

# PROPUESTA



Rocio Vicente del Estad  
Directora de Contenidos  
[rvicente@grupoadmtv.com](mailto:rvicente@grupoadmtv.com)



# a toda Costa

# Introducción

“A Toda Costa” empezó su andadura, con la emisión de su primer programa, el 30 de junio y acabó el 29 de septiembre de 2021. Lo hizo siendo uno de los programas de estreno para la temporada de verano en Canal Sur TV. El formato fue un éxito de audiencia y, un año después, renovó su segunda temporada.

El programa se presenta como un formato típico de la época estival, fresco, ágil, de entretenimiento puro y duro. El mítico programa Ola Ola, de Cuatro TV, era el formato que “A Toda Costa” tendría de partida como referencia.

Sin embargo, poco a poco, el programa consiguió tener su propia identidad y ha ido ganando solidez en su formato y en sus contenidos. Del mismo modo, de manera progresiva, también lo ha hecho en sus datos de audiencia; tal es así que se ha consolidado hasta convertirse en el programa más visto en su franja del prime time y en uno de los referentes de la cadena. La previsión de programas contratados era de 13, y finalmente se añadió uno más.

Por otro lado, “A Toda Costa” ha sido uno de los programas que más cariño ha recibido del público a medida en que avanzaban las semanas. Esto se ha reflejado en el aumento progresivo de seguidores, y de sus comentarios, en las redes sociales del programa y de los presentadores.. Y, sobre todo, en la calle, en las playas y en todos los rincones que visitábamos.



# Objetivos

---



Los objetivos de “A Toda Costa” estuvieron claros desde el principio. Había que crear un producto 100% andaluz, hecho en Andalucía y contado para todo el mundo. Teníamos que convertirnos en el programa de entretenimiento de referencia del verano, con la vista puesta en divertirnos y en dejar atrás un año y medio de la pandemia mundial del COVID 19. Era el formato perfecto para pasar el verano de nuestras vidas y para mostrar una Andalucía como destino indiscutible y seguro para disfrutar de nuestras vacaciones.

El sector turístico empezaba a recuperarse después de meses de crisis y se abría una ventana maravillosa para recibir a turistas y visitantes de todo el mundo, y a nosotros la oportunidad de reflejarlo.

# Objetivos



“A Toda Costa” pasó a ser el *leitmotiv* del programa. Una forma distinta de enseñar la Andalucía más turística, sí, pero con la intención de disfrutar del verano de nuestras vidas también a toda costa. Nos ha convertido en un formato único y con marca propia.

Sin embargo, poco a poco, fuimos superando esas expectativas. Añadimos contenidos más transversales, con una perspectiva y un enfoque diferente y más global. Nuestra intención era convertir “A Toda Costa” en un programa familiar, para disfrutar junto a los más pequeños de la casa y acercar al público joven a Canal Sur TV. Además, lo haríamos cumpliendo con los parámetros de calidad que siempre espera la cadena de Grupo ADM. Además conseguimos vertebrar Andalucía, yendo a todos sus rincones para buscar algunos de los mejores destinos, las mejores historias y a los andaluces que las representan.



# Formato

---

“A Toda Costa” ha apostado decididamente por el entretenimiento, pero sin dejar de lado la divulgación del patrimonio y la cultura popular, siguiendo siempre su propio estilo: el de contar historias y curiosidades de una manera cercana y visualmente atractiva. Cada semana, nuestra presentadora nos ha llevado a conocer los destinos más maravillosos de la geografía andaluza. Para ello ha contado con cuatro “corresponsales”, cuatro reporteros que han vivido en primera persona el verano de sus vidas, mostrándolo a los telespectadores de una manera fresca, dinámica y divertida. Hemos mostrado los principales lugares de interés de Andalucía, su gastronomía, su cultura y sus atracciones y actividades turísticas. Hemos buceado, practicado paddel surf, parapente, hidrofoil, puenting, windsurf, walking fútbol... y todas las actividades acuáticas y deportivas que ofrece Andalucía.

En definitiva, teniendo en cuenta que formatos similares no duran más de 45 minutos, conseguir un producto de calidad y de entretenimiento con una duración de 90 minutos ha supuesto uno de los mayores retos desde el comienzo.



# Formato

Por eso, vimos que “A Toda Costa” debía ser más que un formato de verano y quisimos que las historias se convirtieran en uno de los elementos clave del programa. Buscamos buenas historias y buenos personajes que nos las contaran. Guionizamos cada reportaje y secuencia para hacerla atractiva tanto en fondo como en forma.

La manera de contar esas historias ha sido una de las señas de identidad de “A Toda Costa”. Durante todo el programa los destinos, los contenidos y los reporteros se han ido salpicando. Las secuencias se han alternado para conseguir un ritmo más ágil y dinámico. Creando la sensación de expectativa en el espectador.

La música ha sido una pieza fundamental en el desarrollo del programa. En cada una de las piezas, hemos utilizado las canciones más escuchadas en las redes sociales (Tik Tok, Instagram...) con las que, además, hemos elaborado una lista de reproducción en Spotify.



# Formato

Uno de los objetivos del programa siempre fue convertirlo en un formato para disfrutarlo en familia. Por eso, hemos buscado historias transversales y globales y las hemos tratado con un lenguaje actual y cercano a los más jóvenes. Para ello, hemos añadido otros códigos al contenido audiovisual (como stickers, transiciones y sonidos más comunes en redes sociales) pero sin olvidarnos del público mayoritario de Canal Sur TV: los mayores de 65 años. Encontrar ese equilibrio ha sido siempre una de las premisas del programa.

Además de todo esto, “A Toda Costa” no ha sido únicamente un formato con contenidos en televisión. Nuestra apuesta por captar a un público joven nos ha llevado a trabajar en un proyecto digital ambicioso. Para ello, se han grabado secuencias extra para compartirlas en redes sociales y se han realizado más de 28 horas de *live twitting*.

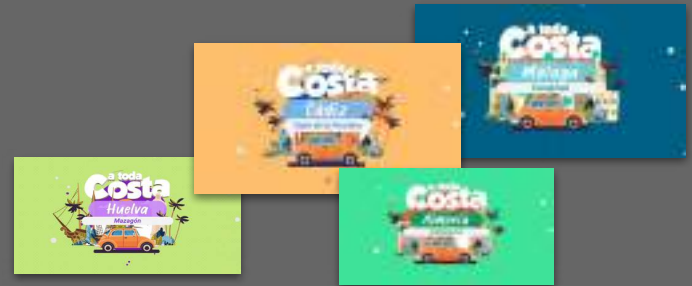


# Destinos

Durante los catorce programas de la temporada de “A Toda Costa” hemos grabado más de 60 destinos andaluces. Hemos recorrido toda Andalucía. Todo el litoral (desde Almería hasta Huelva) pero también destinos de interior que bien merecen una visita veraniega. En los meses de junio y septiembre, las grabaciones se hicieron los fines de semana, para contar con el mayor número de visitantes. Y en julio y en agosto viajamos entre semana, para sortear también la masiva afluencia de público.

Del mismo modo, también hemos ido adaptando los contenidos y los lugares que visitábamos en función de los días de emisión del programa. Al principio de verano nos centramos más en lugares puramente turísticos estivales y, en las últimas emisiones nos fuimos en busca de otros de interior o playas urbanas.

Con todo, no solo nos hemos ocupado de la oferta de “sol y playa”, hemos enseñado el rico patrimonio que guardan destinos tan turísticos: Baelo Claudia en Bolonia, Castillo de Colomares en Benalmádena, ruinas del faro de Torrox, los refugios subterráneos de Adra, La Cartuja de Cazalla de la Sierra, entre otros.





# Sistema de producción

Cada semana, el equipo de “A Toda Costa” ha trabajado de manera paralela en cuatro destinos andaluces



# Sistema de producción

## Grabaciones

Durante dos días se grababan las 4-5 secuencias que completaría cada destino. El equipo de exteriores estaba formado por un reportero- presentador, operador de cámara, técnico de sonido y productor.

Día 11

## Corte y formateo de dirección

Tras un primer corte, cada reportaje pasaba a manos de la dirección, que afinaba los contenidos y los dotaba de ritmo para el programa completo de 90 minutos.

Día 13 al 18

## Revisión de videos y visionado de torta

Una vez finalizado todo el proceso de producción, contenido y de edición, el material pasa a dirección y realización para ser supervisado y para poder realizar el visionado de la torta definitiva de cada programa.

Día 18 al 23

Día 9 y 10

## Corte de contenido

Posteriormente a las grabaciones, los propios reporteros y editores hacían un primer corte de contenido de lo que se ha grabado.

## Edición y realización

Durante 5 días, los reportajes pasaban al departamento de edición para darles el lenguaje audiovisual necesario para su emisión

---

## Datos de audiencia



**15,1%**

Máximo de audiencia

**10,2%**

Media de audiencia

---

**253.000**

espectadores

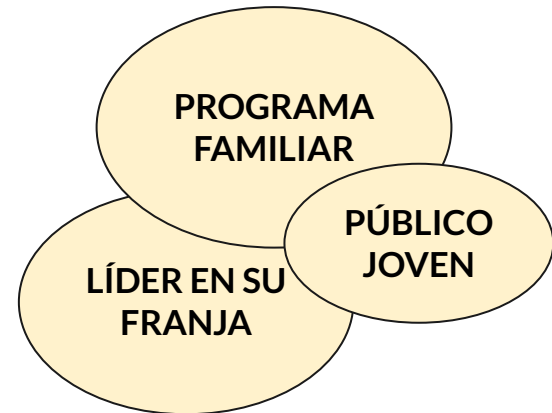
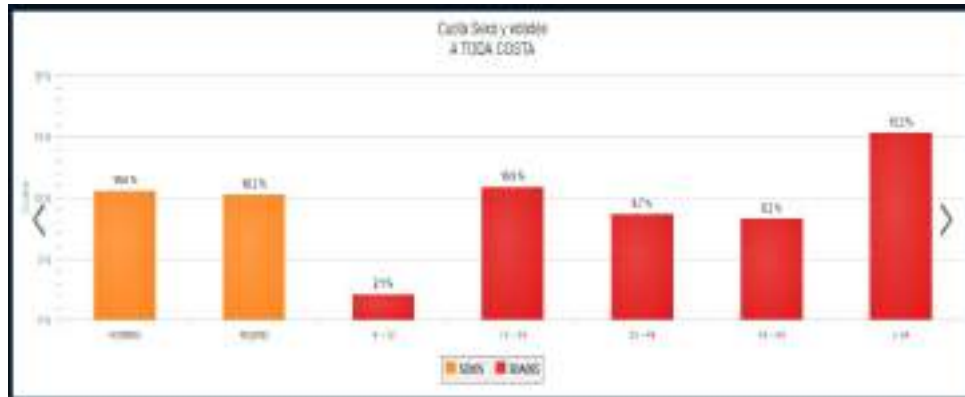
**710.000**

espectadores  
han visto en algún  
momento "A toda costa"

# Audiencia objetivo

“A Toda Costa” ha interesado, y mucho, a los espectadores, teniendo una evolución muy positiva en cuanto a datos, creando una audiencia fiel y consolidada en el tiempo. A medida en que han ido pasando las semanas los datos de audiencia han ido *in crescendo* (las tres primeras emisiones tuvieron una media de 6,5% y las tres últimas de 9,2%)

El programa ha logrado mantener al público habitual de Canal Sur TV (mujeres y hombres >45 y >64), pero ha añadido a un público joven (13- 24 y de 25- 45), menos habituado a consumir los productos de la cadena.



# Repercusión en prensa y RRSS



Canal Sur es tercera opción, 8,2%, mejorando su posición entre las autonómicas. La 7 se queda con un 6,9%. La Sexta llega a subir en agosto en Andalucía con un 5,2% y Gal el 4,8% y La 2, 2,9%.

305 Des307

Los rostros y formatos habrán regresado y septiembre marca que reste del año para colar el mes vacacional ha sido un inicio de un periodo de cambio.

#ATodaCosta11 mejora en un 15,7% la cuota de @canalsur en el día al quedarse con el 8,7% de cuota, 208.000 espectadores y ser visto en algún momento por 689.000 espectadores

#QueVivaLaTele #Audiencias



Continúa el espectacular crecimiento de @VeranoCSur en @canalsur. Ayer nuevo récord de #Audiencias con #ATodaCosta8 con un share del 10,6% y una media de 215.000 espectadores



Subidón de 2 puntos de share de @VeranoCSur para hacer un total del 10,7% y una #Audiencias media de 253.000 espectadores. Bravo!!!  
@amontero\_tv @CristinaFaguas @Ro\_Arauz @RafaRodrigoZ @teresamartinb  
#BuenosDias #ATodaCosta12

## Diario de Sevilla

### 'A toda costa', una puerta abierta al turismo andaluz en Canal Sur

- El nuevo espacio de reportajes de Canal Sur muestra historias en lugares playeros y del interior



## CANAL SUR | AUDIENCIAS

### Canal Sur Televisión, la cadena que más crece en agosto

CSTV es la televisión autonómica que más crece, un 0,7% en agosto, y firma su mejor agosto desde 2017 con un 8,1% de share.



1 septiembre 2021

El 8,1% de cuota que la Televisión en agosto, resultado en los últimos meses tiene mayor relevancia cuenta que los primeros meses de agosto fueron coincidentes



Día #ATodaCosta7 en la noche de @canalsur con su Máximo histórico al hacerse con el 10,4% de cuota, 207.000 espectadores y ser visto en algún momento por 710.000 personas

+32,3% que la cuota del canal en el día

#QueVivaLaTele



## SUR

### teresa Martín, una tequerana para refrescar verano en Canal Sur



09:45 10/08/2021

en @SUR, la periodista y socioparlante Teresa Martín es la encargada de refrescar el



Rocío Vicente del Estad  
Directora de Contenidos  
699 937 142

[rvicente@grupoadmtv.com](mailto:rvicente@grupoadmtv.com)