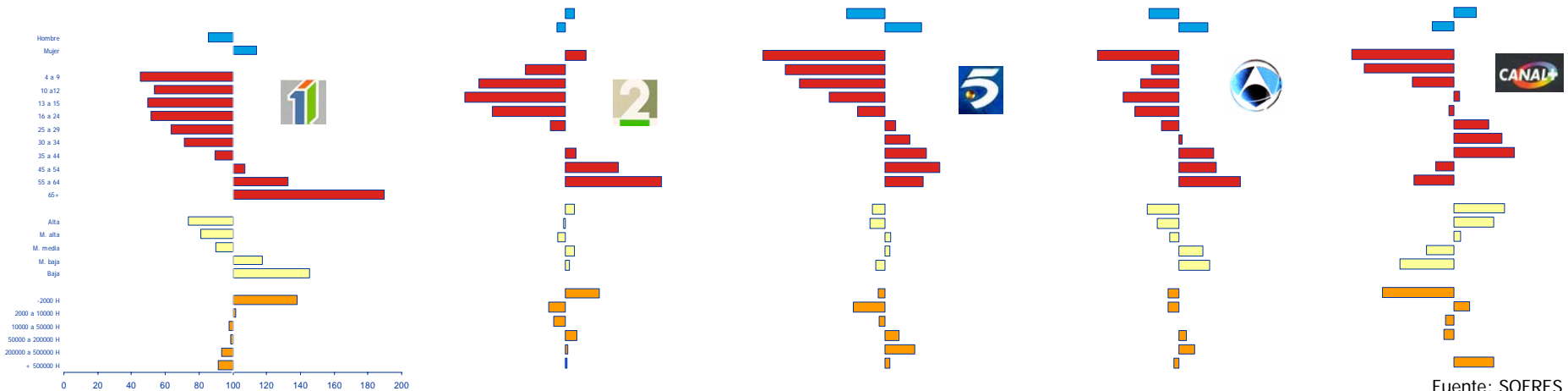
Tele 5 utiliza mucho el género miscelánea y ficción.

Para Antena 3 primero está la ficción y luego miscelánea.

Canal Plus basa su programación en ficción y deportes.

El perfil del espectador de cada cadena varía, mientras que TVE1, Tele 5 y Antena 3 son preferentemente femeninas; La 2 y Canal Plus se distinguen por lo contrario. Las mayores afinidades se dan en edades altas, siendo Tele 5 y Canal Plus quienes bajan la media. No hay grandes distinciones por clase social salvo Canal Plus que tiene mayor penetración en clases altas y TVE1 y Antena 3 a la inversa. La de pago es eminentemente urbana.

Perfil cadenas nacionales



Fuente: SOFRES AM

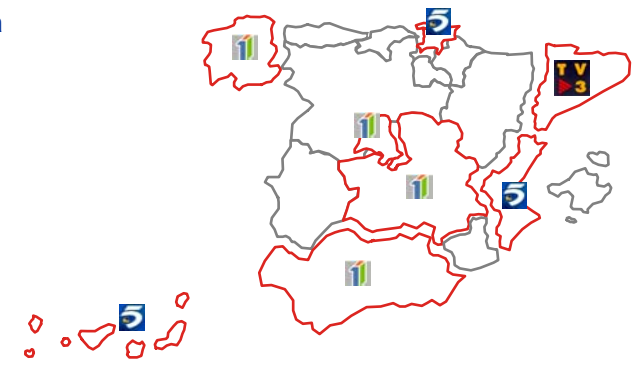
Tv nacionales 2

Televisión

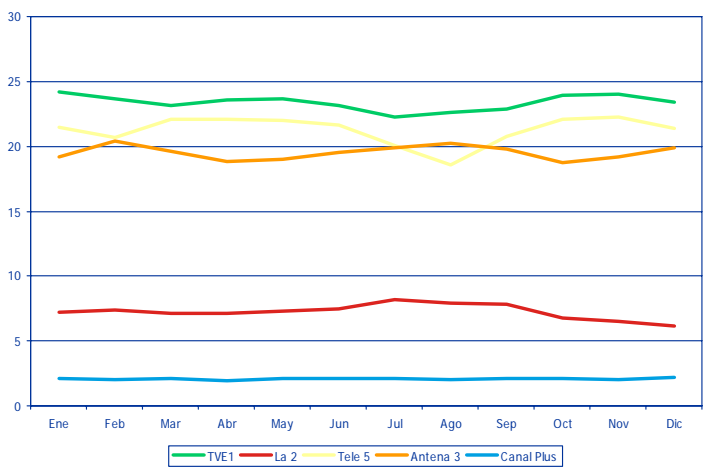
TVE1 fue líder en 2003 en Galicia, Madrid, Castilla la Mancha y Andalucía. Tele 5 en País Vasco, Canarias y Comunidad Valenciana. Catalunya, orgullosa de su autonómica, es la única que la sitúa como cadena líder en cuota.

La región en la que mayor share alcanzó TVE1 en 2003 fue Castilla la Mancha llegando al 30%. La 2 lo obtuvo en Madrid con un 8.2% al igual que Canal Plus donde llegó a un 2.7%. Tele 5 en Euskadi alcanzando el 24.2%. Y, Antena 3, en Canarias con un 22%.

Cuotas más altas por regiones 2003



Estacionalidad share 2003



Las líneas de estacionalidad de cada cadena son prácticamente uniformes a lo largo de todo el año.

TVE1 y Tele 5 pierden audiencia en verano mientras que La2 y Antena 3 parecen emisoras propicias para la época estival.

El espacio más visto en 2003 fue el Festival de Eurovisión con una audiencia media de 22.3%. Fue emitido por TVE1.

El líder de La2 fue el encuentro de fútbol Deportivo Coruña-Mónaco perteneciente a la Liga de Campeones con un 8.1% de audiencia media.

Las series arrasaron en las privadas: en Antena 3, "Aquí no hay quien viva" con un 14% y en Tele 5, "Los Serrano" con un 13.4%.

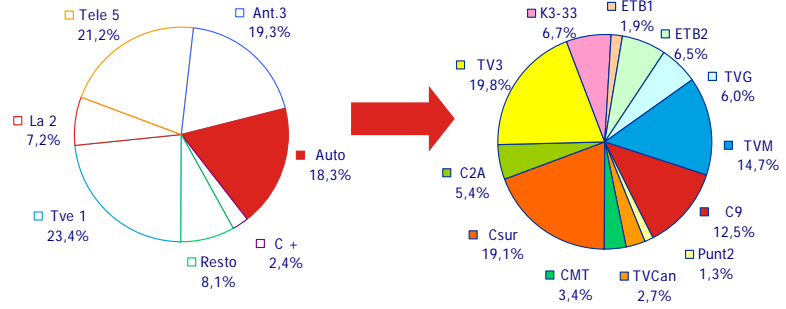
En Canal Plus fue otro partido de fútbol, concretamente, el derby Real Madrid- Atleti de Madrid con una audiencia media de 2.2%.

Fuente: SOFRES AM

Tv autonómicas



Cuota de cadenas 2003



Televisión

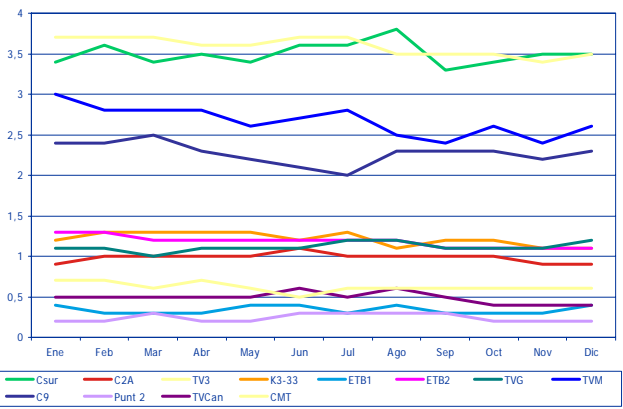
Las autonómicas con mayor share en 2003 fueron TV3 y Canal Sur televisión.

El balance entre los cinco primeros meses de 2004 y los del 2003 es positivo en la mayoría de ellas.

Sólo las cadenas vascas, la madrileña, la canaria y la manchega han bajado su share. La mayor caída es la de Telemadrid con -1,1 puntos. Los incrementos más importantes en estos primeros meses del año se registran en Andalucía. Canal Sur sube 1,5 puntos. TVG y Punt 2 no presentan variaciones.

C2A, ETB2 y CMT poseen una estacionalidad bastante uniforme a lo largo del año.

Estacionalidad share 2003



Sin embargo, existen otras claramente beneficiadas por el verano: CSur, ETB1, TVG, C9, Punt2 y TVCan. E, igualmente, se dan aquellas que son más invernales: TV3 o K3-33.

El caso de Telemadrid es particular ya que fue perdiendo cuota progresivamente según avanzaba el año 2003. Enero, abril, junio y julio fueron sus meses fuertes.

Casi todas dan preferencia en su programación al género de ficción. Salvo ETB1, K3-33 y Canal 2 que lo otorgan a espacios culturales. Otras excepciones son TVG con los informativos y Punt 2 con "miscelánea".

El espacio más visto en Canal Sur, TVG, CMT, TVCan y TV3 durante el 2003 fue el encuentro Barcelona-Real Madrid del seis de diciembre. También fue líder el fútbol en ETB1, C9 y Telemadrid pero con distintos partidos, el primero, con R. Sociedad- AT. Madrid, el segundo, con Valencia- R. Madrid, y, el tercero, At. Madrid- Real Madrid. Otros deportes alcanzaron la primera posición: en K3-33, la fórmula 1 y en Punt2, el baloncesto. La ficción sólo tuvo éxito en C2Andalucía con Shin Chan y en ETB2 con la película "El Patriota".

Fuente: SOFRES AM

Tv autonómicas 2

Televisión

Cuatro de las regiones en las que se sintonizan canales autonómicos poseen dos emisoras. En estos casos, se suelen complementar a la hora de captar a la audiencia.

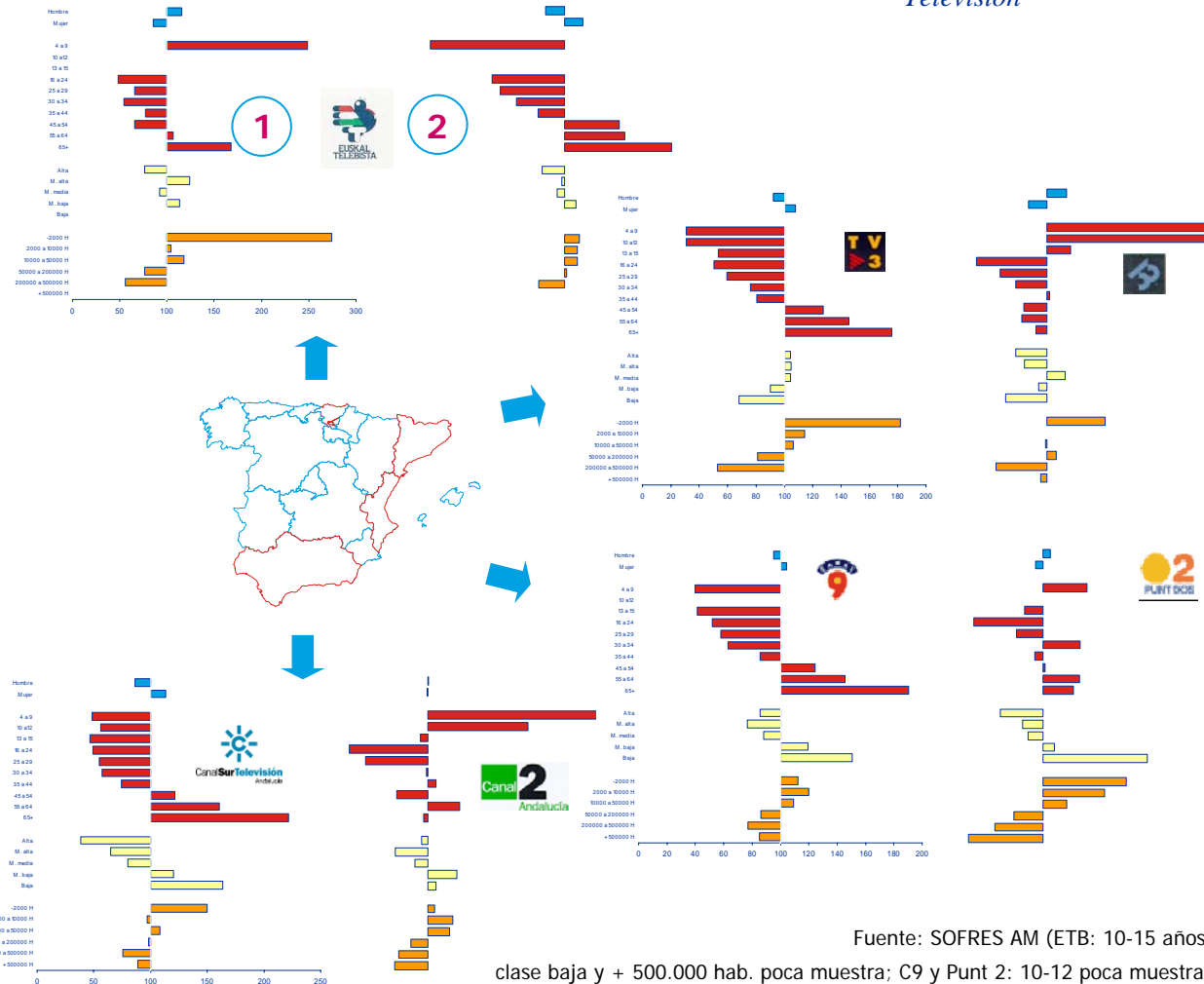
Andalucía cuenta con Canal Sur y C2. El primero se dirige a mujeres maduras de clases bajas y núcleos pequeños. El segundo, se abre sobre todo a los más jóvenes (de cuatro a doce años), eleva levemente la clase social yendo a núcleos de población mayores.

En la Comunidad Valenciana, mientras que Canal 9 tiene un perfil parecido al de Canal Sur, Punt 2 es preferiblemente masculina, teniendo una alta penetración en niños y en los adultos entre 30 y 34 años. Ambos se dirigen a las mismas clases sociales y hábitats.

Las cadenas catalanas se distinguen por dirigirse a clases sociales más altas que el resto. Lo mismo ocurre en ETB1.

En el País Vasco sucede lo contrario al resto de regiones, es su primer canal el que se dirige a los más pequeños y el segundo a los mayores.

TVG y Telemadrid se centran en un público mayor de clases bajas. CMT y TVCAN tienen un perfil de edades heterogéneo: desde niños hasta mayores de 55 años.



Fuente: SOFRES AM (ETB: 10-15 años, clase baja y + 500.000 hab. poca muestra; C9 y Punt 2: 10-12 poca muestra)

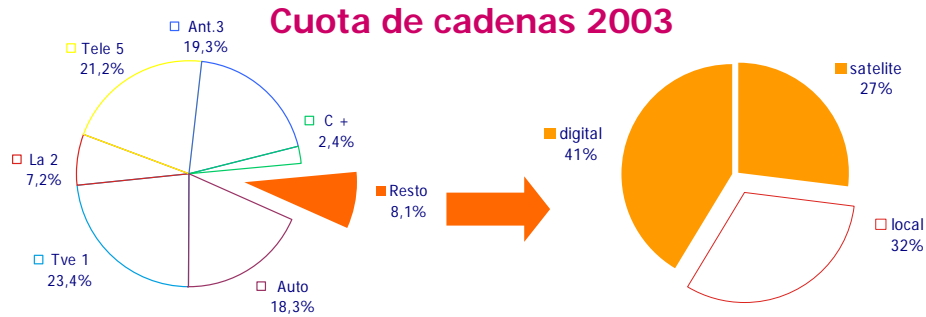
Tv vía satélite

La televisión vía satélite se caracteriza por su total cobertura gracias al uso de antenas parabólicas. Se divide en analógica y digital (aquella que necesita además un decodificador). La primera, son emisiones abiertas de canales europeos y, Digital Plus, representa la segunda opción.

El perfil de las plataformas digitales en nuestro país es eminentemente masculino de mediana edad y clase media. Las penetraciones más altas se dan en los peques de la casa (hasta 9 años) y en la clase alta.

Los abonados pasan menos de una hora en la mayoría de los canales, siendo más fieles a Canal Plus, Digital Plus y televisiones por cable en los que llegan a invertir una media de dos horas y media. Además, consideran la plataforma la mejor opción del fin de semana.

Desde enero hasta mayo de 2004 los canales temáticos tuvieron una audiencia media entre los abonados de 182.000 personas lo que supone un 23% más que en el mismo período del año anterior. La audiencia acumulada creció en un 5% y la fidelidad un 17%.



Ranking canales temáticos Mayo 2003

Individuos 4 y más años Universo 40803000				Abonados a plataformas digitales Universo 3948000						
RK	Cadenas	MAA(000)	MAA%	Cuota	RK	Cadenas	MAA(000)	MAA%	Cuota	
TOTAL TEMATICAS				5.023	12,3	100	TOTAL TEMATICAS			
1	EUROSPORT	771	1,9	3	1	C+ 2	527	13,4	3,3	
2	CALLE 13	720	1,8	4,9	2	DFD	492	12,5	7,6	
3	CANAL HOLLYWOOD	710	1,7	3,4	3	C+ DEPORTE 1	465	11,8	1,8	
4	NICK-PARAMOUNT	642	1,6	3,6	4	C+ CINE 1	459	11,7	3,2	
5	AXN	633	1,6	3,5	5	AXN	403	10,2	4,4	
6	FOX	613	1,5	2,8	6	C+ 30	402	10,2	2,6	
7	DFD	596	1,5	4,9	7	CALLE 13	387	9,8	5,2	
8	CARTOON NETWORK	540	1,3	5	8	FOX	366	9,3	3,6	
9	C+ 2	533	1,3	1,8	9	C+ CINE 3	361	9,2	1,6	
10	C+ DEPORTE 1	483	1,2	1	10	C+ CINE 2	359	9,1	1,9	
11	TCM	469	1,1	1,4	11	NICK-PARAMOUNT	349	8,9	3,6	
12	C+ CINE 1	466	1,1	1,8	12	C+ DEPORTE 3	346	8,8	8,6	
13	ODISEA	465	1,1	1,8	13	CINEMANIA AZUL	313	8	1,2	
14	C+ 30	410	1	1,4	14	CINEMANIA	289	7,3	1,1	
15	CINEMANIA AZUL	368	0,9	0,7	15	CINEMANIA ROJO	269	6,8	1	
16	C+ CINE 3	367	0,9	0,9	16	EUROSPORT	232	5,9	1,6	
17	C+ CINE 2	364	0,9	1	17	DCINE ESPAÑOL	214	5,4	1,1	
18	C+ DEPORTE 3	347	0,9	4,7	18	REAL MADRID TV	213	5,4	0,8	
19	C.HISTORIA	333	0,8	1,3	19	GOSMOPOLITAN	203	5,2	1,2	
20	GOSMOPOLITAN	333	0,8	1	20	TCM	202	5,1	1,2	
21	CINEMANIA	331	0,8	0,6	21	CARTOON NETWORK	195	5	3,3	
22	MTV ESP	330	0,8	0,6	22	DCINE STUDIO	183	4,6	0,9	
23	CINEMANIA ROJO	319	0,8	0,6	23	SPORTMANIA	172	4,4	0,5	
24	SPORTMANIA	317	0,8	0,5	24	C+ DEPORTE 2	172	4,4	1,3	
25	SOL MUSICA	306	0,7	0,8	25	VIAJAR	171	4,3	1,5	

Fuente: SOFRES AM/ EGM 1er acum. 2004/ AIMC Marcas 03

Televisión

Según el Primer Acumulado del Estudio General de Medios de 2004, en el último mes los canales temáticos fueron vistos por un 18% de la población.

Existen alrededor de cuatro millones de abonados a plataformas digitales.

Digital Plus posee más de 150 canales y servicios en los que ofrece: cine, entretenimiento, programación infantil, música, deportes, documentales, informativos, autonómicas y taquilla. Es decir, alrededor de 75 canales de televisión, 20 interactivos y 50 de audio y radio.

Actualmente, se ofrecen ocho paquetes de programación digital, el básico desde 22 euros hasta el más completo por casi 50 euros.

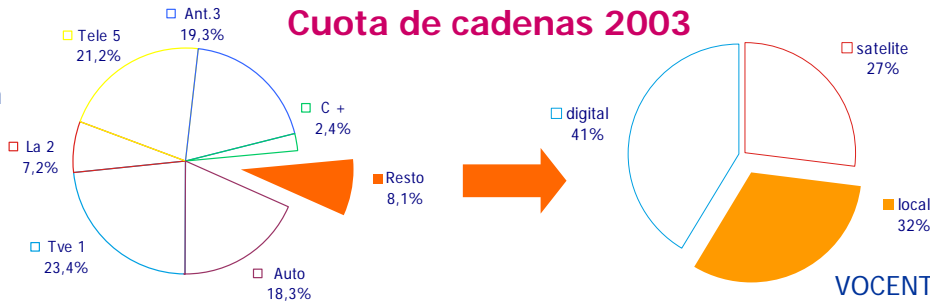
Según AIMC Marcas los hogares contratan un 67% más los paquetes de mayor oferta.

El fútbol, el cine y los toros es lo que más buscan los abonados.

Tv locales

España cuenta actualmente con más de mil emisoras de televisión local, todas ellas operando sin licencia para emitir.

Andalucía es la que más televisiones locales concentra. Y Cádiz es la provincia que se lleva la palma con 23 emisoras.



Televisión



Localia es la marca bajo la que se agrupan las televisiones locales del grupo PRISA. Suman 79 emisoras: desde Localia TV Burgos a Localia Tv Costa del Sol.



VOCENTO y UNE (Red de televisión Urbana) poseen parrillas de programación conjunta. La primera posee un 60% de cobertura nacional con 31 cadenas en propiedad. Y, la segunda, agrupa otras 63 emisoras con 80% de cobertura nacional. otras cadenas cuenta con Onda 6 o Tele Donosti



Da servicio a cadenas que no están en los grandes grupos, concretamente a 85 emisoras, entre ellas: Onda Coruña, TeleVitoria, Canal 40 Torre Vieja, Indalo TV, Ceuta TV, etc.

Desde hace nueve años existe ACUTEL, Asociación de televisiones locales de Andalucía. Cuenta con 120 cadenas asociadas y un 90% de cobertura en Andalucía.



Fuente: SOFRES AM (sobre tv locales)/ EGM 1er acum. 2004

Ranking cadenas (E.G.M.)

	2004		
	Audiencia	%	% inc 03-04
Total Tv locales	18.878	51,85	27,0
1 Canal 7 (Madrid)	1.846	5,07	20,7
2 City TV (Barcelona)	1.428	3,92	109,8
3 Barcelona Televisió (Barcelona)	993	2,73	54,7
4 Flaix TV (Barcelona)	568	1,56	
5 Localia TV Sevilla (Sevilla)	555	1,52	9,3
6 Localia TV Madrid (Madrid)	536	1,47	58,3
7 Canal 47 Sevilla (Sevilla)	494	1,36	-22,2
8 Giralda Televisión (Sevilla)	483	1,33	-12,2
9 TeleBilbao (Vizcaya)	463	1,27	32,3
10 Antena Aragon (Zaragoza)	448	1,23	

Ranking cadenas (SOFRES)

Cadenas	MAA(000)			MAA%			Cuota		
	Ene- May 03	Ene- May 04	% inc.	Ene- May 03	Ene- May 04	% inc.	Ene- May 03	Ene- May 04	% inc.
CITY TV	656	899	37,0	1,7	2,2	29,4	7,2	9,3	29,2
C7M	725	808	11,4	1,8	2	11,1	7,5	5,7	-24,0
RED LOCALIA		428			1			2,1	
LAS ARENAS	231	287	24,2	0,6	0,7	16,7	2,1	2,7	28,6
TEIDEVISION	168	165	-1,8	0,4	0,4	0,0	1,3	1,1	-15,4

Región	Red cadenas locales líder
Andalucía	Localia TV
Aragón	Cadena Local tv
Asturias	Localia TV
Baleares	Cadena Local tv
Cantabria	Vocento
Castilla/León	TV Castilla y León, Vocento y Une
Castilla/Mancha	Localia TV
C.Catalana	Flaix TV
Extremadura	Localia TV
Galicia	Localia TV
Madrid	Localia TV
Murcia	Une
Navarra	Localia TV
C.Valenciana	Une
País Vasco	Localia TV
La Rioja	Popular tv
Canarias	Cadena Local tv

Red de cadenas locales Región en la que más se sintoniza

Flaix TV	Catalunya
Cadena Local TV	Andalucía
Grupo Canal 47 TV	Andalucía
Canal 4 Castilla y León	Castilla y León
TV Castilla León	Castilla y León
Vocento	Andalucía
Une	Andalucía
Popular TV	Andalucía
Localia TV	Andalucía



Lo conforman 18 televisiones: Canal 29 Valladolid, TV Burgos, TV Salamanca y TV Segovia, entre otras. Realiza más de diez horas diarias de producción propia (sobre todo informativa). Cuatro de ellas de programación local, y seis, regional.