

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión







Junio 2011

Conclusiones







- Todas las cadenas nacionales incrementan su porcentaje de Resto de Emisión respecto al mes de Mayo, siendo Telecinco la cadena que más lo ha hecho con 2,5 puntos porcentuales. La Sexta continua un mes más como la cadena que mayor Resto de Emisión presenta con un 23,6%, dato que supone el valor más alto del año.
- Este incremento del Resto de Emisión ha venido propiciado por el aumento del tiempo de publicidad que han experimentado las cadenas. Todas las cadenas nacionales privadas incrementan su publicidad por encima de los 26 minutos diarios, siendo Cuatro con 34 minutos más quien más lo ha hecho.
- Al igual que en el Resto de Emisión, en tiempo de publicidad La Sexta es la cadena que más publicidad emite, con una media de 227 minutos diarios.
- Comparando el total de minutos de publicidad Enero – Junio 2011 respecto al mismo periodo del año 2010, tenemos que en el 2011 se ha emitido un 12,5% menos de publicidad que en el año anterior.

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

 laSexta	23,6%
	20,0%
	19,0%
	17,8%
	3,4%
	3,1%







MAÑANA 7:00-13:59

 laSexta	23,3%
	19,2%
	17,2%
	17,1%
	3,7%
	3,2%







SOBREMESA 14:00-16:59

	25,8%
	23,7%
 laSexta	22,9%
	21,2%
	4,4%
	4,0%







TARDE 17:00-20:29

 laSexta	23,5%
	22,4%
	21,0%
	20,3%
	4,7%
	4,0%







NOCHE 20:30-23:59

	29,4%
	26,5%
	26,1%
 laSexta	25,4%
	3,4%
	2,6%

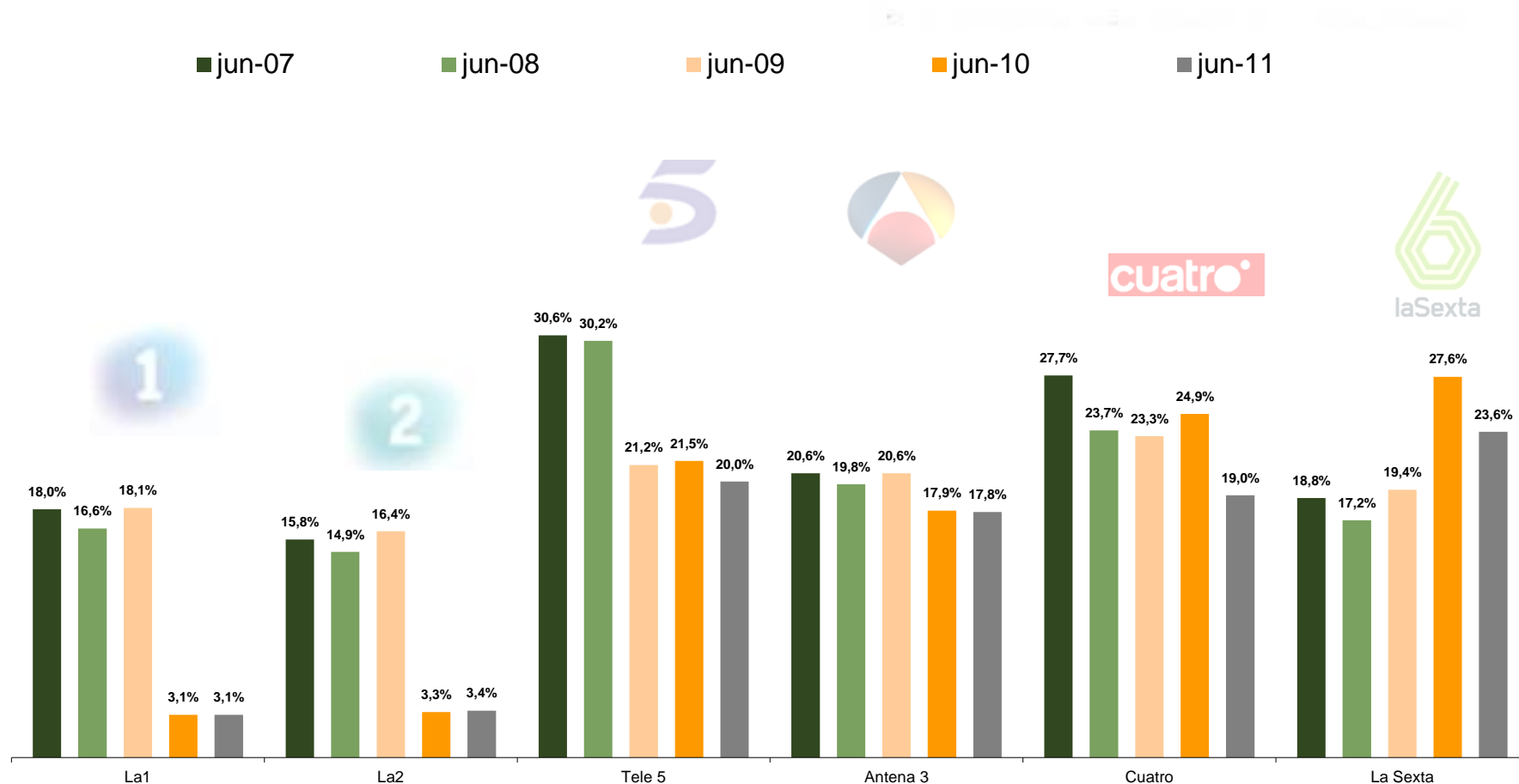
MADRUGADA 1 24:00-2:29

 laSexta	20,8%
	18,7%
	18,5%
	12,9%
	3,5%
	2,3%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

 laSexta	24,6%
	22,4%
	8,2%
	2,7%
	1,0%
	0,5%

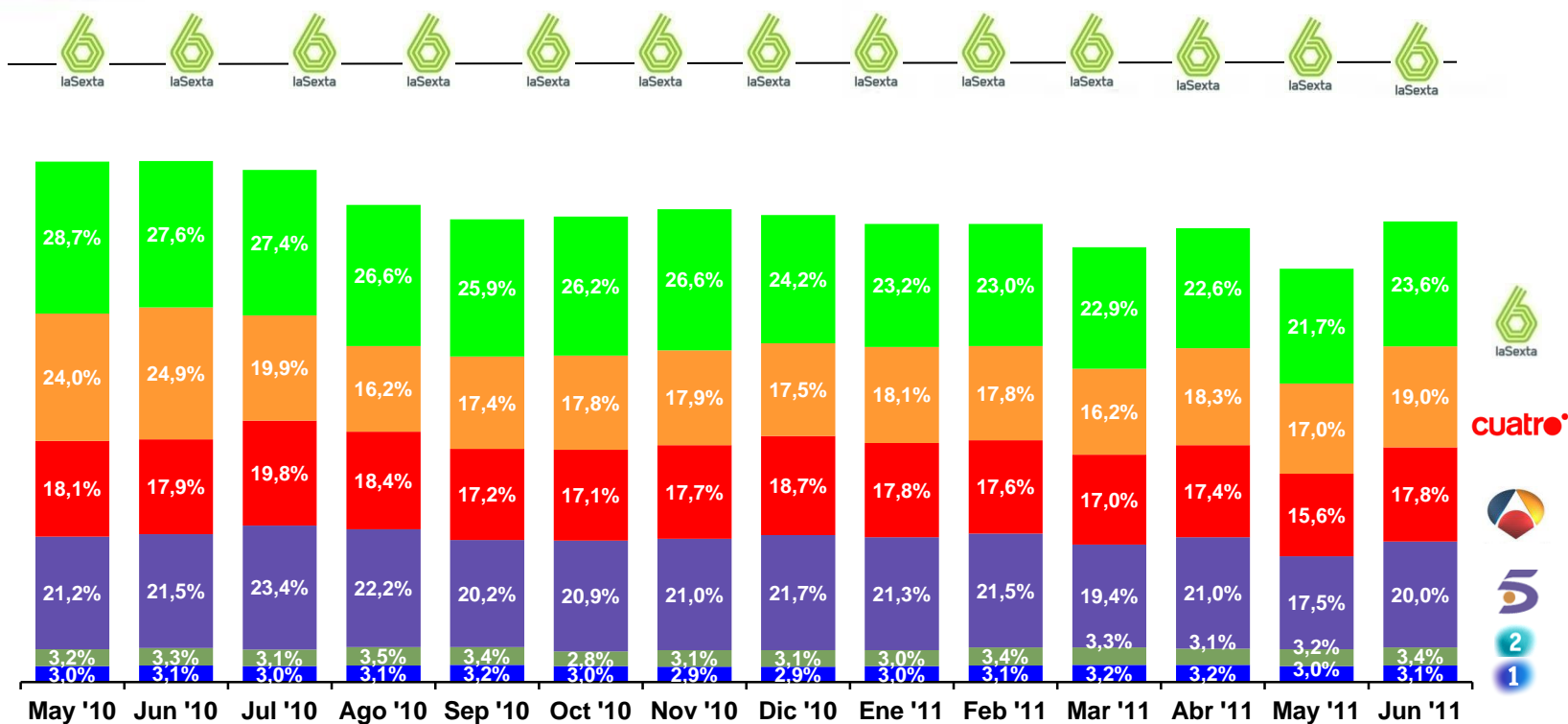
Resto de Emisión sobre Total Emisión



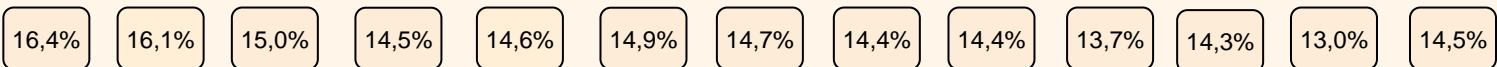
Fuente: TNS Audiencia de Medios

Junio 2011

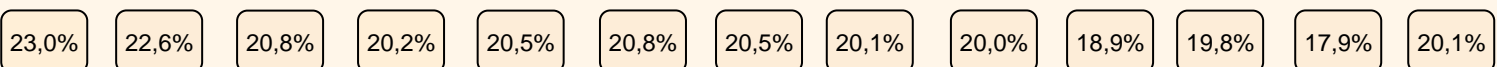
Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales



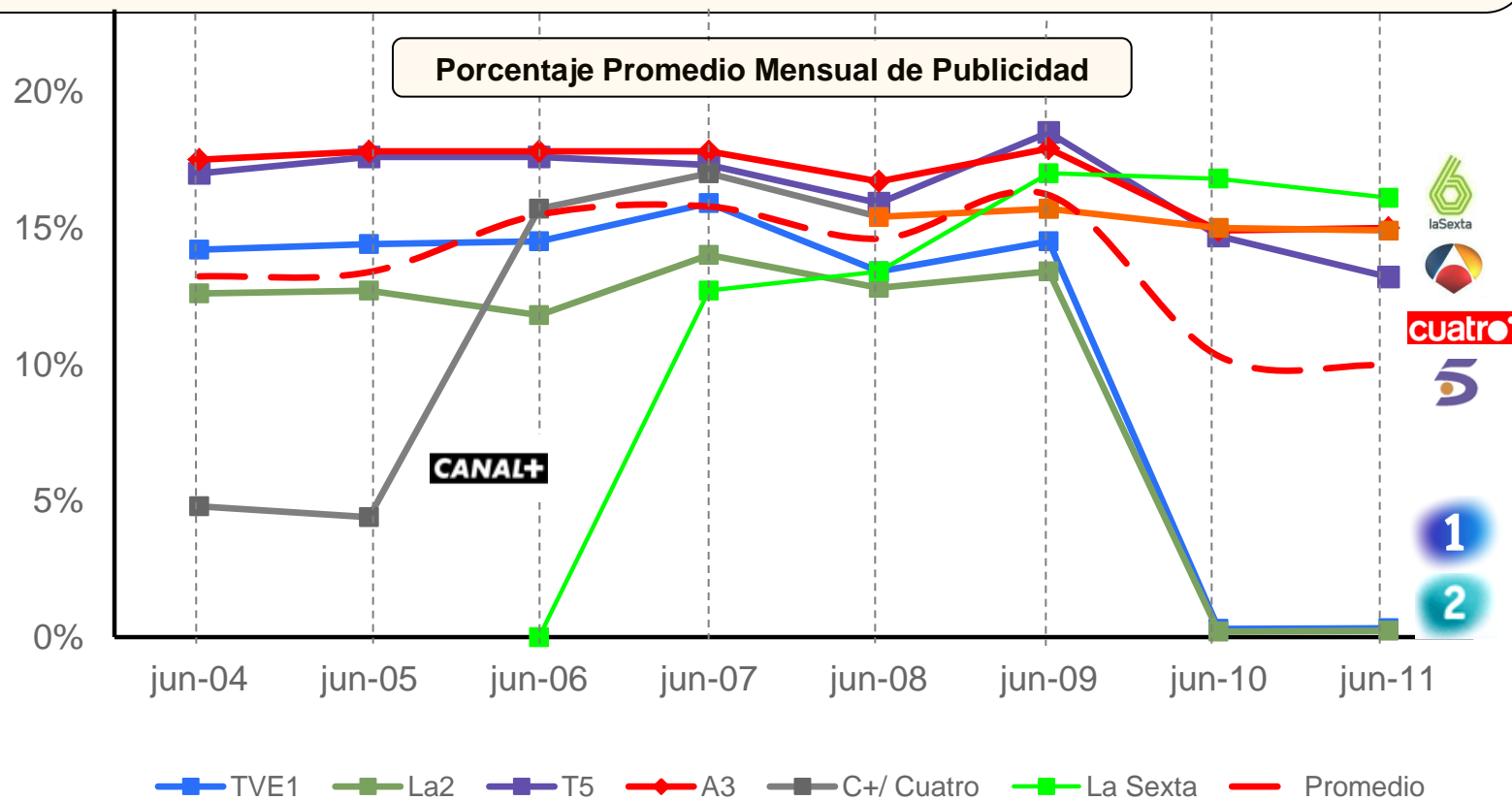
Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales



Acumulado 2011 de Publicidad

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

Cadenas Nacionales	167.966	167.008	197.771	237.887	228.048	224.355	170.118	148.817
Cadenas Nacionales Privadas	100.047	101.700	130.333	164.115	160.669	161.926	168.231	148.220









Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Junio 2011.







Junio 2011

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	23,6%
	20,0%
	19,0%
	17,8%
	3,4%
	3,1%







PUBLICIDAD

	15,8%
	14,4%
	13,4%
	11,6%
	0,3%
	0,1%







TELETIENDAS

	4,5%
	4,2%
	1,5%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

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







PATROCINIOS

	0,5%
	0,5%
	0,2%
	0,1%
	0,0%
	0,0%

TELEPROMOCIONES

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

OTROS

	1,0%
	0,8%
	0,7%
	0,6%
	0,3%
	0,2%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

1		Mayo '11	Junio '11
	PROGRAMACION	1392	1393
	Autoprom / Av. Prog.	32	37
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	6	4
	Patrocinios	0	1
	Telepromociones	0	0
	Otros	3	3

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
407	171	202	205	147	263
11	6	7	4	3	6
0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	0	0
0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	0	0	1

2		Mayo'11	Junio '11
	PROGRAMACION	1387	1386
	Autoprom / Av. Prog.	37	42
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	4	2
	Patrocinios	0	0
	Telepromociones	0	0
	Otros	5	4

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
404	172	197	203	143	267
14	7	8	6	5	2
0	0	0	0	0	0
0	0	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	1	0	1

5		Mayo '11	Junio '11
	PROGRAMACION	1189	1152
	Autoprom / Av. Prog.	24	28
	Teletienda	60	60
	Publicidad*	139	167
	Patrocinios	6	7
	Telepromociones	13	16
	Otros	9	10

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	142	167	155	131	210
9	3	6	5	4	0
0	0	0	0	0	60
53	29	29	43	13	0
2	2	1	2	0	0
4	3	5	3	1	0
4	2	1	3	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Junio 2011

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Mayo '11		Junio '11
 PROGRAMACION	1215	↓	1184
Autoprom / Av. Prog.	33	↓	32
Teletienda	0	≡	0
Publicidad*	166	↑	192
Patrocinios	5	↑	7
Telepromociones	12	↑	16
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	134	163	148	122	269
11	6	4	6	4	1
0	0	0	0	0	0
51	36	35	48	22	0
2	2	2	2	0	0
5	2	4	4	0	0
2	1	2	2	1	0

	Mayo '11		Junio '11
 PROGRAMACION	1196	↓	1167
Autoprom / Av. Prog.	29	↓	25
Teletienda	21	↑	22
Publicidad*	173	↑	207
Patrocinios	5	↓	3
Telepromociones	4	↑	5
Otros	12	≡	12

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
339	137	166	154	122	248
10	2	4	4	4	0
0	0	0	0	0	22
64	36	36	47	23	0
0	1	0	1	0	0
1	2	0	2	0	0
5	1	2	2	1	1

	Mayo '11		Junio '11
 PROGRAMACION	1128	↓	1100
Autoprom / Av. Prog.	26	↑	28
Teletienda	67	↓	65
Publicidad*	201	↑	227
Patrocinios	4	↓	2
Telepromociones	3	≡	3
Otros	12	↑	14

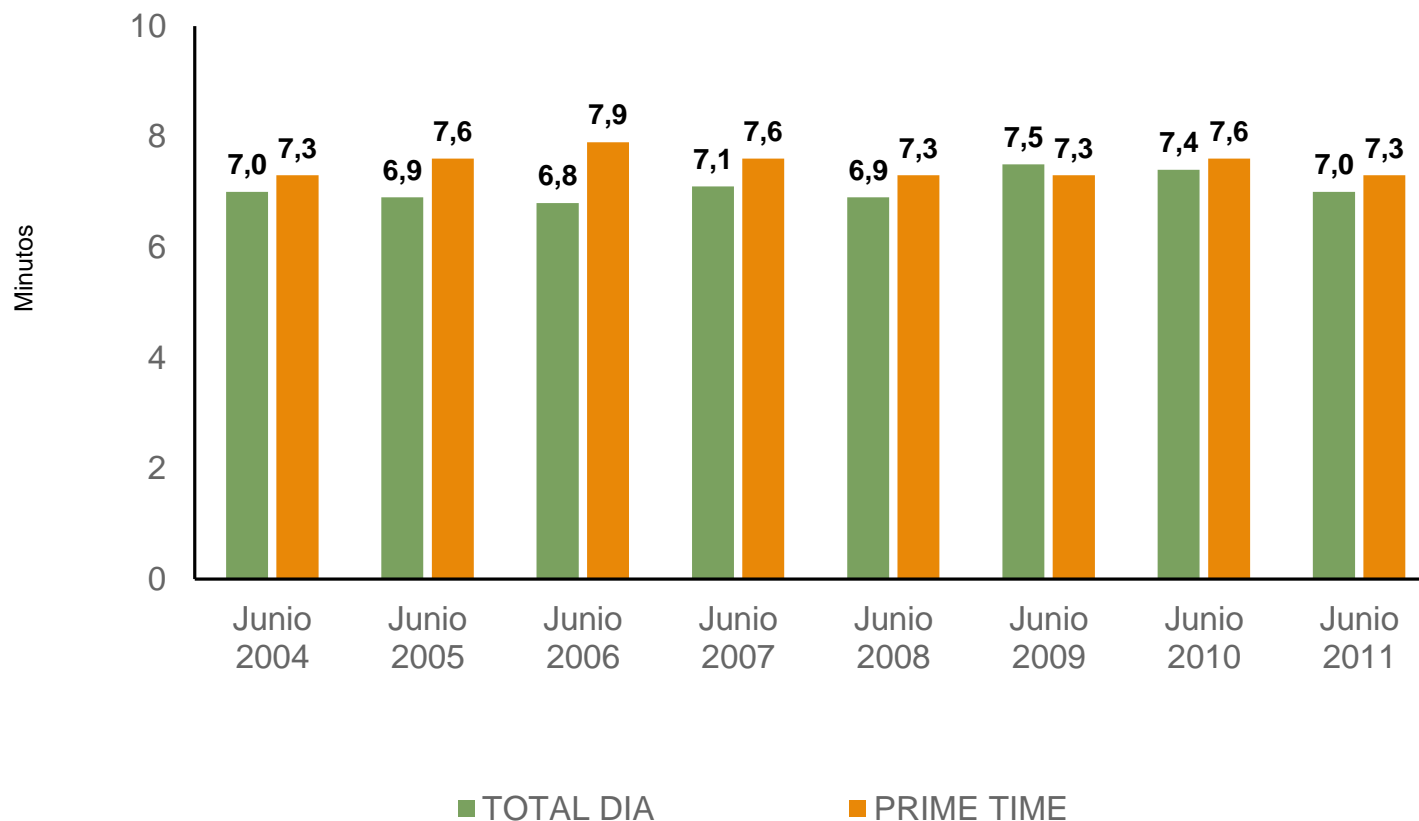
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
322	139	161	157	119	204
8	3	8	4	4	1
4	0	0	0	0	61
80	36	38	44	25	5
0	0	1	1	0	0
0	0	1	1	1	0
5	2	3	3	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Junio 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.

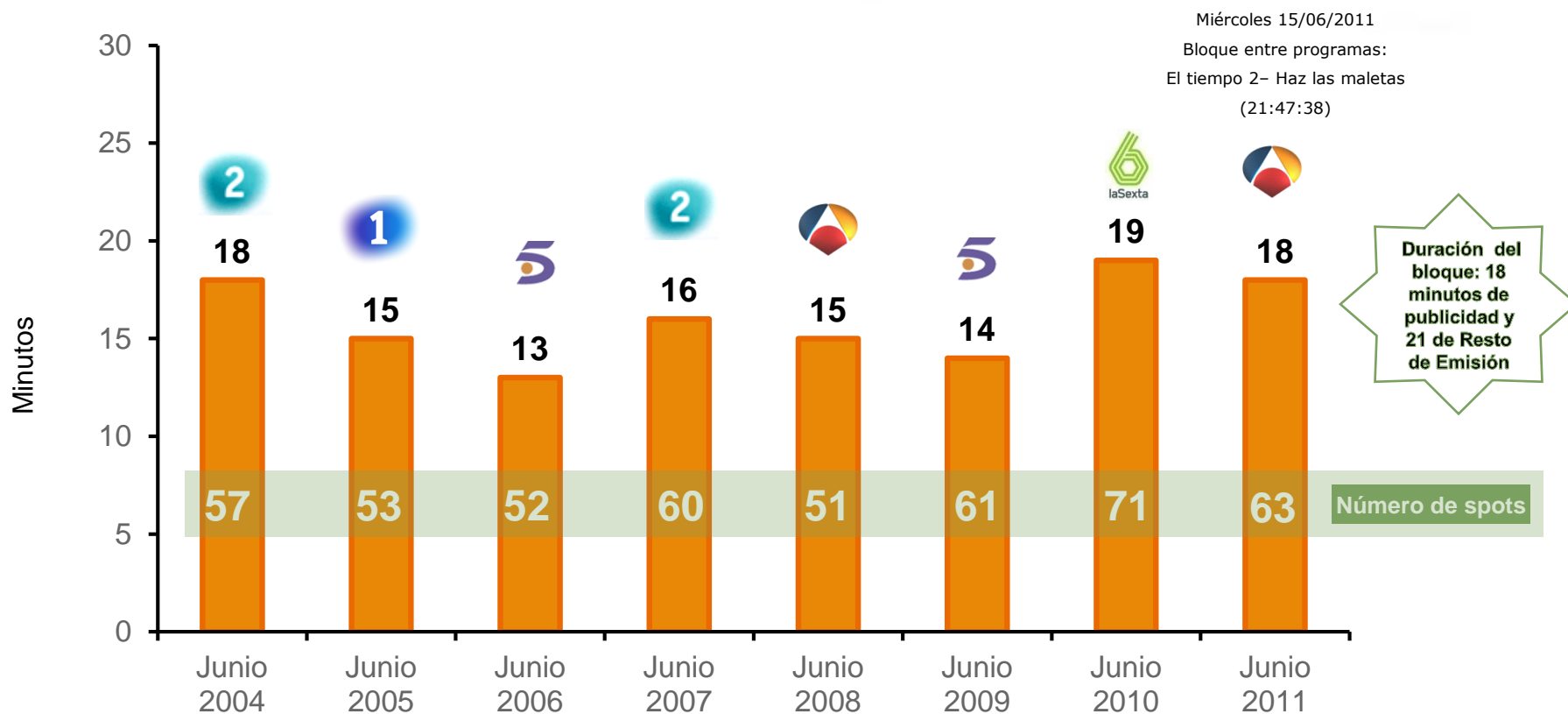
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Junio 2011

Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots



(*) 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

Junio 2011

Ranking de Canales Autonómicos de Resto de Emisión por Total Día

Mapa de Comunidades con Televisiones Autonómicas



- 1 TV. Autónoma
- 2 TV. Autónomas
- Sin TV. Autónoma

Posición	Cadena	Comunidad	% Resto
1	 C9	C. Valenciana	12,8%
2	 C. SUR	Andalucía	12,2%
4	 TVM	Madrid	10,5%
6	 ETB2	País Vasco	9,2%
3	 CL7	Castilla y León	9,1%
5	 CMT	Castilla la Mancha	9,1%
8	 TV3	Cataluña	8,6%
7	 TVG	Galicia	8,1%
11	 ATV	Aragón	7,4%
10	 TPA	Asturias	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.

Junio 2011

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Junio 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.

Junio 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)
	GRAN RESERVA	02/06/2011	22:19:07	23:35:22	1:16:15	3.670	8,7	0,0	00:00
	LOS MISTERIOS DE LAURA / EL MISTERIO DEL TESTIGO AULLA	06/06/2011	22:21:50	23:20:19	0:58:29	3.589	8,5	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	01/06/2011	15:38:01	16:11:49	0:33:48	1.641	3,9	0,0	00:00
	CLASICAS / LA LEYENDA DEL INDOMABLE	08/06/2011	22:03:41	24:04:31	2:00:50	958	2,3	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)
	SUPERVIVIENTES	16/06/2011	21:55:30	25:41:37	3:46:07	3.670	8,7	22,0	49:49
	LA QUE SE AVECINA / UN ROMANCE OTOÑAL, UN PLATO PROF	05/06/2011	22:08:08	23:36:07	1:27:59	2.940	7,0	18,9	16:39

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

Junio 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)
	CINE / INDIANA JONES Y EL REINO DE LA CALAVERA DE CRISTÓBAL COLÓN	27/06/2011	22:03:27	24:33:36	2:30:09	2.775	6,6	25,6	38:28
	HISPANIA, LA LEYENDA	14/06/2011	22:16:47	23:46:30	1:29:43	2.715	6,5	22,2	19:54

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	PERDIDOS EN LA CIUDAD	05/06/2011	22:38:57	24:10:01	1:31:04	2.177	5,2	17,1	15:35
	EL HORMIGUERO	01/06/2011	21:34:49	22:31:52	0:57:03	1.625	3,9	13,1	07:27

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL MENTALISTA / RAPSODIA EN ROJO	15/06/2011	22:25:14	23:13:24	0:48:10	1798	4,3	15,8	07:36
	EL TAQUILLAZO / MAX PAYNE	14/06/2011	22:27:08	24:16:38	1:49:30	1631	3,9	18,3	20:03

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

Junio 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)
	SUPERVIVIENTES	16/06/2011	21:55:30	25:41:37	3:46:07	3670	8,7	22,0	49:49
	LA QUE SE AVECINA / UN ROMANCE OTOÑAL, UN PLATO PR	05/06/2011	22:08:08	23:36:07	1:27:59	2940	7,0	18,9	16:39
	CINE / INDIANA JONES Y EL REINO DE LA CALAVERA DE CR	27/06/2011	22:03:27	24:33:36	2:30:09	2775	6,6	25,6	38:28
	HISPANIA, LA LEYENDA	14/06/2011	22:16:47	23:46:30	1:29:43	2715	6,5	22,2	19:54
	ATRAPA UN MILLON: CON FAMOSOS	03/06/2011	22:11:57	24:39:27	2:27:30	2699	6,4	18,7	27:33
	SUPERVIVIENTES: ULTIMA HORA	20/06/2011	21:56:22	23:22:41	1:26:19	2554	6,1	25,2	21:47
	ATRAPA UN MILLON	17/06/2011	22:10:34	24:07:37	1:57:03	2377	5,7	18,9	22:04
	EL PELICULON / INDIANA JONES Y EL TEMPLO MALDITO	18/06/2011	22:00:03	24:27:18	2:27:15	2225	5,3	26,1	38:23
	LOS SIMPSONS	27/06/2011	14:40:15	14:58:53	0:18:38	2223	5,3	1,2	00:13
	LOS QUIEN	01/06/2011	22:11:58	23:18:52	1:06:54	2220	5,3	11,7	07:49

(**) Se han eliminado del Ranking 6 de los 10 programas más vistos debido a que pertenecían a la parrilla de programación de La1 de TVE, cadena que ya no emite 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

Junio 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 (AEAP)	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			

Junio 2011