

*Estudio sobre la audiencia de À PUNT en
el marco general de medios en la
Comunitat Valenciana.*

Diciembre de 2023

Indice y contenido

- Metodología
- Gráficos. Parte I. Marco general de medios
- Gráficos Parte II. “À Punt”, audiencias y opiniones
- Gráficos Parte III. “À Punt”, comparativas autonómicas
- Conclusiones

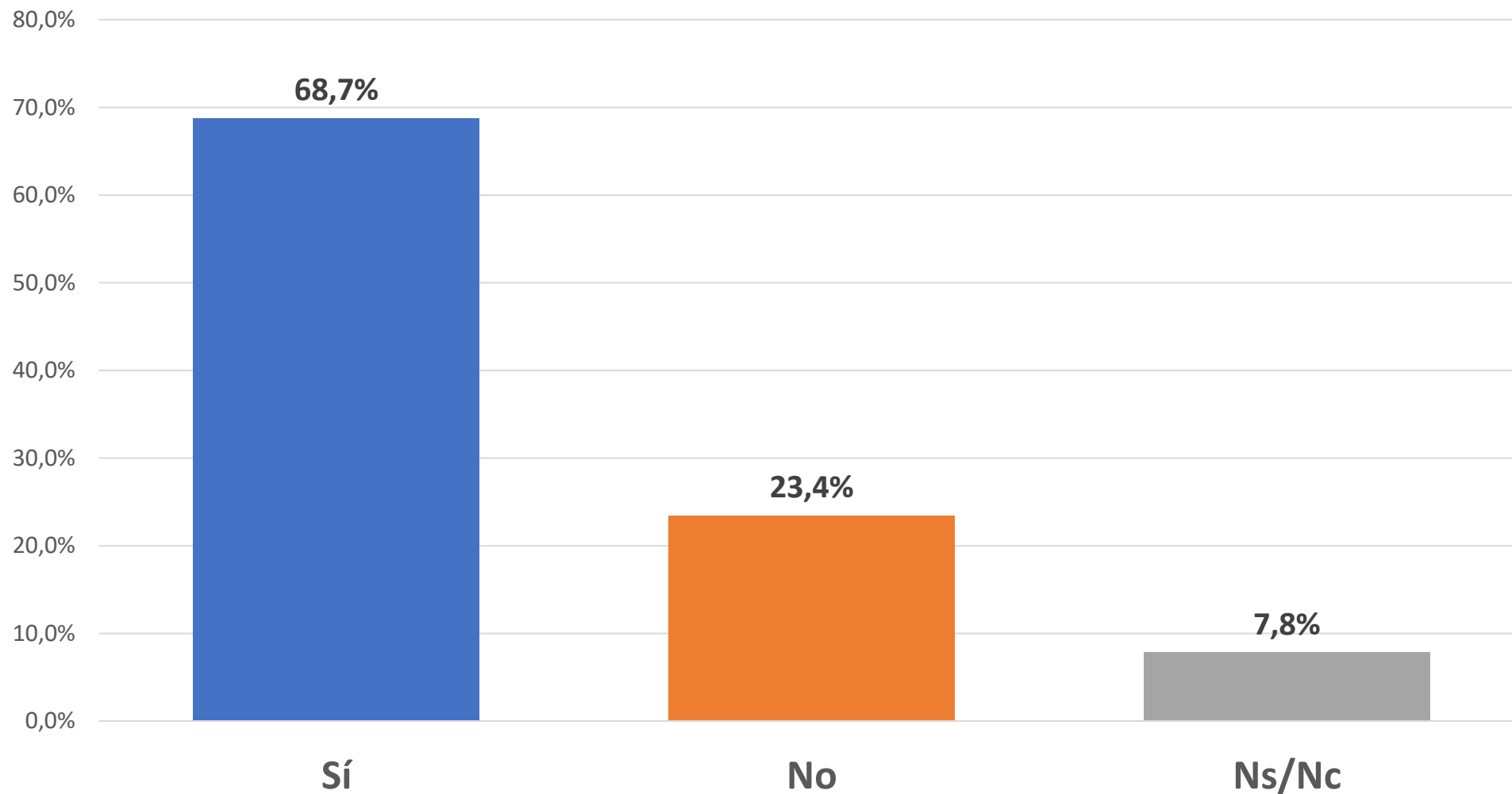
Metodología del estudio

- Para la confección del estudio, se han consultado datos oficiales de audiencia, debidamente publicados, y se ha realizado una encuesta online, propia, con la finalidad de proporcionar un marco general al objetivo del estudio, así como contrastar algunos de dichos datos.
- Esencialmente, las fuentes primarias provienen de la web oficial de "À Punt", Kantar media y AIMC (EGM)
- Para la encuesta se ha usado un panel de universo >5.000 de residentes en la Comunitat Valenciana, de 17 o más años, provenientes de las empresas: Netquest, Bildendi y CINT. La muestra diseñada fue de 3.000 entrevistas. La muestra final n=3.058. Se han usado variables de segmentación: sexo, edad, y provincia, además de uso y conocimiento del valenciano, nivel de estudios, y situación laboral.

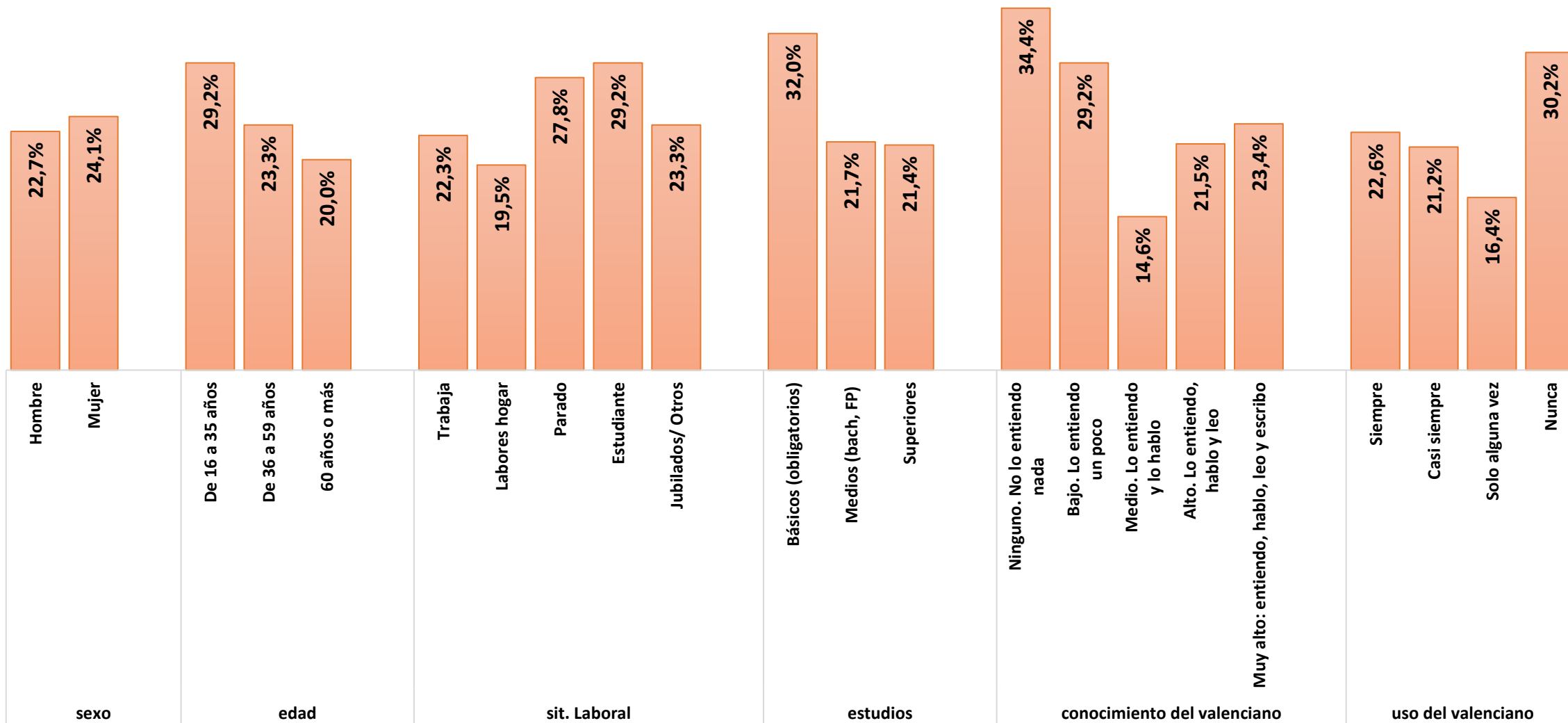
Datos. Parte. I

Marco de medios

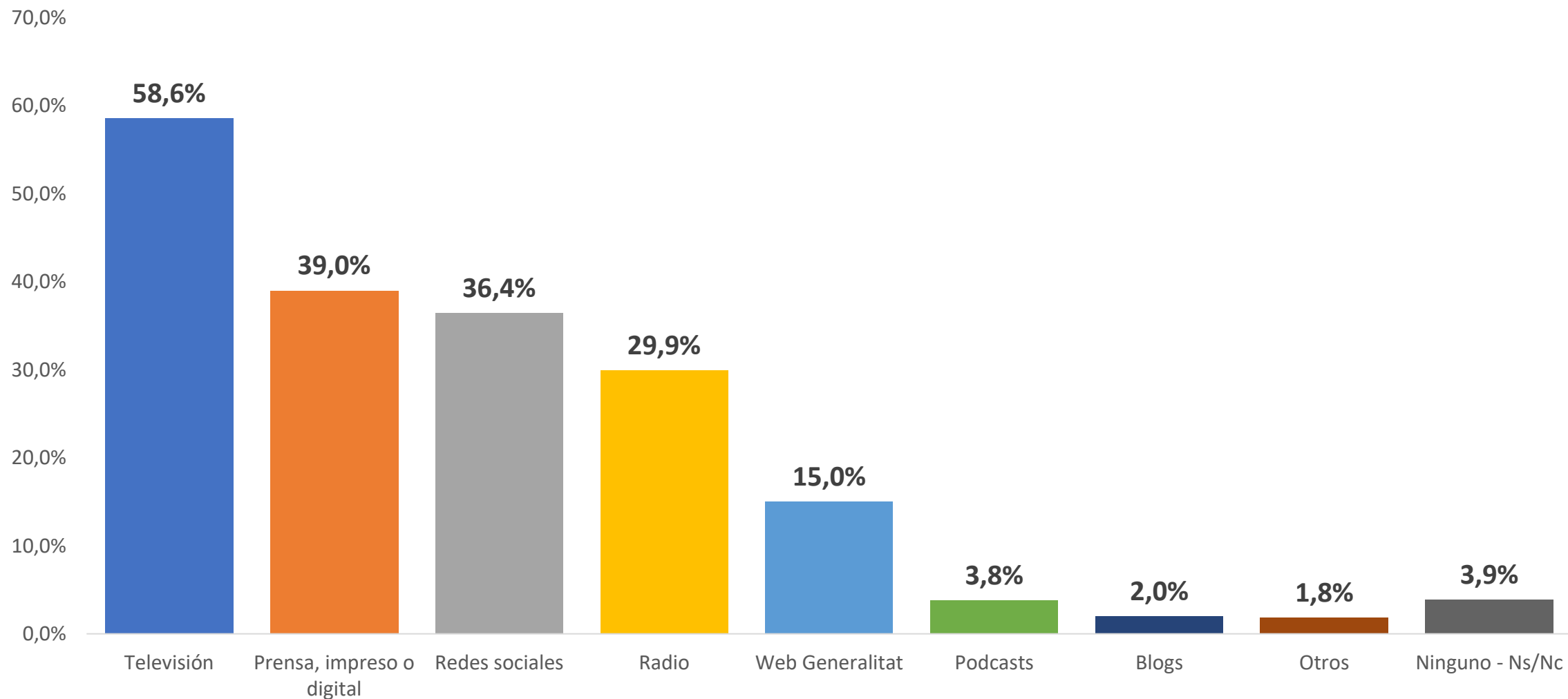
¿Se considera lo suficientemente informado en relación a las noticias de la Comunitat Valenciana?



Distribución de los que NO se consideran suficientemente informados



¿ A través de qué canal se informa de las noticias relativas a la Comunitat Valenciana?



Item: ¿Puede concretarme el medio que más utiliza para informarse, con el nombre con el que usted lo identifica? (Pregunta abierta, sobre la que se ha hecho una síntesis y posterior factorización. Los datos son menciones, sólo en los casos en que se ha dado un nombre concreto. El resto de respuestas genéricas del tipo: radio, TV,s, prensa, redes, etc, se han eliminado. Por lo tanto, se trata sólo de información cualitativa, subjetiva, en que interviene penetración real junto a notoriedad.

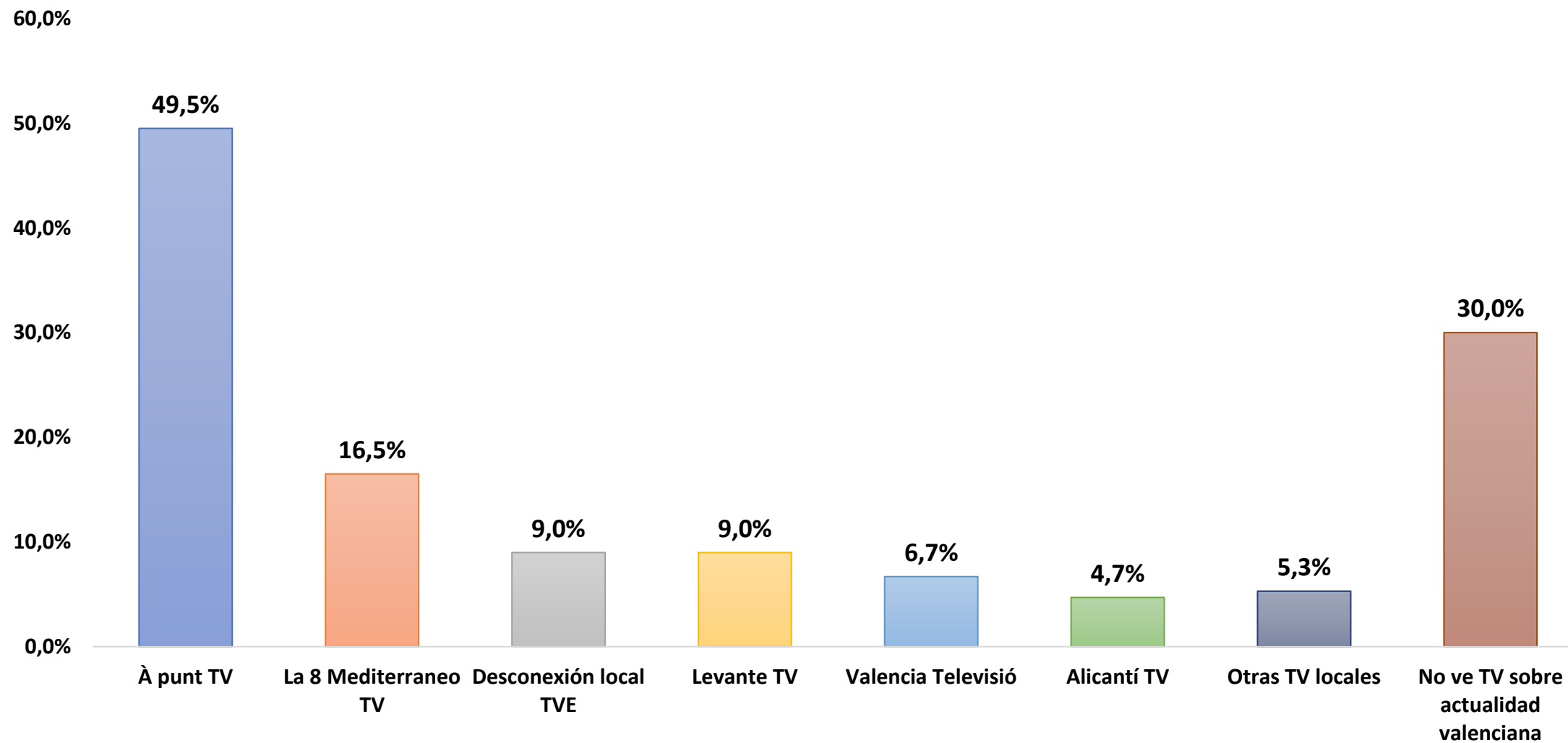
| N=1,672 | |
|---------|--------------------------|
| 15,85% | À Punt |
| 11,02% | Levante EMV |
| 9,08% | Diario Información |
| 4,32% | La Ser |
| 4,25% | 8 Mediterráneo |
| 3,80% | Las Provincias |
| 3,48% | La 1 |
| 3,48% | Periódico Mediterráneo |
| 3,22% | À Punt TV |
| 2,71% | Facebook |
| 2,64% | Instagram |
| 2,51% | El País |
| 2,32% | Cope |
| 2,19% | Twitter |
| 1,93% | Onda Cero |
| 1,93% | Antena 3 |
| 1,74% | El Mundo |
| 1,55% | Google |
| 1,48% | Valencia Plaza |
| 1,35% | RNE-RTVE |
| 1,29% | La Sexta |
| 1,03% | Telecinco |
| 0,97% | elDiario.es |
| 0,90% | 20 Minutos |
| 0,90% | Noticias autonómicas TVE |
| 0,77% | ABC |
| 0,64% | Boca a boca |
| 0,58% | La Razón |

| | |
|-------|------------------------|
| 0,58% | TikTok |
| 0,58% | Levante Tv |
| 0,58% | À Punt Radio |
| 0,52% | Diario La Veu |
| 0,52% | EsRadio |
| 0,45% | 13 TV |
| 0,39% | RRSS Generalitat |
| 0,39% | Informativos La 1 |
| 0,32% | 24 HORAS |
| 0,26% | Onda Valencia |
| 0,26% | Libertad Digital |
| 0,26% | Castellón Plaza |
| 0,26% | Costa Blanca |
| 0,26% | Público |
| 0,26% | EsDecir |
| 0,26% | Podscat |
| 0,19% | Ok Diario |
| 0,19% | Diario de La Vega Baja |
| 0,19% | Alicante Plaza |
| 0,19% | Europa Press |
| 0,19% | Youtube |
| 0,19% | TV Alicante |
| 0,19% | Aytos web |
| 0,19% | La Vanguardia |
| 0,19% | Valencia Bonita |
| 0,13% | El Toro TV |
| 0,13% | Plaza Radio |
| 0,13% | EdaTV |
| 0,13% | Nexa FM |

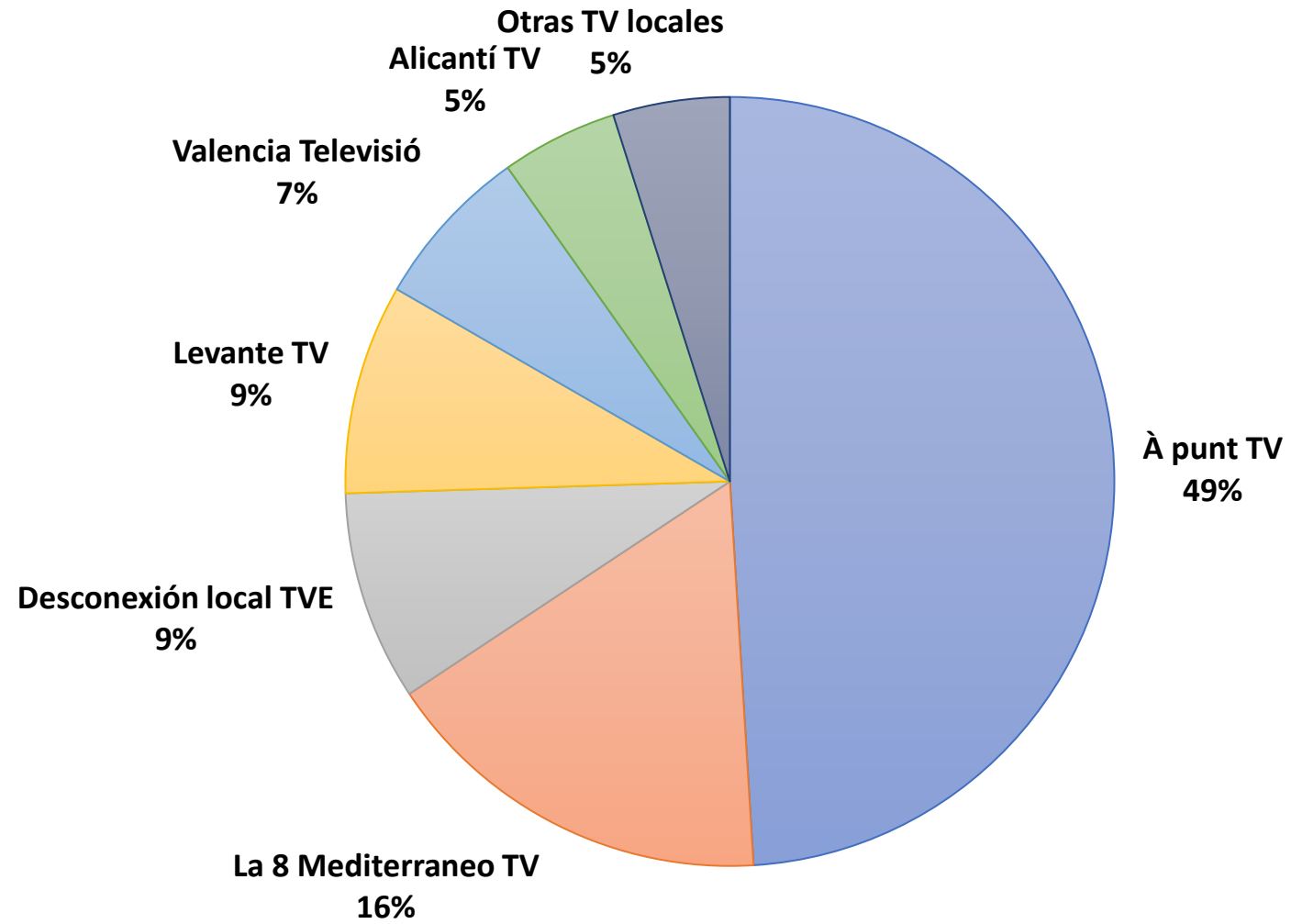
| | |
|-------|--------------------------|
| 0,13% | Alicanti |
| 0,13% | Tuenti |
| 0,13% | Whasthaap |
| 0,13% | Ayto. Castellón |
| 0,13% | El Español |
| 0,13% | Noticias Antena 3 |
| 0,13% | Todo Alicante |
| 0,13% | Marina Alta |
| 0,06% | 7 Valencia |
| 0,06% | Diar Serpis |
| 0,06% | Ara Multimedia |
| 0,06% | Radio Alcoy |
| 0,06% | Vila WEB |
| 0,06% | Webs Diarios Locales |
| 0,06% | Diario 16 |
| 0,06% | La Gaceta de la Biosfera |
| 0,06% | Minuto Crucial |
| 0,06% | Ayto Alcoy |
| 0,06% | Radios Locales |
| 0,06% | Blogs |
| 0,06% | Burbuja |
| 0,06% | Foro Coches |
| 0,06% | Infolibre |
| 0,06% | Diario Valencia |
| 0,06% | Diario Digital |
| 0,06% | Seisdoble |
| 0,06% | Telegram |
| 0,06% | La Plana al día |
| 0,06% | Radio Vilareal |

| | |
|-------|---------------------|
| 0,06% | RadioCastellón |
| 0,06% | Gent de la Safor |
| 0,06% | Ahora Marina Baixa |
| 0,06% | Ayto Elx |
| 0,06% | Intercomarcal |
| 0,06% | Intereconomia |
| 0,06% | Valencia News |
| 0,06% | La Fresca FM |
| 0,06% | Xabia Aldia.com |
| 0,06% | TV3 |
| 0,06% | Prensa Alcoy |
| 0,06% | Marca |
| 0,06% | Plural |
| 0,06% | Radio 5 |
| 0,06% | Radio Alfaz |
| 0,06% | Radio Marca |
| 0,06% | Ribera Baixa |
| 0,06% | Smart City Valencia |
| 0,06% | TeleSafor |
| 0,06% | Radio Denia |

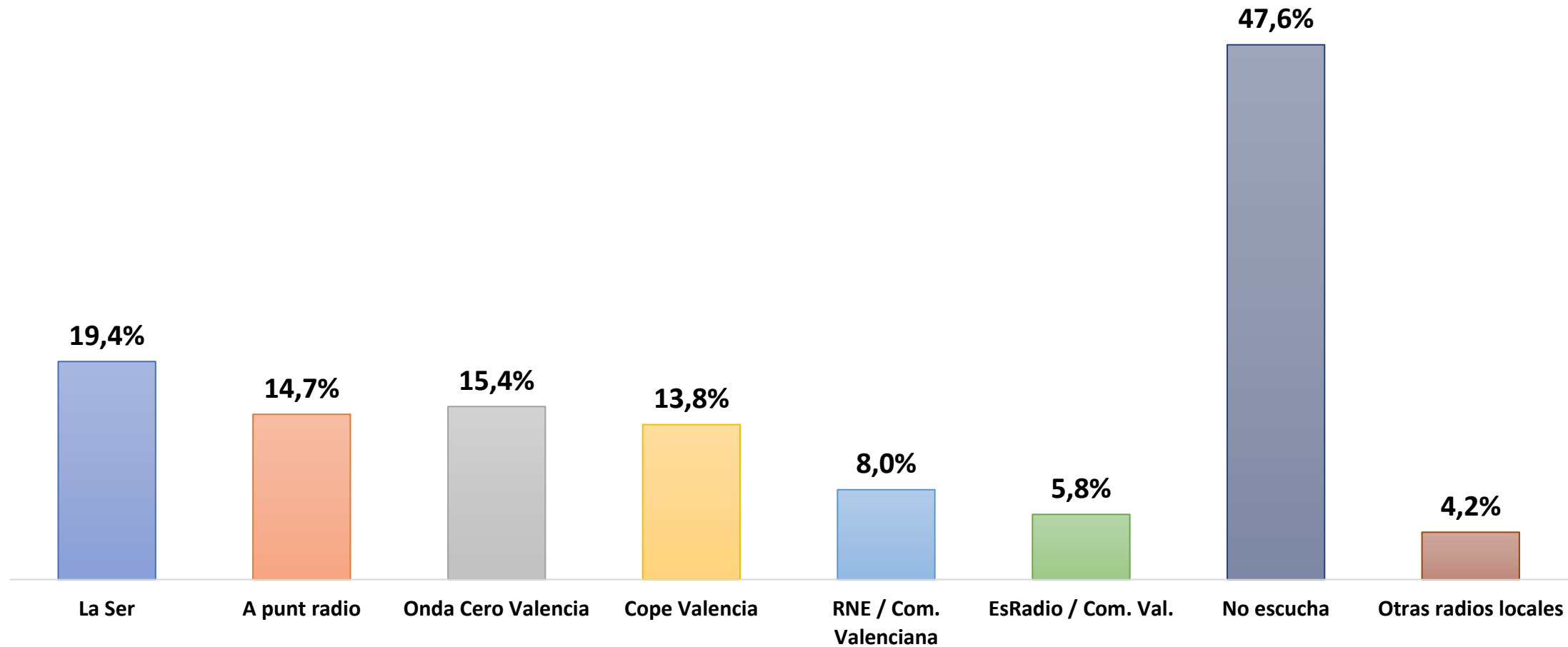
*Concretamente en TV, s... ¿ A través de cuál o cuáles se informa de las noticias relativas a la Comunitat Valenciana?
Pregunta sugerida y múltiple.*



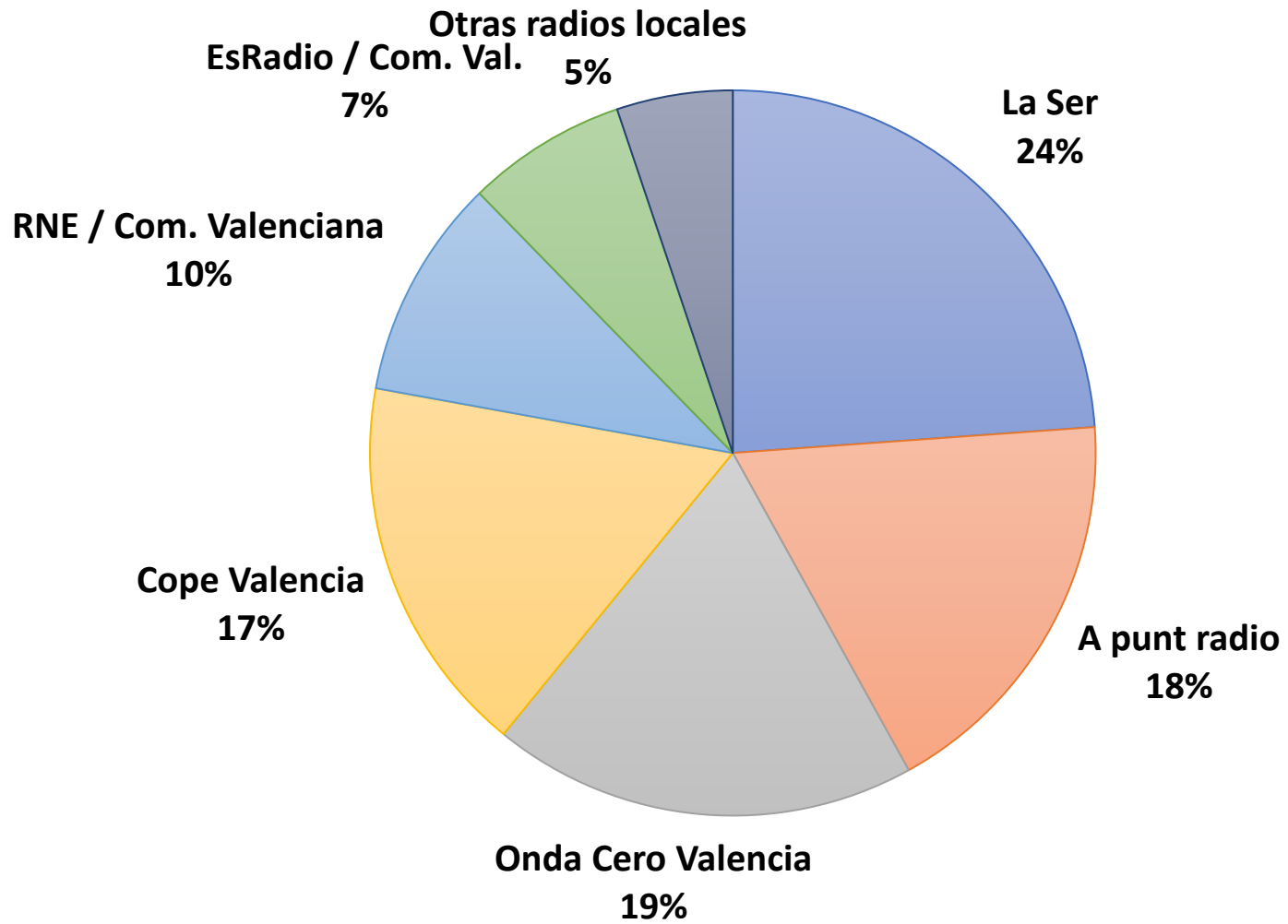
Share autonómico de TV,s (conversión a % sin decimales).



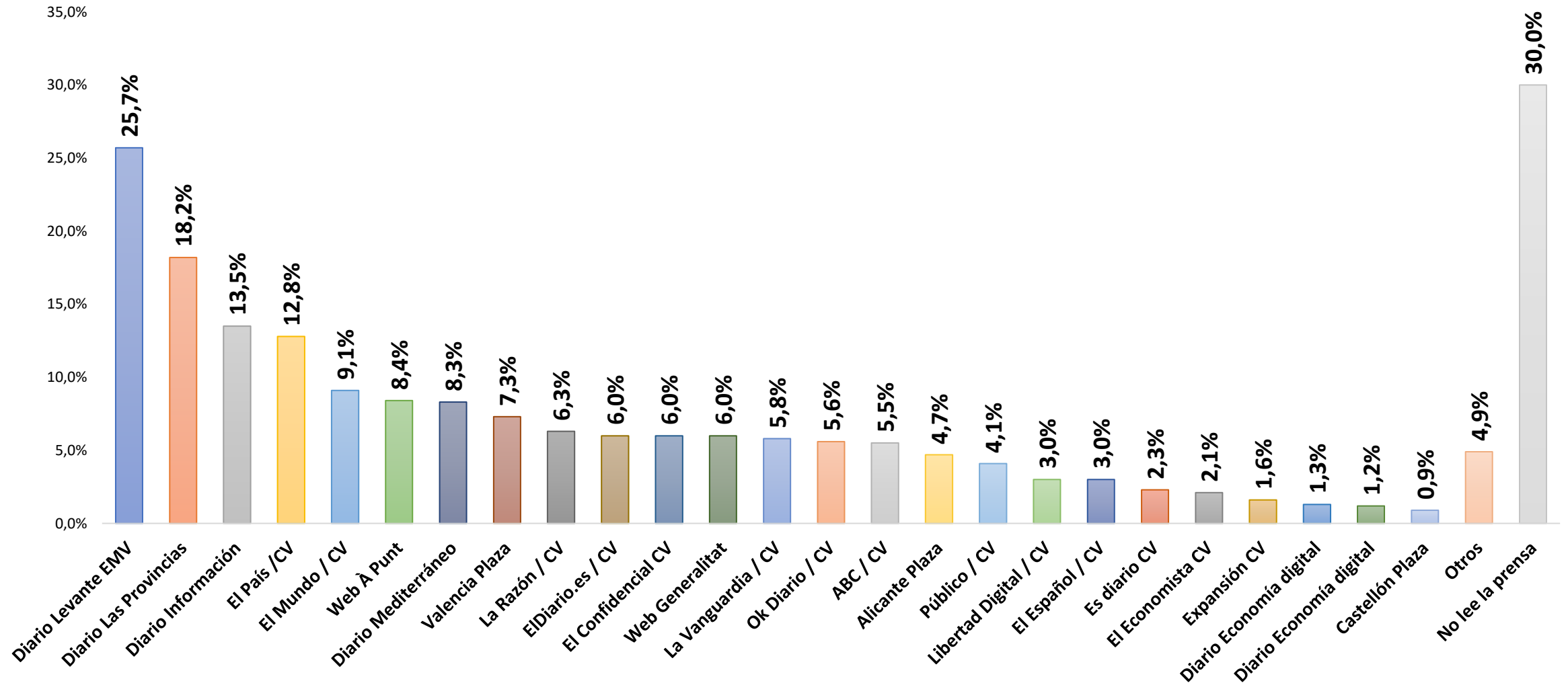
*Concretamente en radios... ¿ A través de cuál o cuáles se informa de las noticias relativas a la Comunitat Valenciana?
Pregunta sugerida y múltiple.*



Share autonómico de radios (conversión a % sin decimales).



Concretamente en prensa... ¿ A través de cuál o cuáles se informa de las noticias relativas a la Comunitat Valenciana?. Pregunta sugerida y múltiple.



Datos de referencia del EGM en audiencia media diaria de los principales periódicos de la CV.

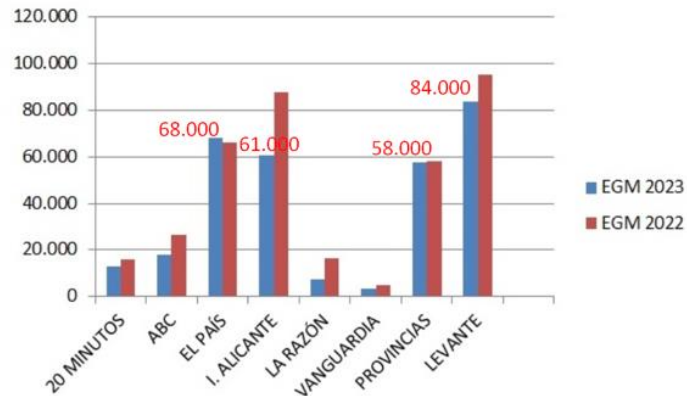
Fuente: EGM Interactiva

DICIEMBRE 2023 - PROMEDIOS DIARIOS - TRAFICO NACIONAL E INTERNACIONAL

(B) = Brand (C) = Channel

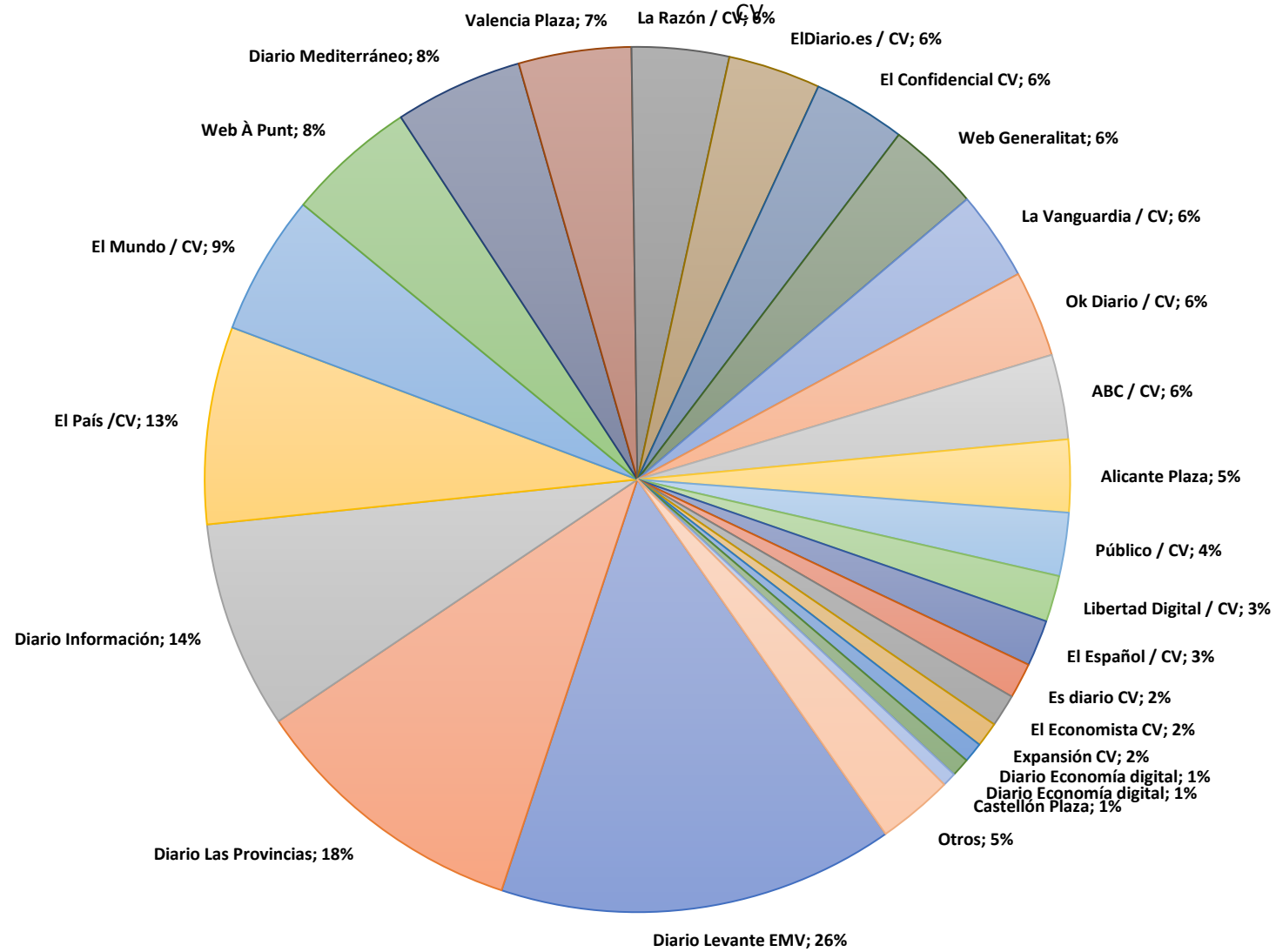
| | TITULO | CLASIFICACION | SUB-CLASIFICACION | N.UNICOS | VAR.% | VISITAS | D.MEDIA | PAGINAS |
|-----|--|------------------------|--------------------------------|----------|--------|---------|----------|---------|
| | 1 (B) LEVANTE-EMV.COM | Noticias e Información | Noticias globales y actualidad | 396.550 | -10,84 | 469.680 | 00:02:29 | 704.810 |
| | 2 (B) ELPERIODICOMEDITERRANEO.COM | Noticias e Información | Noticias globales y actualidad | 188.368 | -8,75 | 219.066 | 00:01:53 | 312.646 |
| | 3 (B) VALENCIAPLAZA.COM | Noticias e Información | Noticias globales y actualidad | 89.943 | -7,63 | 105.132 | 00:03:07 | 198.246 |
| | 4 (C) ELDIARIO.ES - COMUNIDAD VALENCIANA | Noticias e Información | Noticias globales y actualidad | 88.676 | 18,88 | 96.957 | 00:00:47 | 108.917 |
| | 5 (B) ALICANTEPLAZA.ES | Noticias e Información | Noticias globales y actualidad | 33.929 | -6,25 | 38.611 | 00:02:00 | 73.520 |
| | 6 (B) ELPERIODIC.COM | Noticias e Información | Noticias globales y actualidad | 27.890 | 19,44 | 30.861 | 00:02:36 | 77.068 |
| | 7 (B) VALENCIAEXTRA.COM | Noticias e Información | Noticias globales y actualidad | 16.694 | -20,33 | 17.515 | 00:00:57 | 28.391 |
| [+] | 8 (B) LAMARINAPLAZA.COM | Noticias e Información | Noticias globales y actualidad | 12.895 | -23,80 | 14.714 | 00:01:56 | 22.019 |
| | 9 (B) CASTELLONPLAZA.COM | Noticias e Información | Noticias globales y actualidad | 12.673 | 1,47 | 14.343 | 00:02:09 | 26.413 |
| | 10 (B) CASTELLONINFORMACION.COM | Noticias e Información | Noticias globales y actualidad | 10.096 | -10,54 | 11.091 | 00:01:18 | 14.367 |

Fuente: EGM

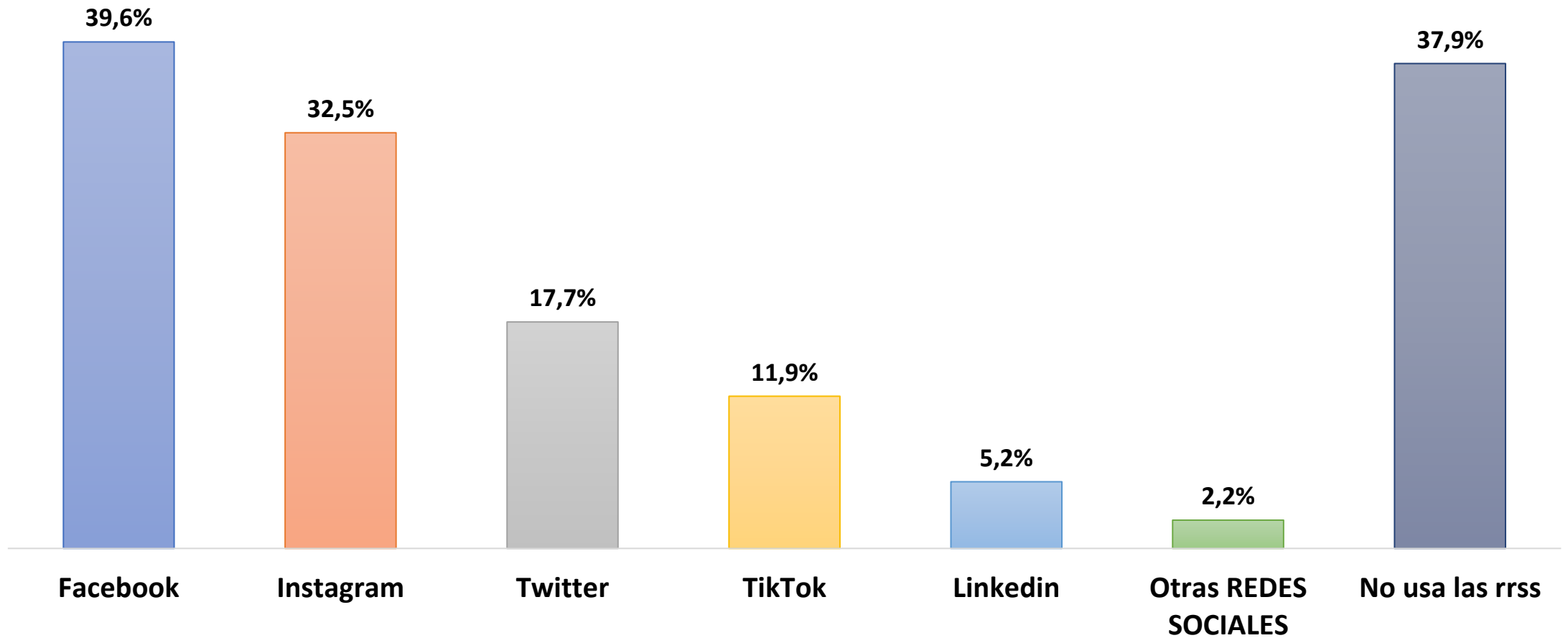


La medición de audiencias mediante encuestas tiene la ventaja que contempla una declaración consciente de lectura real, pero el inconveniente de confundir (cada vez más) canal papel, con canal online (webs, redes sociales, artículos compartidos, etc). A ello se añade el problema de que no todos los medios están contemplados en todos los sistemas de medición. Aún así, bastan ambos gráficos (datos oficiales EGM) para comprobar que Levante (84.000 lectores de papel, y casi 400.000 lectores digitales diarios) es líder de la prensa.

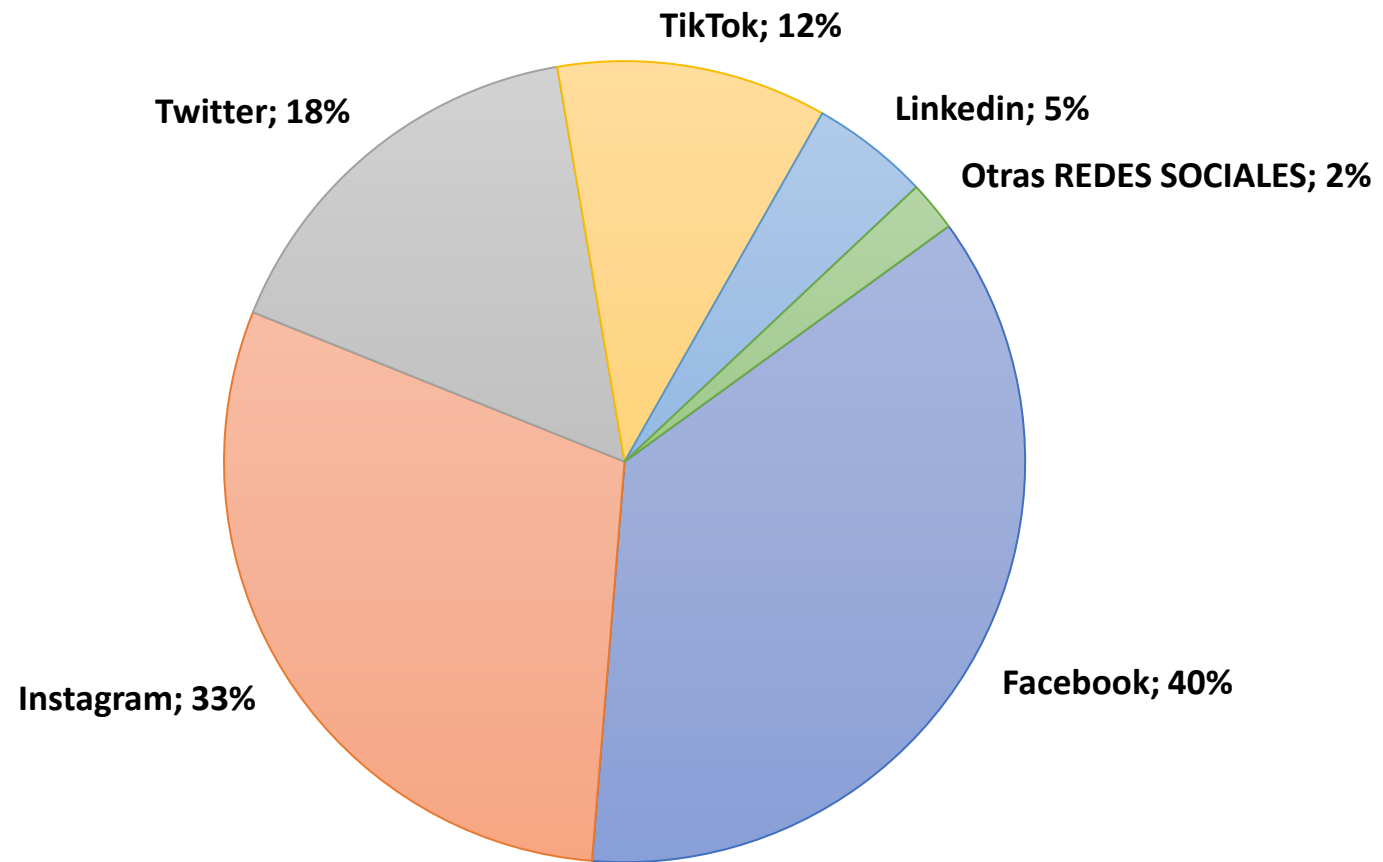
Share autonómico de prensa (conversión a % sin decimales).



Concretamente en RRSS... ¿ A través de cuál o cuáles se informa de las noticias relativas a la Comunitat Valenciana?. Pregunta sugerida y múltiple.



Share autonómico de RRSS para informarse sobre CV



Datos. Parte. II
Audiencias, hábitos y opiniones sobre "À Punt"

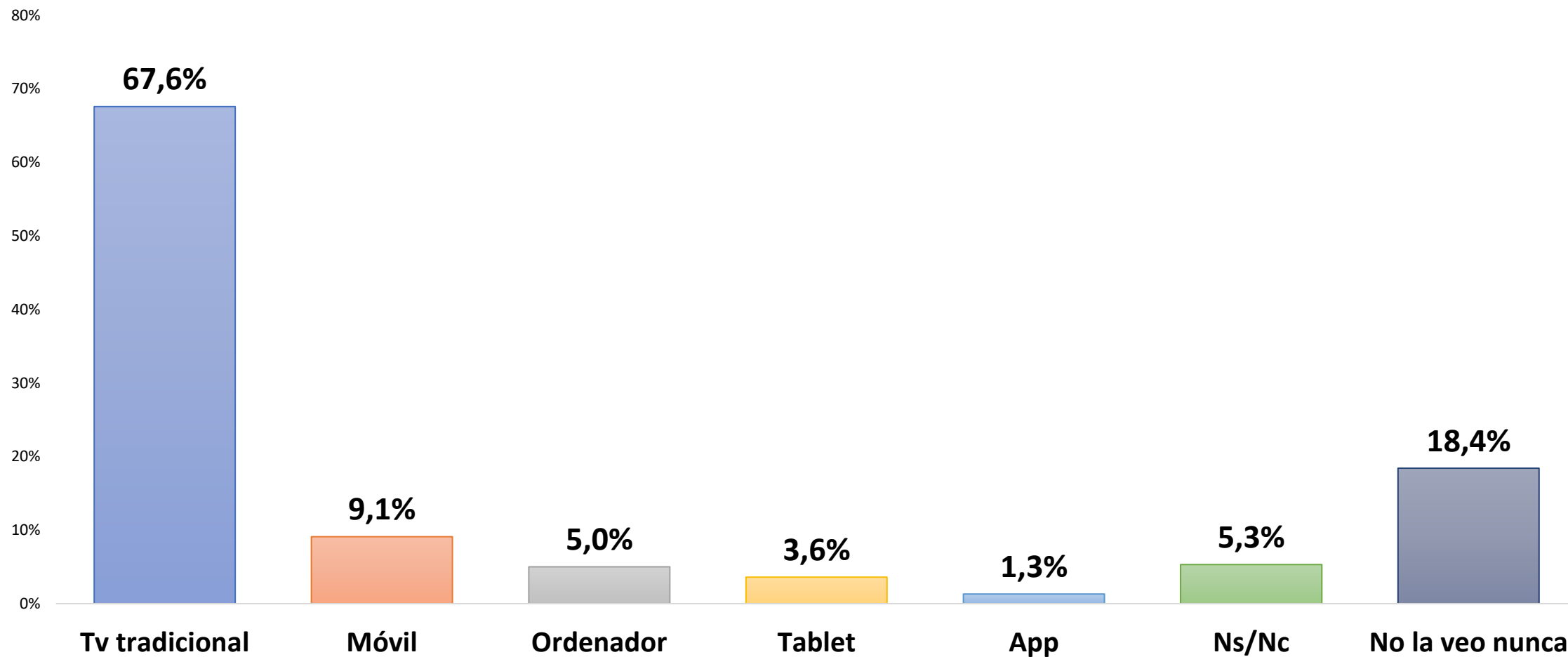


Hábitos



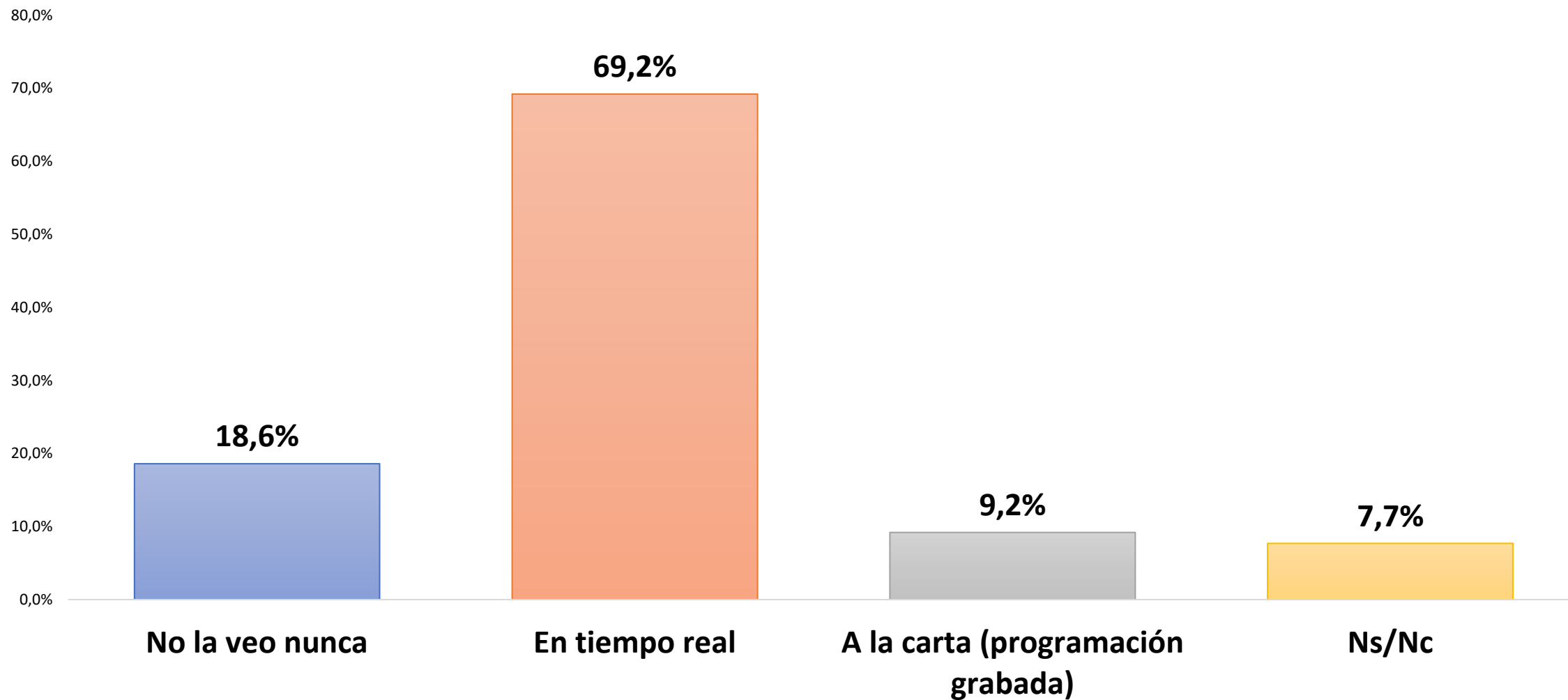
Quando ve "À Punt" ¿ a través de qué dispositivo lo hace?

CV



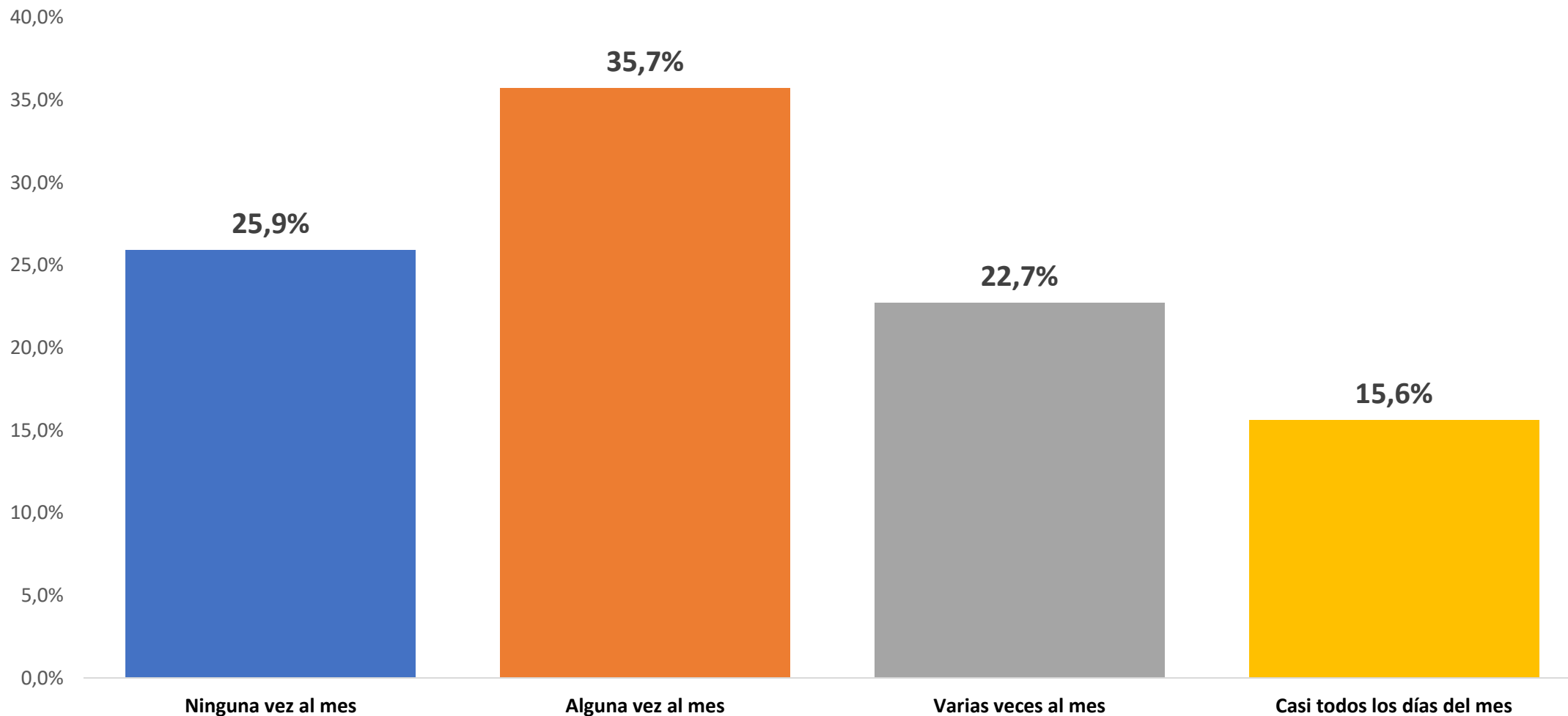
Cuando ve "À Punt"... ¿ en qué momento lo hace ?

CV

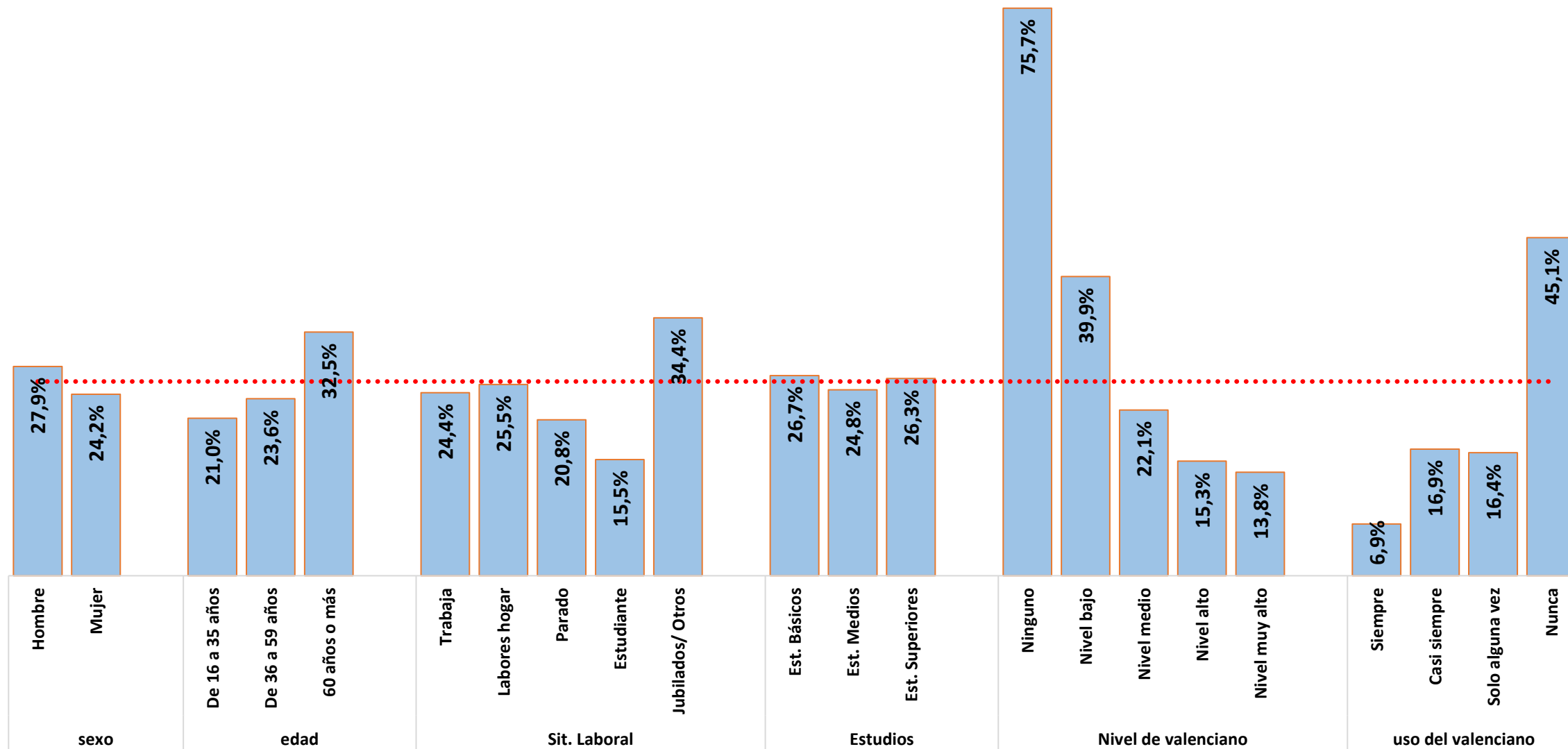


Frecuencia de la audiencia y la penetración de "À Punt" según encuesta

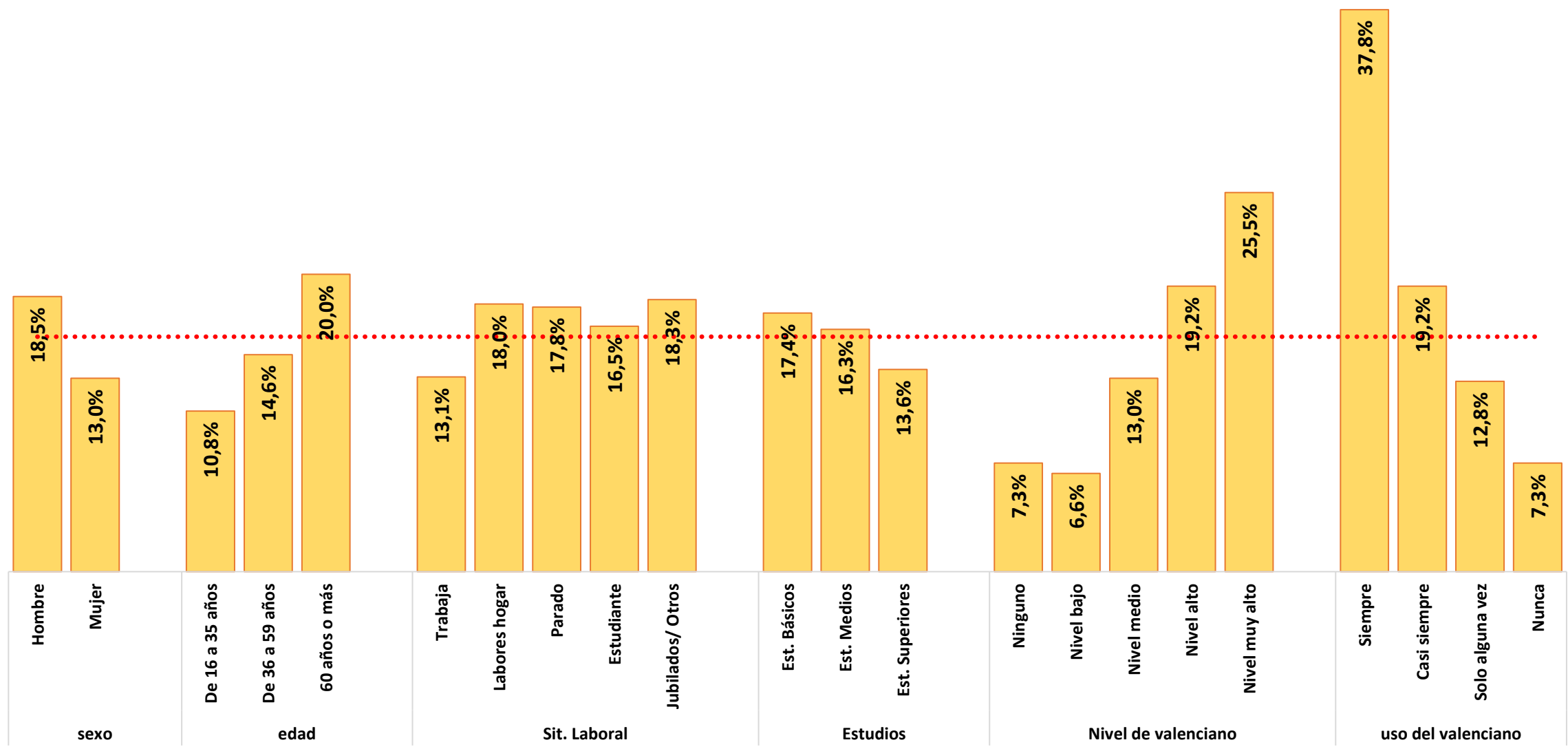
¿con qué frecuencia ha visto
"À Punt" TV a lo largo del último año?



Distribución de la NO audiencia de À Punt (aquellos que dicen no verla nunca)



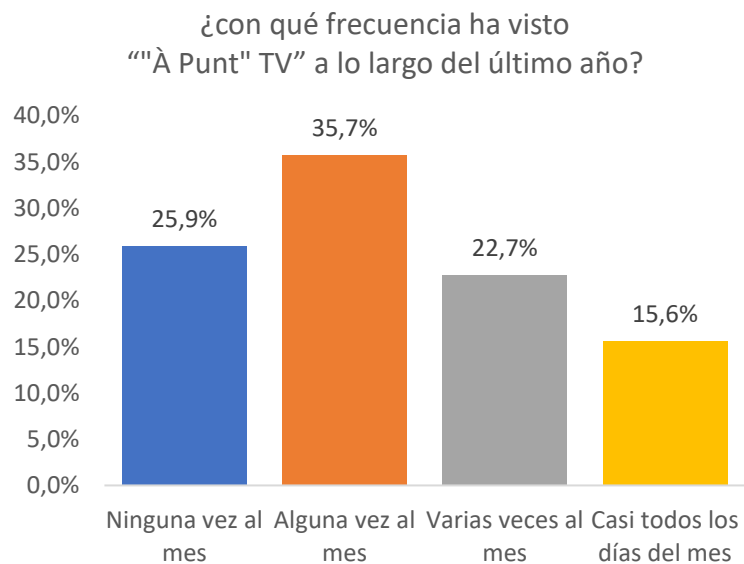
Distribución de la audiencia fiel de À Punt (aquellos que dicen verla todos o casi todos los días)



Audiencias



Audiencias "À Punt" según encuesta actual



Método de cálculo de audiencia media diaria:

(las respuestas a la pregunta ¿con qué frecuencia ve "À Punt" a lo largo de un mes?, se ponderan por 5, 15 y 25 días de promedio. Es un sistema estandarizado y de alta validez concurrente con otros sistemas de medición)

% Alguna vez al mes x 5 días de media al mes

% Varias veces al mes x 15 días de media al mes

% Casi todos los días del mes x 25 días de media al mes

Dividido por 45 Total: 20,2% de penetración acumulada mensual

*Si transformamos dicho 20,2% a miles, a partir de un universo de valencianos de 4.150.000 (>17 años), da un total redondeado de **838.000**, que sería la audiencia acumulada mensual.*

*Para hallar la audiencia media diaria con mayor precisión, hay que acudir a la audiencia "todos o casi todos los días" (un 15,6%). Aplicando el mismo procedimiento, da un total aproximado de **647.000 televidentes diario**.*

¿CUÁNTA GENTE VE À PUNT?



DE

MAYO 2020 A
ABRIL 2021

Nos han visto

91,3%

De los valencianos/as



4.410.000

personas



PRIMER TRIMESTRE 2021



2.759.000

ESPECTADORES/MES



1.678.000

ESPECTADORES/SEMANA



738.000

ESPECTADORES/DÍA

MINUTO DE
ORO



31/12/2020
A LAS 24:08 H

392.000

ESPECTADORES

Fuente: KANTAR MEDIA

Infografía
extraída de la
web de "À Punt"
capturada a
través de:

chrome-
extension://efaid
nbmnnnibpcajpcg
lclefindmkaj/http
s://static.apuntm
edia.es/apunt/pu
blic/content/file/
original/2021/06
17/14/argumenta
ri-publicitat-
maig-2021-
12e8074.pdf

Primer trimestre 2021
738.000 televidentes

Audiencias "À Punt" según Kantar

| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Media anual |
|------|-------|--------------------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|--------------------|-----------|--------------------|-------------|
| 2018 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1,2% ³⁷ | 1,4% | 1,3% | 1,4% |
| 2019 | 1,3% | 1,5% ³⁸ | 2,5% | 1,9% | 2,2% | 2,0% | 2,3% | 2,5% | 2,7% | 2,3% ³⁹ | 1,9% | 2,2% ⁴⁰ | 2,3% |
| 2020 | 2,5% | 1,9% | 3,2% | 3,3% | 3,2% | 2,9% | 2,6% | 2,5% | 3,0% | 3,5% | 3,7% | 3,7% | 3% |
| 2021 | 3,6% | 3,2% | 3,6% | 3,7% | 4,0% | 3,6% | 2,8% | 2,8% | 3,4% | 3,0% | 3,4% | 3,2% | 3,4% |
| 2022 | 2,9% | 2,9% | 3,9% | 3,0% | 3,0% | 3,2% | 2,7% | 3,2% | 3,3% | 3,1% | 3,3% | 3,0% | 3,1% |
| 2023 | 3,6% | 3,7% | 4,4% | 2,9% | 3,2% | 3,1% | 2,4% | 2,2% | 3,0% | 2,5% | 2,5% | | |

Comparativas y promedio de audiencia A Punt.

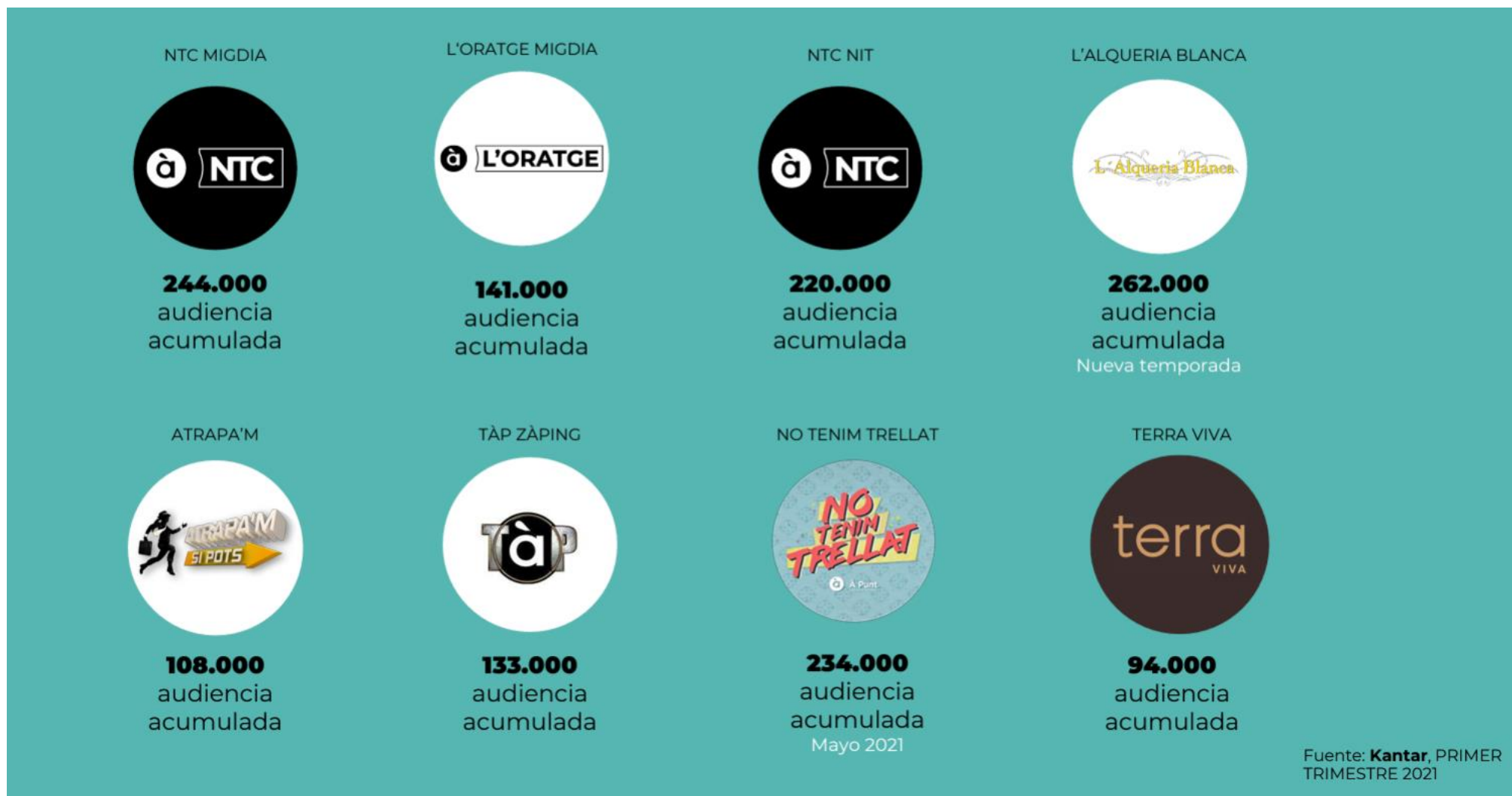
- **Kantar IT/21: Share 3,5% (>5años) = 738.000 / día**
- **Kantar media 2023 (hasta nov23): Share 2,9% (>5 años) = 700.000 / día aprox.**
- **Encuesta propia: 647,000 / día en > 17 años, equivalente a unos 780.000 en > 5 años**

Media razonable entre Kantar (medición mediante audímetro) y la encuesta propia, llevado a 2023 y en > 5 años 740.000

Informativos



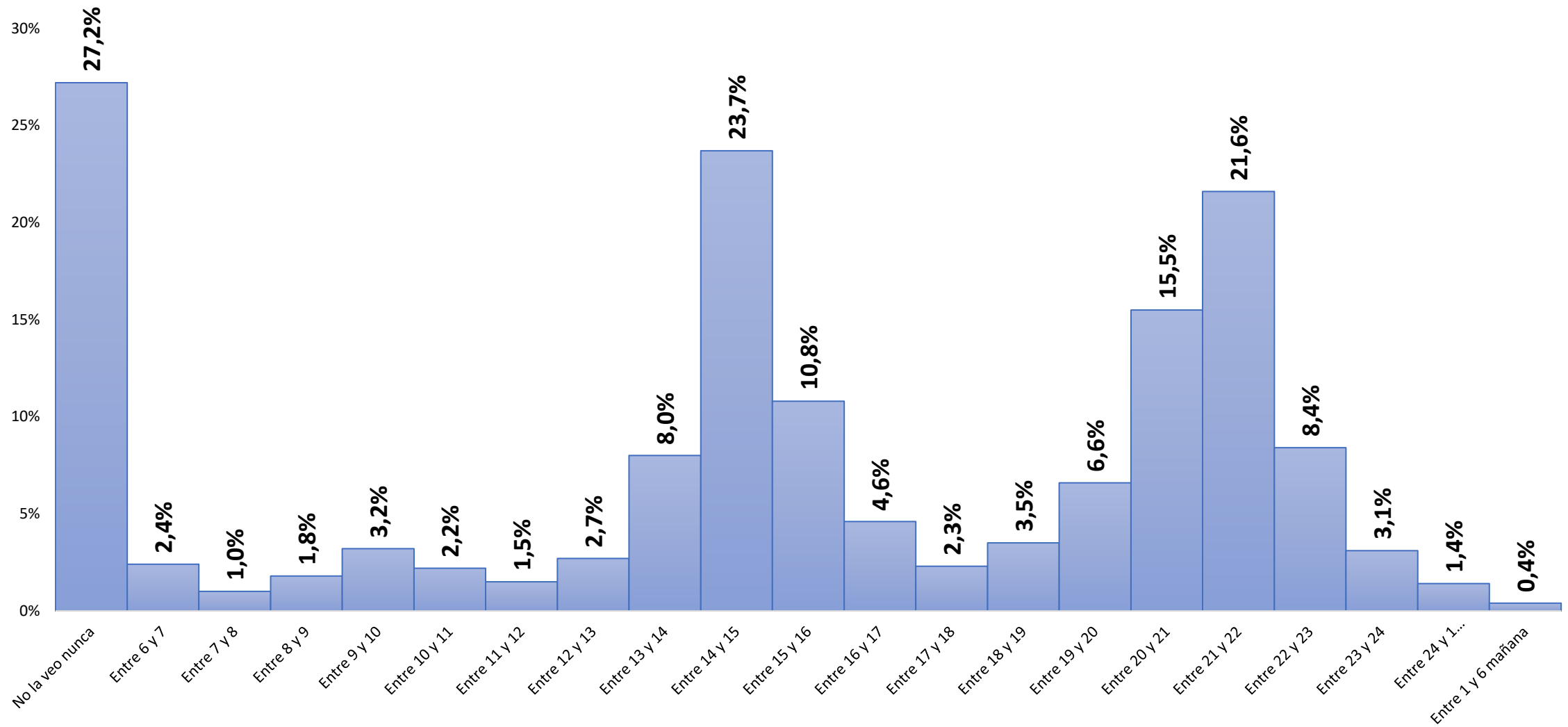
Análisis de audiencia de los informativos. Datos Kantar 1T 2021



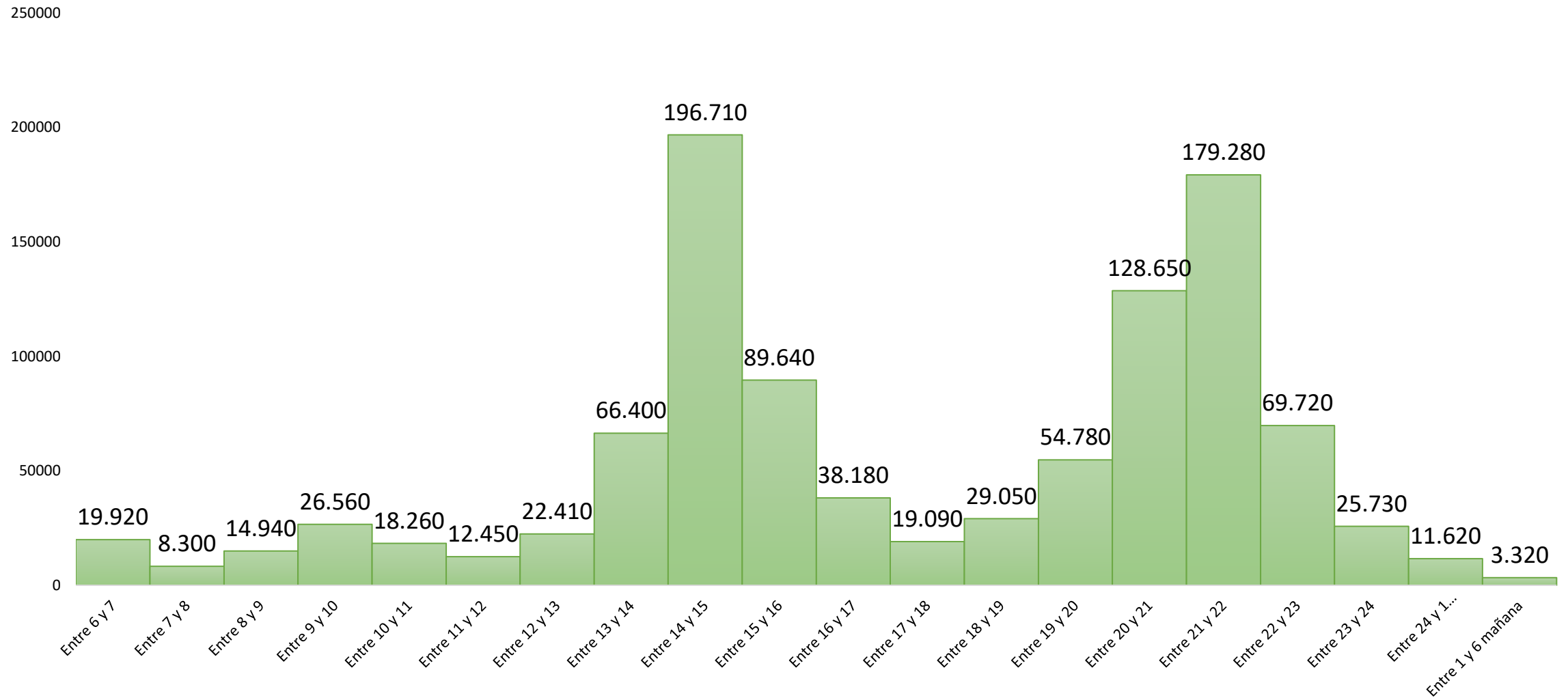
Fuente: Kantar, PRIMER TRIMESTRE 2021

Infografía extraída de la web de "À Punt".

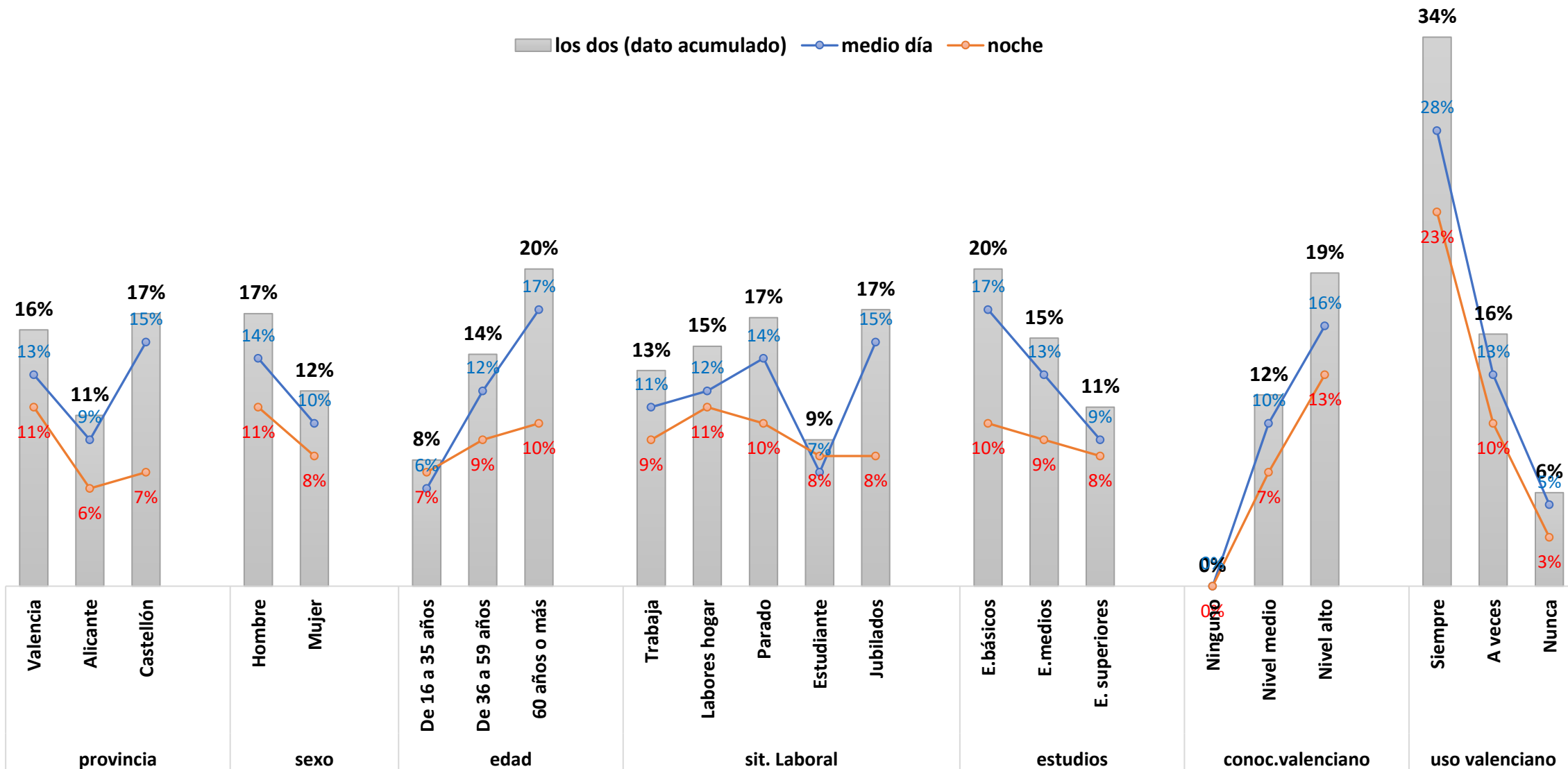
*Audiencias mediante encuesta propia. ¿Cuándo ve "À Punt", a qué hora lo hace?
(datos en % de rating horario)*



*Audiencias mediante encuesta propia. ¿Cuándo ve "À Punt", a qué hora lo hace?
(datos en miles de rating horario)*



Audiencia fiel (todos / casi todos los días) de cada informativo



Opiniones



*Grado de cumplimiento de los objetivos del contrato-programa, según frecuencia de visionado
(la nota 0-10 se ha calculado mediante ponderación Si=10, No=0 y Ns/Nc = 5), siguiendo metodologías CIS.*

| | Si | No | Ns/Nc | CV | Ninguna vez al mes | Alguna vez al mes | Varias veces al mes | casi todos los días |
|---|-----|-----|-------|-----|-----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|
| Informar de asuntos de actualidad valenciana | 64% | 9% | 27% | 8,8 | 6,4 | 8,5 | 9,4 | 9,7 |
| Garantiza la igualdad entre hombres y mujeres | 50% | 11% | 39% | 8,2 | 5,5 | 7,8 | 8,6 | 9,8 |
| Difundir la cultura y la lengua en toda la CV | 59% | 14% | 27% | 8,1 | 4,7 | 8,0 | 8,9 | 9,1 |
| Garantiza el respeto a colectivos vulnerables | 48% | 12% | 40% | 8,0 | 4,2 | 7,7 | 8,7 | 9,6 |
| Desarrollar el sector audiovisual valenciano | 52% | 13% | 35% | 8,0 | 4,5 | 7,4 | 9,0 | 9,2 |
| La calidad de los informativos es buena | 53% | 16% | 31% | 7,6 | 2,8 | 7,1 | 9,0 | 9,3 |
| Entretener | 52% | 18% | 30% | 7,4 | 3,6 | 7,0 | 8,5 | 8,8 |
| Vertebrar y unir territorialmente la CV | 45% | 19% | 36% | 7,0 | 3,1 | 7,1 | 7,9 | 8,6 |
| Garantiza se escuchen totalidad opiniones | 38% | 23% | 40% | 6,2 | 2,0 | 5,7 | 7,1 | 8,5 |
| La calidad de los programas de entretenimiento es buena | 40% | 25% | 35% | 6,1 | 2,4 | 5,8 | 7,1 | 7,5 |
| Tiene unos costes económicos razonables y prudentes | 28% | 19% | 52% | 5,9 | 1,9 | 5,6 | 6,9 | 8,8 |
| Está a la vanguardia de la tecnología | 32% | 22% | 46% | 5,9 | 2,4 | 5,7 | 6,9 | 7,2 |
| Los programas son objetivos y sin orientación política | 34% | 27% | 40% | 5,6 | 1,4 | 5,0 | 6,7 | 8,0 |
| La calidad de las películas es buena | 29% | 30% | 41% | 4,9 | 2,7 | 4,4 | 5,6 | 6,4 |
| Media | | | | 7,0 | 3,4 | 6,6 | 7,9 | 8,6 |

Opinión sobre algunos aspectos de los informativos

| | Aprueba | Suspende | Ns/Nc | CV | Ninguna vez al mes | Alguna vez al mes | Varias veces al mes | casi todos los días |
|----------------------------------|---------|----------|-------|-----|--------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| Calidad de la sección del tiempo | 58% | 9% | 33% | 8,6 | 5,1 | 8,6 | 9,0 | 9,4 |
| Calidad de los reporteros | 54% | 11% | 36% | 8,3 | 4,5 | 7,9 | 9,0 | 9,6 |
| Veracidad de la noticia | 50% | 12% | 38% | 8,1 | 3,8 | 7,7 | 9,0 | 9,3 |
| Cobertura territorial | 54% | 13% | 33% | 8,1 | 5,6 | 7,7 | 8,6 | 8,8 |
| Calidad de los presentadores | 53% | 14% | 34% | 7,9 | 4,6 | 7,1 | 8,9 | 9,2 |
| Calidad de noticias deportivas | 42% | 12% | 46% | 7,8 | 5,5 | 7,2 | 8,2 | 8,8 |
| Objetividad política | 36% | 23% | 40% | 6,1 | 2,0 | 5,2 | 6,7 | 8,6 |
| media | | | | 7,8 | 4,4 | 7,3 | 8,5 | 9,1 |

Datos. Parte. III

*Comparativas "À Punt- resto canales
autonómicos"*

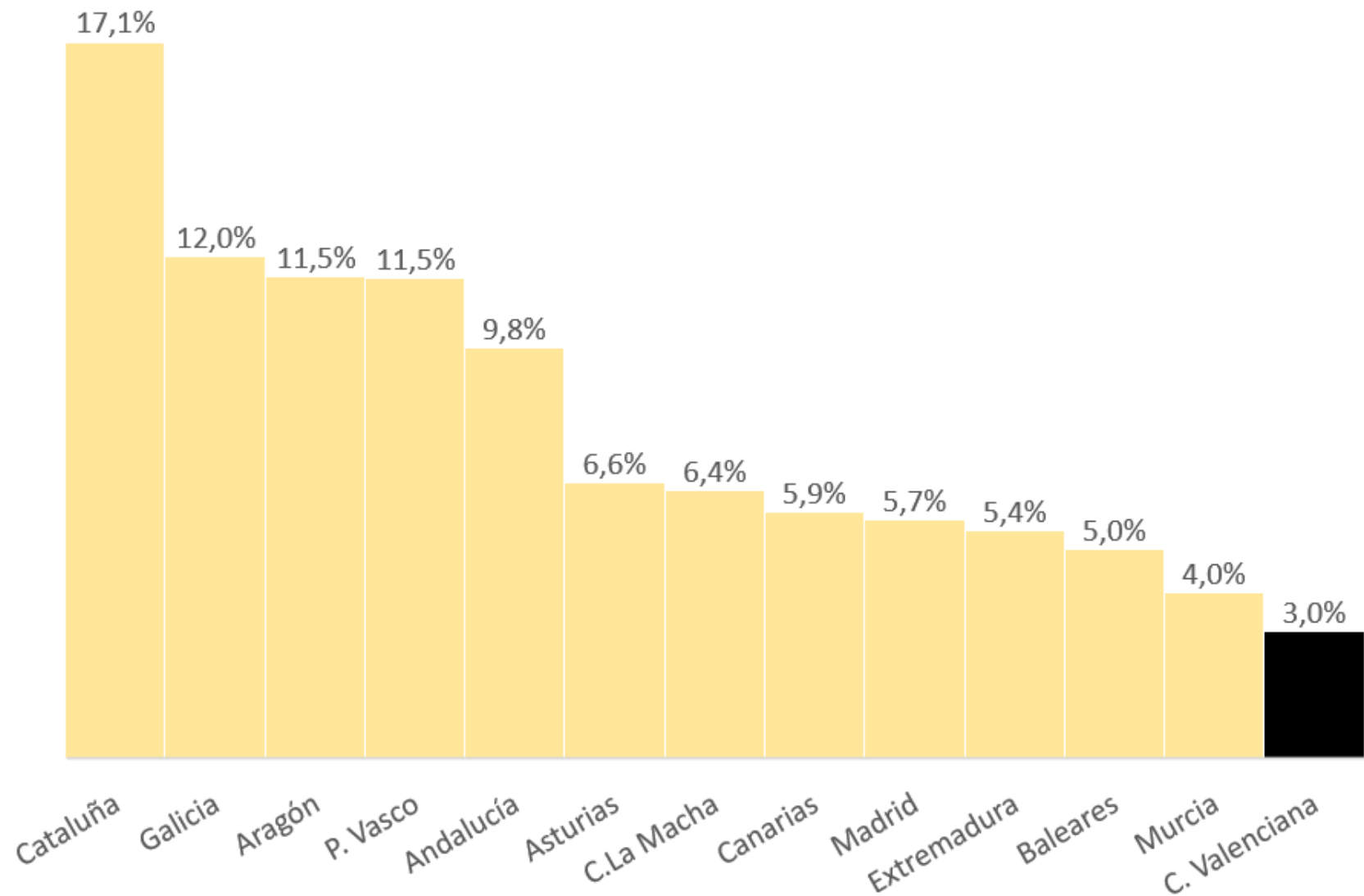


Datos de audímetro (Kantar oficial evolución mensual 2023).

| | Cadena | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic. | Media anual | | |
|---------------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------------|---------------|-------|
| Cataluña | TV3 | 15,1% | 14,2% | 14,5% | 13,6% | 13,9% | 14,2% | 13,9% | 11,8% | 13,9% | 14,0% | 14,5% | | 14,0% | Cataluña | 17,1% |
| | SX3/33 | 0,5% | 0,6% | 0,6% | 0,6% | 0,6% | 0,6% | 0,5% | 0,8% | 0,7% | 0,8% | 0,6% | | 0,6% | | |
| | 3/24 | 3,6% | 1,2% | 1,1% | 1,1% | 1,2% | 1,3% | 1,5% | 1,5% | 1,6% | 1,5% | 1,7% | | 1,6% | | |
| | Esport3 | 0,9% | 0,9% | 0,9% | 1,0% | 1,0% | 0,9% | 0,6% | 1,0% | 1,2% | 1,2% | 1,1% | | 1,0% | | |
| Galicia | TVG | 11,2% | 10,7% | 10,2% | 10,0% | 11,3% | 12,1% | 12,1% | 11,3% | 11,2% | 10,8% | 10,6% | | 11,0% | Galicia | 12,0% |
| | TVG2 | 0,9% | 0,8% | 0,9% | 1,0% | 0,9% | 1,1% | 1,0% | 1,0% | 0,9% | 0,9% | 1,0% | | 0,9% | | |
| Aragón | Aragón TV | 11,5% | 11,7% | 10,8% | 12,1% | 11,0% | 11,1% | 11,3% | 10,8% | 11,6% | 13,6% | 11,3% | | 11,5% | Aragón | 11,5% |
| P. Vasco | ETB1 | 2,1% | 1,8% | 1,9% | 2,1% | 2,2% | 2,2% | 2,9% | 2,2% | 2,1% | 1,8% | 1,8% | | 2,1% | P. Vasco | 11,5% |
| | ETB2 | 8,8% | 8,6% | 7,9% | 8,5% | 8,9% | 8,9% | 8,4% | 7,9% | 8,0% | 8,6% | 7,6% | | 8,4% | | |
| | ETB3 | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,1% | | 0,2% | | |
| | ETB4 | 0,8% | 0,8% | 0,8% | 1,0% | 0,8% | 0,9% | 0,8% | 0,9% | 0,8% | 1,0% | 0,9% | | 0,9% | | |
| Andalucía | Canal Sur | 9,9% | 10,4% | 9,4% | 9,3% | 9,6% | 9,5% | 9,7% | 9,8% | 9,4% | 8,9% | 8,7% | | 9,5% | Andalucía | 9,8% |
| | And-TV | 0,4% | 0,4% | 0,2% | 0,3% | 0,3% | 0,4% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | | 0,3% | | |
| Asturias | TPA | 6,8% | 6,7% | 6,4% | 6,5% | 5,7% | 5,0% | 5,0% | 5,0% | 4,0% | 5,0% | 5,2% | | 5,6% | Asturias | 6,6% |
| | TPA2 | 1,0% | 1,0% | 0,8% | 1,3% | 0,9% | 0,9% | 1,0% | 1,1% | 1,1% | 1,0% | 1,0% | | 1,0% | | |
| Madrid | Telemadrid | 5,4% | 4,8% | 5,5% | 5,3% | 5,5% | 5,4% | 4,3% | 4,0% | 4,2% | 4,5% | 4,5% | | 4,9% | Madrid | 5,7% |
| | La Otra | 0,8% | 0,7% | 0,8% | 0,9% | 0,8% | 0,8% | 0,9% | 0,9% | 0,9% | 0,9% | 1,0% | | 0,9% | | |
| C.La Macha | CMM | 5,8% | 6,3% | 6,3% | 6,2% | 6,7% | 6,5% | 6,4% | 6,9% | 6,8% | 6,1% | 6,4% | | 6,4% | C.La Macha | 6,4% |
| Canarias | TVCAN | 5,8% | 6,5% | 5,5% | 5,0% | 5,9% | 6,2% | 5,5% | 7,5% | 5,1% | 5,9% | 5,8% | | 5,9% | Canarias | 5,9% |
| Extremadura | C.EXT.TV | 5,5% | 6,0% | 5,3% | 5,9% | 5,9% | 5,6% | 5,6% | 5,5% | 5,0% | 4,5% | 5,0% | | 5,4% | Extremadura | 5,4% |
| Baleares | IB3 | 5,3% | 5,3% | 5,2% | 4,6% | 5,4% | 5,1% | 5,0% | 5,3% | 5,1% | 4,3% | 4,3% | | 5,0% | Baleares | 5,0% |
| Murcia | LA7RM | 3,8% | 4,3% | 3,6% | 4,2% | 4,2% | 3,8% | 3,7% | 4,5% | 4,3% | 3,8% | 3,3% | | 4,0% | Murcia | 4,0% |
| C. Valenciana | À Punt | 3,6% | 3,7% | 4,4% | 2,9% | 3,2% | 3,1% | 2,4% | 2,2% | 3,0% | 2,5% | 2,5% | | 3,0% | C. Valenciana | 3,0% |

Datos de audímetro (Kantar oficial 2023).

Agrupados los diferentes canales autonómicos, según la CCAA. (datos provenientes de la transparencia anterior)



Datos de encuesta EGM (AIMC oficial). Evolución anual de la penetración sobre la base nacional

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA DE LAS CADENAS DE TELEVISIÓN - 2007-2023

En porcentajes

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| LA 1 | 29,4 | 28,3 | 30,7 | 34,3 | 33,6 | 30,1 | 24,2 | 23,6 | 22,9 | 21,5 | 21,2 | 21,2 | 21,7 | 22,1 | 20,4 | 19,6 | 20,1 |
| LA 2 | 7,2 | 7,5 | 6,4 | 4,9 | 4,5 | 4,5 | 5,2 | 5,4 | 5,6 | 4,6 | 4,7 | 4,8 | 5,2 | 5,2 | 5,6 | 5,8 | 5,5 |
| ANTENA 3 | 37,1 | 33,1 | 30,8 | 26,9 | 25,7 | 25,7 | 29,1 | 28,1 | 27,7 | 27,3 | 26,5 | 27,1 | 27,2 | 26,2 | 28,7 | 27,5 | 26,0 |
| TELE 5 | 32,3 | 33,5 | 28,4 | 26,7 | 24,9 | 26,2 | 25,3 | 26,3 | | | | | | | | | |
| CUATRO | 12,9 | 13,4 | 15,1 | 13,3 | 12,7 | 11,2 | 12,4 | 13,0 | | | | | | | | | |
| LA SEXTA | 9,4 | 10,5 | 14,5 | 12,8 | 12,1 | 9,6 | 12,4 | 13,6 | 14,8 | 14,1 | 12,9 | 12,7 | 14,4 | 13,9 | 12,5 | 11,6 | 10,8 |
| TOTAL AUTONÓMICAS | 23,6 | 24,9 | 25,0 | 22,7 | 20,6 | 19,5 | 17,3 | 16,2 | 16,8 | 15,9 | 15,8 | 16,1 | 16,7 | 16,1 | 17,4 | 16,0 | 15,7 |
| AUTONÓMICAS PÚBLICAS | | 24,2 | 24,1 | 21,5 | 19,6 | 18,4 | 16,2 | 15,3 | 15,9 | 15,0 | 14,9 | 15,4 | 16,0 | 15,5 | 16,8 | 15,4 | 15,2 |
| TV3 | 4,9 | 4,6 | 4,7 | 4,0 | 4,1 | 3,4 | 3,9 | 3,6 | 3,5 | 3,6 | 3,9 | 4,0 | 4,2 | 4,5 | 4,2 | 4,2 | 4,2 |
| 33 | | | | | | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,2 |
| SUPER3/SX3 | | | | | | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | | 0,1 |
| 3/24 TV | | | | | | | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,6 | 0,6 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| ESPORT 3 | | | | | | | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| ETB-1 | 0,4 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 0,3 |
| ETB-2 | 1,7 | 1,8 | 1,8 | 1,3 | 1,2 | 1,0 | 1,0 | 0,9 | 0,9 | 1,1 | 1,2 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| ETB-3 | | | | | | | | | | 0,1 | | | | | | | |
| TVG | 1,9 | 2,0 | 1,8 | 1,9 | 1,5 | 1,7 | 1,4 | 1,4 | 1,8 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,6 | 1,6 | 1,5 |
| TVG2 | | | | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | | | | | | 0,1 | 0,1 | | 0,1 |
| TELEMADRID | 2,4 | 2,2 | 2,3 | 2,1 | 1,9 | 1,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | | | | | 1,4 |
| LA OTRA | | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,1 | | | | | | | | 0,1 |
| CANAL SUR | 5,7 | 5,9 | 5,4 | 5,1 | 4,8 | 4,5 | 4,2 | 4,0 | 4,3 | 3,8 | 3,4 | 3,5 | 3,3 | 2,9 | 2,9 | 2,8 | 2,9 |
| CANAL SUR 2/ANDALUCÍA TV | 0,8 | 1,0 | 0,7 | 0,6 | 0,4 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| TV CANARIA | 0,7 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | 0,8 | 0,9 | 0,8 | 0,9 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 1,1 | 0,5 | 0,6 |
| TV CANARIA 2 | | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | | | | | | | | | | | | |
| TV CAST. MANCHA/CMM | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,7 | 0,7 | 0,5 | 0,7 | 0,6 |
| IB3 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | 0,3 |
| ARAGÓN TV | 0,5 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,6 | 0,5 |
| TPA | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,6 | 0,5 | 0,3 | 0,4 | 0,3 | 0,4 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| TPA2 | | | | | | | | | 0,1 | | | | | | | | 0,1 |
| LA 7 REG. MURCIA | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,2 | 0,1 | | | | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0,3 | 0,3 |
| A PUNT | | | | | | | | | | | | | 0,4 | 0,3 | 0,6 | 0,5 | 0,6 |
| CANAL 9 | 3,2 | 2,9 | 2,9 | 2,2 | 1,7 | 1,7 | 1,2 | | | | | | | | | | |
| PUNT 2/NOU 2 | 0,4 | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | | | | | | | | | | | |
| NOU 24 | | | | | 0,1 | 0,1 | | | | | | | | | | | |
| CANAL EXTREMADURA | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | | | | | | | | | | |
| AUTONÓMICAS PRIVADAS | | 0,7 | 0,8 | 1,1 | 1,0 | 1,3 | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,2 | 1,1 | 0,8 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| CYL TV / CYL 7 | | | | | | 0,2 | 0,3 | | | | | 0,3 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,1 |
| LA 8 / CYL 8 | | | | | | 0,1 | 0,2 | | | | | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,1 |
| 8 TV (Cat) | | | | | | 0,8 | 1,0 | 0,9 | 0,9 | 0,8 | 0,6 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,2 | |
| V TELEVISIÓN | | | | | | 0,1 | 0,1 | | | | | | | | | | |
| AUTONÓMICAS INTERNAC. | | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,2 |
| TOTAL TEMÁTICAS | 11,1 | 15,7 | 22,4 | 29,9 | 35,1 | 37,5 | 33,4 | 32,4 | 34,2 | 34,6 | 34,7 | 34,5 | 33,3 | 31,8 | 29,9 | 28,4 | |
| TEMÁTICAS PAGO | 7,0 | 7,0 | 7,3 | 7,7 | 6,8 | 5,9 | 6,4 | 6,6 | 7,9 | 9,9 | 10,8 | 10,9 | 10,5 | 10,2 | 9,3 | 8,7 | |
| RESTO TEMÁTICAS | 4,6 | 9,4 | 16,3 | 23,8 | 29,8 | 33,0 | 28,3 | 27,1 | 28,0 | 26,8 | 26,7 | 26,9 | 25,8 | 24,7 | 23,2 | 22,3 | |
| TV LOCAL | 2,9 | 2,1 | 1,4 | 1,0 | 0,8 | 1,1 | 1,0 | 1,2 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,7 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 0,9 | 1,1 |
| RESTO TV'S | 10,3 | 2,0 | 0,7 | 4,1 | 4,7 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 1,7 | 1,4 | 2,8 | 4,1 | 7,5 | 9,8 | 10,9 | 18,0 |

NÚMERO DE HOGARES, POBLACIÓN (14 AÑOS O MÁS) Y TAMAÑO EGM (*) MEDIO DE HOGAR - 2023

| | Hogares | Población | Tamaño Promedio |
|---------------|------------|------------|-----------------|
| TOTAL | 19.063.153 | 41.655.164 | 2,19 |
| ANDALUCÍA | 3.330.066 | 7.420.772 | 2,23 |
| ARAGÓN | 548.601 | 1.155.933 | 2,11 |
| ASTURIAS | 455.714 | 908.142 | 1,99 |
| BALEARES | 475.359 | 1.088.312 | 2,29 |
| CANARIAS | 885.988 | 2.040.907 | 2,30 |
| CANTABRIA | 246.840 | 520.946 | 2,11 |
| C. LEÓN | 1.027.397 | 2.123.869 | 2,07 |
| C. LA MANCHA | 802.707 | 1.788.871 | 2,23 |
| CATALUÑA | 3.095.976 | 6.739.923 | 2,18 |
| C. VALENCIANA | 2.084.944 | 4.479.616 | 2,15 |
| EXTREMADURA | 435.679 | 926.114 | 2,13 |
| GALICIA | 1.111.627 | 2.416.436 | 2,17 |
| MADRID | 2.679.433 | 5.958.945 | 2,22 |
| MURCIA | 567.496 | 1.313.199 | 2,31 |
| NAVARRA | 263.916 | 575.142 | 2,18 |
| P. VASCO | 918.892 | 1.920.463 | 2,09 |
| LA RIOJA | 132.518 | 277.574 | 2,09 |

(*) El tamaño EGM corresponde al número promedio de personas de 14 años o más

Audiencia media diaria (en rating de penetración) = 0,6% sobre la base de 41,655,164=249,930

Fuente: <https://www.aimc.es>

Datos de encuesta EGM (AIMC oficial). Evolución anual.

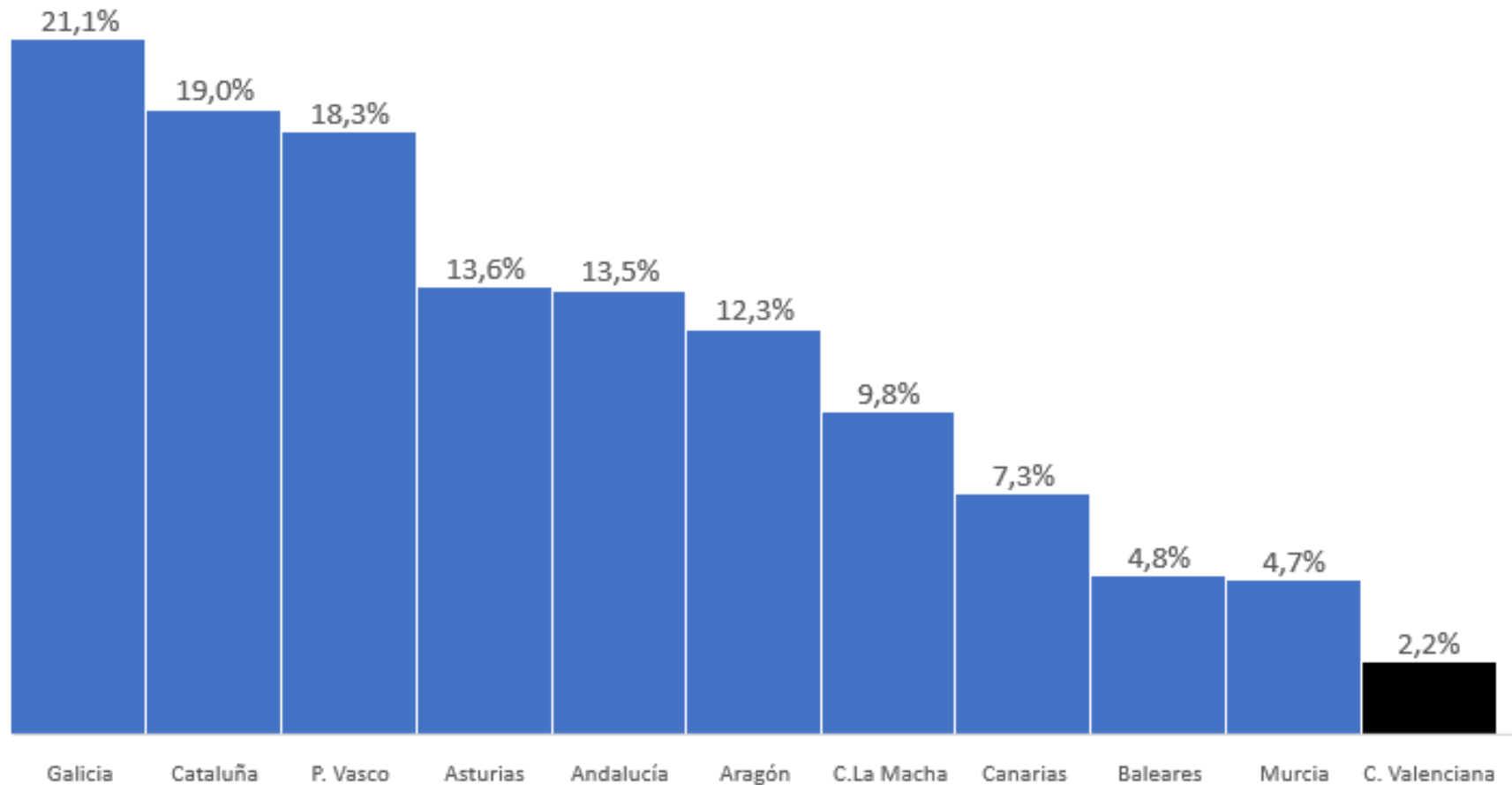
EVOLUCIÓN DEL SHARE DE CADENAS AUTONÓMICAS - 2007-2023

Cifra de participación referida al ámbito geográfico oficial de cada una de ellas

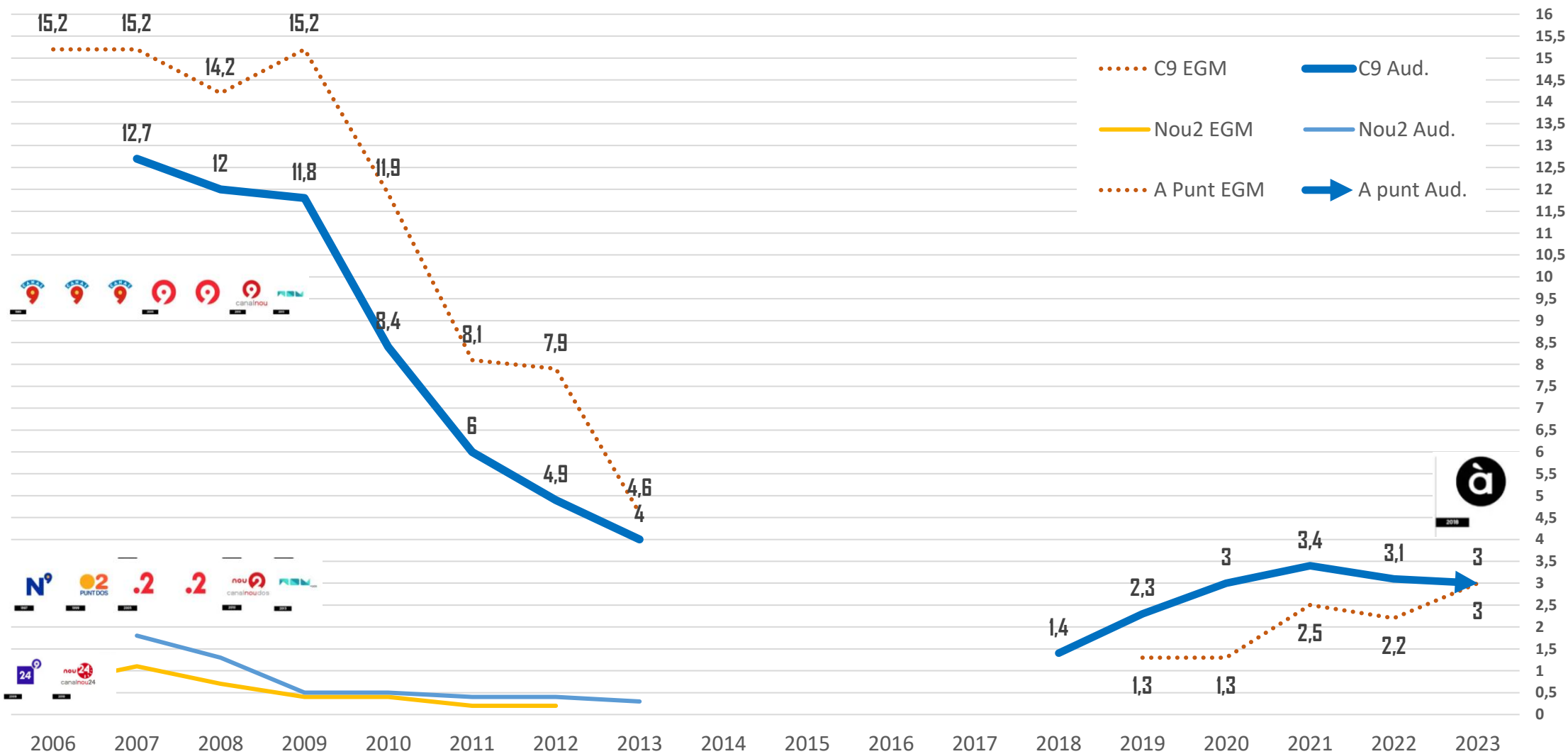
| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| AUTONÓMICAS PÚBLICAS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TV3 | 18,4 | 18,4 | 18,4 | 15,9 | 15,7 | 13,3 | 15,0 | 13,8 | 13,7 | 15,3 | 18,2 | 18,3 | 16,4 | 17,7 | 15,5 | 17,1 | 15,8 |
| 33 | | | | | | 0,5 | 0,4 | 0,3 | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 |
| SUPER3/SX3 | | | | | | 0,5 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | 0,1 | 0,3 | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,1 | | 0,1 |
| 3/24 TV | | | | | | | | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 1,2 | 1,1 | 2,3 | 1,8 | 1,6 | 1,2 | 1,1 |
| ESPORT 3 | | | | | | | | 0,6 | 0,9 | 0,6 | 0,4 | 0,4 | 0,3 | 0,2 | 0,5 | 0,4 | 0,5 |
| ETB-1 | 3,8 | 4,5 | 3,8 | 3,7 | 3,4 | 2,6 | 1,9 | 2,3 | 3,3 | 4,8 | 5,5 | 7,4 | 7,3 | 5,7 | 4,2 | 5,2 | 2,6 |
| ETB-2 | 18,1 | 17,9 | 19,1 | 14,2 | 12,2 | 11,5 | 10,4 | 9,6 | 10,8 | 15,3 | 15,8 | 18,7 | 17,8 | 15,9 | 10,8 | 13,1 | 14,2 |
| ETB-3 | | | | | | | | | | 0,3 | | | | | | | |
| TVG | 19,0 | 21,5 | 17,6 | 18,6 | 13,4 | 15,6 | 15,4 | 13,4 | 17,6 | 14,5 | 15,1 | 14,6 | 14,3 | 14,3 | 16,6 | 20,9 | 19,2 |
| TVG2 | | | | 0,6 | 0,7 | 1,6 | 0,7 | 0,8 | | | | | 0,5 | 0,4 | | | 0,3 |
| TELEMADRID | 9,0 | 9,4 | 9,4 | 8,4 | 7,8 | 7,1 | 3,4 | 3,9 | 3,1 | 3,6 | 4,2 | 4,6 | | | | | 4,7 |
| LA OTRA | | 0,2 | 0,3 | 0,5 | 0,3 | 0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,4 | | | | | | | | 0,4 |
| CANAL SUR | 24,0 | 25,7 | 22,8 | 21,6 | 19,5 | 19,3 | 17,8 | 17,7 | 17,4 | 15,9 | 14,7 | 15,6 | 13,5 | 13,4 | 13,1 | 13,2 | 15,0 |
| CANAL SUR 2/ANDALUCÍA TV | 2,3 | 2,8 | 2,0 | 1,6 | 1,0 | 0,7 | 0,1 | 0,3 | 0,1 | 0,1 | 0,3 | 0,1 | 0,2 | | 0,1 | 0,3 | 0,2 |
| TV CANARIA | 8,4 | 10,0 | 13,0 | 11,4 | 9,7 | 9,7 | 7,8 | 9,6 | 9,1 | 7,7 | 6,5 | 8,6 | 6,3 | 7,9 | 14,6 | 7,3 | 7,8 |
| TV CANARIA 2 | | 0,7 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | | | | | | | | | | | | |
| TV CAST. MANCHA/CMM | 13,9 | 13,4 | 12,9 | 12,1 | 9,9 | 9,6 | 8,2 | 7,9 | 6,3 | 9,3 | 8,4 | 9,6 | 8,8 | 8,2 | 7,8 | 9,8 | 9,3 |
| IB3 | 3,8 | 3,8 | 5,5 | 5,0 | 4,9 | 5,2 | 6,4 | 5,9 | 9,2 | 6,3 | 6,1 | 3,6 | 5,9 | 4,2 | 7,6 | 4,8 | 4,5 |
| ARAGÓN TV | 7,4 | 11,9 | 13,1 | 12,1 | 11,0 | 11,9 | 14,1 | 11,2 | 12,4 | 10,7 | 9,9 | 10,2 | 12,1 | 12,2 | 12,0 | 12,3 | 11,2 |
| TPA | 2,3 | 5,7 | 6,1 | 8,1 | 8,1 | 7,6 | 8,5 | 7,9 | 12,8 | 8,8 | 7,1 | 7,8 | 8,3 | 8,3 | 12,8 | 13,6 | 15,5 |
| TPA2 | | | | | | | | | 0,5 | | | | | | 1,3 | | |
| LA 7 REG. MURCIA | 2,7 | 4,8 | 5,4 | 6,1 | 5,2 | 2,4 | 1,0 | | | | 2,2 | 2,2 | 2,0 | 3,8 | 5,6 | 4,7 | 5,2 |
| A PUNT | | | | | | | | | | | | | 1,3 | 1,3 | 2,5 | 2,2 | 3,0 |
| CANAL 9 | 15,2 | 14,2 | 15,2 | 11,9 | 8,1 | 7,9 | 4,6 | | | | | | | | | | |
| PUNT2/NOU2 | 1,1 | 0,7 | 0,4 | 0,4 | 0,2 | 0,2 | | | | | | | | | | | |
| NOU 24 | | | | 0,4 | 0,4 | | | | | | | | | | | | |
| CANAL EXTREMADURA | 2,4 | 2,5 | 3,9 | 5,6 | 3,7 | 3,8 | 4,2 | | | | | | | | | | |
| AUTONÓMICAS PRIVADAS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CYL TV / CYL 7 | | | | | | 1,4 | 1,6 | | | | | 1,2 | 1,1 | 0,9 | 0,8 | 1,0 | 0,7 |
| LA 8 / CYL 8 | | | | | | 0,9 | 0,8 | | | | | 0,3 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | 0,7 |
| 8 TV (Cat) | | | | | | 2,6 | 3,1 | 3,1 | 2,9 | 2,8 | 2,0 | 1,0 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | |
| V TELEVISIÓN | | | | | | 0,5 | 0,3 | | | | | | | | | | |

Infografía extraída de la web de AIMC “Marco general de medios 2023”, capturada a través de chrome-extension://efaidnbnmnnibpc ajpcglclefindmkaj/https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2024/01/Marco_General_Medios_2024.pdf

Share autonómico 2023. Datos de encuesta EGM (AIMC oficial)
Agrupados los diferentes canales autonómicos, según la CCAA. (datos provenientes de la transparencia anterior)



Evolución audiencias comparado sólo TV autonómica valenciana 2006-2023. Sistema EGM (encuesta) sistema Kantar (audímetros)



Conclusiones

- *"À Punt" (en adelante AP) es uno de los principales medios utilizado para informarse sobre la actualidad de la CV.*
- *Puede debatirse si otras cadenas o cabeceras (como la Ser en radio, TV-1 en televisión o diario Levante en prensa), tienen igual o más penetración, sobre todo si hablamos de perfiles concretos, u horarios concretos, pero si nos ceñimos sólo a información autonómica, AP es la primera de ellas y desde luego la más mencionada.*
- *Le seguirían, TV-1 (desconexiones), diario Levante, diario Información y La Ser.*
- *Por canales, la TV es la más consultada, seguida por la prensa, RRSS y radio.*
- *Aún así, existe un 23% que no se considera suficientemente informados sobre actualidad de la CV. Los de menos estudios y/o sin conocimiento del valenciano, los que se consideran menos informados.*
- *En cuanto a TV,s "À Punt" es la más consultada, seguida muy de lejos por la 8 Mediterráneo. En radios las penetraciones están más igualadas: La Ser, Onda Cero y Cope, en ese orden. En prensa: Levante, Provincias y el diario Información (este ranking ha sido contrastado por otras fuentes). En RRSS: Facebook e Instagram, y a más distancia Twitter (X).*

Conclusiones (cont.)

- *"À Punt" se ve mayoritariamente a través del sistema tradicional de aparato de TV en tiempo real. Son minoritarios otros sistemas como ordenador o Tablet, así como a la carta. No obstante, esto último tiene un uso del 9%.*
- *A la hora de medir la audiencia, no hemos encontrado un sistema exacto o perfecto. Ni siquiera el sector admite uno como mejor que otro, ya que se usan métodos diferentes según el medio (encuesta, audímetros, analytics...), así como diferentes indicadores (media diaria, media mensual, acumulados, medias móviles...).*
- *Quizás lo más cercano a la realidad sea promediar las fuentes y analizar evoluciones. Eso hemos hecho en este informe : Haciendo este ejercicio matemático, y usando la encuesta propia, llegamos a la conclusión de que:*
 - *La audiencia media diaria de "À Punt" es, aproximadamente, de unos 740.000.*
 - *Podría decirse que es el dato de audiencia "fiel" (aquella que la ve todos o casi todos los días).*
 - *Los datos son el promedio de Kantar y la encuesta propia. Por lo tanto, con sesgos compensados a nivel muestral.*
 - *Este dato contempla la totalidad de programas, y representa aproximadamente al 16% de los valencianos mayores de 17 años, que se elevaría al 19% si contemplamos a mayores de 5 años (tal y como contempla Kantar). La métrica del EGM es menor porque contempla mayores de 14 años y no es posible la extrapolación.*

Conclusiones (cont.)

- No obstante, y esto es importante, si analizamos el share (tiempo dedicado a ver AP con relación al tiempo dedicado a ver otros canales de TV), el dato es “sólo” del 3%. Se trata de un dato muy bajo en términos relativos, ya que es el más bajo de todas las TV,s, autonómicas. En el año 2023 el share medio osciló entre el 17% en Cataluña y el 4% de Murcia.*
- Así que, a pesar de que AP es un canal de información “poco visto” si lo comparamos con otras TV autonómicas, tiene sentido que sea “el más visto” de la CV, dado que el siguiente medio, que es El diario Levante, es leído por 84.000 personas de media diaria según el EGM y algo menos de 400.000 en su versión online.*
- Si analizamos a los “fieles” de AP, el perfil mayoritario es, por orden: a) siempre usan el valenciano como lengua vehicular, b) tienen 60 años o más.*
- Si analizamos a los que nunca ven AP, el segmento mayoritario son los que no tienen ningún conocimiento de valenciano, y/o nunca usan el valenciano para comunicarse, residentes en Alicante, y de 60 o más años. La paradoja de los +60 años, que están en ambos grupos, es que no hay casi televidentes esporádicos. Podría decirse, simplificando, que la mitad de los de +60 la ven siempre, y la otra mitad no la ven nunca.*

Conclusiones (cont.)

- *Si nos ceñimos a los informativos, y teniendo en cuenta que algunas personas ven los dos, hemos calculado que unos 300.000 ciudadanos ven alguno de los dos diariamente. Eso es un 7% de penetración aproximadamente.*
- *Podríamos decir que la lengua es la brecha estructural. Otras brechas, como la calidad de la programación, sugieren ser secundarias.*
- *Las personas que ven A PUNT tienen una valoración de los objetivos del contrato programa de 8,6 sobre 10 puntos. Las que no la ven tienen una valoración de 3,4 puntos.*
- *Las personas que ven A PUNT tienen una valoración de los informativos de 9,1 sobre 10 de los informativos. Las que no la ven su valoración es de 4,4 puntos.*
- *Entre lo mejor valorado, destacan la información de actualidad, el fomento del sector audiovisual valenciano, la difusión de la lengua y la cultura y la calidad de los informativos. En los informativos, destaca el tiempo, los reporteros y la veracidad de las noticias.*
- *En cuanto a lo peor valorado, la poca cobertura de todos los segmentos sociales y el presupuesto alto. Y en los informativos, la poca veracidad de las noticias y la poca objetividad política.*