

**MEMORIA  
ANUAL  
2012.**

***Patricio Gutiérrez del Álamo Llodra.  
Defensor de la Audiencia de la RTVA.  
Málaga. Febrero. 2013.***

## **1. INTRODUCCIÓN.**

En 2012 hubo un descenso en el número de mensajes con respecto al año anterior. Se recibieron un total de 698, lo que supone un 25,4% menos que el año 2011.

Como en años anteriores y al margen de su actividad habitual, el defensor participó en diferentes actividades de carácter público, mesas redondas, conferencias o seminarios.

De todas estas actividades ya se ha informado al Consejo de Administración de la RTVA en los informes que preceptivamente se entregan de acuerdo con lo que al respecto dice la Norma reguladora del Defensor o la Defensora de la Audiencia de la Radio y Televisión de Andalucía. También esta Memoria Estadística Anual responde a lo recogido en dicha norma.

## **2. FE DE ERRORES.-**

Antes de entrar en materia conviene advertir que a la hora de elaborar este documento se han detectado algunos errores en las Estadísticas Mensuales que se han ido entregando al Consejo a lo largo del año y aclarar que estos errores no alteran los informes mensuales, aunque sí las citadas estadística.

Así, en el mes de enero se contabilizaron 2 quejas más en el epígrafe de CSTV de las recogidas en el Informe Mensual.

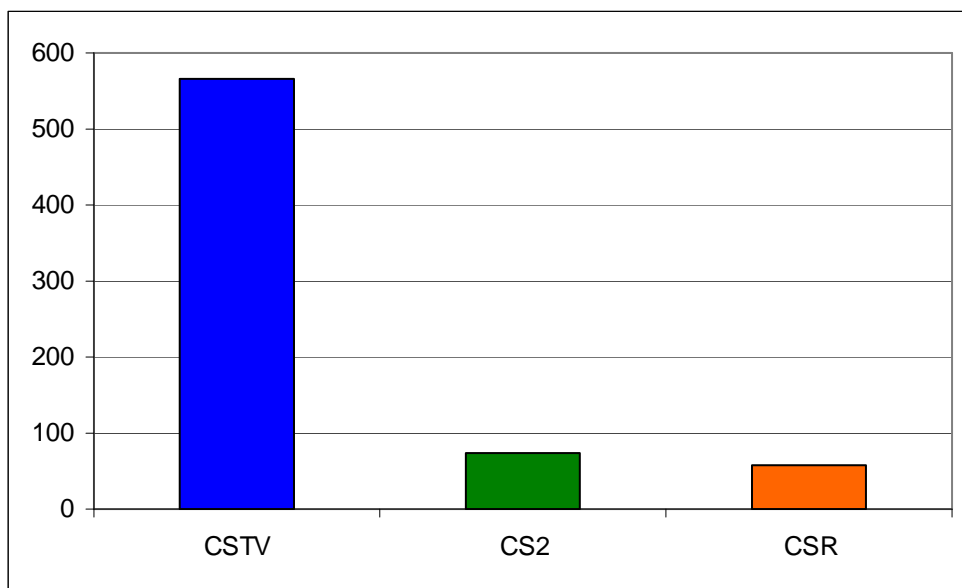
En el apartado de CSTV del mes de marzo se sumó una queja menos. Lo contrario de lo ocurrido en junio, mes en que en el mismo epígrafe faltaba una queja. Exactamente esto ocurrió en la Estadística de agosto. Finalmente en octubre la suma del cómputo total era incorrecta ya que recogía dos mensajes más de los que realmente se habían recibido.

Se ha enviado al secretario general del Consejo de Administración un documento ("Estadísticas mensuales corregidas") que recoge las modificaciones indicadas.

### **3. DATOS GENERALES 2012.**

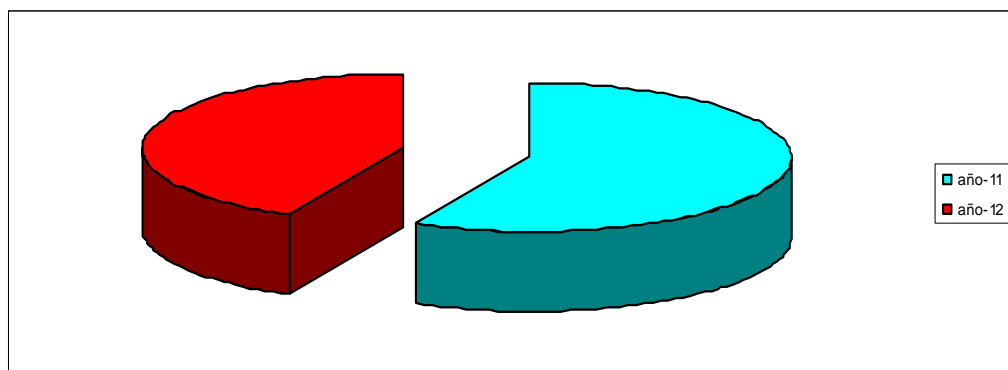
En total los mensajes fueron 698. De ellos 566 para CSTV, 73 para CS2 y 59 para CSR. Se da este año la circunstancia de que a partir de octubre dejaron de contabilizarse comunicaciones relacionadas con CS2 ya que su parrilla fue unificada con la de CSTV.

<b>CSTV</b>	<b>566</b>
<b>CS2</b>	<b>73</b>
<b>CSR</b>	<b>59</b>



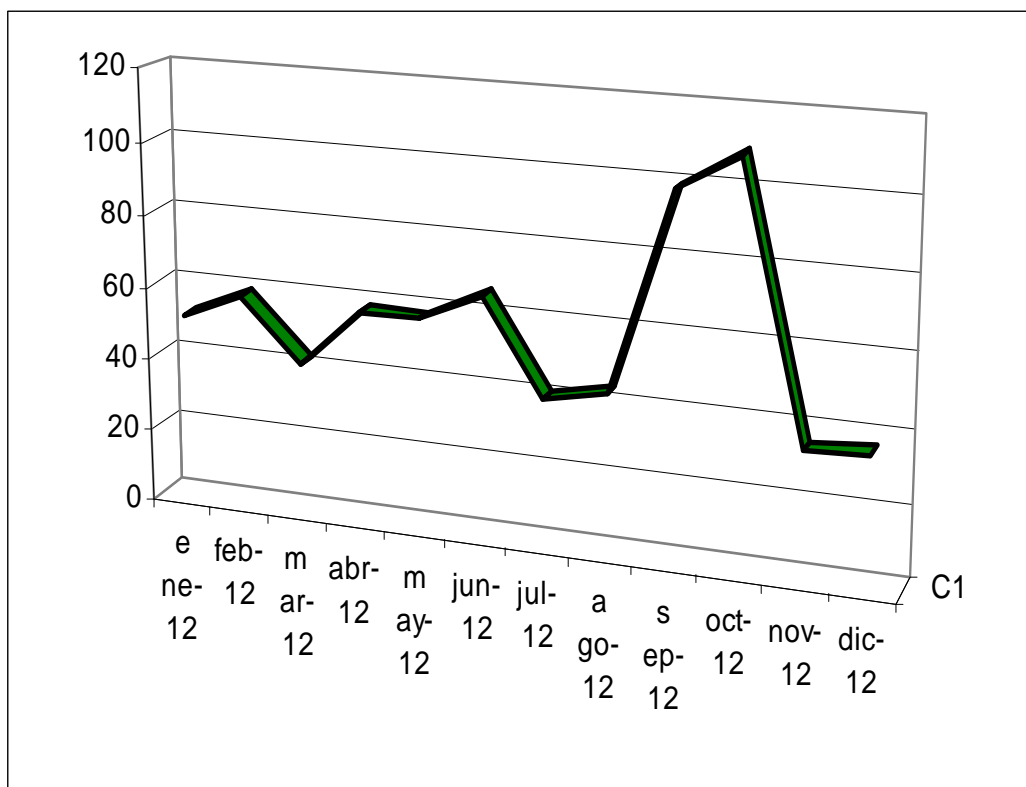
La comparación con el año anterior puede observarse en la tabla y gráfico que siguen.

<b>Año 2011</b>	<b>936</b>
<b>Año 2012</b>	<b>698</b>



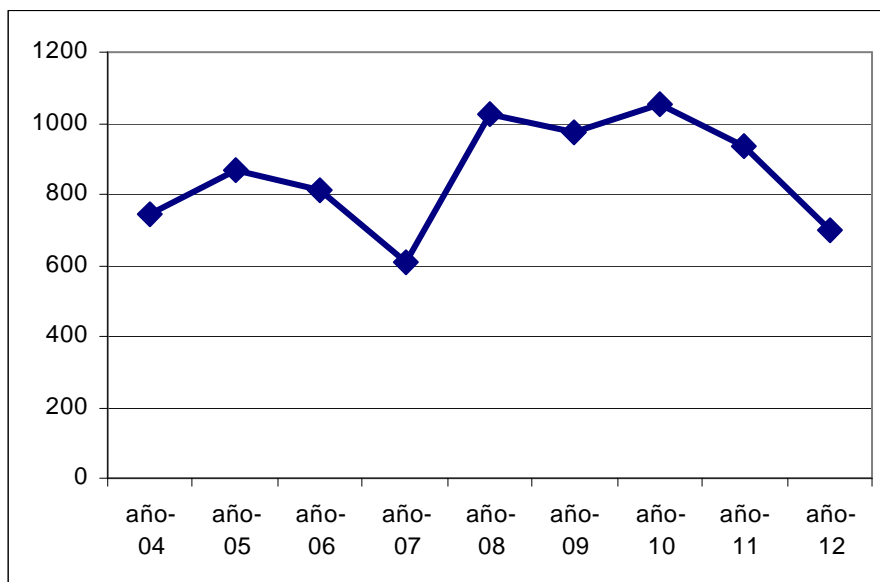
La evolución mensual del año 2012 fue la que se muestra a continuación.

<b>ENERO</b>	<b>52</b>
<b>FEBREO</b>	<b>59</b>
<b>MARZO</b>	<b>42</b>
<b>ABRIL</b>	<b>58</b>
<b>MAYO</b>	<b>58</b>
<b>JUNIO</b>	<b>66</b>
<b>JULIO</b>	<b>40</b>
<b>AGOSTO</b>	<b>44</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>99</b>
<b>OCTUBRE</b>	<b>109</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	<b>35</b>
<b>DICIEMBRE</b>	<b>36</b>



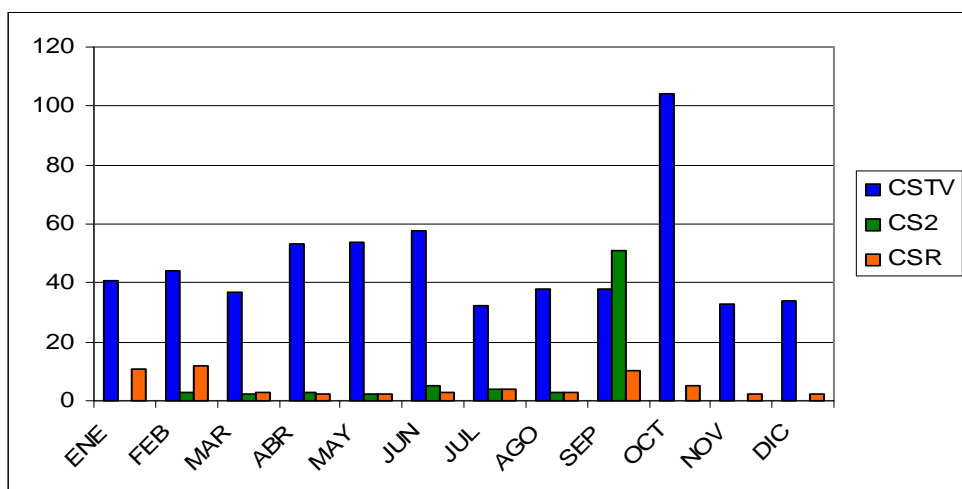
Por lo que se refiere a la evolución interanual la que se recoge en esta Memoria contiene datos desde el año 2004 al 2012.

<b>AÑO-04</b>	<b>741</b>
<b>AÑO-05</b>	<b>867</b>
<b>AÑO-06</b>	<b>809</b>
<b>AÑO-07</b>	<b>609</b>
<b>AÑO-08</b>	<b>1025</b>
<b>AÑO-09</b>	<b>977</b>
<b>AÑO-10</b>	<b>1056</b>
<b>AÑO-11</b>	<b>936</b>
<b>AÑO-12</b>	<b>698</b>

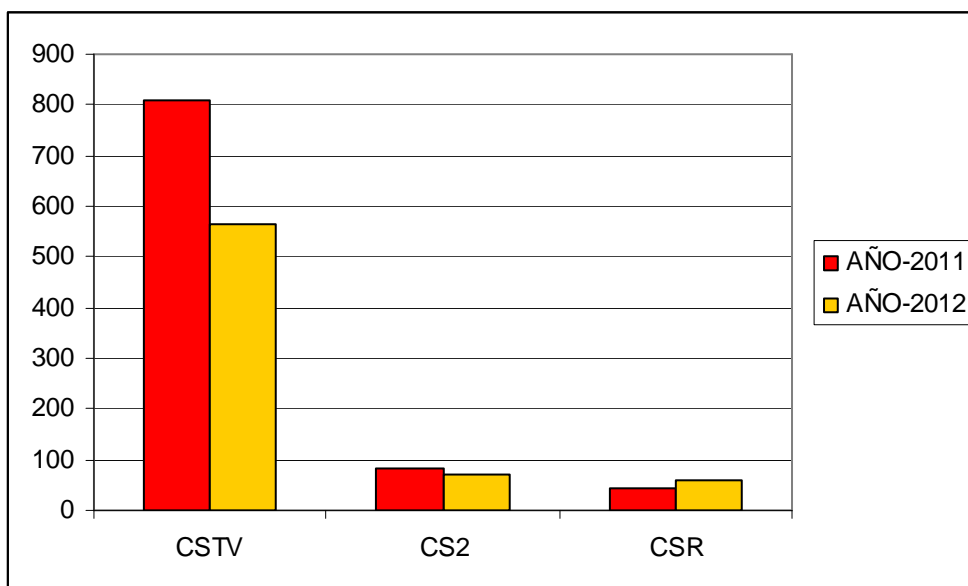


Los siguientes gráficos y tablas muestran repartos por medios mensual y comparativos entre los años 2011 y 2012.

	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
<b>CSTV</b>	41	44	37	53	54	58	32	38	38	104	33	34
<b>CS2</b>	0	3	2	3	2	5	4	3	51	0	0	0
<b>CSR</b>	11	12	3	2	2	3	4	3	10	5	2	2



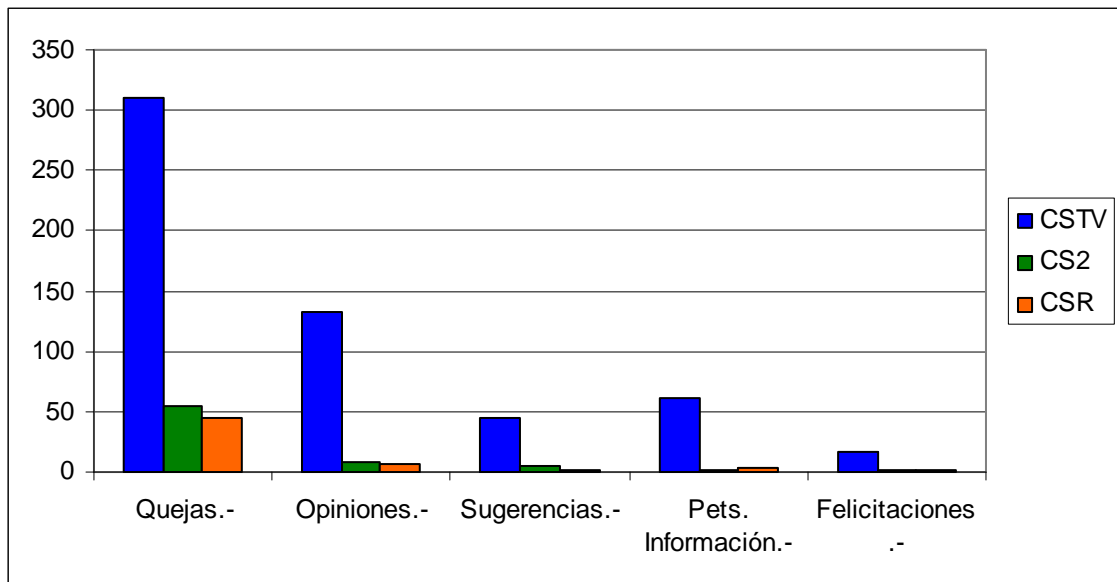
	AÑO-2011	AÑO-2012
<b>CSTV</b>	<b>809</b>	<b>566</b>
<b>CS2</b>	<b>82</b>	<b>73</b>
<b>CSR</b>	<b>45</b>	<b>59</b>



Se sigue, como siempre, la clasificación de los mensajes habitual que se hace en los informes mensuales del defensor al Consejo de Administración, es decir Quejas, Opiniones, Sugerencias, Peticiones de Información y Felicitaciones. Los datos que se muestran a continuación inciden en la cantidad de mensajes recibidos en 2012 en cada uno de los epígrafes de esta clasificación.

Los datos globales sumando los tres medios fueron los siguientes: 411 quejas, 148 opiniones, 51 sugerencias, 67 peticiones de información y 21 felicitaciones. Por tanto las quejas fueron un 58,88%, las opiniones un 21,20%, las sugerencias un 7,30%, las peticiones de información un 9,59% y las felicitaciones un 3%. Las cifras absolutas, en tablas y gráficos, quedan como sigue.

	<b>CSTV</b>	<b>CS2</b>	<b>CSR</b>
<b>Quejas.-</b>	<b>311</b>	<b>55</b>	<b>45</b>
<b>Opiniones.-</b>	<b>132</b>	<b>9</b>	<b>7</b>
<b>Sugerencias.-</b>	<b>44</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
<b>Pets. Información.-</b>	<b>62</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Felicitaciones.-</b>	<b>17</b>	<b>2</b>	<b>2</b>



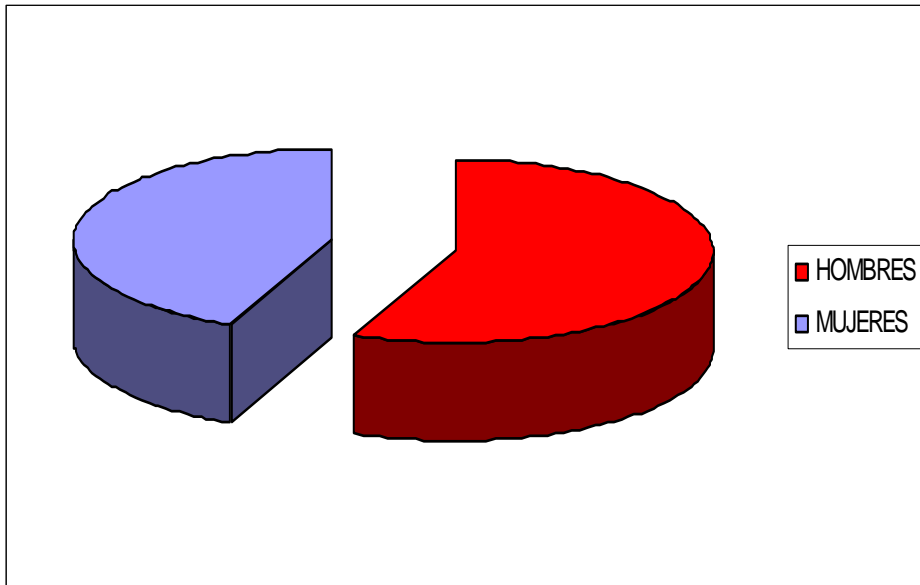
Como ocurre con los informes mensuales que el defensor presenta al Consejo, en el epígrafe dedicado a CSTV se han incluido todos los mensajes relacionados con los deportes y con las emisiones en TDT, independientemente de que en ocasiones estas comunicaciones no fueran referidas estrictamente a esta cadena.

#### **4. EL SEXO DE LOS USUARIOS.**

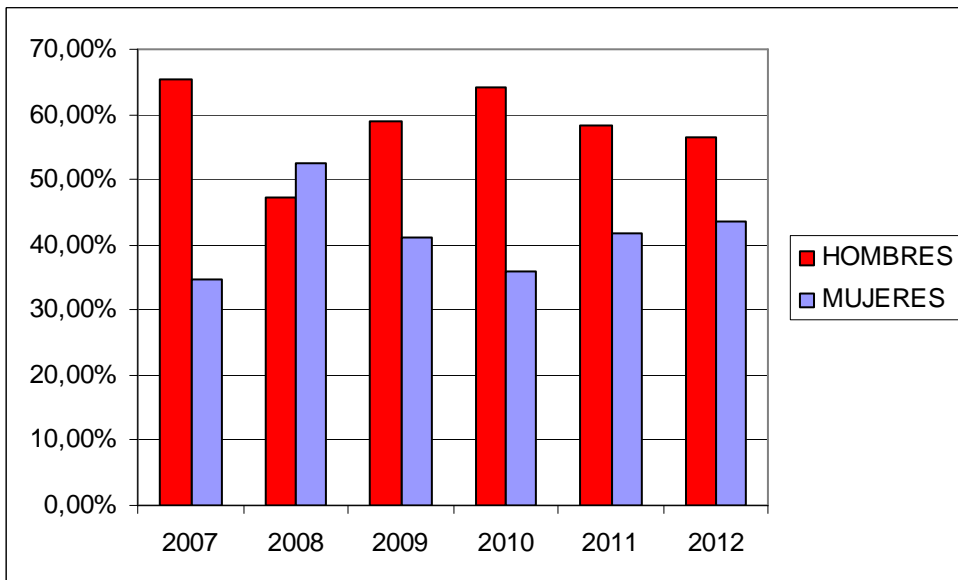
El porcentaje por sexo de los espectadores que usan los servicios del defensor fue muy similar al de otros años. Fue mayor, como ha ocurrido otros años, el de hombres que el de mujeres. A continuación se muestran los datos del año al que corresponde esta Memoria y a después una comparativa desde 2007.

**HOMBRES**  
**MUJERES**

**56,49%**  
**43,50%**



	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>HOMBRES</b>	<b>65,37%</b>	<b>47,43%</b>	<b>58,95%</b>	<b>64,10%</b>	<b>58,34%</b>	<b>56,49%</b>
<b>MUJERES</b>	<b>34,62%</b>	<b>52,56%</b>	<b>41,04%</b>	<b>35,89%</b>	<b>41,62%</b>	<b>43,50%</b>

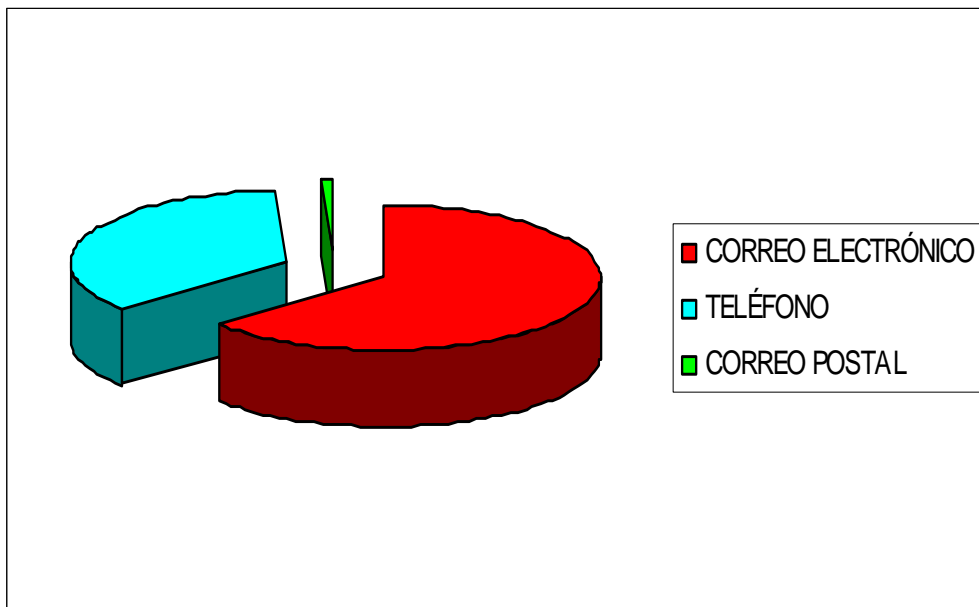


## **5. CÓMO LLEGAN LOS MENSAJES.**

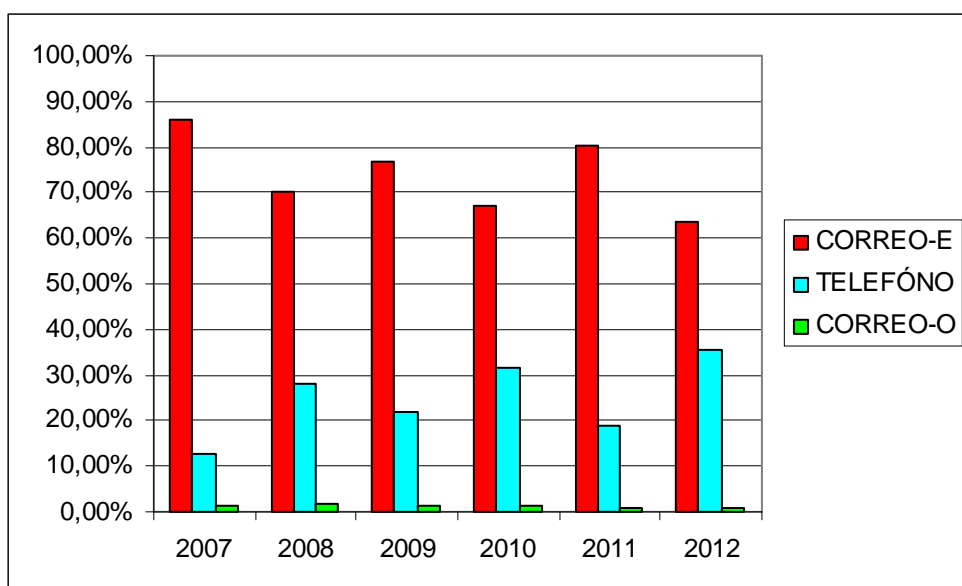


Un año más, el correo electrónico fue el medio mayoritariamente preferido por los usuarios para ponerse en contacto con el defensor, si bien el teléfono mantuvo un nivel significativo. No ocurrió así con el correo postal que descendió, como viene ocurriendo desde hace años, con respecto a 2011. Esta información (tanto la de este año como una comparativa desde 2007) es la que se muestra a continuación.

<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>	<b>63,80%</b>
<b>TELÉFONO</b>	<b>35,37%</b>
<b>CORREO POSTAL</b>	<b>0,82%</b>



	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>CORREO-E</b>	85,99%	70,03%	76,56%	67,05%	80,25%	63,80%
<b>TELÉFONO</b>	12,90%	28,01%	22,12%	31,76%	18,72%	35,37%
<b>CORREO-P</b>	1,50%	1,95%	1,31%	1,17%	1,02%	0,82%



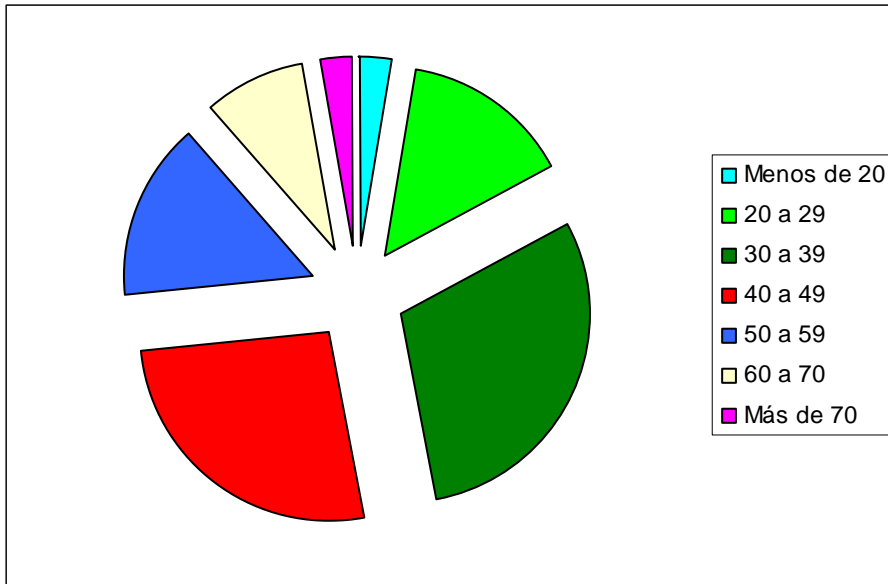
## **6. EDADES.**

Inicialmente hay que señalar que los datos que se incluyen en este epígrafe sobre la edad de los usuarios tiene como base la información facilitada por aquellos que lo han deseado y que sólo figuran quienes han contactado con el defensor mediante su WEB y han cumplimentado correctamente el formulario.

Así que, aunque sea una información parcial, aporta datos interesantes que completan el perfil del usuario del servicio que ofrece el Defensor de la Audiencia.

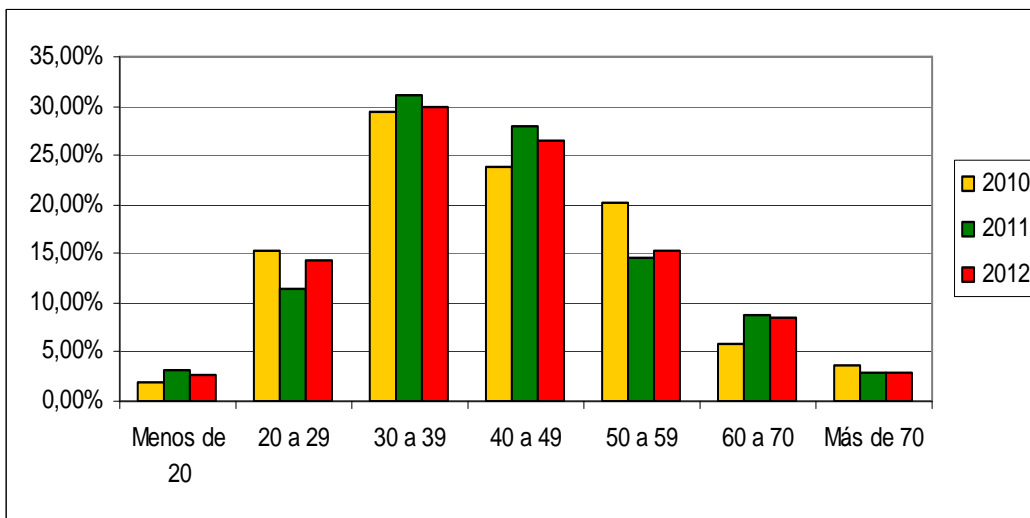
<b>Menos de 20</b>	<b>2,69%</b>
<b>20 a 29</b>	<b>14,45%</b>
<b>30 a 39</b>	<b>29,86%</b>
<b>40 a 49</b>	<b>26,39%</b>
<b>50 a 59</b>	<b>15,22%</b>
<b>60 a 70</b>	<b>8,47%</b>
<b>Más de 70</b>	<b>2,89%</b>

Como puede verse el grueso de los usuarios de esta Oficina se encuentran en una franja de edad que va de los 30 a los 50 años, suponiendo esta amplia franja de edad más del 56% de quienes acuden al defensor.



La comparación interanual se inicia en 2010, año en que por indicación del Consejo de Administración de la RTVA se incluyó el campo "edad" en el formulario de participación de la web del defensor.

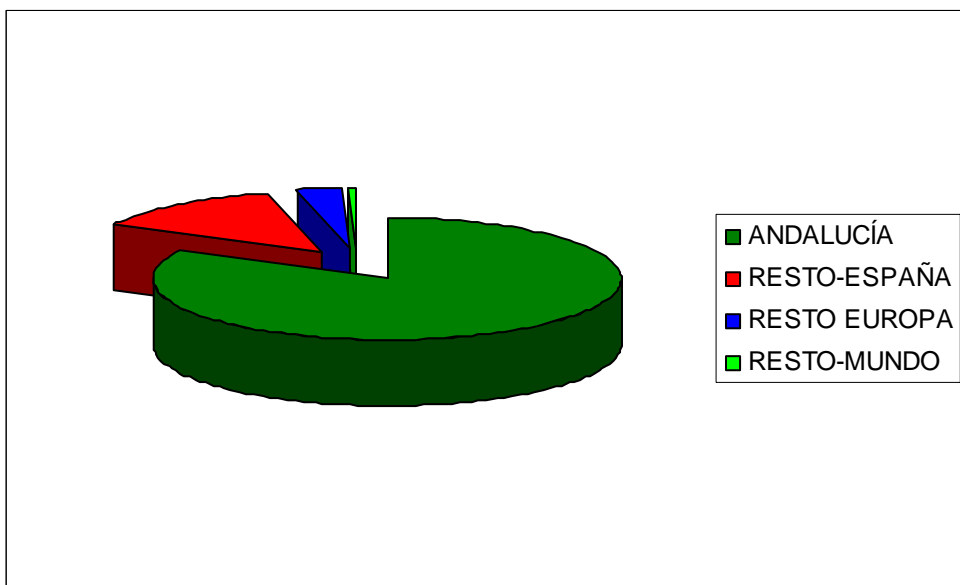
	2010	2011	2012
<b>Menos de 20</b>	<b>1,90%</b>	<b>3,05%</b>	<b>2,69%</b>
<b>20 a 29</b>	<b>15,27%</b>	<b>11,54%</b>	<b>14,45%</b>
<b>30 a 39</b>	<b>29,35%</b>	<b>31,23%</b>	<b>29,86%</b>
<b>40 a 49</b>	<b>23,86%</b>	<b>27,85%</b>	<b>26,39%</b>
<b>50 a 59</b>	<b>20,28%</b>	<b>14,49%</b>	<b>15,22%</b>
<b>60 a 70</b>	<b>5,72%</b>	<b>8,85%</b>	<b>8,47%</b>
<b>Más de 70</b>	<b>3,57%</b>	<b>2,89%</b>	<b>2,89%</b>



## **7.PROCEDENCIA.**

En 2012 la distribución geográfica de las comunicaciones recibidas por el defensor fue la que puede verse en los siguientes cuadro y gráfico (Andalucía, resto de España, resto de Europa y resto del mundo).

<b>ANDALUCÍA</b>	<b>576</b>
<b>RESTO-ESPAÑA</b>	<b>96</b>
<b>RESTO EUROPA</b>	<b>22</b>
<b>RESTO-MUNDO</b>	<b>4</b>



A continuación se muestra la distribución geográfica de todos los mensajes, incluyendo provincias andaluzas, resto de comunidades autónomas de España y países del resto del mundo.

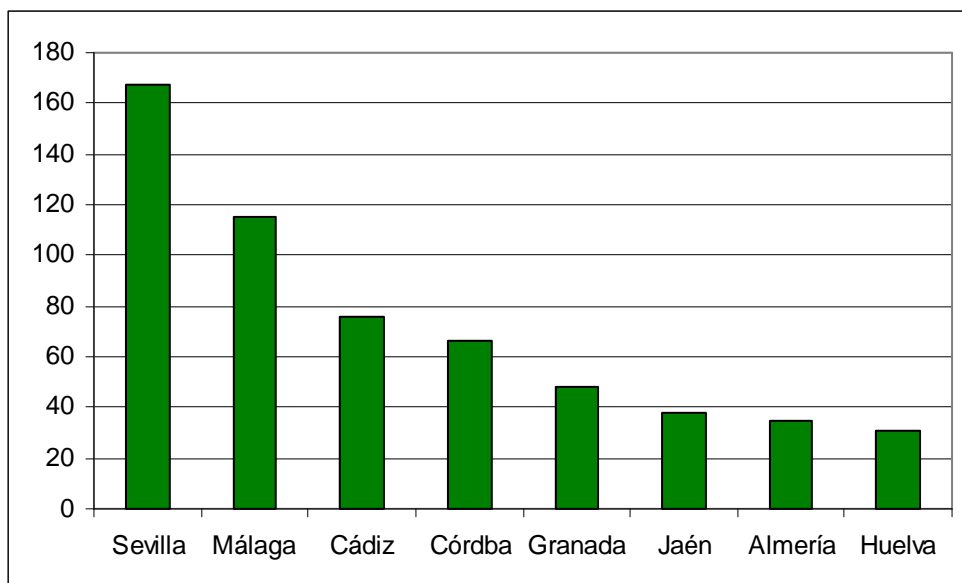
<b>Sevilla</b>	<b>167</b>
<b>Málaga</b>	<b>115</b>
<b>Cádiz</b>	<b>76</b>
<b>Córdoba</b>	<b>66</b>
<b>Granada</b>	<b>48</b>
<b>Jaén</b>	<b>38</b>
<b>Almería</b>	<b>35</b>
<b>Huelva</b>	<b>31</b>
<b>Cataluña</b>	<b>31</b>
<b>Madrid</b>	<b>23</b>
<b>C. Valenciana</b>	<b>8</b>
<b>Canarias</b>	<b>7</b>

<b>C-León</b>	<b>6</b>
<b>Extremadura</b>	<b>5</b>
<b>C-La Mancha</b>	<b>5</b>
<b>Baleares</b>	<b>4</b>
<b>P. Vasco</b>	<b>2</b>
<b>Asturias</b>	<b>2</b>
<b>Murcia</b>	<b>1</b>
<b>Cantabria</b>	<b>1</b>
<b>Melilla</b>	<b>1</b>
<b>Francia</b>	<b>12</b>
<b>EE. UU.</b>	<b>3</b>
<b>Alemania</b>	<b>3</b>
<b>G. Bretaña</b>	<b>2</b>
<b>Suiza</b>	<b>2</b>
<b>Italia</b>	<b>2</b>
<b>Noruega</b>	<b>1</b>
<b>México</b>	<b>1</b>

Con estos datos, los mensajes procedentes de Andalucía fueron un 85,5%, cifra muy similar a la del año anterior (86,96%), los del resto de España un 13,75% frente a un 10,36% de 2011, los del resto de Europa un 3,15% (el año anterior fueron un 2,02%) y los del resto del mundo un 0,57% (un 0,64%.en 2011).

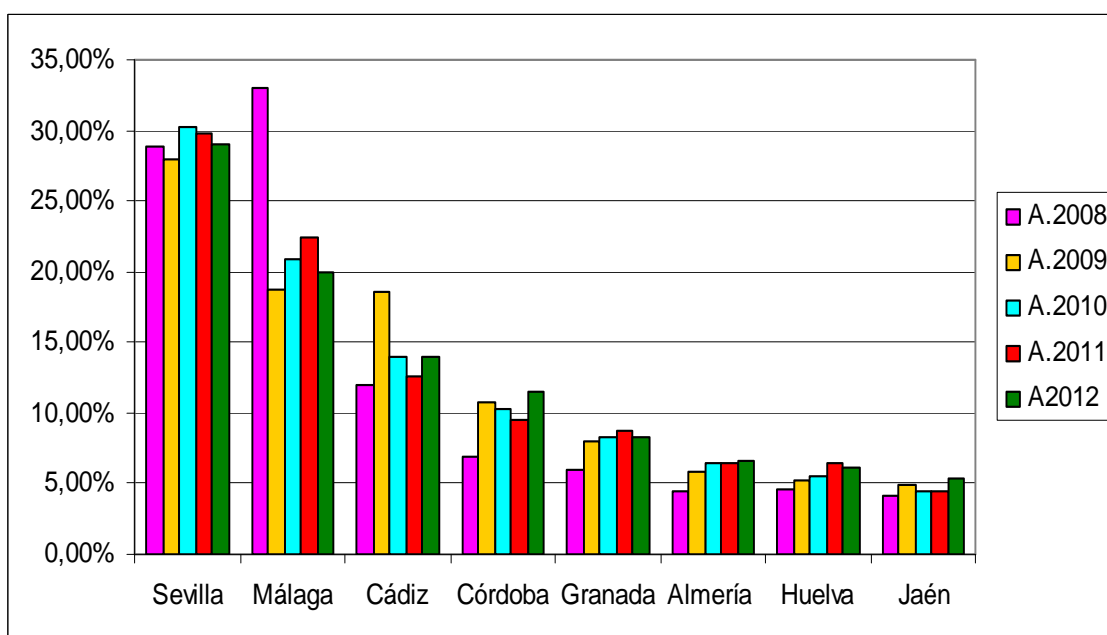
Los datos de Andalucía fueron en 2012 los que siguen:

<b>Sevilla</b>	<b>167</b>
<b>Málaga</b>	<b>115</b>
<b>Cádiz</b>	<b>76</b>
<b>Córdoba</b>	<b>66</b>
<b>Granada</b>	<b>48</b>
<b>Jaén</b>	<b>38</b>
<b>Almería</b>	<b>35</b>
<b>Huelva</b>	<b>31</b>



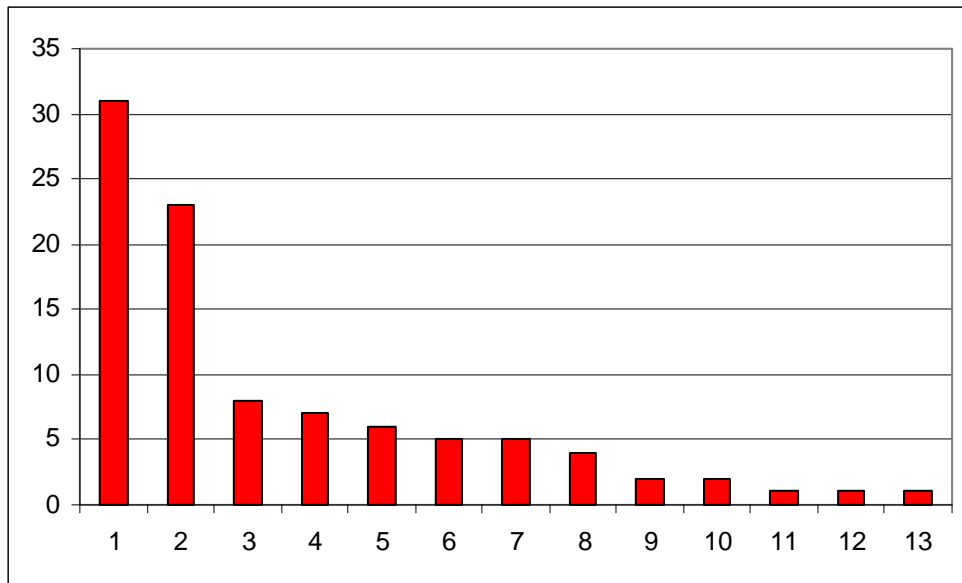
Y la tabla y gráficos comparativos con años anteriores es la siguiente (en %):

	A.2008	A.2009	A.2010	A.2011	A2012
<b>Sevilla</b>	<b>28,80%</b>	<b>27,87%</b>	<b>30,31%</b>	<b>29,72%</b>	<b>28,99%</b>
<b>Málaga</b>	<b>33,08%</b>	<b>18,72%</b>	<b>20,90%</b>	<b>22,35%</b>	<b>19,96%</b>
<b>Cádiz</b>	<b>11,99%</b>	<b>18,50%</b>	<b>13,93%</b>	<b>12,53%</b>	<b>13,94%</b>
<b>Córdoba</b>	<b>6,85%</b>	<b>10,81%</b>	<b>10,22%</b>	<b>9,45%</b>	<b>11,45%</b>
<b>Granada</b>	<b>5,99%</b>	<b>8,02%</b>	<b>8,36%</b>	<b>8,72%</b>	<b>8,33%</b>
<b>Almería</b>	<b>4,49%</b>	<b>5,90%</b>	<b>6,38%</b>	<b>6,38%</b>	<b>6,59%</b>
<b>Huelva</b>	<b>4,60%</b>	<b>5,23%</b>	<b>5,45%</b>	<b>6,38%</b>	<b>6,07%</b>
<b>Jaén</b>	<b>4,17%</b>	<b>4,90%</b>	<b>4,41%</b>	<b>4,42%</b>	<b>5,38%</b>



Del resto de España se registraron 96 comunicaciones, lo que supone con respecto al total un 13,75%.

<b>Cataluña</b>	<b>31</b>
<b>Madrid</b>	<b>23</b>
<b>C. Valenciana</b>	<b>8</b>
<b>Canarias</b>	<b>7</b>
<b>C-León</b>	<b>6</b>
<b>Extremadura</b>	<b>5</b>
<b>C-La Mancha</b>	<b>5</b>
<b>Baleares</b>	<b>4</b>
<b>P. Vasco</b>	<b>2</b>
<b>Asturias</b>	<b>2</b>
<b>Murcia</b>	<b>1</b>
<b>Cantabria</b>	<b>1</b>
<b>Melilla</b>	<b>1</b>



Del resto de Europa se recibieron 22 comunicaciones (3,15%).

<b>Francia</b>	<b>12</b>
<b>Alemania</b>	<b>3</b>
<b>G. Bretaña</b>	<b>2</b>
<b>Suiza</b>	<b>2</b>
<b>Italia</b>	<b>2</b>
<b>Noruega</b>	<b>1</b>



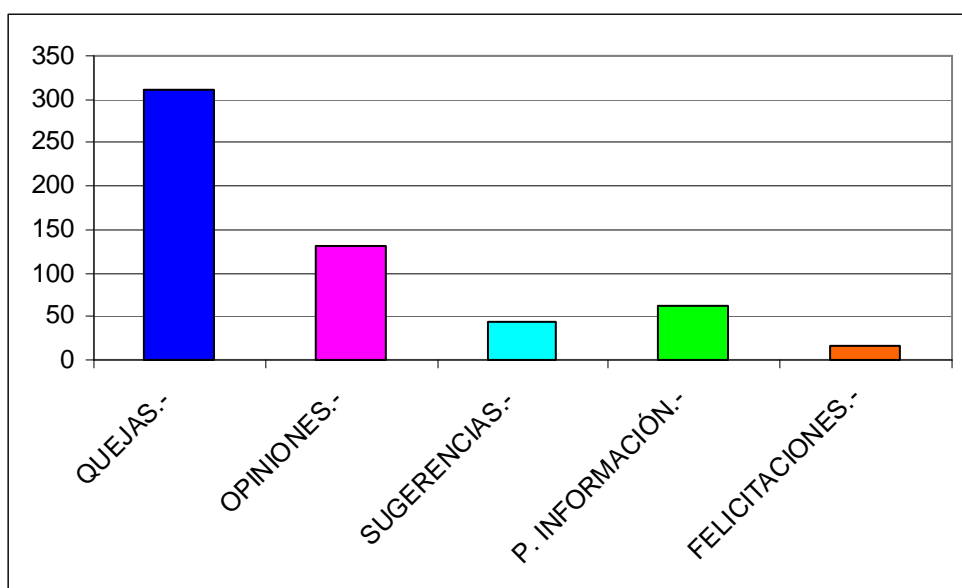


## **8. CSTV.**

Como suele ser habitual, en el capítulo dedicado a CSTV se desglosan los datos de forma más detallada ya que sus mensajes suponen algo más del 81% de los recibidos. Los datos CANAL SUR 2 o de CANAL SUR RADIO se ofrecen de forma general.

Los primeros datos contienen un panorama de la clasificación de estos mensajes.

	<b>TOTALES</b>	<b>PORCENTAJES</b>
<b>QUEJAS.-</b>	<b>311</b>	<b>54,94%</b>
<b>OPINIONES.-</b>	<b>132</b>	<b>23,33%</b>
<b>SUGERENCIAS.-</b>	<b>44</b>	<b>7,77%</b>
<b>P. INFORMACIÓN.-</b>	<b>62</b>	<b>10,95%</b>
<b>FELICITACIONES.-</b>	<b>17</b>	<b>3%</b>

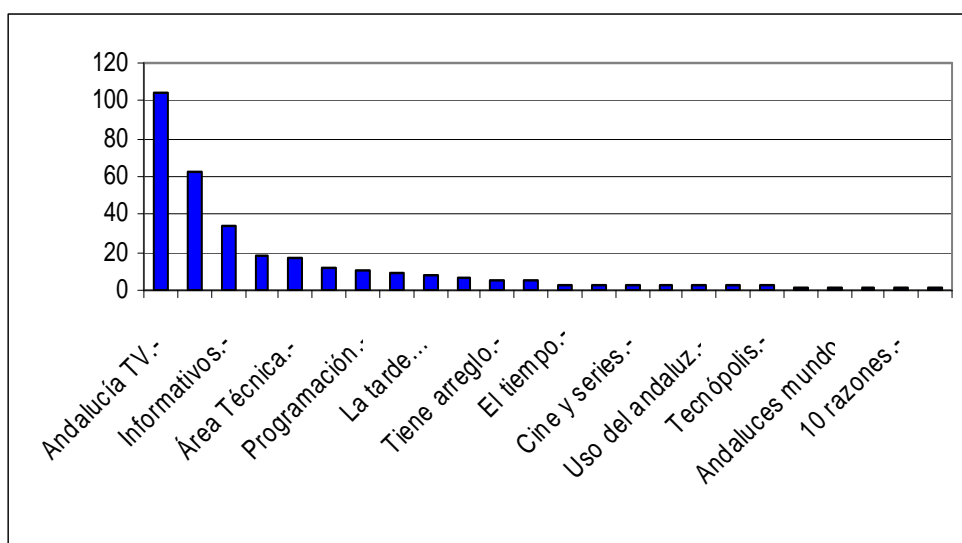


### **QUEJAS.-**

Sobre las comunicaciones de CSTV las quejas supusieron algo más del 54,94% del total. Muchas de estas quejas, el mayor número, fueron por las emisiones subtituladas y audio descritas de ANDALUCÍA TV, algo que ha quedado reflejado en los informes mensuales presentados por el defensor ante el Consejo de Administración.

El programa SE LLAMA COPLA y los informativos también tuvieron un número significativo de quejas, algo que puede verse a continuación.

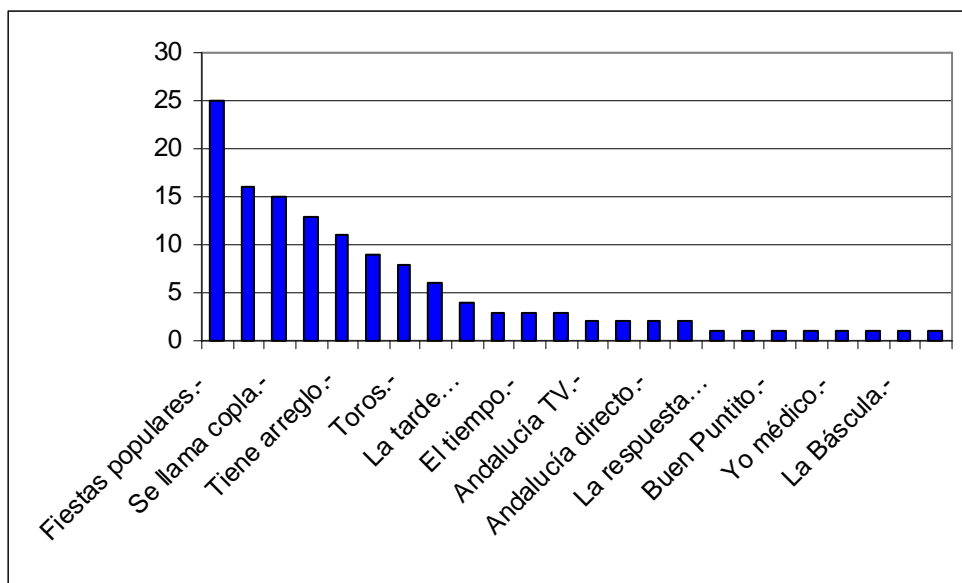
<b>Andalucía TV.-</b>	<b>104</b>
<b>Se llama copla.-</b>	<b>62</b>
<b>Informativos.-</b>	<b>34</b>
<b>Medios interactivos.-</b>	<b>18</b>
<b>Área Técnica.-</b>	<b>17</b>
<b>Toros.-</b>	<b>12</b>
<b>Programación.-</b>	<b>11</b>
<b>Deportes.-</b>	<b>9</b>
<b>La tarde...</b>	<b>8</b>
<b>Andalucía directo.-</b>	<b>7</b>
<b>Tiene arreglo.-</b>	<b>5</b>
<b>Defensor.-</b>	<b>5</b>
<b>El tiempo.-</b>	<b>2</b>
<b>Tierras Altas.-</b>	<b>2</b>
<b>Cine y series.-</b>	<b>2</b>
<b>Fiestas populares.-</b>	<b>2</b>
<b>Uso del andaluz.-</b>	<b>2</b>
<b>Este es mi pueblo.-</b>	<b>2</b>
<b>Tecnópolis.-</b>	<b>2</b>
<b>Menuda noche.-</b>	<b>1</b>
<b>Andaluces mundo</b>	<b>1</b>
<b>La respuesta...</b>	<b>1</b>
<b>10 razones.-</b>	<b>1</b>
<b>Programas religiosos.</b>	<b>1</b>



## OPINIONES.-

Las opiniones tramitadas por el defensor fueron un 23,33% del total de mensajes recibidos para CSTV. El mayor número de ellas fue por las fiestas y manifestaciones del folclore popular andaluz a las que CSTV prestó atención a lo largo de 2012. Son significativas también las cifras de SE LLAMA COPLA, INFORMATIVOS, DEPORTES o TIENE ARREGLO.

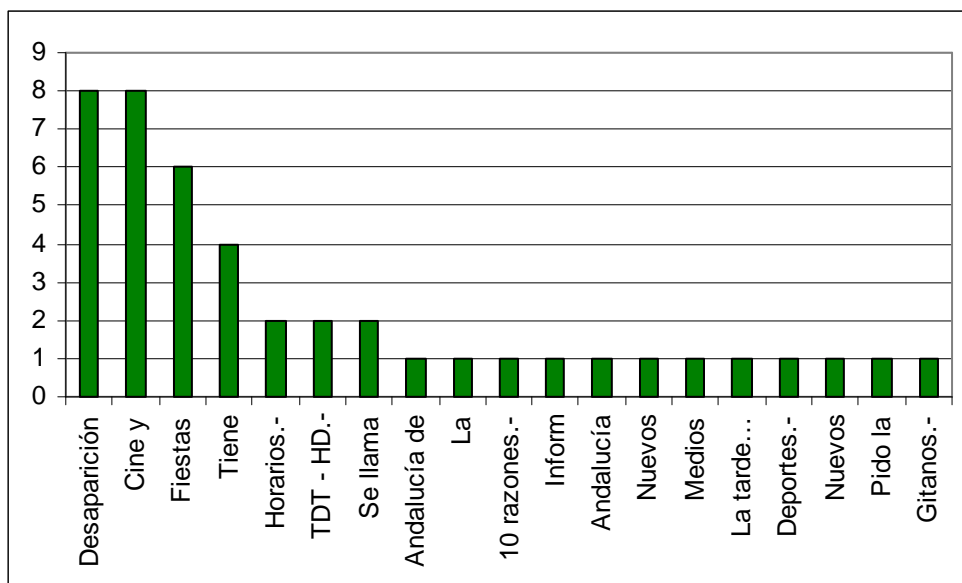
<b>Fiestas</b>	
<b>populares.-</b>	<b>25</b>
<b>Informativos.-</b>	<b>16</b>
<b>Se llama copla.-</b>	<b>15</b>
<b>Deportes.-</b>	<b>13</b>
<b>Tiene arreglo.-</b>	<b>11</b>
<b>Programación.-</b>	<b>9</b>
<b>Toros.-</b>	<b>8</b>
<b>Medios</b>	
<b>interactivos.-</b>	<b>6</b>
<b>La tarde...</b>	<b>4</b>
<b>Toros.-</b>	<b>3</b>
<b>El tiempo.-</b>	<b>3</b>
<b>Cine y series.-</b>	<b>3</b>
<b>Andalucía TV.-</b>	<b>2</b>
<b>Programación.-</b>	<b>2</b>
<b>Andalucía</b>	
<b>directo.-</b>	<b>2</b>
<b>Canal fiesta.-</b>	<b>2</b>
<b>La respuesta...</b>	<b>1</b>
<b>Cómetelo.-</b>	<b>1</b>
<b>Buen Puntito.-</b>	<b>1</b>
<b>Andalucía</b>	
<b>directo.-</b>	<b>1</b>
<b>Yo médico.-</b>	<b>1</b>
<b>Programas</b>	
<b>religiosos.</b>	<b>1</b>
<b>La Báscula.-</b>	<b>1</b>
<b>Este es mi</b>	
<b>pueblo.-</b>	<b>1</b>



## SUGERENCIAS.-

Las sugerencias que llegaron a la Oficina del Defensor (44) fueron un 7,77% del total de mensajes recibidos.

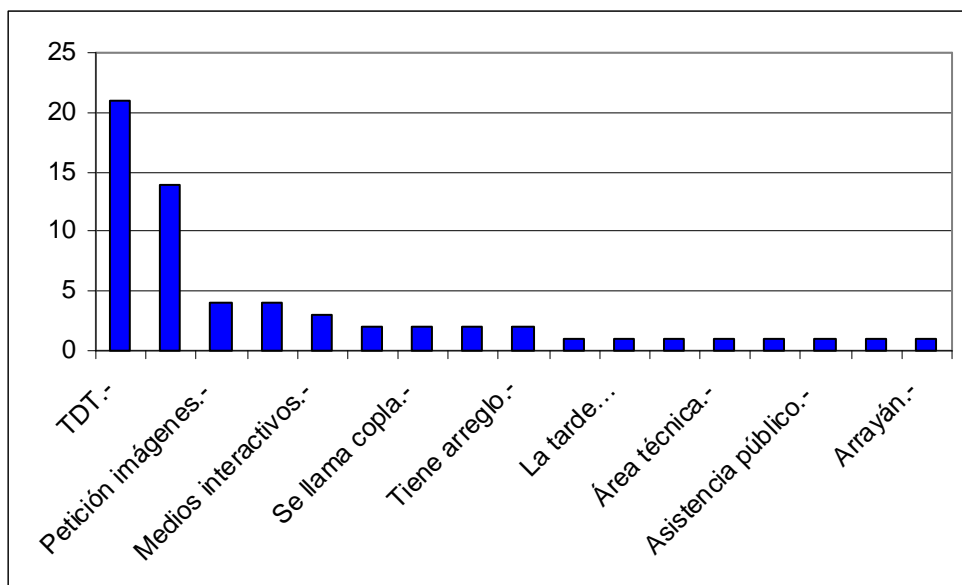
<b>Desaparición CS2</b>	<b>8</b>
<b>Cine y series.-</b>	<b>8</b>
<b>Fiestas populares.-</b>	<b>6</b>
<b>Tiene arreglo.-</b>	<b>4</b>
<b>Horarios.-</b>	<b>2</b>
<b>TDT - HD.-</b>	<b>2</b>
<b>Se llama copla.-</b>	<b>2</b>
<b>Andalucía de cine.-</b>	<b>1</b>
<b>La respuesta...-</b>	<b>1</b>
<b>10 razones.-</b>	<b>1</b>
<b>Informativos.-</b>	<b>1</b>
<b>Andalucía TV.-</b>	<b>1</b>
<b>Nuevos programas.-</b>	<b>1</b>
<b>Medios interactivos.-</b>	<b>1</b>
<b>La tarde...</b>	<b>1</b>
<b>Deportes.-</b>	<b>1</b>
<b>Nuevos programas.-</b>	<b>1</b>
<b>Pido la palabra.-</b>	<b>1</b>
<b>Gitanos.-</b>	<b>1</b>



### PETICIONES DE INFORMACIÓN.-

En este caso se recibieron 62 mensajes lo que supuso un 10,95%, una buena parte de ellas, como puede verse a continuación, fueron por cuestiones relacionadas con la TDT.

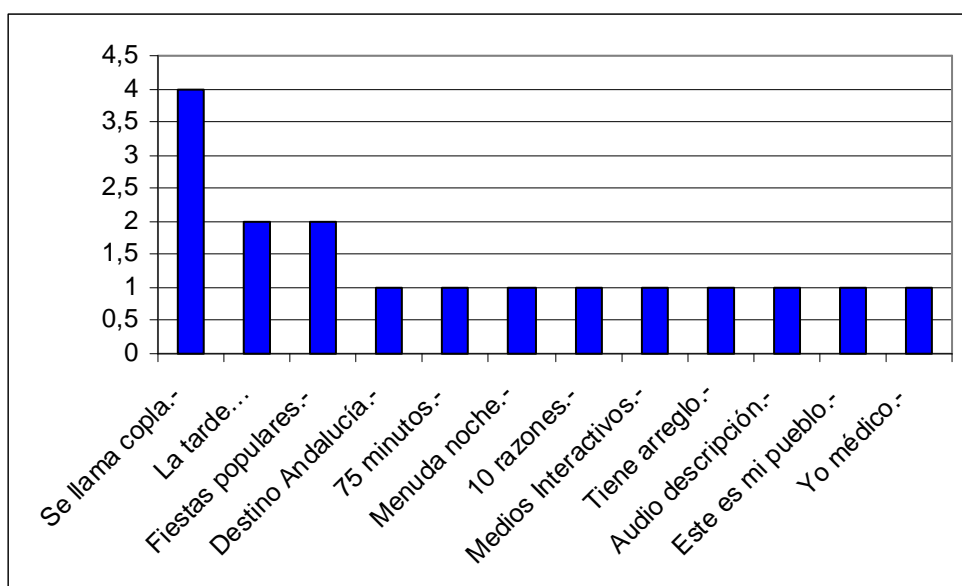
<b>TDT.-</b>	<b>21</b>
<b>La tarde...</b>	<b>14</b>
<b>Petición imágenes.-</b>	<b>4</b>
<b>Medios interactivos.-</b>	<b>4</b>
<b>Medios interactivos.-</b>	<b>3</b>
<b>Andalucía TV.-</b>	<b>2</b>
<b>Se llama copla.-</b>	<b>2</b>
<b>Programación.-</b>	<b>2</b>
<b>Tiene arreglo.-</b>	<b>2</b>
<b>Se llama copla.-</b>	<b>1</b>
<b>La tarde...</b>	<b>1</b>
<b>Cine y series.-</b>	<b>1</b>
<b>Área técnica.-</b>	<b>1</b>
<b>Menuda noche.-</b>	<b>1</b>
<b>Asistencia público.-</b>	<b>1</b>
<b>Deportes.-</b>	<b>1</b>
<b>Arrayán.-</b>	<b>1</b>



## FELICITACIONES.-

Se cierra este epígrafe con el capítulo de felicitaciones. Se tramitaron 17, es decir un 3% del total de los mensajes recibidos, lo que se muestra en los siguientes cuadro y gráfico.

<b>Se llama copla.-</b>	<b>4</b>
<b>La tarde...</b>	<b>2</b>
<b>Fiestas populares.-</b>	<b>2</b>
<b>Destino</b>	
<b>Andalucía.-</b>	<b>1</b>
<b>75 minutos.-</b>	<b>1</b>
<b>Menuda noche.-</b>	<b>1</b>
<b>10 razones.-</b>	<b>1</b>
<b>Medios</b>	
<b>Interactivos.-</b>	<b>1</b>
<b>Tiene arreglo.-</b>	<b>1</b>
<b>Audio</b>	
<b>descripción.-</b>	<b>1</b>
<b>Este es mi pueblo.-</b>	<b>1</b>
<b>Yo médico.-</b>	<b>1</b>

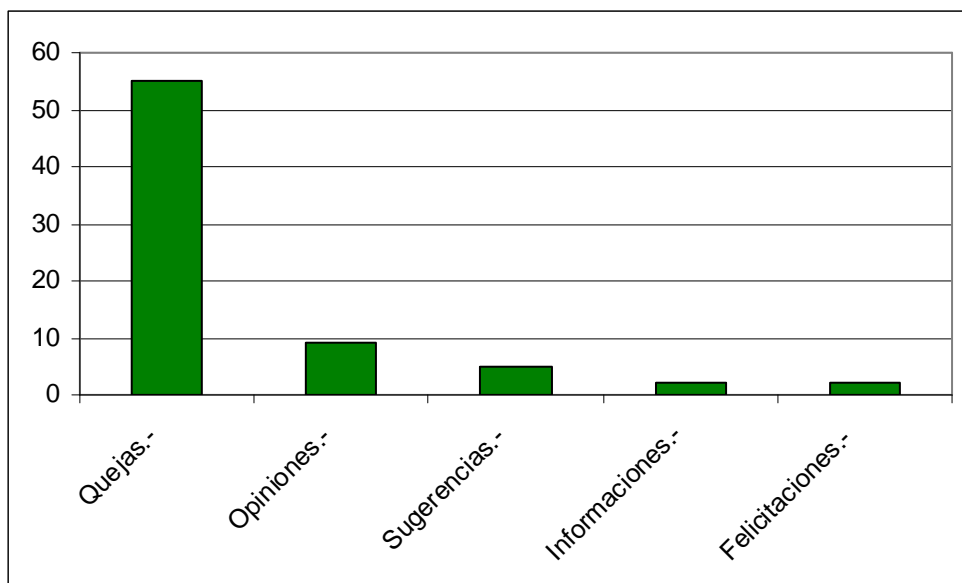


## **9. CANAL SUR 2.**

Como ya se señaló al inicio de esta Memoria los mensajes sobre esta cadena tan sólo se contabilizaron hasta final de septiembre ya que en octubre comenzó a emitir la misma programación que CSTV aunque subtitulada y audio descrita.

Sobre el total de datos registrados, los 73 mensajes supusieron un 10,45%, distribuidos de esta forma.

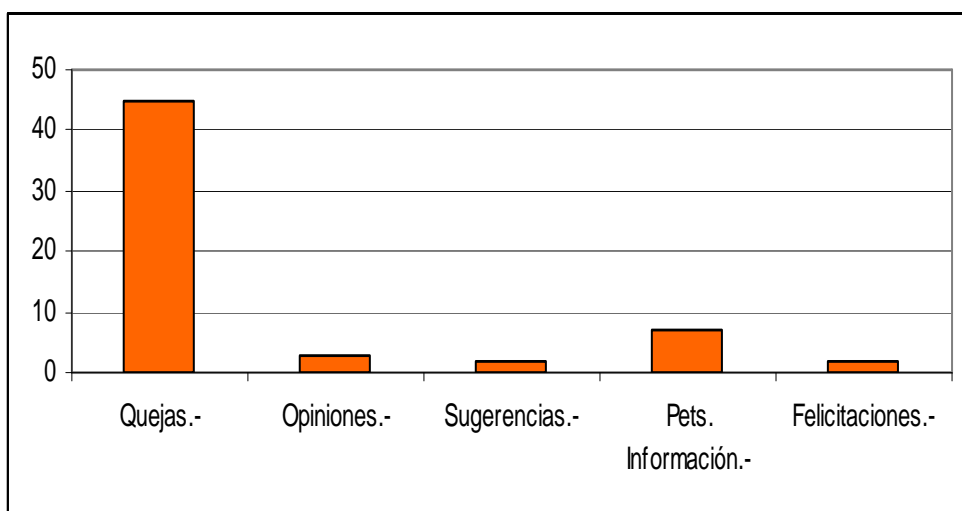
	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Quejas.-</b>	<b>55</b>	<b>75,34%</b>
<b>Opiniones.-</b>	<b>9</b>	<b>12,32%</b>
<b>Sugerencias.-</b>	<b>5</b>	<b>6,84%</b>
<b>Informaciones.-</b>	<b>2</b>	<b>2,73%</b>
<b>Felicitaciones.-</b>	<b>2</b>	<b>2,73%</b>



## **10.CANAL SUR RADIO.**

59 mensajes se recibieron en relación a CSR, un 8,45% del total para la RTVA. Lo que a continuación se muestra son los datos de este medio y sus porcentajes distribuidos por categorías.

	<b>TOTALES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Quejas.-</b>	<b>45</b>	<b>76,27%</b>
<b>Opiniones.-</b>	<b>3</b>	<b>5,08%</b>
<b>Sugerencias.-</b>	<b>2</b>	<b>3,33%</b>
<b>Pets. Información.-</b>	<b>7</b>	<b>11,86%</b>
<b>Felicidades.-</b>	<b>2</b>	<b>3,33%</b>





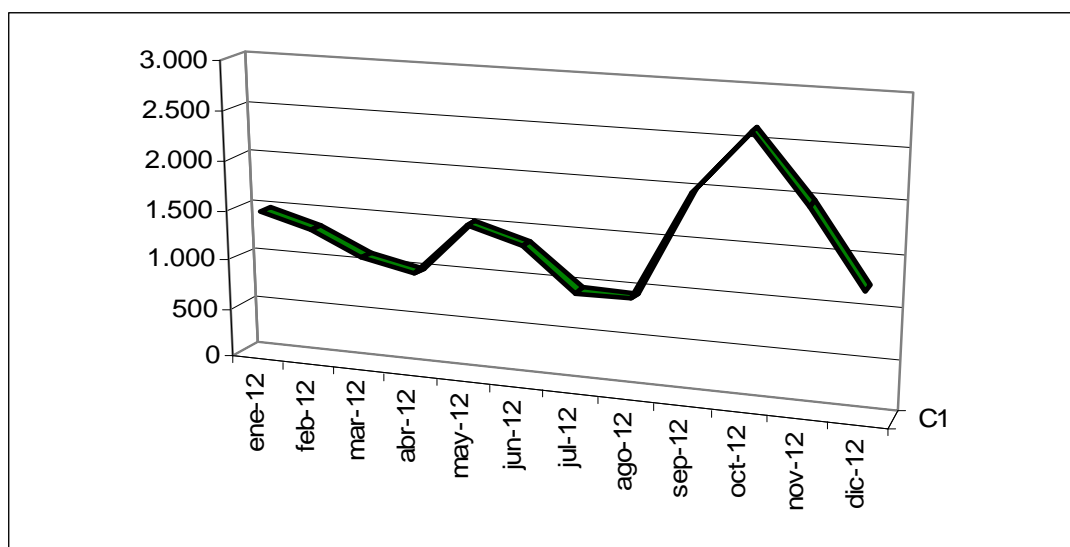
## 11. LA WEB DEL DEFENSOR.

La WEB del defensor contabilizó en 2012 un total de 17.519 visitas lo que supone casi un 25% más que las registradas en 2011. Desde 2007, la media anual de “visitas únicas” ha sido de 14.546.

Los datos sobre la audiencia de WEB provienen de GOOGLE ANALYTICS, si bien los de otros años han tenido además otras fuentes complementarias como NIELSEN o STACOUNTER.

Los datos mensuales de audiencia que se muestran a continuación arrojan una media de 1.460 visitantes mensuales.

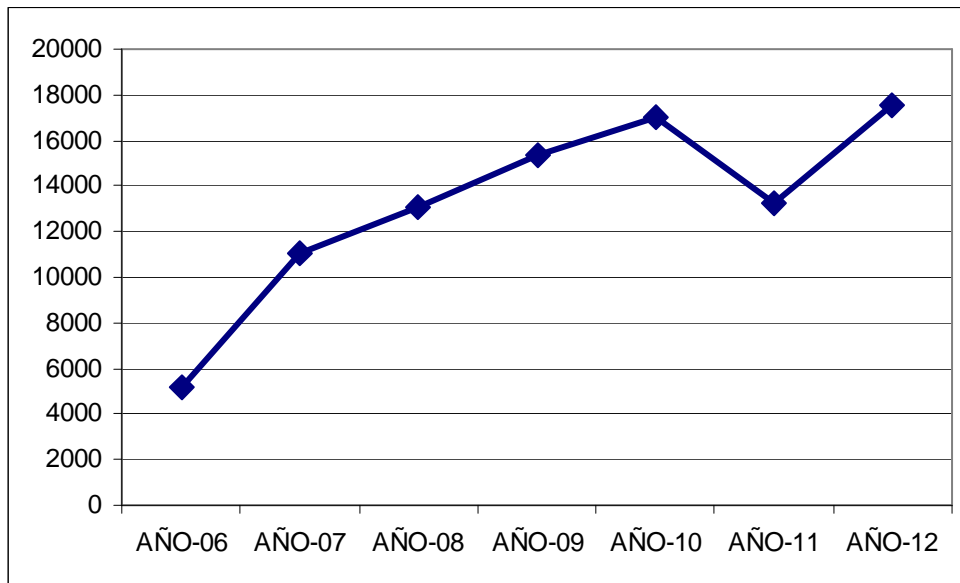
<b>ENERO</b>	<b>1.477</b>
<b>FEBREO</b>	<b>1.341</b>
<b>MARZO</b>	<b>1.102</b>
<b>ABRIL</b>	<b>992</b>
<b>MAYO</b>	<b>1.517</b>
<b>JUNIO</b>	<b>1.365</b>
<b>JULIO</b>	<b>953</b>
<b>AGOSTO</b>	<b>950</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>2.004</b>
<b>OCTUBRE</b>	<b>2.614</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	<b>1.975</b>
<b>DICIEMBRE</b>	<b>1.229</b>



A continuación se muestra la evolución desde que se tienen datos de audiencia, si bien hay que hacer notar que los datos de 2006

corresponden la mitad del año que es cuando comenzó a medirse la audiencia de la WEB del defensor.

<b>AÑO-06</b>	<b>5177</b>
<b>AÑO-07</b>	<b>11087</b>
<b>AÑO-08</b>	<b>13084</b>
<b>AÑO-09</b>	<b>15341</b>
<b>AÑO-10</b>	<b>17015</b>
<b>AÑO-11</b>	<b>13229</b>
<b>AÑO-12</b>	<b>17519</b>



La procedencia de los visitantes en términos absolutos se muestra en el siguiente cuadro.

<b><u>PAÍS/TERRITORIO</u></b>	<b><u>VISITAS</u></b>
<b>España</b>	<b>16.074</b>
<b>Francia</b>	<b>349</b>
<b>Alemania</b>	<b>185</b>
<b>Luxemburgo</b>	<b>108</b>
<b>Reino Unido</b>	<b>107</b>
<b>DESCONOCIDO</b>	<b>98</b>
<b>Suiza</b>	<b>58</b>
<b>Estados Unidos</b>	<b>58</b>
<b>Italia</b>	<b>53</b>
<b>Colombia</b>	<b>45</b>
<b>México</b>	<b>44</b>
<b>Argentina</b>	<b>43</b>

<b>Holanda</b>	<b>36</b>
<b>Bélgica</b>	<b>26</b>
<b>Portugal</b>	<b>25</b>
<b>Brasil</b>	<b>22</b>
<b>Marruecos</b>	<b>14</b>
<b>Venezuela</b>	<b>14</b>
<b>Canadá</b>	<b>12</b>
<b>Ecuador</b>	<b>12</b>
<b>Perú</b>	<b>12</b>
<b>Chile</b>	<b>8</b>
<b>R. Dominicana</b>	<b>8</b>
<b>Austria</b>	<b>7</b>
<b>Uruguay</b>	<b>7</b>
<b>Noruega</b>	<b>6</b>
<b>Polonia</b>	<b>6</b>
<b>Australia</b>	<b>5</b>
<b>Costa Rica</b>	<b>5</b>
<b>Irlanda</b>	<b>5</b>
<b>Israel</b>	<b>5</b>
<b>Suecia</b>	<b>5</b>
<b>Japón</b>	<b>4</b>
<b>Corea del Sur</b>	<b>4</b>
<b>Rumania</b>	<b>4</b>
<b>Dinamarca</b>	<b>3</b>
<b>Finlandia</b>	<b>3</b>
<b>Grecia</b>	<b>3</b>
<b>Guatemala</b>	<b>3</b>
<b>Paraguay</b>	<b>3</b>
<b>Rusia</b>	<b>3</b>
<b>Bulgaria</b>	<b>2</b>
<b>Bolivia</b>	<b>2</b>
<b>República Checa</b>	<b>2</b>
<b>Gibraltar</b>	<b>2</b>
<b>Hungría</b>	<b>2</b>
<b>Panamá</b>	<b>2</b>
<b>Urania</b>	<b>2</b>
<b>Emir. Árabes Unidos</b>	<b>1</b>
<b>Costa de Marfil</b>	<b>1</b>
<b>Argelia</b>	<b>1</b>
<b>Estonia</b>	<b>1</b>
<b>Croacia</b>	<b>1</b>
<b>Indonesia</b>	<b>1</b>
<b>Isla de Man</b>	<b>1</b>

<b>India</b>	<b>1</b>
<b>Islandia</b>	<b>1</b>
<b>Jordania</b>	<b>1</b>
<b>Pakistán</b>	<b>1</b>
<b>Arabia Saudita</b>	<b>1</b>
<b>Turquía</b>	<b>1</b>

El siguiente cuadro recoge los mismos datos pero distribuidos por continentes.

### **EUROPA**

<b>España</b>	<b>16.074</b>
<b>Francia</b>	<b>349</b>
<b>Alemania</b>	<b>185</b>
<b>Luxemburgo</b>	<b>108</b>
<b>Reino Unido</b>	<b>108</b>
<b>Suiza</b>	<b>58</b>
<b>Italia</b>	<b>53</b>
<b>Holanda</b>	<b>36</b>
<b>Bélgica</b>	<b>26</b>
<b>Portugal</b>	<b>25</b>
<b>Austria</b>	<b>7</b>
<b>Noruega</b>	<b>6</b>
<b>Polonia</b>	<b>6</b>
<b>Irlanda</b>	<b>5</b>
<b>Suecia</b>	<b>5</b>
<b>Rumania</b>	<b>4</b>
<b>Dinamarca</b>	<b>3</b>
<b>Finlandia</b>	<b>3</b>
<b>Grecia</b>	<b>3</b>
<b>Rusia</b>	<b>3</b>
<b>Bulgaria</b>	<b>2</b>
<b>República Checa</b>	<b>2</b>
<b>Gibraltar</b>	<b>2</b>
<b>Hungría</b>	<b>2</b>
<b>Urania</b>	<b>2</b>
<b>Estonia</b>	<b>1</b>
<b>Croacia</b>	<b>1</b>
<b>Islandia</b>	<b>1</b>

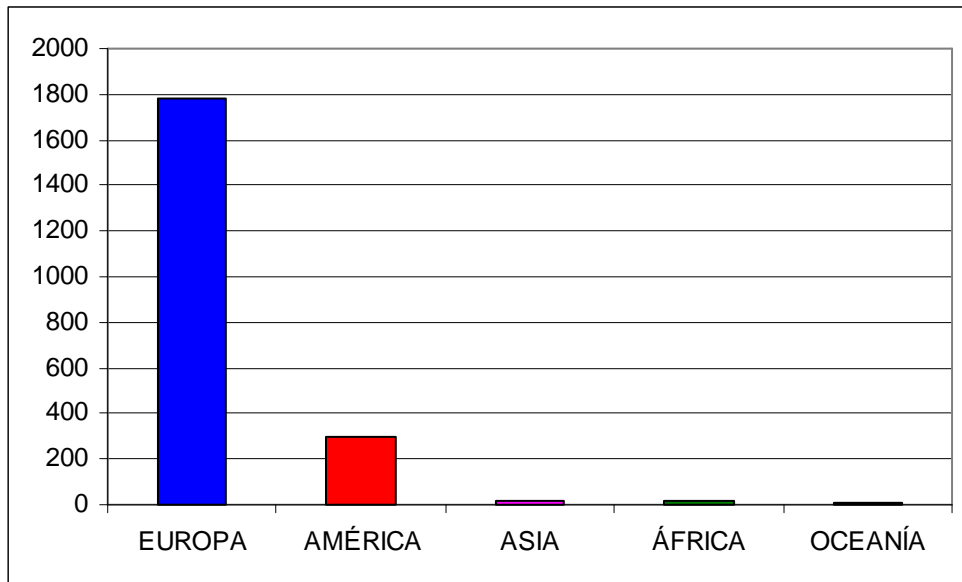
### **AMÉRICA**

<b>Estados Unidos</b>	<b>58</b>
-----------------------	-----------

<b>Colombia</b>	<b>45</b>
<b>México</b>	<b>44</b>
<b>Argentina</b>	<b>43</b>
<b>Brasil</b>	<b>22</b>
<b>Venezuela</b>	<b>14</b>
<b>Canadá</b>	<b>12</b>
<b>Ecuador</b>	<b>12</b>
<b>Perú</b>	<b>12</b>
<b>Chile</b>	<b>8</b>
<b>República Dominicana</b>	<b>8</b>
<b>Uruguay</b>	<b>7</b>
<b>Costa Rica</b>	<b>5</b>
<b>Guatemala</b>	<b>3</b>
<b>Paraguay</b>	<b>3</b>
<b>Bolivia</b>	<b>2</b>
<b>Panamá</b>	<b>2</b>
<b><u>ÁFRICA</u></b>	
<b>Marruecos</b>	<b>14</b>
<b>Argelia</b>	<b>1</b>
<b>Costa de Marfil</b>	<b>1</b>
<b><u>ASIA</u></b>	
<b>Israel</b>	<b>5</b>
<b>Japón</b>	<b>4</b>
<b>Corea del Sur</b>	<b>4</b>
<b>Jordania</b>	<b>1</b>
<b>Pakistán</b>	<b>1</b>
<b>Arabia Saudita</b>	<b>1</b>
<b>Turquía</b>	<b>1</b>
<b>Emiratos Árabes Unidos</b>	<b>1</b>
<b>Indonesia</b>	<b>1</b>
<b>India</b>	<b>1</b>
	<b>20</b>
<b><u>OCEANÍA</u></b>	
<b>Australia</b>	<b>5</b>
<b><u>DESCONOCIDO</u></b>	<b>98</b>

Estos datos por continentes pueden resumirse en los siguientes cuadros.

<b>EUROPA</b>	<b>1780</b>
<b>AMÉRICA</b>	<b>300</b>
<b>ASIA</b>	<b>20</b>
<b>ÁFRICA</b>	<b>16</b>
<b>OCEANÍA</b>	<b>5</b>



Finalmente, este año, se hace en la Memoria del Defensor un análisis pormenorizado de los lugares desde los cuales los usuarios han entrado en la WEB, con las siguientes consideraciones.

En el apartado GOOGLE, se han agrupado a todos aquellos que han entrado desde páginas de esta empresa, en su mayoría lo han hecho a través del buscador.

En el apartado RTVA se incluyen todos aquellos que han llegado a la WEB a través de la página principal de esta casa o usando alguna de las que tienen enlace con el Defensor. También se han contabilizado aquí a quienes han contactado desde los diferentes BLOGS, foros o directamente escribiendo en el navegador la dirección de la WEB. Todas estas páginas forman parte del dominio de la RTVA.

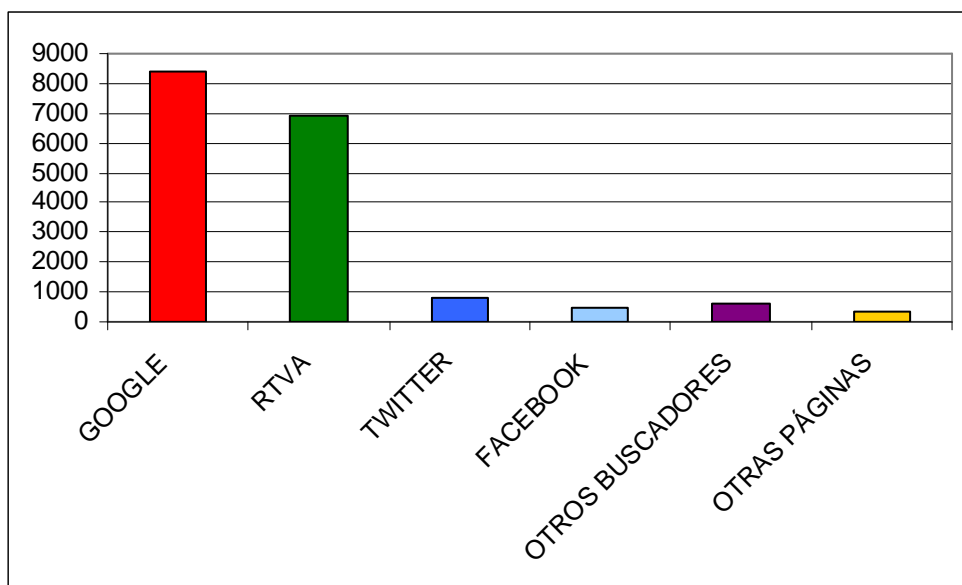
En los apartados FACEBOOK y TWITTER están quienes han entrado a través de cada una de estas redes sociales.

En OTROS BUSCADORES figuran los usuarios que han usado, YAHOO, TERRA, BING, ASK, AOL o cualquier otro.

Finalmente en el apartado otras páginas se encuentran los que han llegado a la WEB a través de otras que tienen enlaces con el Defensor, foros u otras mediante las que se puede acceder.

Lo que sigue son los datos mencionados.

<b>GOOGLE</b>	<b>8420</b>
<b>RTVA</b>	<b>6917</b>
<b>TWITTER</b>	<b>782</b>
<b>FACEBOOK</b>	<b>465</b>
<b>OTROS BUSCADORES</b>	<b>583</b>
<b>OTRAS PÁGINAS</b>	<b>352</b>



En esta Memoria se reflejan los datos estadísticos más destacados de las actividades del defensor durante 2012. Como ya se dijo al inicio los datos más detallados se fueron incluyendo en los informes mensuales que se presentaron al Consejo de Administración de la RTVA durante dicho periodo.