

**MEMORIA
ANUAL
2014**

***Patricio Gutiérrez del Álamo Llodra.
Defensor de la Audiencia de la RTVA.
Málaga. Febrero. 2015.***

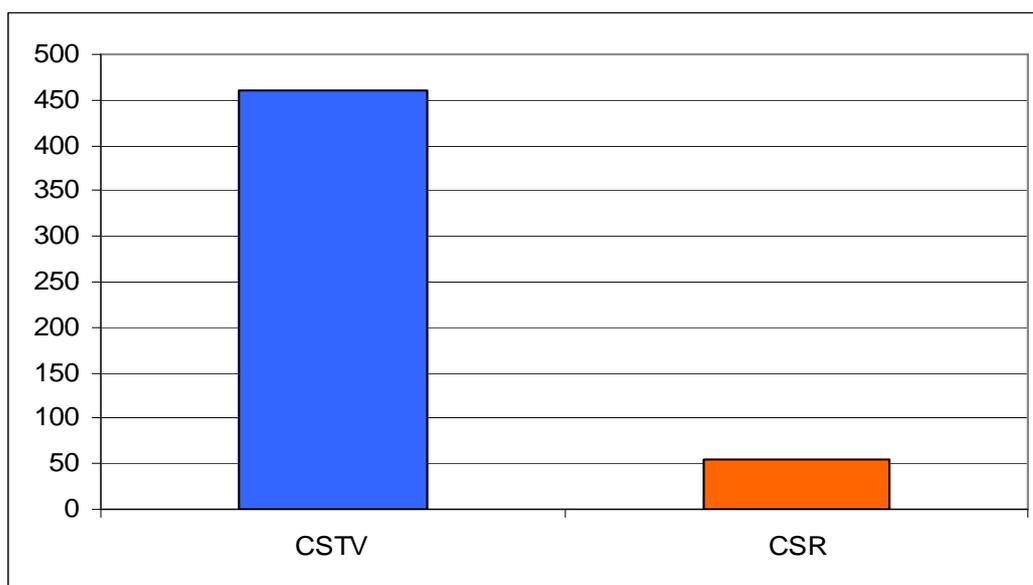
1. INTRODUCCIÓN.

En 2014 hubo un descenso significativo de los mensajes recibidos y tratados por el defensor con respecto a 2013. Se pasó de los 668 del año anterior a los 515 de 2014, lo que supone una bajada. Estos datos suponen un descenso del 23% entre ambos años.

No hay un motivo específico para que se produzca este descenso, si bien es cierto que en 2013 hubo una queja masiva (y en cierto modo coordinada) por el cambio de los intérpretes de lengua de signos en el segundo canal de televisión.

2. DATOS GENERALES 2014

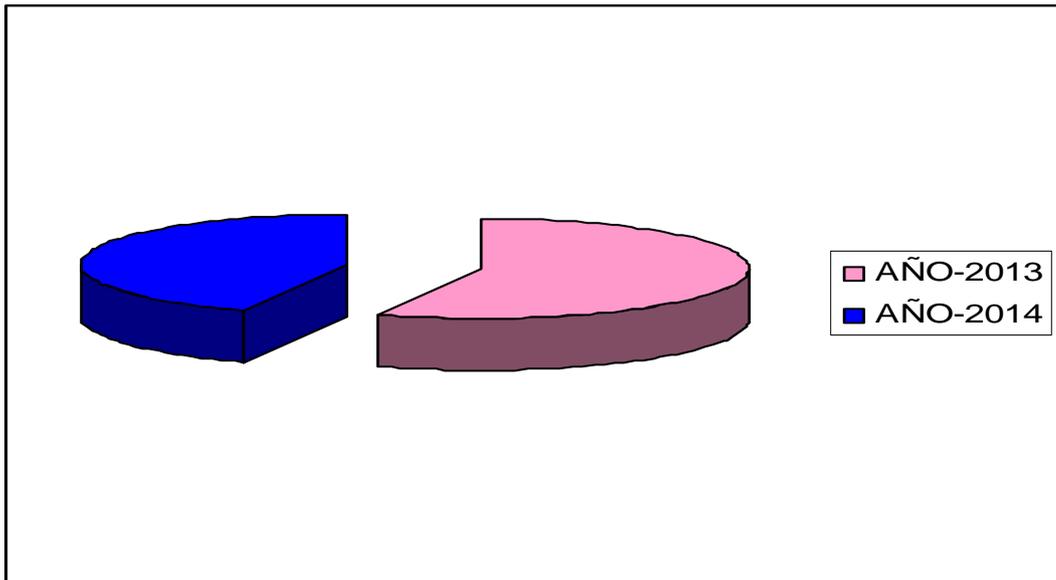
De los 515 mensajes recibidos 461 (89,51% del total) fueron para CSTV y 54 (10,48% del total) para CSR. Es lo que puede verse en los siguientes gráficos.



CSTV	461
CSR	54

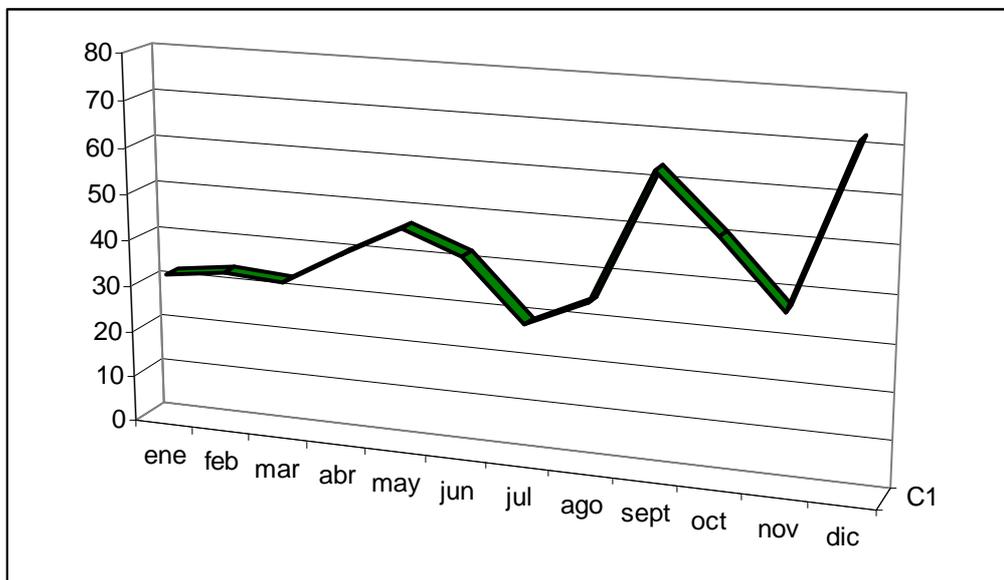
La tabla y gráfico que se muestran a continuación representan las diferencias entre 2013 y 2014.

AÑO 2013	668
AÑO 2014	515



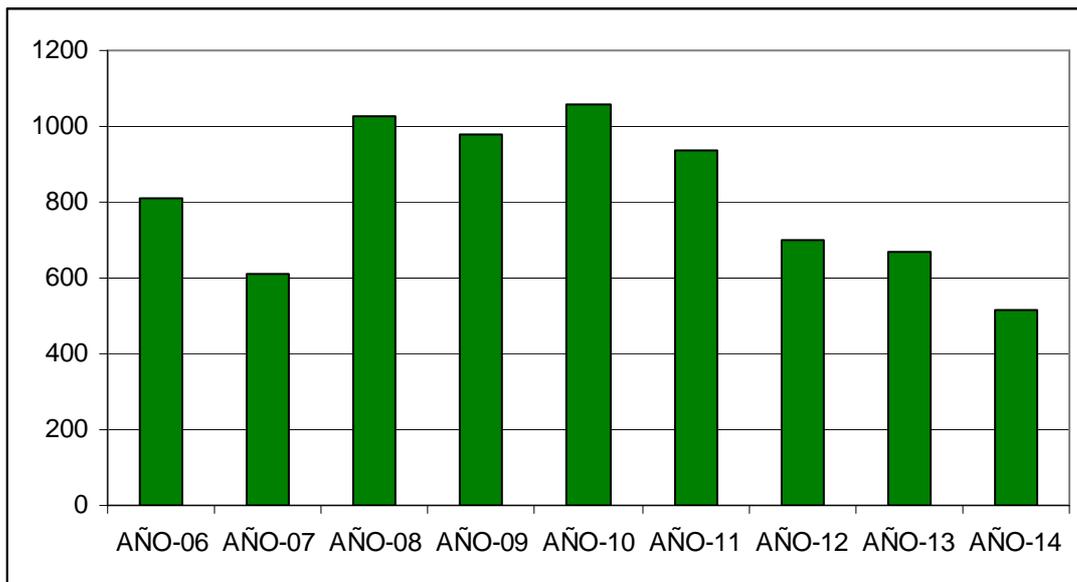
Y lo que se muestra a continuación es la evolución mensual del total de los mensajes recibidos durante 2014.

ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sept	oct	nov	dic
32	34	33	40	47	42	29	35	63	51	37	72



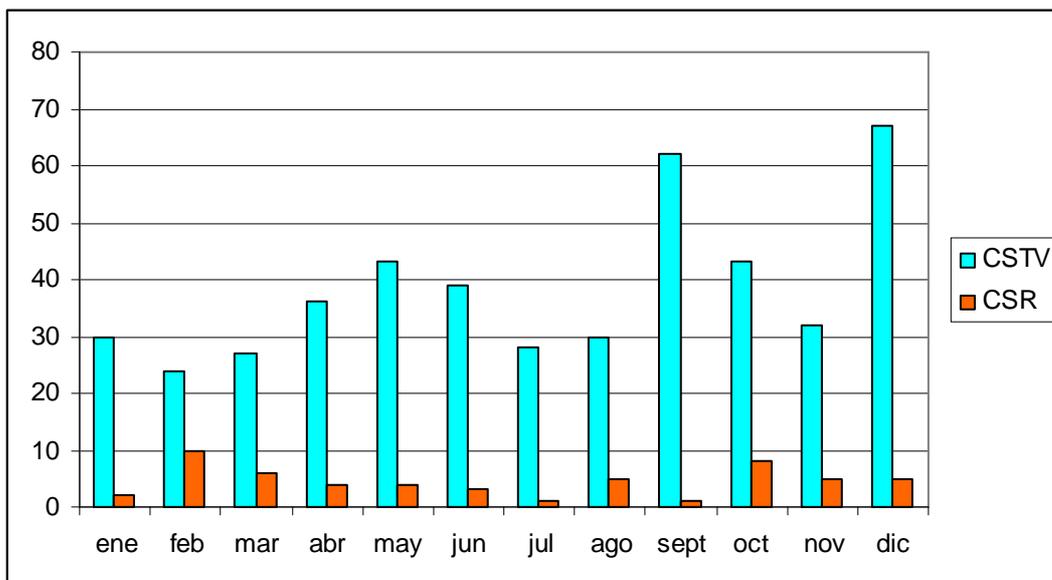
Los gráficos de evolución interanual contemplan datos totales desde 2006.

AÑO-06	809
AÑO-07	609
AÑO-08	1025
AÑO-09	977
AÑO-10	1056
AÑO-11	936
AÑO-12	698
AÑO-13	668
AÑO-14	515

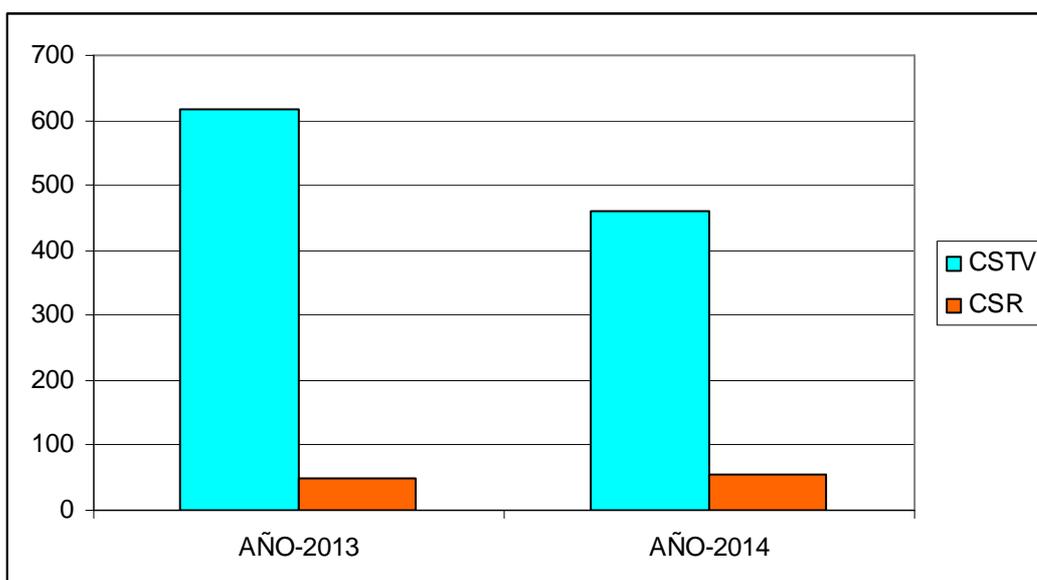


Lo que se muestra a continuación son tablas y gráficos con repartos comparativos de los datos de los dos medios de la RTVA primero por meses (2014) y después comparativas totales 2013 – 2014.

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sept	oct	nov	dic
CSTV	30	24	27	36	43	39	28	30	62	43	32	67
CSR	2	10	6	4	4	3	1	5	1	8	5	5



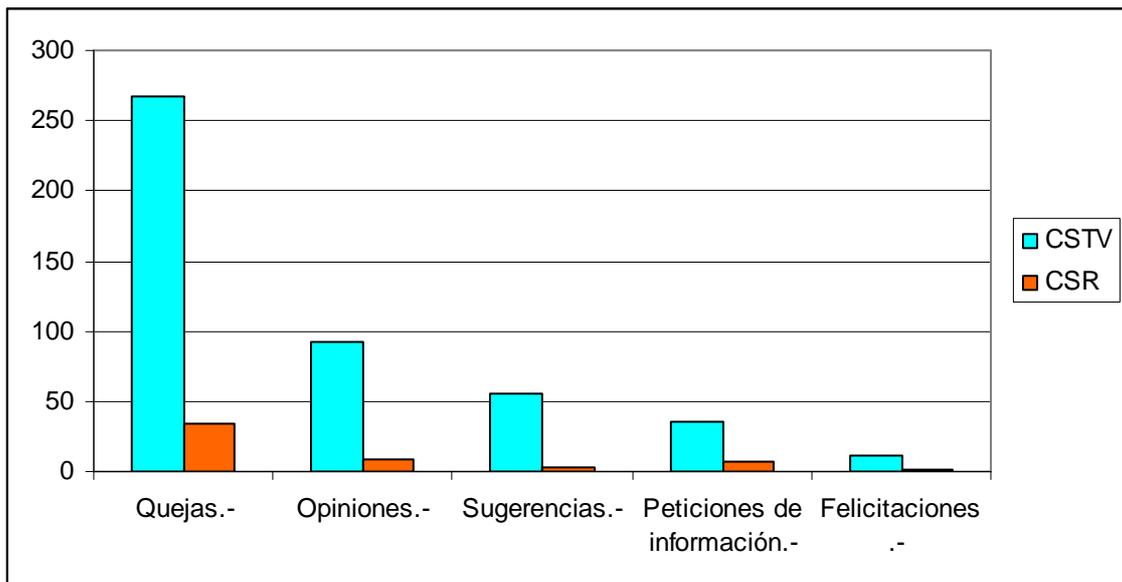
	AÑO-2013	AÑO-2014
CSTV	618	461
CSR	50	54



Los datos globales de los medios de la RTVA, organizados en tablas y gráficos con la misma metodología con que mensualmente se presentan en informes al Consejo de Administración de la RTVA arrojan las siguientes cifras 301 quejas que suponen el 59,44% de los mensajes recibidos en 2014, 101 opiniones (19,61%), 58 sugerencias (11,26%), 42 peticiones de información (8,15%) y 13

felicitaciones (2,52%). La tabla y grafico que siguen muestran estas datos desglosados por medio.

	CSTV	CSR
Quejas.-	267	34
Opiniones.-	92	9
Sugerencias.-	55	3
P. Información.-	35	7
Felicitaciones.-	12	1



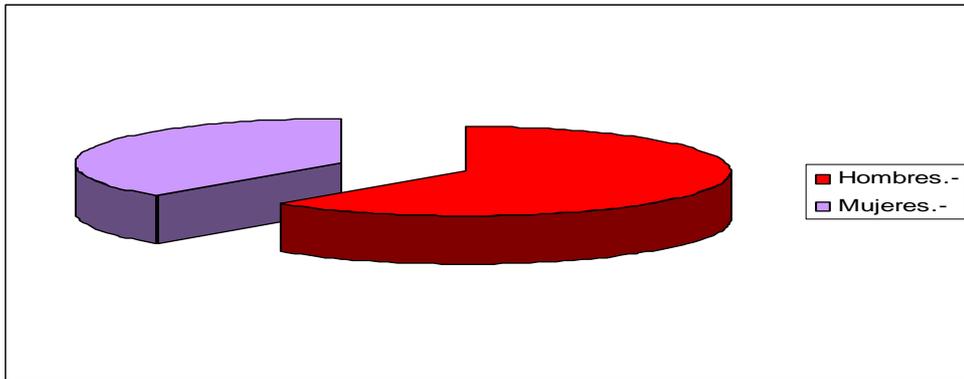
La metodología de esta memoria es la misma de otras presentadas ante el Consejo de Administración, y la misma que se usa en los informes mensuales que se presentan al Consejo, de manera que los mensajes que van en el epígrafe CSTV incluyen los de las tres cadenas de televisión y los relacionados con los medios interactivos. En el caso de la radio el epígrafe CSR entran los mensajes referidos a todas las cadenas que gestiona la RTVA, incluida Flamenco Radio que sólo emite por Internet y por TDT.

3. EL SEXO DE LOS USUARIOS.

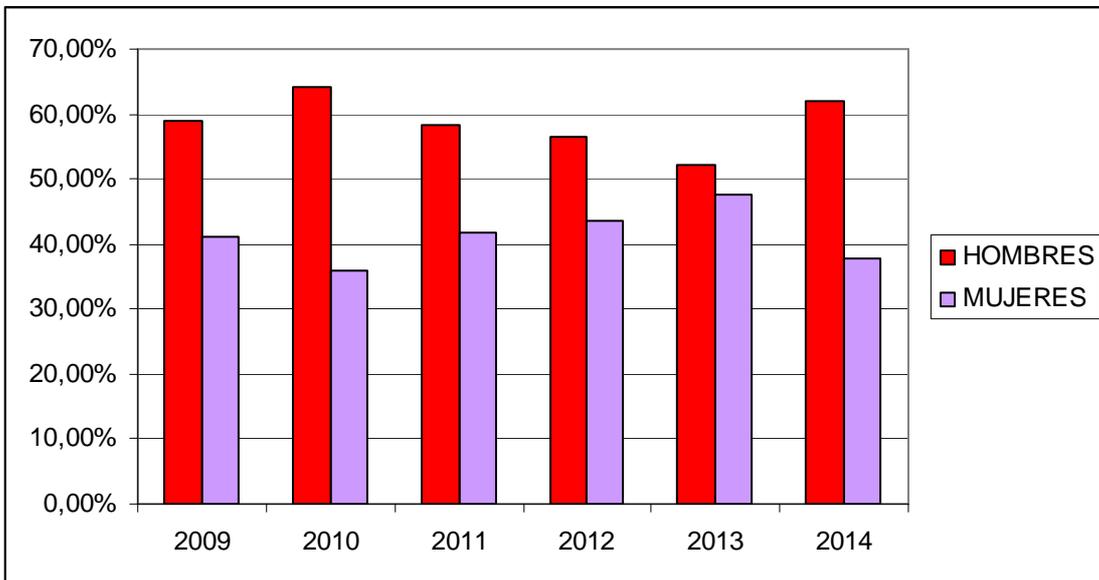
Un año más se repite en este aspecto la tendencia de los anteriores: es mayor el porcentaje de hombres que se dirigen al defensor que el de mujeres. En 2014 incluso el número de hombres crece en porcentaje con respecto a 2013. Lo que puede verse a continuación son cuadros y gráficos que muestran estos

porcentajes tanto en 2014 como en el marco de la evolución desde 2009.

Hombres.- 62,13%
Mujeres.- 37,86%



	2009	2010	2011	2012	2013	2014
HOMBRES	58,95%	64,10%	58,34%	56,49%	52,28%	62,13%
MUJERES	41,04%	35,89%	41,62%	43,50%	47,71%	37,86%



4. CÓMO LLEGAN LOS MENSAJES.

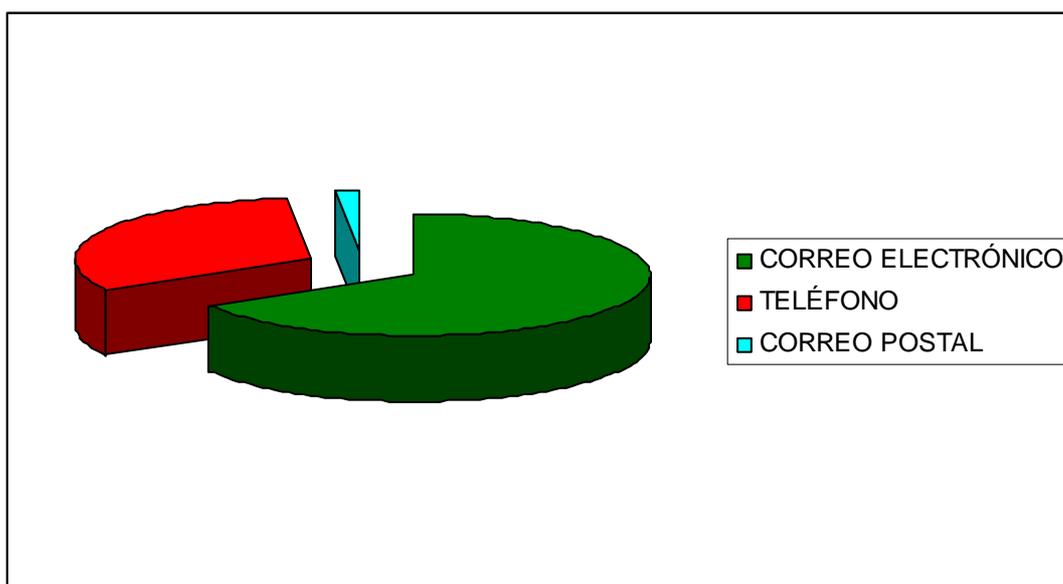
Como viene siendo habitual, 2014 no fue una excepción y la mayor parte de los mensajes se recibieron a través del correo electrónico. Muchos de ellos llegaron a través del formulario habilitado en la web que sigue resultando una herramienta excepcional para normalizar

la identificación de los usuarios que se quejan o que plantean otras cuestiones al defensor.

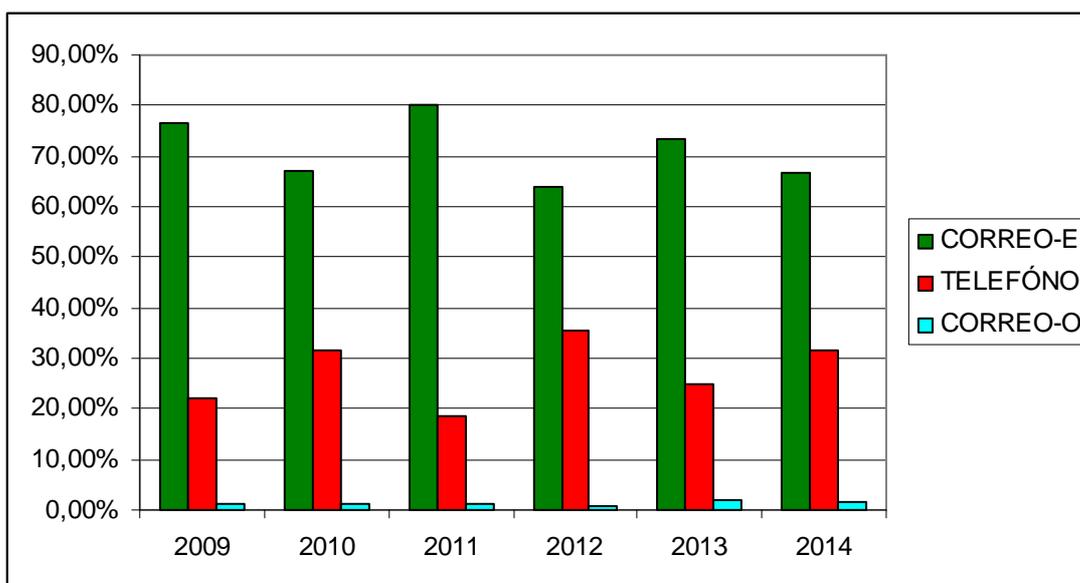
A pesar de ello, los mensajes telefónicos aumentaron en casi un 8% con respecto a 2013. Ello posiblemente es debido a que determinadas quejas, como los cambios de horarios de series, son planteadas por usuarios que tienen un perfil más apropiado a este medio que a las nuevas tecnologías.

Los cuadros y gráficos que se pueden ver a continuación muestran de un lado las cifras totales de 2014 y de otro la evolución de los porcentajes desde 2009.

CORREO ELECTRÓNICO	66,78%
TELÉFONO	31,58%
CORREO POSTAL	1,63%



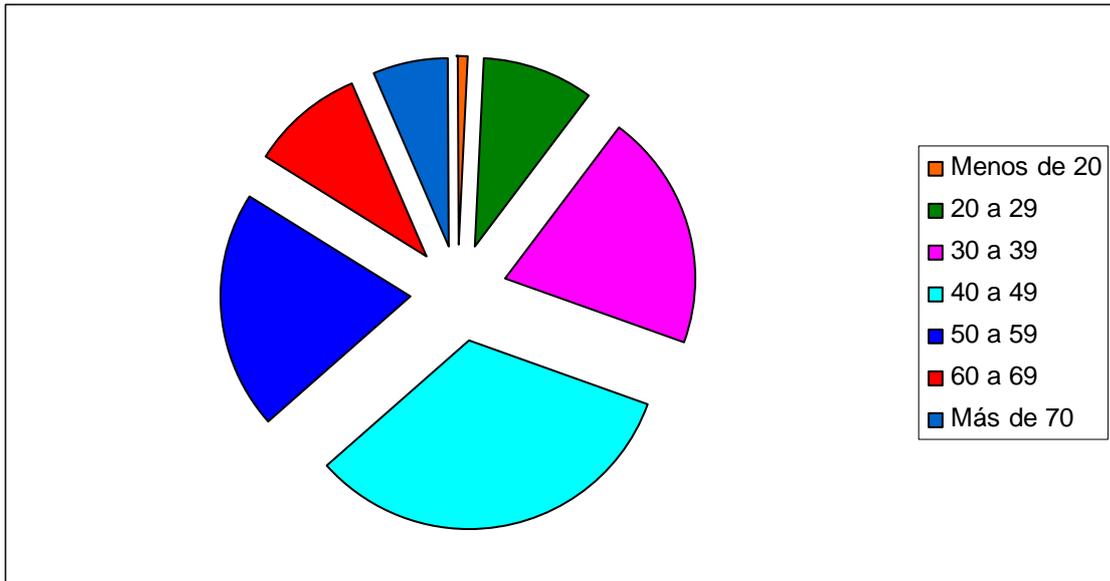
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
CORREO-E	76,56%	67,05%	80,25%	63,80%	73,35%	66,78%
TELÉFONO	22,12%	31,76%	18,72%	35,37%	24,85%	31,58%
CORREO-O	1,31%	1,17%	1,02%	0,82%	1,78%	1,63%



5. EDADES.

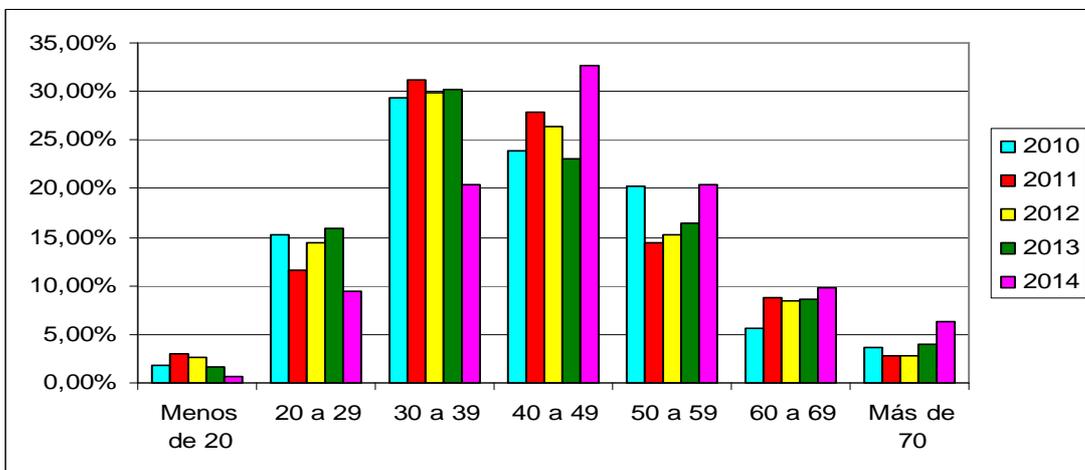
Tal y como ocurre otros años, los datos sobre edades que se presentan en esta Memoria corresponden exclusivamente a los usuarios que han rellenado el formulario que figura en la WEB del defensor, afinando más incluso sólo a aquellos que han querido consignar el dato de “edad” que no es obligatorio. Es por tanto una información orientativa que, aunque parcial aporta datos de interés sobre el perfil del usuario de la oficina del Defensor de la Audiencia. Estos son los datos correspondientes al año 2014.

Menos de 20	0,70%
20 a 29	9,50%
30 a 39	20,42%
40 a 49	32,74%
50 a 59	20,42%
60 a 69	9,85%
Más de 70	6,33%



Más de la mitad de los usuarios, por tanto se encuentran en la franja de edad que va de los 30 a los 50 años y entre 30 y 60 más del 73% de los que habitualmente se dirigen al defensor. La información que sigue es la comparación de datos desde 2010, año en que empezó a solicitarse el dato "edad".

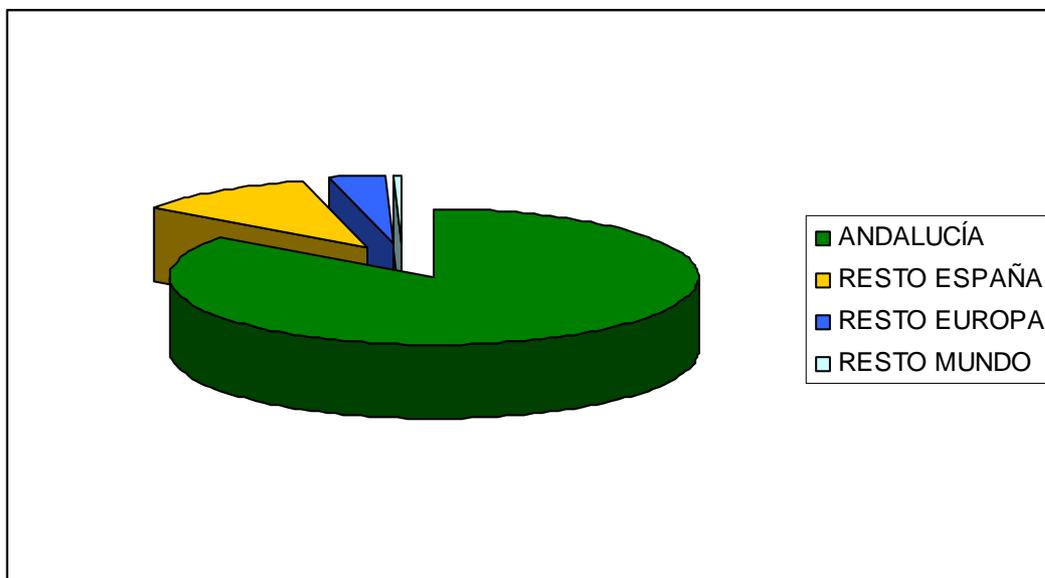
	2010	2011	2012	2013	2014
Menos de 20	1,90%	3,05%	2,69%	1,66%	0,70%
20 a 29	15,27%	11,54%	14,45%	15,91%	9,50%
30 a 39	29,35%	31,23%	29,86%	30,16%	20,42%
40 a 49	23,86%	27,85%	26,39%	23,04%	32,74%
50 a 59	20,28%	14,49%	15,22%	16,38%	20,42%
60 a 69	5,72%	8,85%	8,47%	8,55%	9,85%
Más de 70	3,57%	2,89%	2,89%	3,90%	6,33%



6. GEOGRAFÍA.

El siguiente epígrafe contiene datos sobre la procedencia geográfica de los mensajes recibidos por el defensor en 2014. En primer lugar una panorámica en la que pueden verse los datos a grandes rasgos.

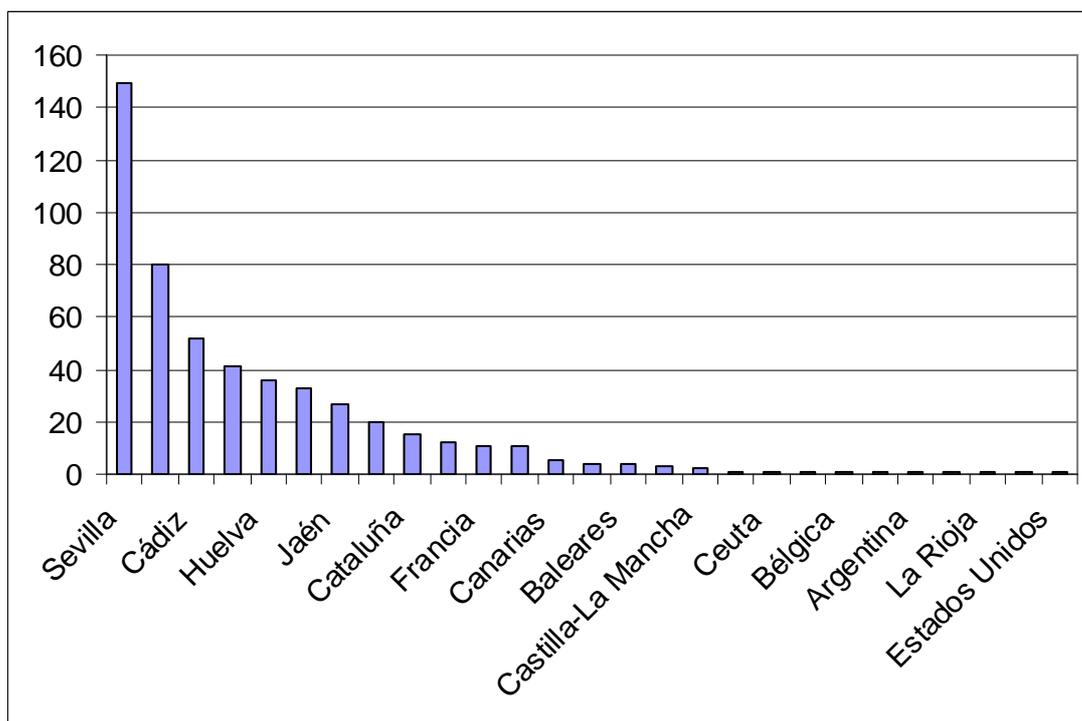
ANDALUCÍA	438
RESTO ESPAÑA	57
RESTO EUROPA	17
RESTO MUNDO	3



A continuación se muestran los datos pormenorizadamente en números absolutos.

Sevilla	149
Málaga	80
Cádiz	52
Granada	41
Huelva	36
Córdoba	33
Jaén	27
Almería	20
Cataluña	15
Madrid	12

Francia	11
País Valenciano	11
Canarias	5
Alemania	4
Baleares	4
Castilla-León	3
Castilla-La Mancha	2
Suiza	1
Ceuta	1
Aragón	1
Bélgica	1
Extremadura	1
Argentina	1
India	1
La Rioja	1
Galicia	1
Estados Unidos	1

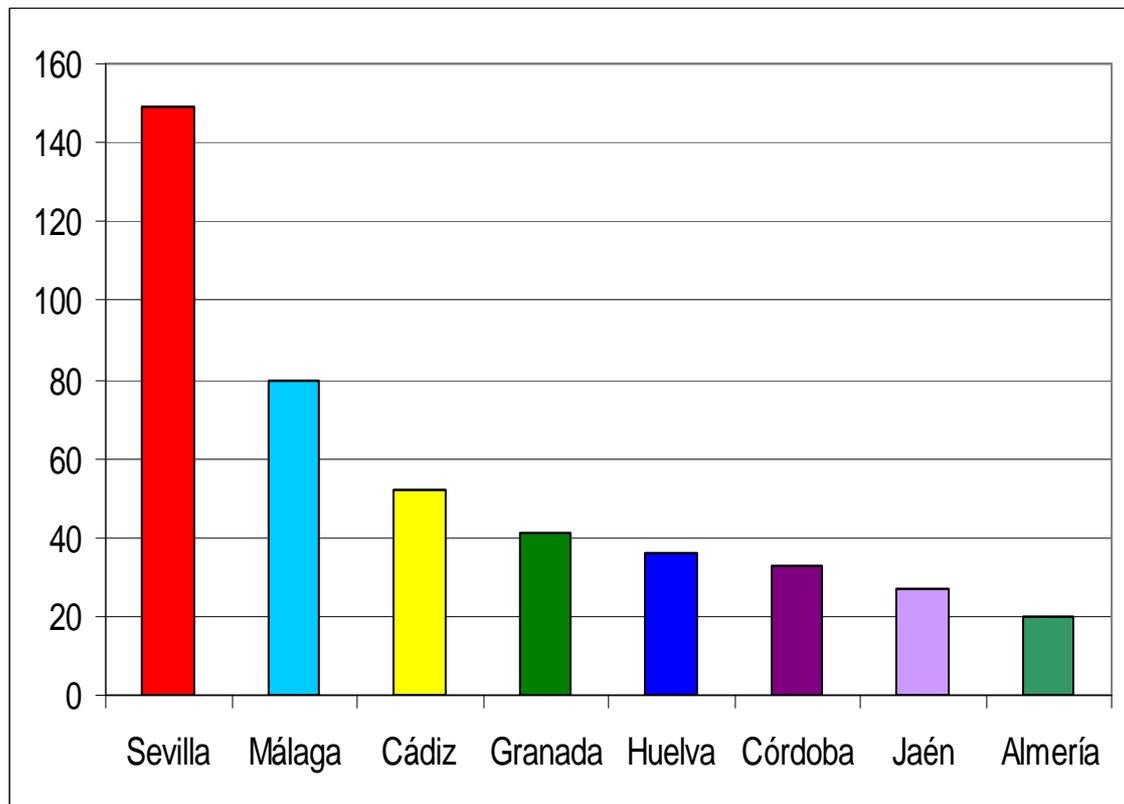


Los datos revelan que los mensajes procedentes de Andalucía supusieron en 2014 un 85,04% del total, algo menos que el año anterior (89,22%), los del resto de España un 11,06% lo que supone un aumento frente a 2013 (8,98%), los del resto de Europa un 3,30%, también un porcentaje superior a 2013 (1,49%), y los del

resto del mundo un 0,58% lo que también es un aumento respecto a 2013 (0,29%).

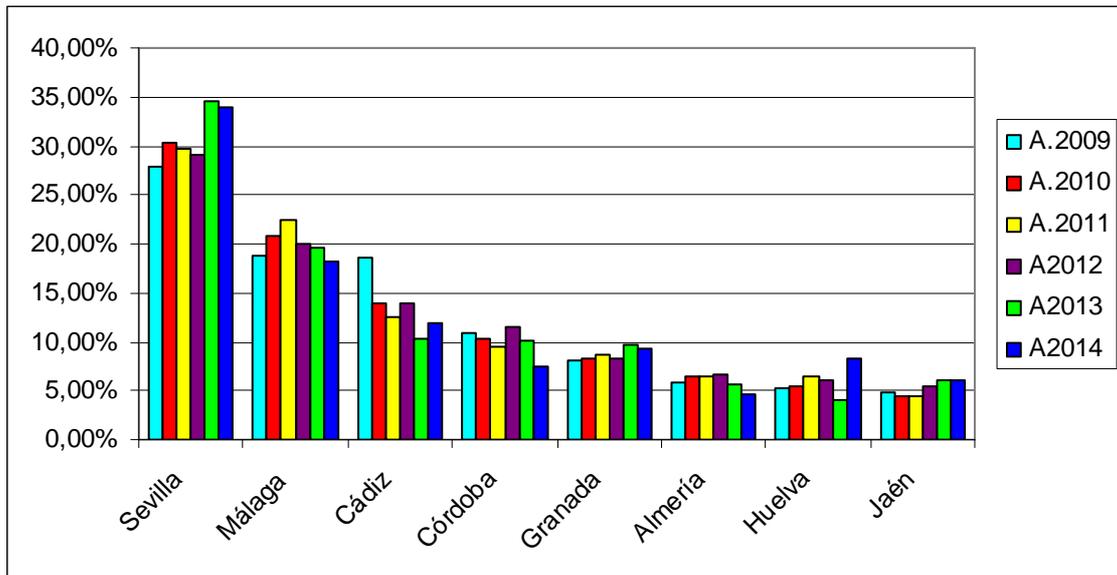
En 2014 estos fueron los datos correspondientes a Andalucía desglosados por provincias.

Sevilla	149
Málaga	80
Cádiz	52
Granada	41
Huelva	36
Córdoba	33
Jaén	27
Almería	20



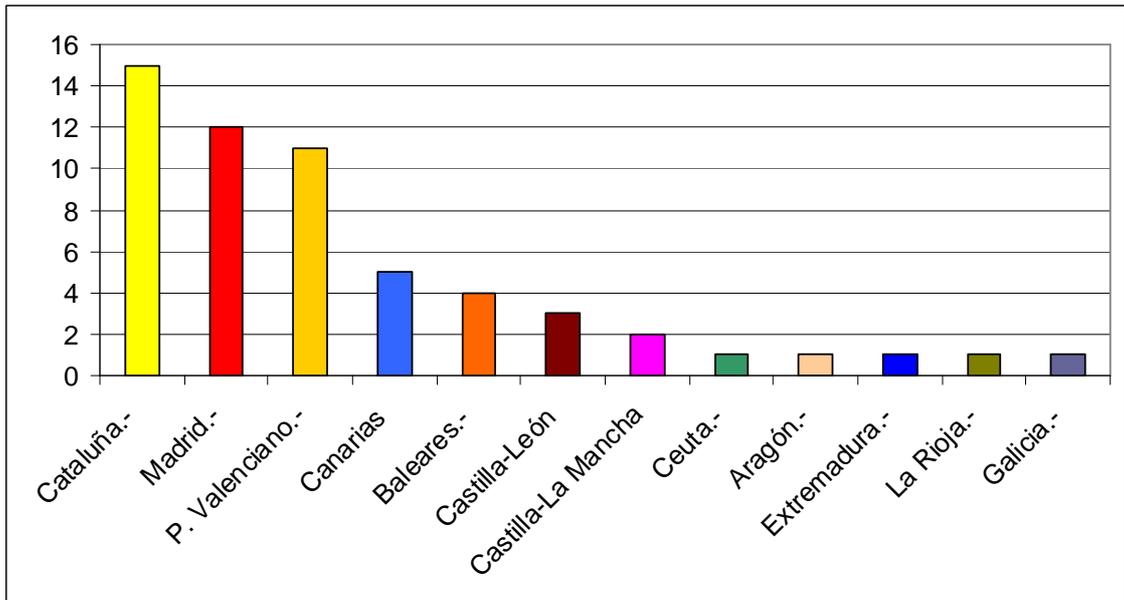
La comparación de las cifras de Andalucía desde 2009, expresada en tantos por ciento, puede verse en los gráficos que siguen.

	A.2009	A.2010	A.2011	A2012	A2013	A2014
Sevilla	27,87%	30,31%	29,72%	28,99%	34,56%	34,01%
Málaga	18,72%	20,90%	22,35%	19,96%	19,63%	18,26%
Cádiz	18,50%	13,93%	12,53%	13,94%	10,40%	11,87%
Córdoba	10,81%	10,22%	9,45%	11,45%	10,06%	7,53%
Granada	8,02%	8,36%	8,72%	8,33%	9,73%	9,36%
Almería	5,90%	6,38%	6,38%	6,59%	5,70%	4,56%
Huelva	5,23%	5,45%	6,38%	6,07%	4,02%	8,21%
Jaén	4,90%	4,41%	4,42%	5,38%	6%	6,16%



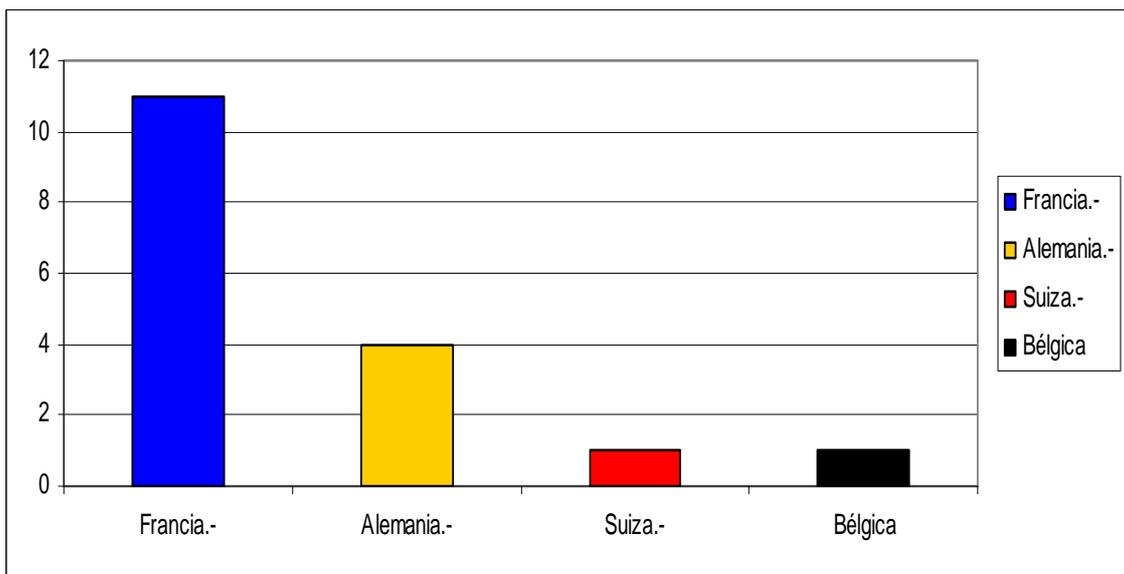
Las comunicaciones recibidas desde el resto de España fueron 57 y se repartieron como muestran el cuadro y el gráfico que siguen a continuación.

Cataluña.-	15
Madrid.-	12
P. Valenciano.-	11
Canarias	5
Baleares.-	4
Castilla-León	3
Castilla-La Mancha	2
Ceuta.-	1
Aragón.-	1
Extremadura.-	1
La Rioja.-	1
Galicia.-	1



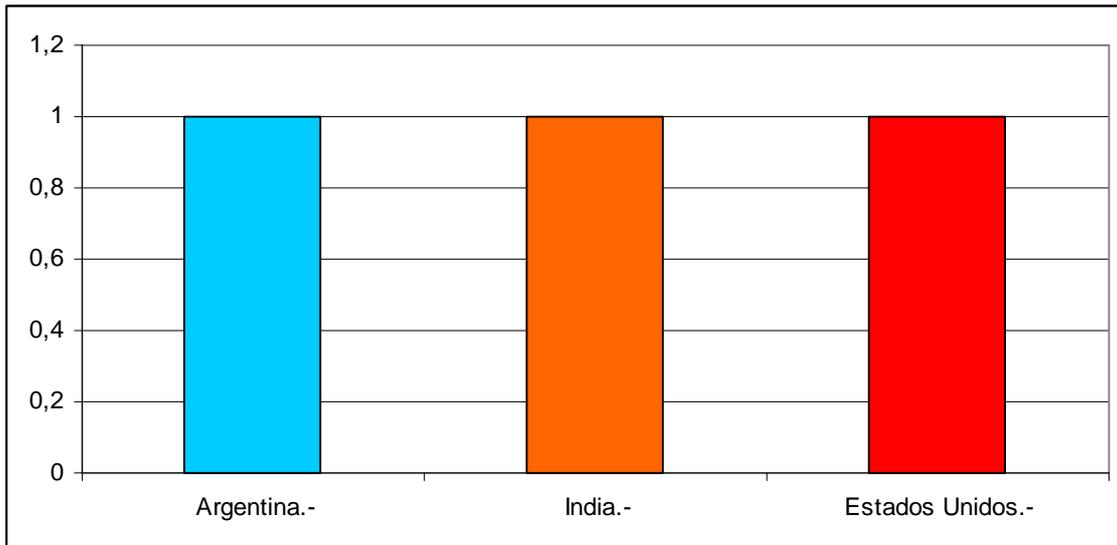
Por lo que se refiere al resto de Europa, Francia, como es habitual fue el primer país en cuanto a mensajes al defensor en 2014 (11), seguido de Alemania y, a menor distancia, Suiza y Bélgica.

Francia.-	11
Alemania.-	4
Suiza.-	1
Bélgica	1



Finalmente los tres mensajes recibidos desde el resto del mundo tuvieron procedencias tan dispares como La India, Estados Unidos o Argentina.

Argentina.-	1
India.-	1
Estados Unidos.-	1

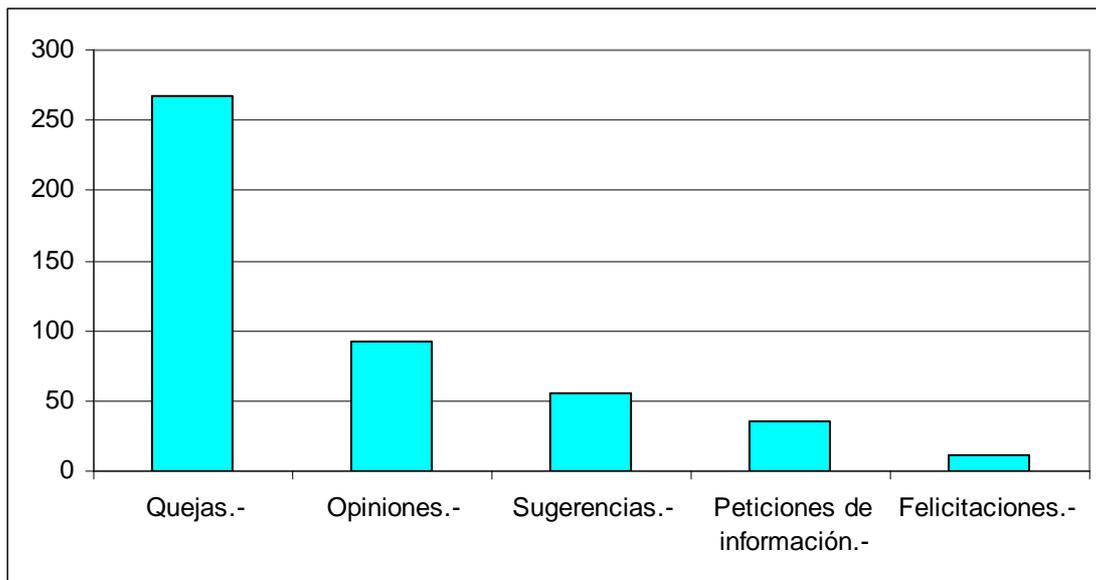


7. CSTV.

Se desglosan en este epígrafe de forma detallada los datos relacionados con CSTV ya que los mensajes recibidos por este medio suponen casi el 90% del total. En el caso de CANAL SUR RADIO la descripción en esta memoria será más general.

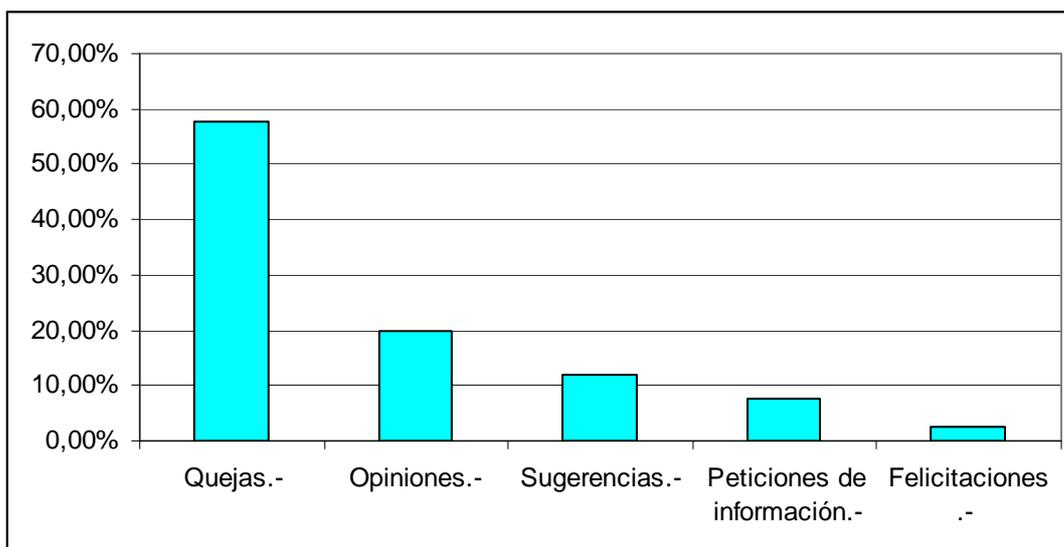
Los primeros datos muestran el panorama de la clasificación en categorías de estos mensajes.

Quejas.-	267
Opiniones.-	92
Sugerencias.-	55
Peticiones de información.-	35
Felicitaciones.-	12



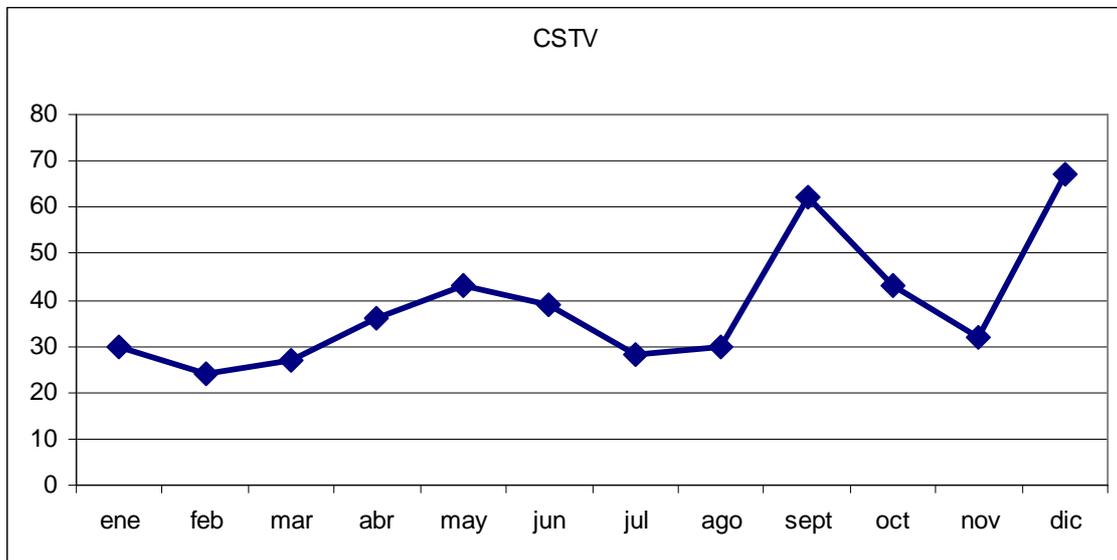
En porcentajes los datos son los siguientes.

Quejas.-	57,91%
Opiniones.-	19,95%
Sugerencias.-	11,93%
Peticiones de información.-	7,59%
Felicitaciones.-	2,60%



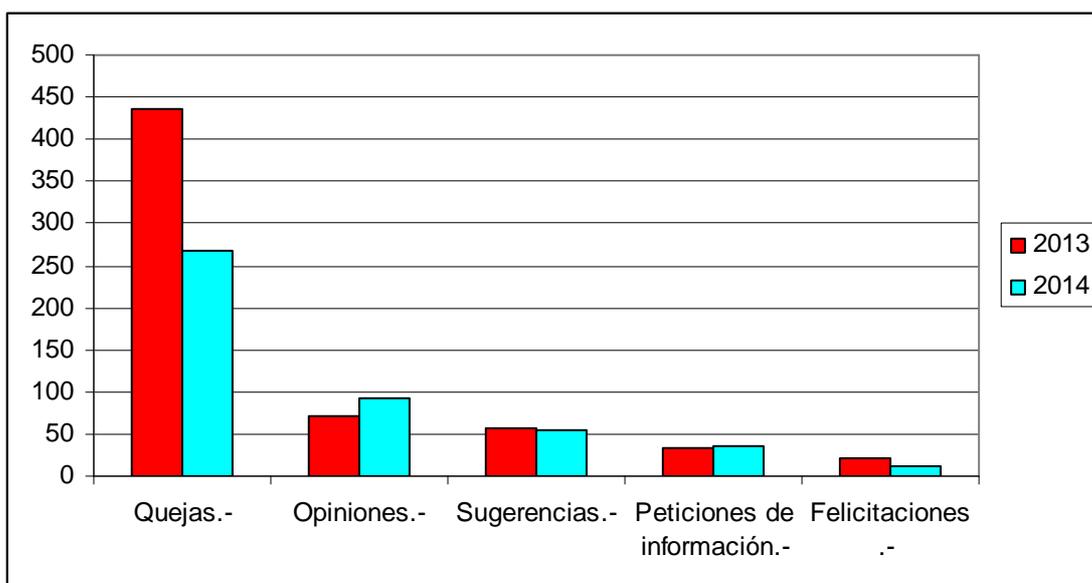
Y esta fue la evolución mensual de las comunicaciones recibidas por el defensor para CSTV en 2014.

ene	30
feb	24
mar	27
abr	36
may	43
jun	39
jul	28
ago	30
sept	62
oct	43
nov	32
dic	67



Las cifras comparadas de los años 2013 y 2014 son las siguientes.

	2013	2014
Quejas.-	436	267
Opiniones.-	72	92
Sugerencias.-	57	55
Peticiones de información.-	32	35
Felicitaciones.-	21	12

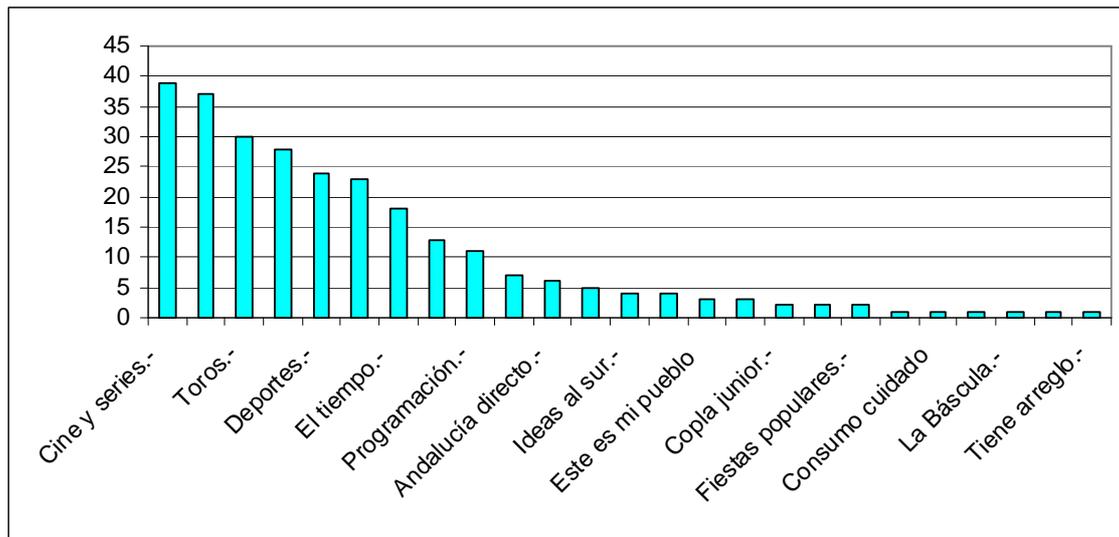


QUEJAS.-

Como se decía antes, la Memoria incluye datos detallados sobre áreas y programas de cada una de las categorías en las que se han clasificado durante el año los mensajes. Lo que sigue es la información sobre las quejas que supusieron un 57,91% del total de mensajes recibidos sobre CSTV, menos que en 2013 cuando las quejas fueron un 70,55% del total.

Cine y series.-	39
Andalucía TV.-	37
Toros.-	30
Informativos.-	28
Deportes.-	24
Medios interactivos.-	23
El tiempo.-	18
Área Técnica.-	13
Programación.-	11
La tarde.-	7
Andalucía directo.-	6
75 minutos.-	5
Ideas al sur.-	4
Salud al día.-	4
Este es mi pueblo	3
Se llama copla.-	3
Copla junior.-	2
Menuda noche.-	2
Fiestas populares.-	2

Animales en familia.-	1
Consumo cuidado	1
Destino Andalucía.-	1
La Báscula.-	1
Publicidad.-	1
Tiene arreglo.-	1

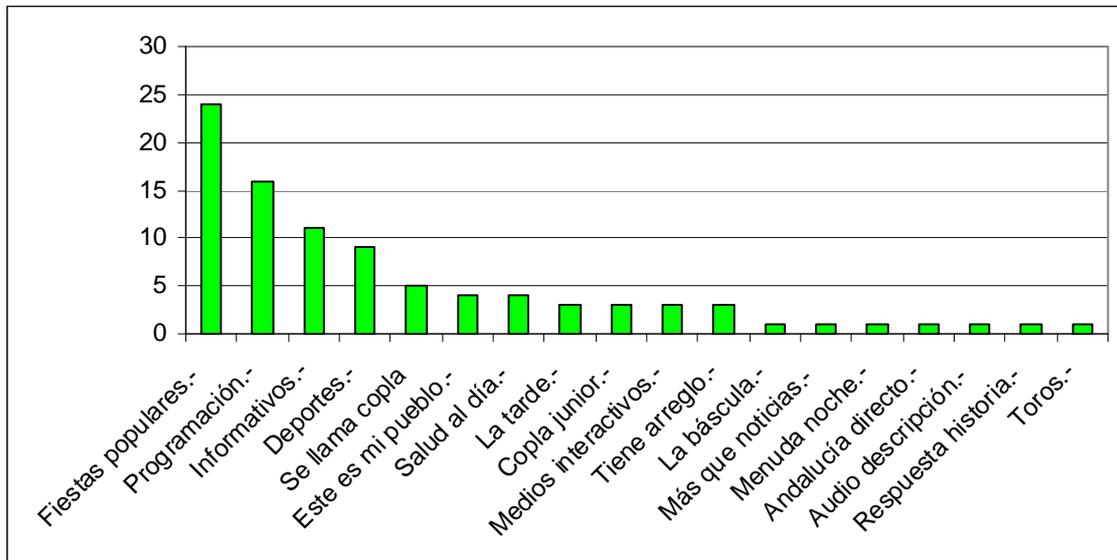


OPINIONES.-

Las tramitadas por el defensor en 2014 fueron un 19,95% del total de mensajes recibidos para CSTV. De lo que más opinaron los espectadores fue de los programas que incluyeron transmisiones o reportajes sobre fiestas populares o tradiciones andaluzas. Estos son los datos.

Fiestas populares.-	24
Programación.-	16
Informativos.-	11
Deportes.-	9
Se llama copla	5
Este es mi pueblo.-	4
Salud al día.-	4
La tarde.-	3
Copla junior.-	3
Medios interactivos.-	3
Tiene arreglo.-	3
La báscula.-	1
Más que noticias.-	1

Menuda noche.-	1
Andalucía directo.-	1
Audio descripción.-	1
Respuesta historia.-	1
Toros.-	1



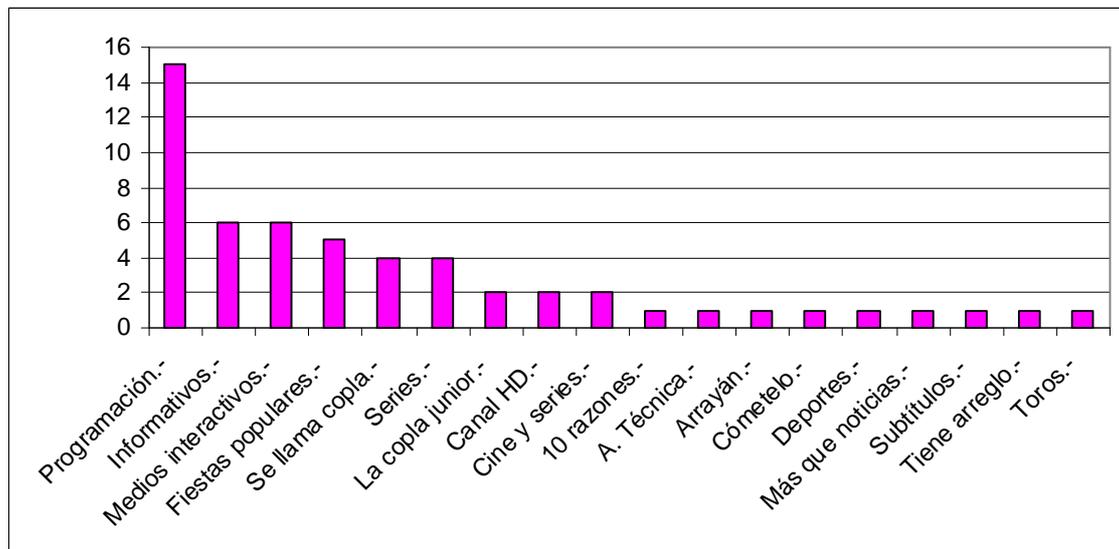
SUGERENCIAS.-

En 2014, las sugerencias tramitadas (55) fueron un 11,93%, frente al 9,22% que supusieron en 2013.

La programación en general fue el asunto sobre el que más sugerencias se recibieron.

Programación.-	15
Informativos.-	6
Medios interactivos.-	6
Fiestas populares.-	5
Se llama copla.-	4
Series.-	4
La copla junior.-	2
Canal HD.-	2
Cine y series.-	2
10 razones.-	1
A. Técnica.-	1
Arrayán.-	1
Cómetelo.-	1

Deportes.-	1
Más que noticias.-	1
Subtítulos.-	1
Tiene arreglo.-	1
Toros.-	1

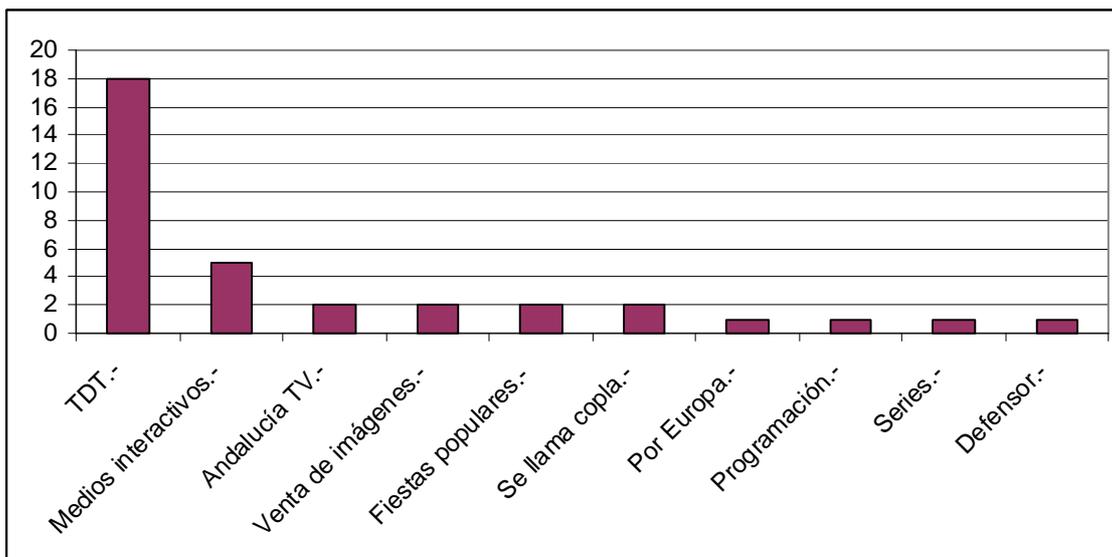


PETICIONES DE INFORMACIÓN.-

Se atendieron 35 peticiones de información, un 7,59% del total de los mensajes de CSTV. Ello supuso algo más que lo tramitado en 2013 (5,7%).

Las emisiones en TDT fueron la principal cuestión por la que se interesaron los espectadores en este capítulo.

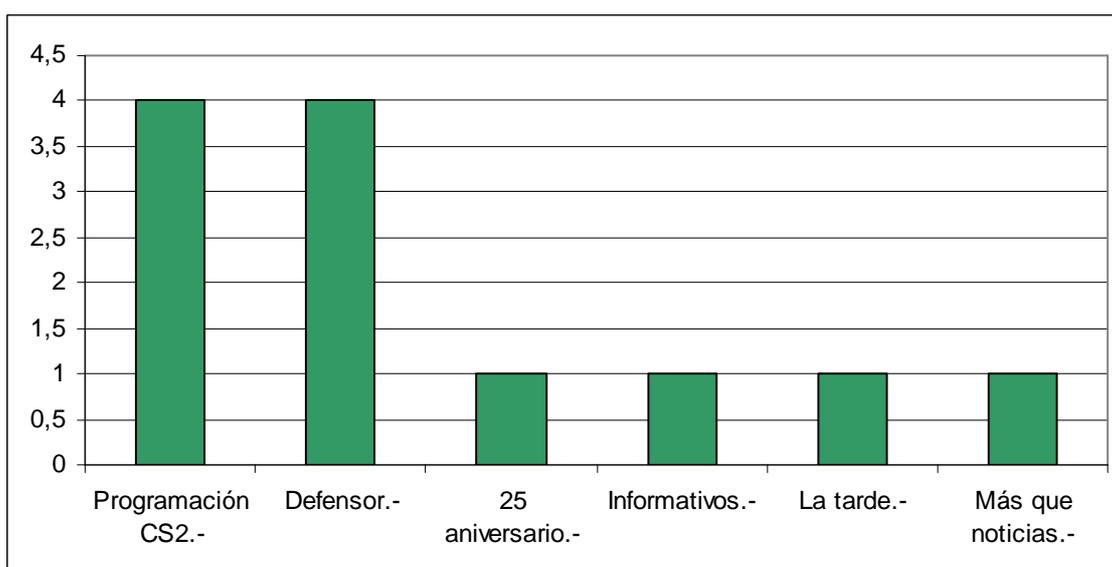
TDT.-	18
Medios interactivos.-	5
Andalucía TV.-	2
Venta de imágenes.-	2
Fiestas populares.-	2
Se llama copla.-	2
Por Europa.-	1
Programación.-	1
Series.-	1
Defensor.-	1



FELICITACIONES.-

Se tramitaron 12, es decir un 2,60% del total de mensajes para CSTV, cifra sensiblemente inferior a la de 2013, un 3,39%.

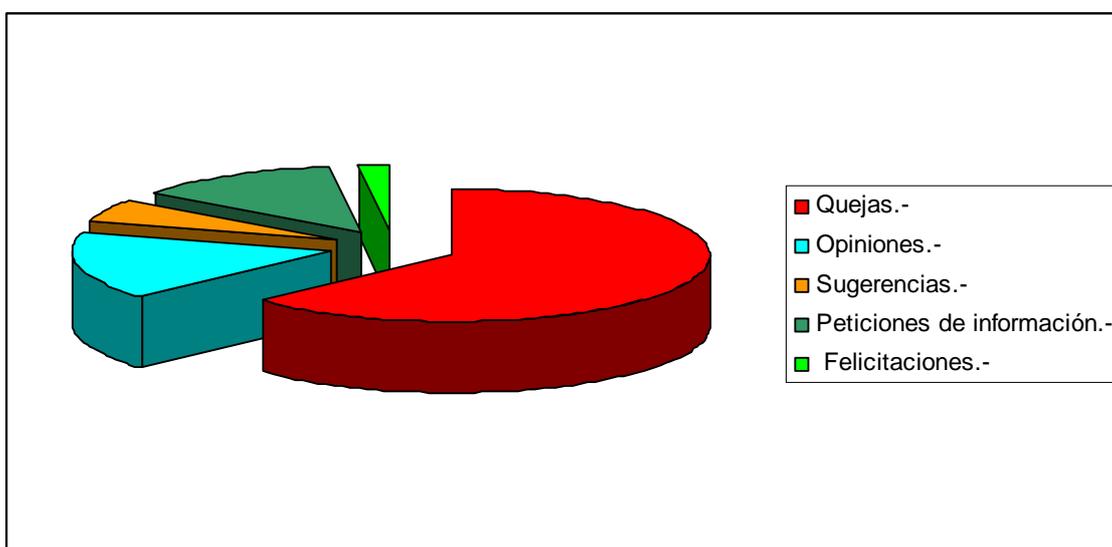
Programación CS2.-	4
Defensor.-	4
25 aniversario.-	1
Informativos.-	1
La tarde.-	1
Más que noticias.-	1



8. CANAL SUR RADIO.

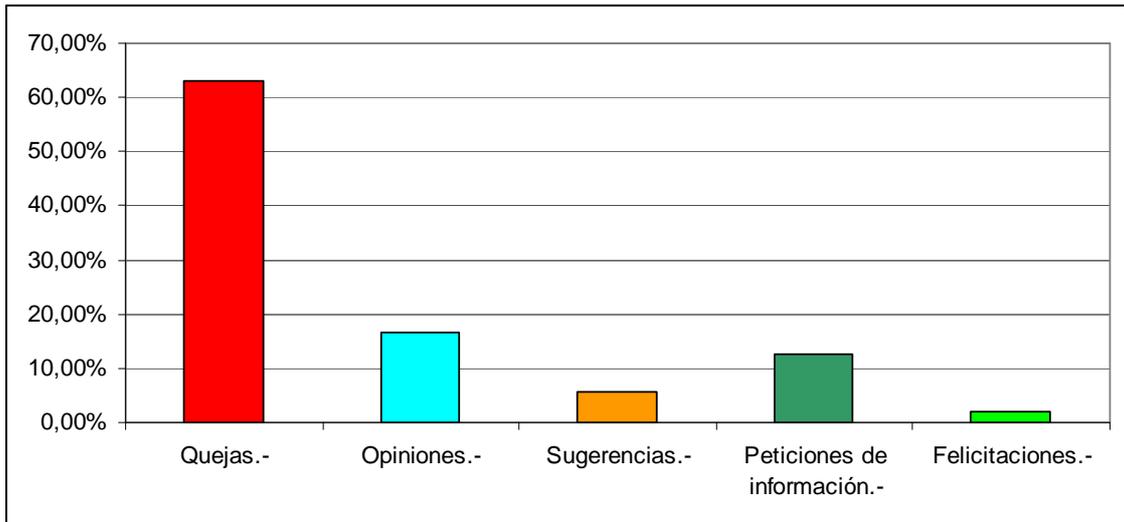
54 mensajes se recibieron para CSR, un 11,71 del total de la RTVA frente al 7,48% de 2013. Lo siguiente es la distribución por categorías en números absolutos.

Quejas.-	34
Opiniones.-	9
Sugerencias.-	3
Peticiones de información.-	7
Felicitaciones.-	1



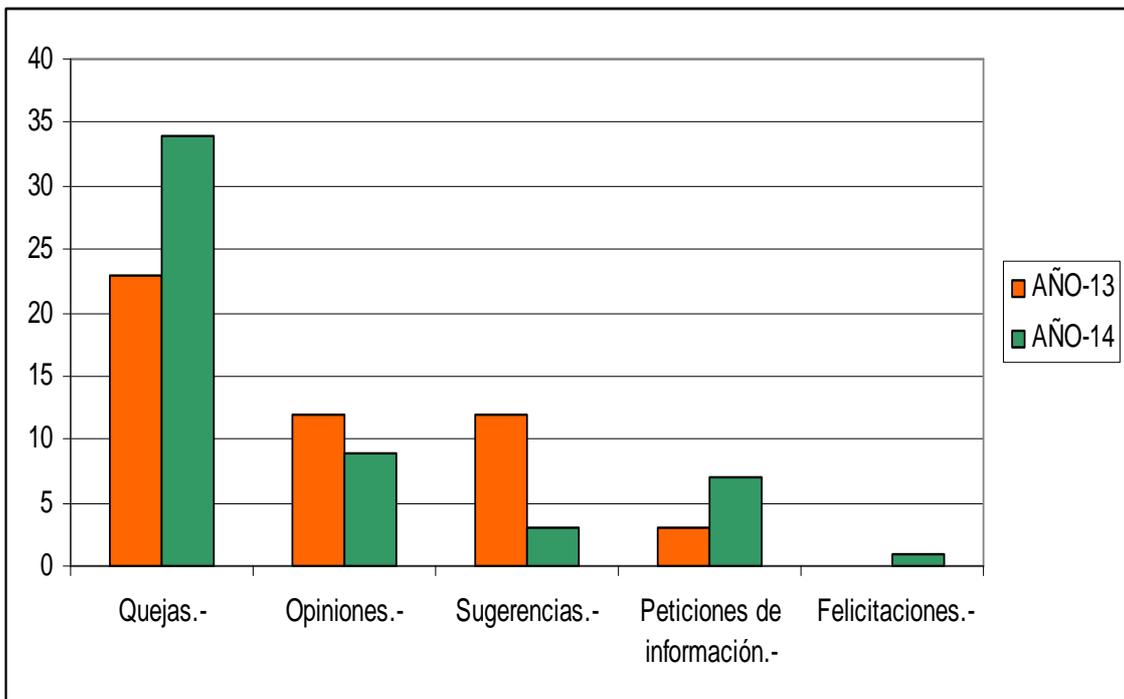
En porcentajes estos son los datos.

Quejas.-	62,96%
Opiniones.-	16,66%
Sugerencias.-	5,55%
Peticiones de información.-	12,72%
Felicitaciones.-	1,85%



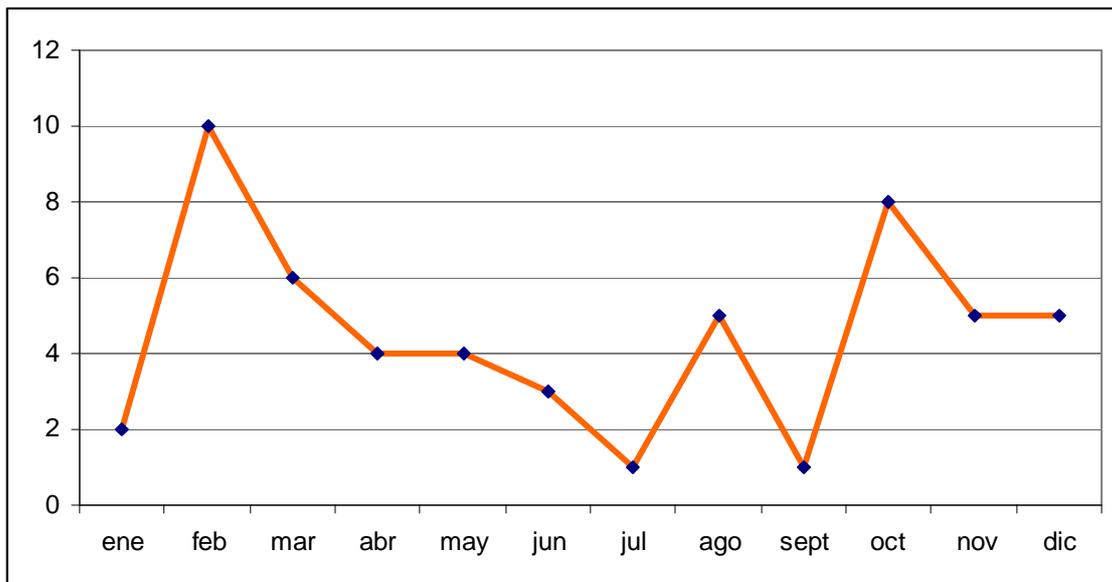
La diferencia entre 2013 y 2014 puede verse a continuación.

	AÑO-13	AÑO-14
Quejas.-	23	34
Opiniones.-	12	9
Sugerencias.-	12	3
Peticiones de información.-	3	7
Felicidades.-	0	1



Finalmente, en este epígrafe, esta es la evolución mensual de los mensajes totales recibidos para CSR.

ene	2
feb	10
mar	6
abr	4
may	4
jun	3
jul	1
ago	5
sept	1
oct	8
nov	5
dic	5



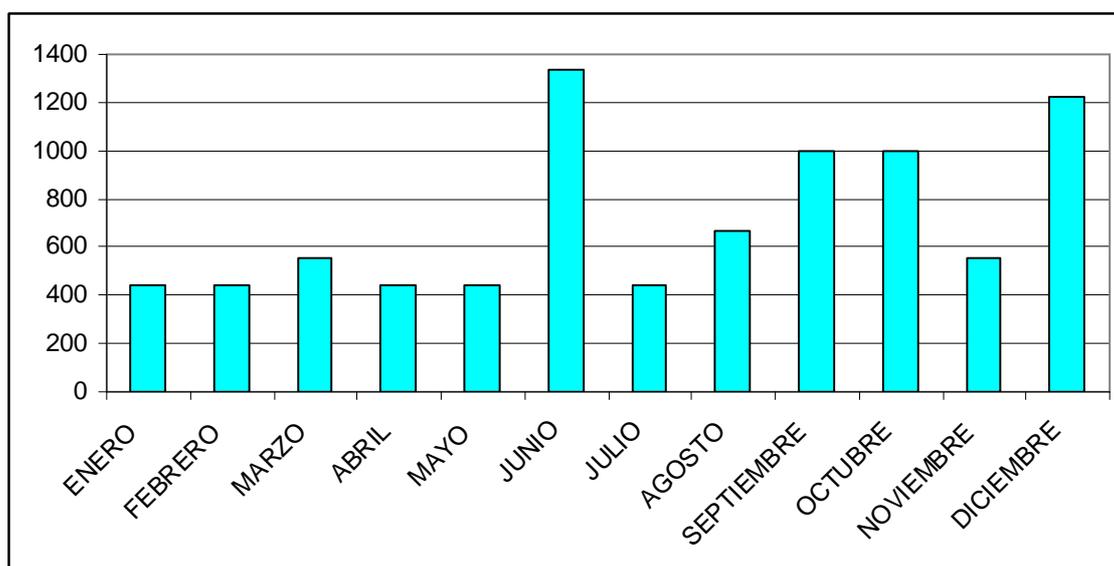
9. LA WEB DEL DEFENSOR.

Conforme a los datos facilitados por el Departamento de Audiencias de la RTVA, en 2014 la WEB recibió un total de 8.547 visitantes únicos lo que supuso 22.866 páginas vistas. Ello contrasta con los datos de 2013 cuando se registraron 11.218 *“visitas únicas”* y 18.867 páginas vistas.

Por tanto entre un año y otro, en lo relativo a visitantes únicos se produjo un descenso de algo más de un 23%, lo que contrasta con las páginas vistas que aumentaron en 2014 un 17,50% en relación a 2013.

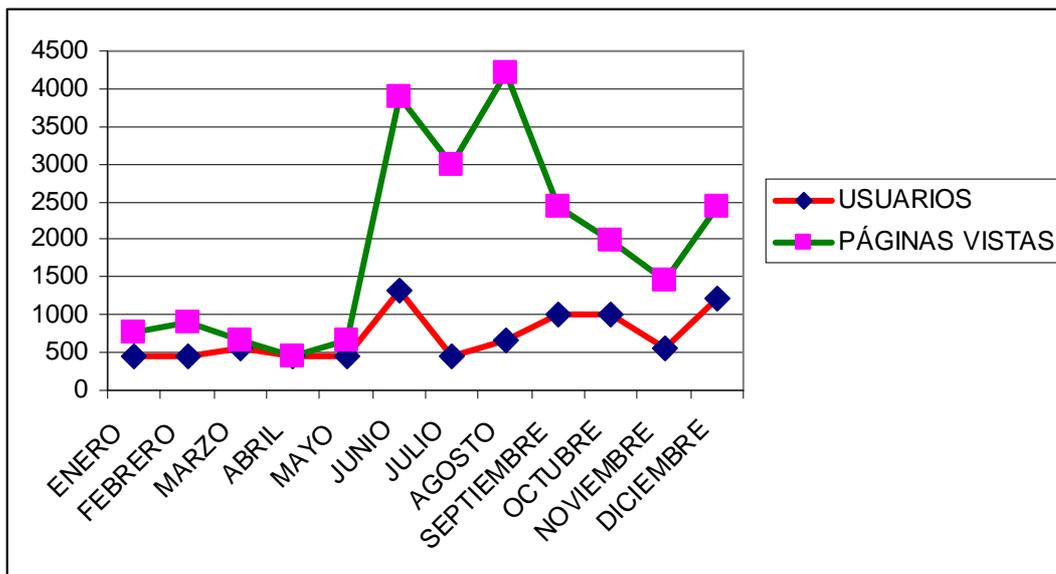
A continuación se muestran los datos mensuales de audiencia que arrojan una media de 712 visitantes únicos mensuales.

ENERO	444
FEBRERO	444
MARZO	555
ABRIL	444
MAYO	444
JUNIO	1332
JULIO	444
AGOSTO	666
SEPTIEMBRE	999
OCTUBRE	999
NOVIEMBRE	555
DICIEMBRE	1221



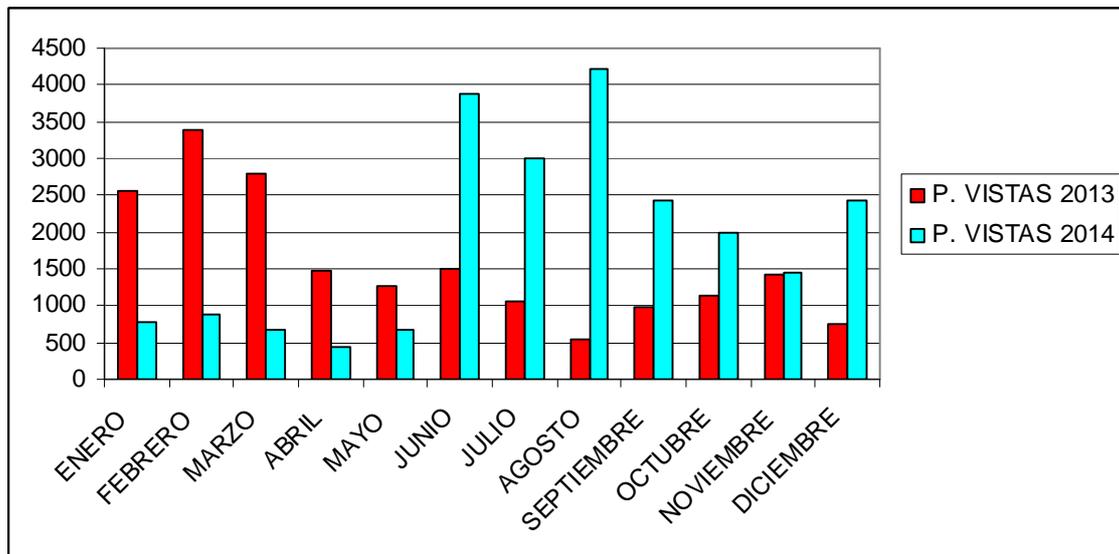
Los siguientes datos muestran además de las visitas únicas las páginas vistas durante 2014.

	USUARIOS	PÁGINAS VISTAS
ENERO	444	777
FEBRERO	444	888
MARZO	555	666
ABRIL	444	444
MAYO	444	666
JUNIO	1332	3.885
JULIO	444	2.997
AGOSTO	666	4.218
SEPTIEMBRE	999	2.442
OCTUBRE	999	1.998
NOVIEMBRE	555	1.443
DICIEMBRE	1221	2.442



Y estas son las tablas comparativas en cuanto al concepto páginas vistas.

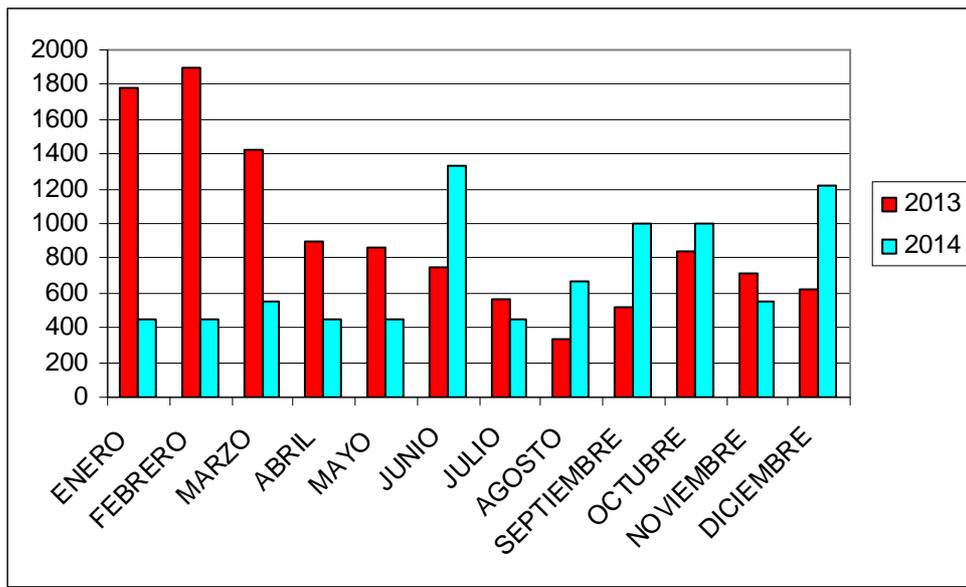
	P. VISTAS 2013	P. VISTAS 2014
ENERO	2550	777
FEBRERO	3398	888
MARZO	2791	666
ABRIL	1485	444
MAYO	1271	666
JUNIO	1489	3.885
JULIO	1062	2.997
AGOSTO	531	4.218
SEPTIEMBRE	978	2.442
OCTUBRE	1137	1.998
NOVIEMBRE	1420	1.443
DICIEMBRE	755	2.442



Los datos que siguen en el cuadro y en el gráfico corresponden a la comparación entre 2013 y 2014 en cuanto al concepto visitantes únicos.

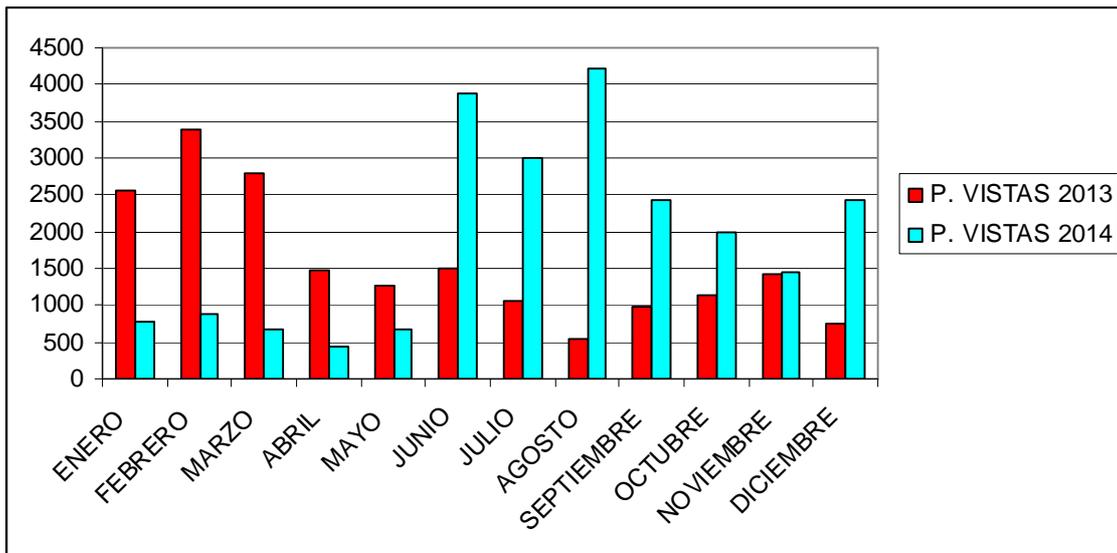
	2013	2014
ENERO	1785	444
FEBRERO	1892	444
MARZO	1427	555
ABRIL	902	444
MAYO	867	444
JUNIO	750	1332

JULIO	559	444
AGOSTO	339	666
SEPTIEMBRE	521	999
OCTUBRE	844	999
NOVIEMBRE	712	555
DICIEMBRE	620	1221



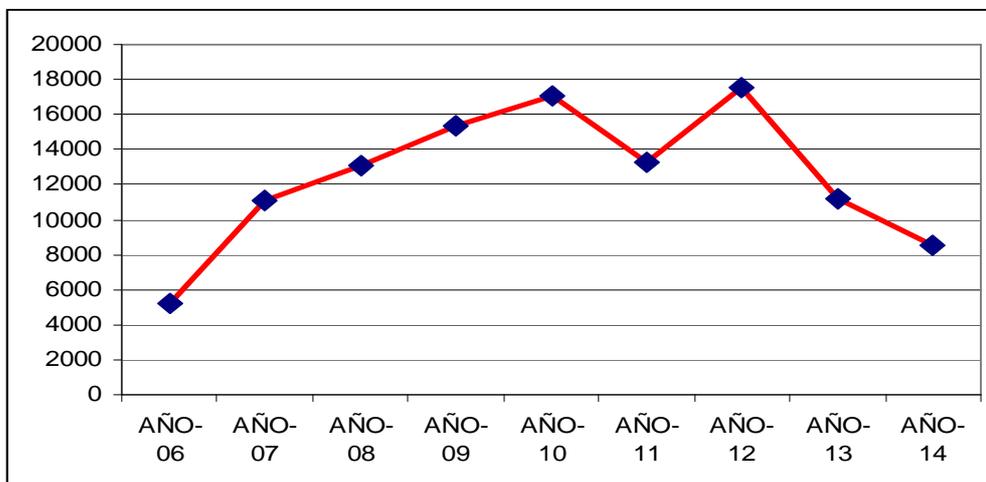
La misma comparación pero en este caso con el concepto páginas vistas.

	P. VISTAS 2013	P. VISTAS 2014
ENERO	2550	777
FEBRERO	3398	888
MARZO	2791	666
ABRIL	1485	444
MAYO	1271	666
JUNIO	1489	3.885
JULIO	1062	2.997
AGOSTO	531	4.218
SEPTIEMBRE	978	2.442
OCTUBRE	1137	1.998
NOVIEMBRE	1420	1.443
DICIEMBRE	755	2.442



Finalmente la siguiente es la evolución de los datos del BLOG DEL DEFENSOR desde que se registran y, como en años anteriores, se hace notar que los de 2006 corresponden la mitad del año que es cuando comenzó a medirse la audiencia de la WEB del defensor.

AÑO-06	5177
AÑO-07	11087
AÑO-08	13084
AÑO-09	15341
AÑO-10	17015
AÑO-11	13229
AÑO-12	17519
AÑO-13	11218
AÑO-14	8547



Lo reflejado en esta Memoria constituye el grueso de los datos estadísticos más significativos de las actividades del defensor durante 2014. Los datos más detallados han sido vistos por el Consejo de Administración en los informes mensuales.