

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Octubre 2011







Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales disminuyen levemente su porcentaje de Resto de Emisión respecto a Septiembre, salvo Cuatro que lo aumenta en 4 décimas.
- La Sexta mantiene su posición de cadena con más Resto de emisión con un 22,4%. Le sigue Telecinco con un punto menos de diferencia.
- Solamente Cuatro y La Sexta aumentan en Octubre el tiempo dedicado a Publicidad. El resto de cadenas lo disminuye levemente.
- Todas las cadenas disminuyen su porcentaje de Avances de programación y autopromociones emitidos.
- La Sexta sigue siendo la cadena que más publicidad emite, con una media de 3 h y 37 minutos de publicidad diaria. Comparando este dato con el de Septiembre de 2010, este año ha emitido 9 minutos menos de publicidad.
- Cuatro es la segunda cadena con más publicidad, con 3 h y 34 minutos de media, 3 minutos menos que La Sexta. Cuatro ha emitido en Octubre 2011 14 minutos más de publicidad que el mismo mes del año pasado.
- En Enero- Octubre 2011 las cadenas nacionales privadas han emitido 20.899 minutos de publicidad menos que en el mismo período de 2010, un 8% menos.







Octubre 2011

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

	22,4%
	21,4%
	19,6%
	16,4%
	3,4%
	3,2%







MAÑANA 7:00-13:59

	22,5%
	21,4%
	20,7%
	17,2%
	3,4%
	3,5%







SOBREMESA 14:00-16:59

	24,4%
	23,6%
	23,4%
	21,7%
	4,7%
	4,3%







TARDE 17:00-20:29

	22,7%
	22,3%
	20,3%
	20,0%
	5,1%
	3,5%







NOCHE 20:30-23:59

	26,4%
	25,2%
	24,6%
	23,9%
	3,9%
	2,6%

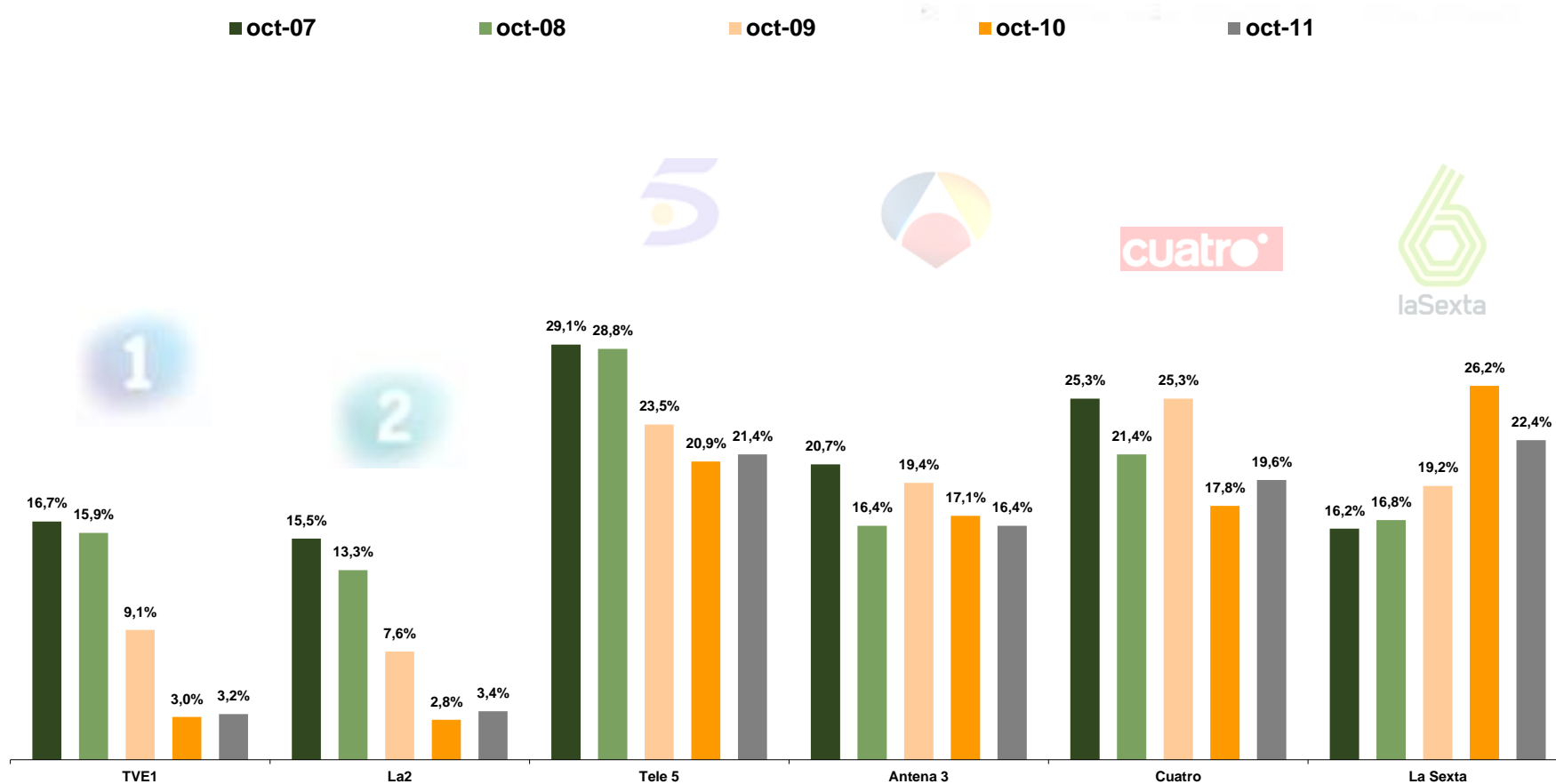
MADRUGADA 1 24:00-2:29

	22,4%
	21,4%
	19,6%
	16,4%
	3,4%
	3,2%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

	24,0%
	22,3%
	9,1%
	2,3%
	1,1%
	0,5%

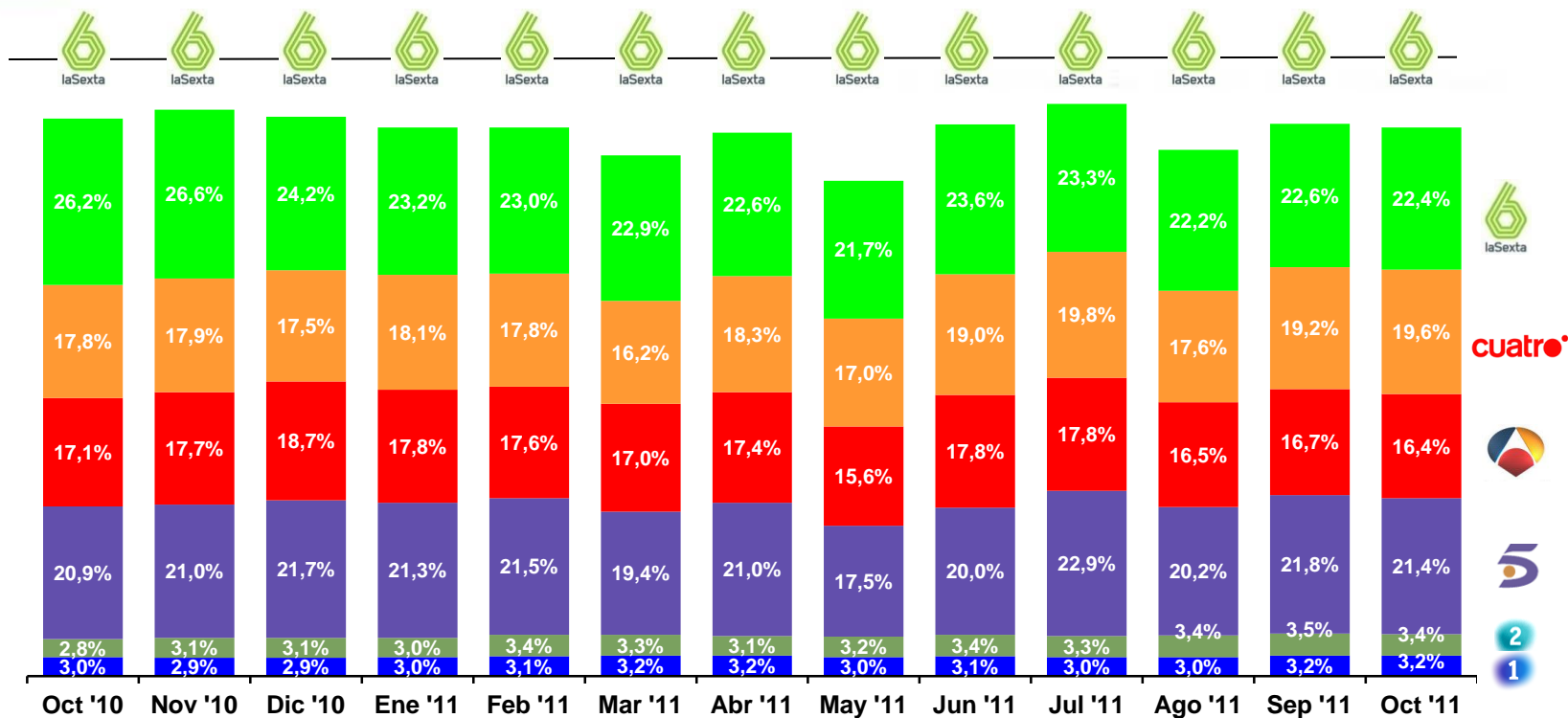
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: Kantar Media

Octubre 2011

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

14,6% 14,9% 14,7% 14,4% 14,4% 13,7% 14,3% 13,0% 14,5% 15,0% 13,8% 14,5% 14,4%

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

20,5% 20,8% 20,5% 20,1% 20,0% 18,9% 19,8% 17,9% 20,1% 21,0% 19,2% 20,1% 20,0%

Acumulado 2011 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero - Octubre '11

Cadenas Nacionales

280.006

274.804

345.705

348.437

395.334

379.225

274.121

254.359

Cadenas Nacionales Privadas

167.252

167.011

230.627

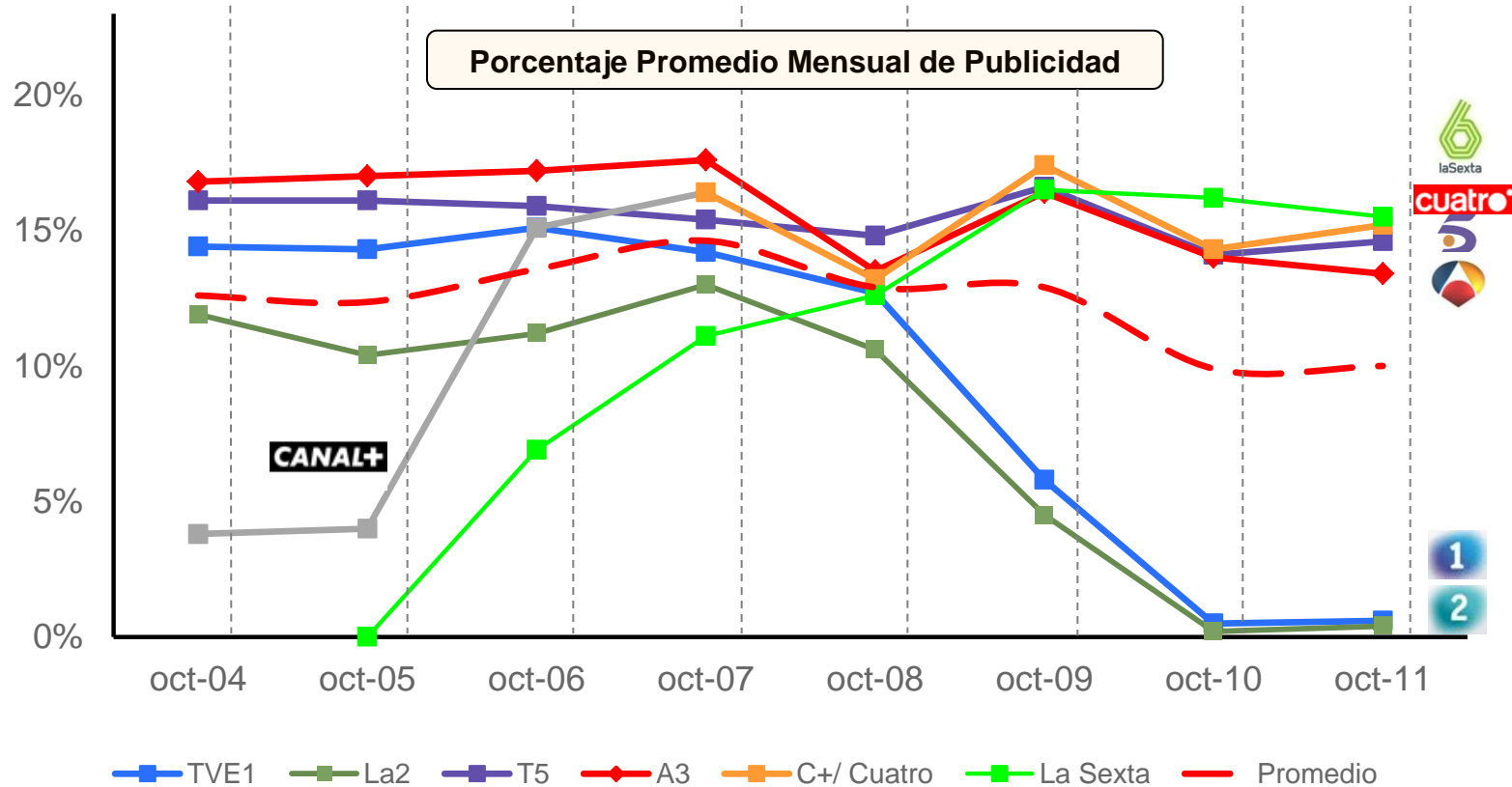
275.056

265.682

280.004

273.780

252.881









Fuente: Kantar Media

Datos Septiembre 2011.







Octubre 2011

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	22,4%
	21,4%
	19,6%
	16,4%
	3,4%
	3,2%







PUBLICIDAD

	15,1%
	14,8%
	13,4%
	12,2%
	0,5%
	0,3%







TELETIENDAS

	4,4%
	4,2%
	1,7%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	2,8%
	2,5%
	2,4%
	1,9%
	1,8%
	1,6%







PATROCINIOS

	0,4%
	0,3%
	0,3%
	0,2%
	0,1%
	0,1%

TELEPROMOCIONES

	0,9%
	0,7 %
	0,2%
	0,1%
	0,0%
	0,0%

OTROS

	0,9%
	0,9%
	0,7%
	0,6%
	0,2%
	0,1%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Septiembre '11		Octubre '11
1	PROGRAMACION	1391		1408
	Autoprom / Av. Prog.	39		36
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	4		8
	Patrocinios	0		2
	Telepromociones	0		0
	Otros	2		2

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
406	184	203	205	147	264
11	7	5	4	3	6
0	0	0	0	0	0
2	2	1	1	1	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0

		Septiembre '11		Octubre '11
2	PROGRAMACION	1384		1394
	Autoprom / Av. Prog.	45		41
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	1		4
	Patrocinios	0		0
	Telepromociones	0		0
	Otros	3		2

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
406	172	200	203	145	267
13	6	9	6	4	3
0	0	0	0	0	0
0	1	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	0	0	0

		Septiembre '11		Octubre '11
5	PROGRAMACION	1126		1132
	Autoprom / Av. Prog.	30		27
	Teletienda	60		60
	Publicidad*	197		193
	Patrocinios	4		4
	Telepromociones	12		14
	Otros	11		11

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
333	137	163	158	130	210
10	4	5	4	4	0
0	0	0	0	0	60
68	33	34	43	14	0
2	1	1	1	0	0
4	3	5	2	1	0
4	2	2	2	1	0

(*) Publicidad : incluye los Anuncios Publicitarios y de Televenta según lo establecido en la LGCA

Fuente: Kantar Media

Octubre 2011

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Septiembre '11	Octubre '11
PROGRAMACION	1199	1203
Autoprom / Av. Prog.	35	34
Teletienda	0	0
Publicidad*	182	176
Patrocinios	6	6
Telepromociones	10	10
Otros	8	9

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00-16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
348	136	168	157	126	269
12	6	5	5	5	1
0	0	0	0	0	0
50	33	32	43	18	0
2	2	1	1	0	0
5	1	2	2	0	0
3	2	2	2	1	0

	Septiembre '11	Octubre '11
PROGRAMACION	1164	1158
Autoprom / Av. Prog.	27	26
Teletienda	21	24
Publicidad*	211	214
Patrocinios	2	2
Telepromociones	3	4
Otros	13	13

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00-16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
330	138	167	155	122	246
13	2	4	4	3	0
0	0	0	0	0	24
71	36	36	47	23	0
0	1	0	1	0	0
0	2	0	1	0	0
5	2	2	2	1	1

	Septiembre '11	Octubre '11
PROGRAMACION	1115	1118
Autoprom / Av. Prog.	25	23
Teletienda	67	64
Publicidad*	216	217
Patrocinios	4	5
Telepromociones	1	1
Otros	13	13

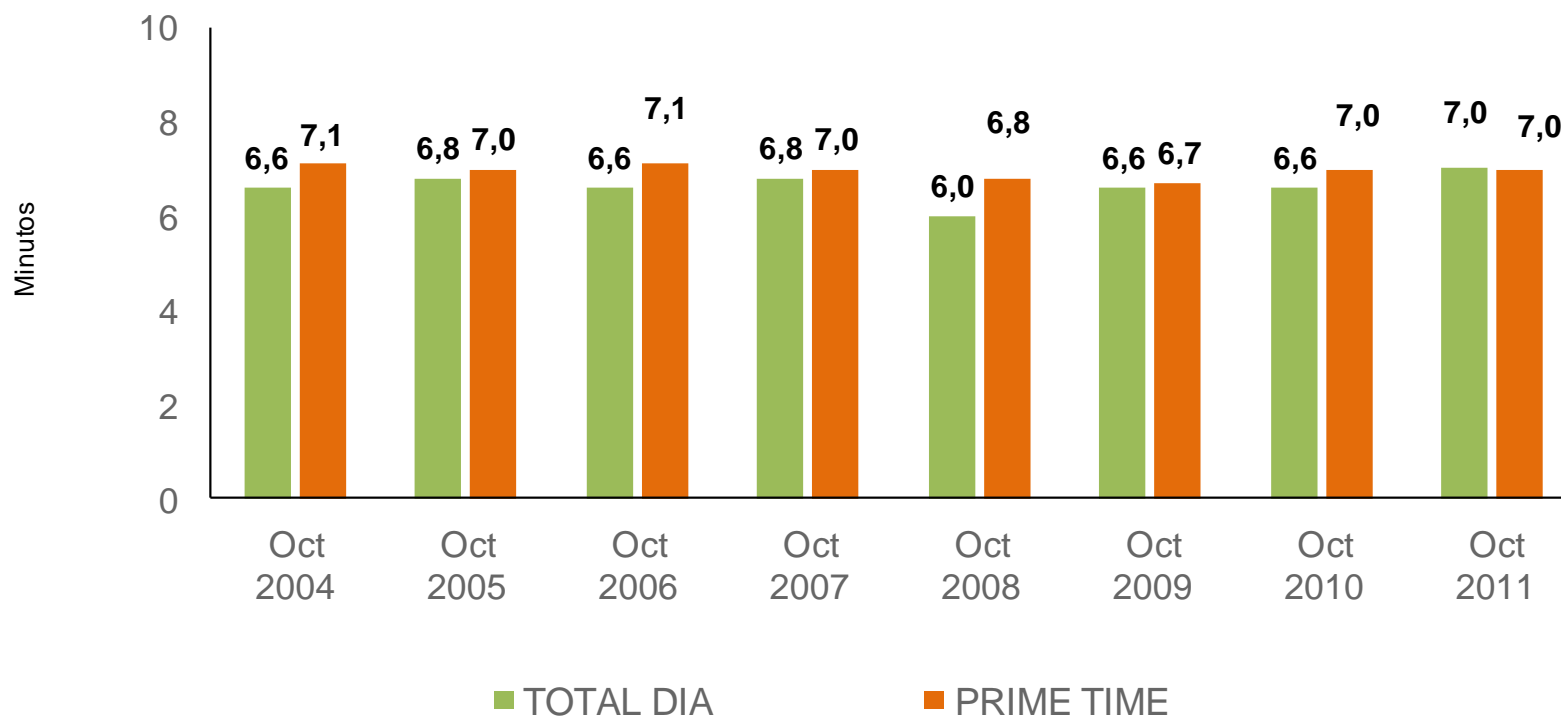
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00-16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
326	141	162	160	124	205
8	2	5	4	4	0
3	0	0	0	0	61
78	34	40	42	21	3
1	1	0	2	0	0
0	0	0	1	0	0
5	2	2	2	1	0

(*) Publicidad : incluye los Anuncios Publicitarios y de Televenta según lo establecido en la LGCA

Fuente: Kantar Media

Octubre 2011

Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (*)



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT) excepto 2007 y 2008, incluido también CUATRO(AT) y LA SEXTA(AT).

Sólo se han contemplado los bloques con 5 y más spots.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Total Día: 07:00 – 24:30 Prime Time: 20:30 – 24:30

Fuente: Kantar Media

Octubre 2011

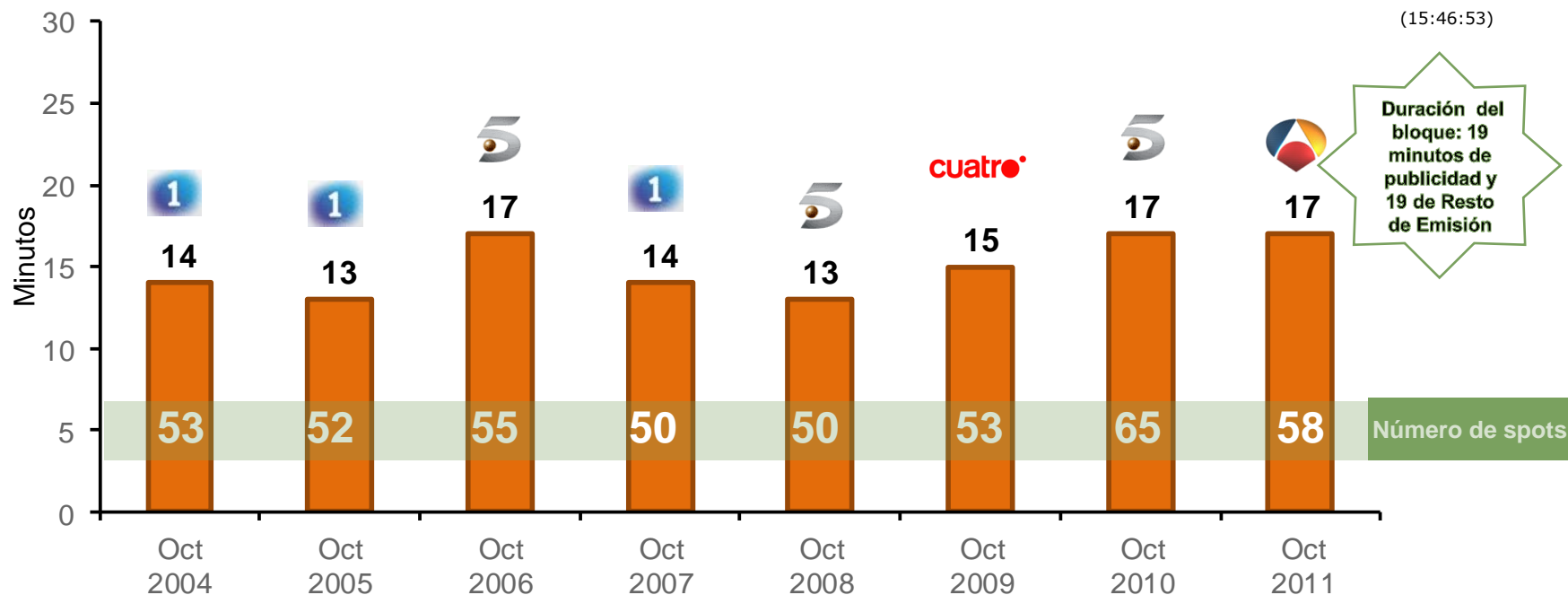
Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots

Martes 4/10/2011

Bloque entre programas:

Deportes - Tu tiempo con
Roberto Braseró

(15:46:53)



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT) excepto 2007 y 2008, incluido también CUATRO(AT) y LA SEXTA(AT).

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Horario analizado: 07:00 – 24:30

Fuente: Kantar Media

Octubre 2011

Ranking de Canales Autonómicos de Resto de Emisión por Total Día

Mapa de Comunidades con Televisiones Autonómicas



- 1 TV. Autonómica
- 2 TV. Autonómicas
- Sin TV. Autonómica

Posición	Cadena	Comunidad	% Resto
1	 CMT	Castilla la Mancha	14,6%
2	 TVM	Madrid	13,2%
3	 C9	C. Valenciana	12,4%
4	 C. SUR	Andalucía	12,0%
5	 ETB2	País Vasco	10,9%
6	 TV3	Cataluña	9,0%
7	 TVG	Galicia	7,6%
8	 ATV	Aragón	7,4%
9	 TPA	Asturias	6,7%
10	 IB3	I. Baleares	6,4%

Ficha Técnica

Características del Estudio de Resto de Emisión

- Este informe ha sido elaborado por MEC con datos suministrados por Kantar Media.
- Datos disponibles desde Enero de 1999.
- El ámbito de análisis es Península y Baleares, sin incluir Canarias.
- Programación:
 - | Programas
 - | Carta de Ajuste
 - | Apertura y Presentación
 - | Despedida y Cierre
- Resto de Emisión:
 - | Avances de Programación
 - | Autopromoción
 - | Teletienda
 - | Sobreimpresiones
 - | Patrocinios
 - | Telepromociones
 - | Spots Convencionales
 - | Otras nuevas formas publicitarias
- Periodicidad mensual.
- Análisis de los diferentes periodos horarios.

Octubre 2011

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Octubre 2011

Análisis de la Ocupación de Programas

Ficha técnica

- Este estudio tiene como objetivo conocer cuánto tiempo, de la duración de un programa emitido en televisión, no corresponde realmente a dicho evento.
 - Se ha considerado la emisión más vista de los programas de mayor audiencia, con duración mayor de 15 minutos de cada cadena nacional, excepto los programas deportivos e informativos.
- En este anexo se ha estudiado la ocupación de programas de las seis cadenas nacionales desde dos perspectivas:
 - Ocupación en Programas del Top 2 por cadena.
 - Ocupación en Programas del Top 10 total cadenas.

Octubre 2011

Porcentaje de Ocupación de Programas(*)

Ocupación en Programas del Top 2 por cadena

1	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	AGUILA ROJA	24/10/2011	22:20:00	23:46:08	1:26:08	6.264	14.9	0.0	00:00
	CUENTAME COMO PASO / UNA CAJA DE FOTOS	20/10/2011	22:26:14	23:36:02	1:09:48	4.307	10.3	0.0	00:00

2	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	SABER Y GANAR	27/10/2011	15:38:13	16:12:30	0:34:17	1.591	3.8	0.0	00:00
	TROTAMUNDOS / TIERRA SANTA: JERUSALEN Y CISJORDAN	28/10/2011	16:12:57	16:58:57	0:46:00	755	1.8	0.0	00:00

5	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	AIDA	30/10/2011	22:05:33	23:07:36	1:02:03	3.579	8.5	12.4	07:41
	TIERRA DE LOBOS	26/10/2011	22:31:31	23:53:20	1:21:49	2.908	6.9	10.5	08:36

Ámbito: PYB, Ind. +4 años.

Fuente: Kantar Media.

(*) Ranking de programas: Los datos mostrados se refieren a la emisión de mayor audiencia de cada programa (cada programa puede tener más de una emisión) y las emisiones están ordenadas por la Audiencia Media del Programa


Octubre 2011

Porcentaje de Ocupación de Programas(*)

Ocupación en Programas del Top 2 por cadena

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	GRAN HOTEL / LA DONCELLA EN EL ESTANQUE	04/10/2011	22:32:21	23:51:37	1:19:16	3.646	8.7	39.3	07:34
	EL BARCO / LOS PIES EN EL CEMENTO	20/10/2011	22:43:15	24:23:30	1:40:15	3.006	7.2	23.5	23:33

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	SUPERNANNY	21/10/2011	21:37:52	22:39:52	1:02:00	1.850	4.4	11.0	06:51
	EL CAMPAMENTO	07/10/2011	22:34:36	23:44:47	1:10:11	1.907	4.5	18.4	12:55

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL CLUB DE LA COMEDIA	16/10/2011	21:28:16	22:28:44	1:00:28	1.556	3.7	15.3	09:15
	EL MENTALISTA / UN PRECIOSO GLOBO ROJO	18/10/2011	22:32:33	23:12:48	0:40:15	1.906	4.5	2.7	01:05

Ámbito: PYB, Ind. +4 años.

Fuente: Kantar Media.

(*) Ranking de programas: Los datos mostrados se refieren a la emisión de mayor audiencia de cada programa (cada programa puede tener más de una emisión) y las emisiones están ordenadas por la Audiencia Media del Programa

Octubre 2011

Porcentaje de Ocupación de Programas(*)

Ocupación en Programas del Top 10** en las cadenas nacionales

Cadena	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los Bloques (mm:ss)
	GRAN HOTEL / LA DONCELLA EN EL ESTANQUE	04/10/2011	22:32:21	23:51:37	1:19:16	3646	8,7	39,3	07:34
	AIDA	30/10/2011	22:05:33	23:07:36	1:02:03	3579	8,5	12,4	07:41
	EL BARCO / LOS PIES EN EL CEMENTO	20/10/2011	22:43:15	24:23:30	1:40:15	3006	7,2	23,5	23:33
	TIERRA DE LOBOS	26/10/2011	22:31:31	23:53:20	1:21:49	2908	6,9	10,5	08:36
	EL HORMIGUERO 3.0	25/10/2011	21:45:12	22:30:40	0:45:28	2743	6,5	14,0	06:23
	TU CARA ME SUENA	26/10/2011	22:35:48	25:10:54	2:35:06	2682	6,4	18,6	28:49
	TU SI QUE VALES	16/10/2011	21:56:14	25:12:14	3:16:00	2562	6,1	22,5	44:07
	EL PELICULON / KILLERS	08/10/2011	22:01:56	23:59:06	1:57:10	2483	5,9	23,5	27:32
	LOS SIMPSONS	31/10/2011	14:39:04	14:58:43	0:19:39	2416	5,8	1,7	00:20
	ATRAPA UN MILLON	14/10/2011	22:13:50	24:15:35	2:01:45	2374	5,7	17,2	26:43

(**) Se han eliminado del Ranking los programas que pertenecen a la parrilla de programación de La1 y La2 de TVE, cadenas que ya no emiten un volumen publicitario reseñable.

Ámbito: PYB, Ind. +4 años.

Fuente: Kantar Media.

(*) Ranking de programas: Los datos mostrados se refieren a la emisión de mayor audiencia de cada programa (cada programa puede tener más de una emisión) y las emisiones están ordenadas por la Audiencia Media del Programa

Octubre 2011

Teléfonos y Personas de Contacto

NOMBRE	TEL.	FAX	E-mail
Lidia Sanz (aea)	91-5560351	91-5970483	lsanz@anunciantes.com
Begoña Gómez (aea)			bgomez@anunciantes.com
Carlos Rubio (AEACP)	91-5232508	91-5914432	concha@thebridge.es
Gabinete de Prensa: The Bridge			
Luis Petit	91-2948811	91-2948719	am@agenciasdemedios.com
Asociación de Agencias de Medios (AM)			
Jose Antonio Lombardo (AGEP) Ángel del Pino (FNEP)	91-5479458	91-5591308	asoc.publicidad@agep.es
Alejandro Perales	91-5016773	91-4315249	auc@auc.es
Consejo de Consumidores y Usuarios			
Ignacio Larracochea (PROMARCA)	91-5221008	91-5227156	voriguela@aschisyasoc.com
Gabinete de Prensa: Pablo Nogueroles			

Octubre 2011