

RESPUESTA ESCRITA A LA PREGUNTA FORMULADA POR LAS DIPUTADAS DEL GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR D^a MACARENA MONTESINOS DE MIGUEL, D^a TRISTANA MORALEJA GÓMEZ, D^a CARMEN RIOLOBOS REGADERA Y LOS DIPUTADOS D. EDUARDO CARAZO HERMOSO, D. TOMÁS CABEZÓN CASAS Y D. ANDRÉS LORITE LORITE

179/001011

18627

Se ha producido un aumento del consumo de televisión durante la primera semana del estado de alarma (por encima del 40%) a causa del coronavirus ¿Qué repercusión ha tenido este incremento en la audiencia de TVE1, La 2, Clan, Canal 24 Horas y Teledeporte por franjas horarias?

La situación de confinamiento ante la declaración del estado de alarma, ha elevado los consumos de televisión un +43% si comparamos los días previos al 11 de marzo (sin colegios ya en varias CC.AA.), con la primera semana tras el estado de alarma.

Lógicamente muchos españoles confinados en sus hogares acaban teniendo a la TV como una de las principales opciones de información y entretenimiento.

El crecimiento del consumo televisivo en esa primera semana de estado de alarma se ha traducido en un mayor apoyo de los espectadores a la oferta de RTVE. RTVE es el grupo audiovisual con mayor crecimiento, con un aumento del 56.6% en número de espectadores y una subida de +1.4 puntos de cuota. Para contextualizar lo relevante de estos datos, Mediaset en el mismo análisis crece un 27.6% en número de espectadores, pero ello no le es suficiente para perder -3.3 puntos de cuota en el periodo analizado. En el caso de Atresmedia sus resultados son neutros, ya que en espectadores aumenta lo que el consumo (+45.3%) y por tanto en cuota que mantienen estables (+0.3 puntos).

La intensidad informativa de esa primera semana de confinamiento otorga a las ofertas más comprometidas con la información los mayores incrementos y apoyos del público. El interés por la información hizo que la audiencia apostara por la cadena pública.

La1 logró aumentar sus espectadores en un +58.0%, lo que se traduce en un aumento de casi 1 punto de cuota (+0.9).

En esa primera semana de estado de alarma, los Telediarios (1ª+2ª edición) son los informativos que más crecen, logrando una cuota del 16.2% y un crecimiento en aceptación de +2.5 puntos, el mayor de cualquier oferta. En espectadores, nuestros informativos se sitúan como los más vistos con 3.144.000 espectadores, con un crecimiento en volumen de un +61% respecto al periodo anterior.

Por franjas, los crecimientos de La1 son homogéneos con subidas de más de un punto en todas ellas, con excepción de la tarde que se sitúa 'estable'. La franja con mayor incremento es el *prime time* con una subida de +1.6 puntos.

El Canal 24h, logra el espectacular incremento en espectadores de un +193% lo que supone duplicar la aceptación del Canal, pasando a obtener un 2% de cuota de mercado. Además, el 24h logra en el mes de marzo, el 2º mejor dato mensual histórico en cuota (1,7%) y el mayor crecimiento de todas las cadenas temáticas (+0,8 puntos). El Cana 24h, crece en todas las franjas y en casi todas ellas más que duplica sus habituales registros. Destacar la banda matinal, con un aumento de +2.6 puntos y la sobremesa con un aumento de +1 punto.

El resto de ofertas de RTVE, **La2** (+31.5%), **Clan** (+16.5%) y **Teledeporte** (+45.8%) mantienen o ceden alguna décima en sus aceptaciones al no ser opciones informativas en una circunstancia tan excepcional.

Por franjas estos canales tienen un seguimiento estable, En la sobremesa La2 o Clan, tienen algunas pérdidas derivado del interés informativo en la franja.

En Madrid, a 23 de abril de 2020

LA ADMINISTRADORA PROVISIONAL ÚNICA DE LA CORPORACIÓN RTVE



ADMINISTRADORA
PROVISIONAL ÚNICA

Rosa María Mateo Isasi