

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Febrero 2012



Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales privadas, aumentan su porcentaje de Resto de Emisión en el segundo mes del año salvo Cuatro que lo mantiene. Destaca el aumento de Antena 3 con 3,4 puntos más de % Resto de emisión respecto a Enero. La Sexta mantiene su posición de cadena que mayor porcentaje presenta, con un 23,8% de Resto de Emisión.
- El Promedio Mensual de Resto de Emisión de las cadenas nacionales comerciales se sitúa en 20,3%, 2 décimas más que en el mismo período del año anterior.
- El aumento generalizado que se ha producido en el Resto de Emisión, es mayor en la franja de Madrugada, donde Antena 3 registra un 19,4%. Telecinco y Cuatro son las únicas cadenas que reducen su % de Resto de emisión en la franja de Noche.
- Todas las cadenas excepto La Sexta reducen su emisión de Publicidad respecto a Enero, siendo Antena 3 quien más lo ha hecho con una media diaria de 7 minutos. Por otro lado La Sexta es la cadena que más Publicidad emite con 3 horas y 33 minutos de promedio diario, la segunda cadena con mayor Publicidad es Telecinco, con 33 minutos menos que La Sexta.
- En lo que llevamos de año se ha emitido un 4,5% menos de Publicidad que en el mismo periodo del año pasado.







Febrero 2012

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

 laSexta	23,8%
	21,0%
	19,6%
	16,9%
	3,3%
	3,0%







MAÑANA 7:00-13:59

 laSexta	26,6%
	20,7%
	18,8%
	16,2%
	3,7%
	3,6%







SOBREMESA 14:00-16:59

	25,2%
	23,4%
 laSexta	22,8%
	20,8%
	4,7%
	3,6%







TARDE 17:00-20:29

 laSexta	22,7%
	20,0%
	19,2%
	16,9%
	5,1%
	2,5%







NOCHE 20:30-23:59

	24,5%
	24,2%
 laSexta	23,9%
	22,6%
	4,0%
	2,7%

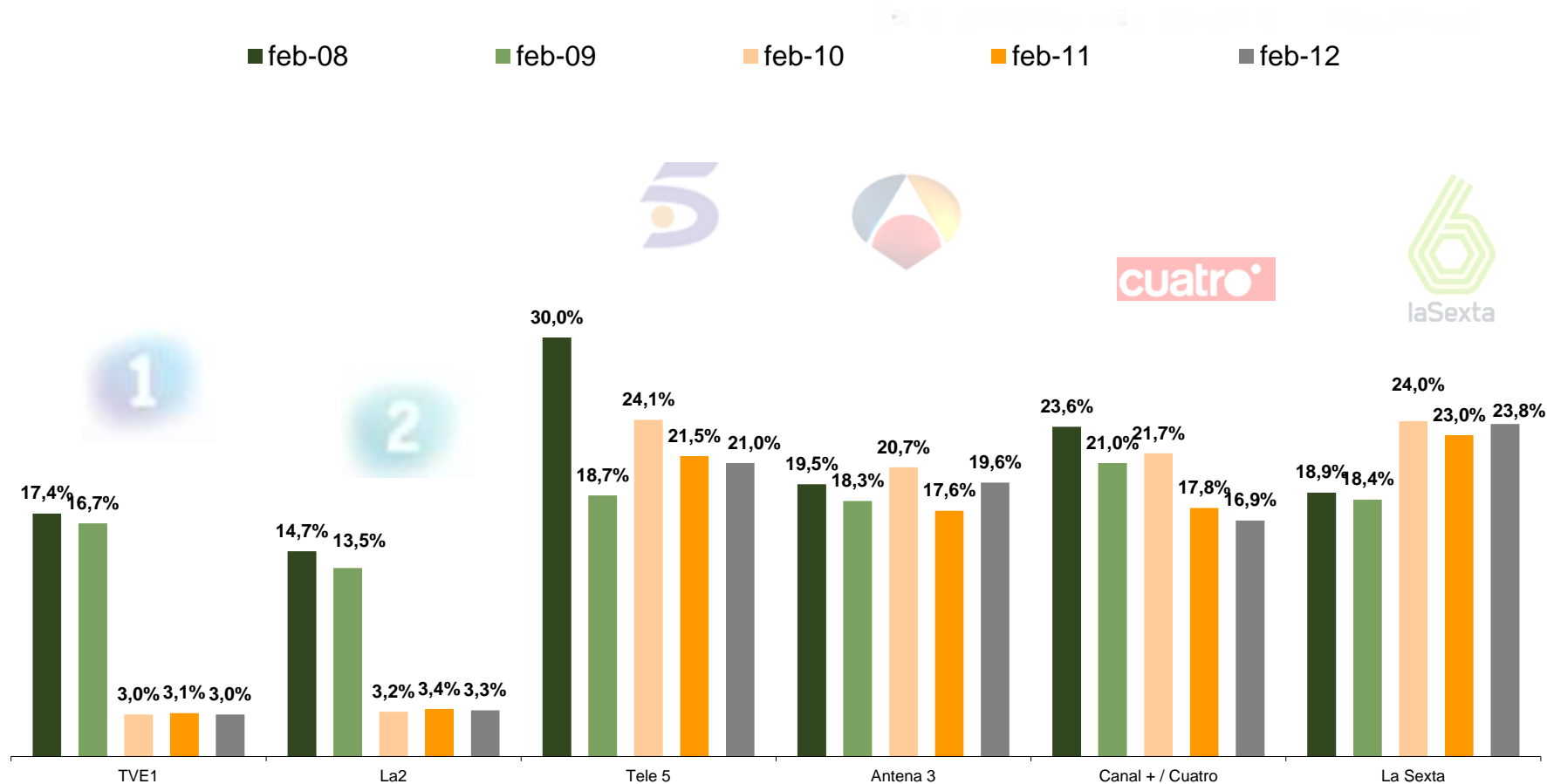
MADRUGADA 1 24:00-2:29

 laSexta	20,1%
	18,9%
	12,9%
	12,5%
	2,8%
	2,7%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

 laSexta	23,3%
	22,8%
	19,4%
	7,9%
	1,6%
	1,0%

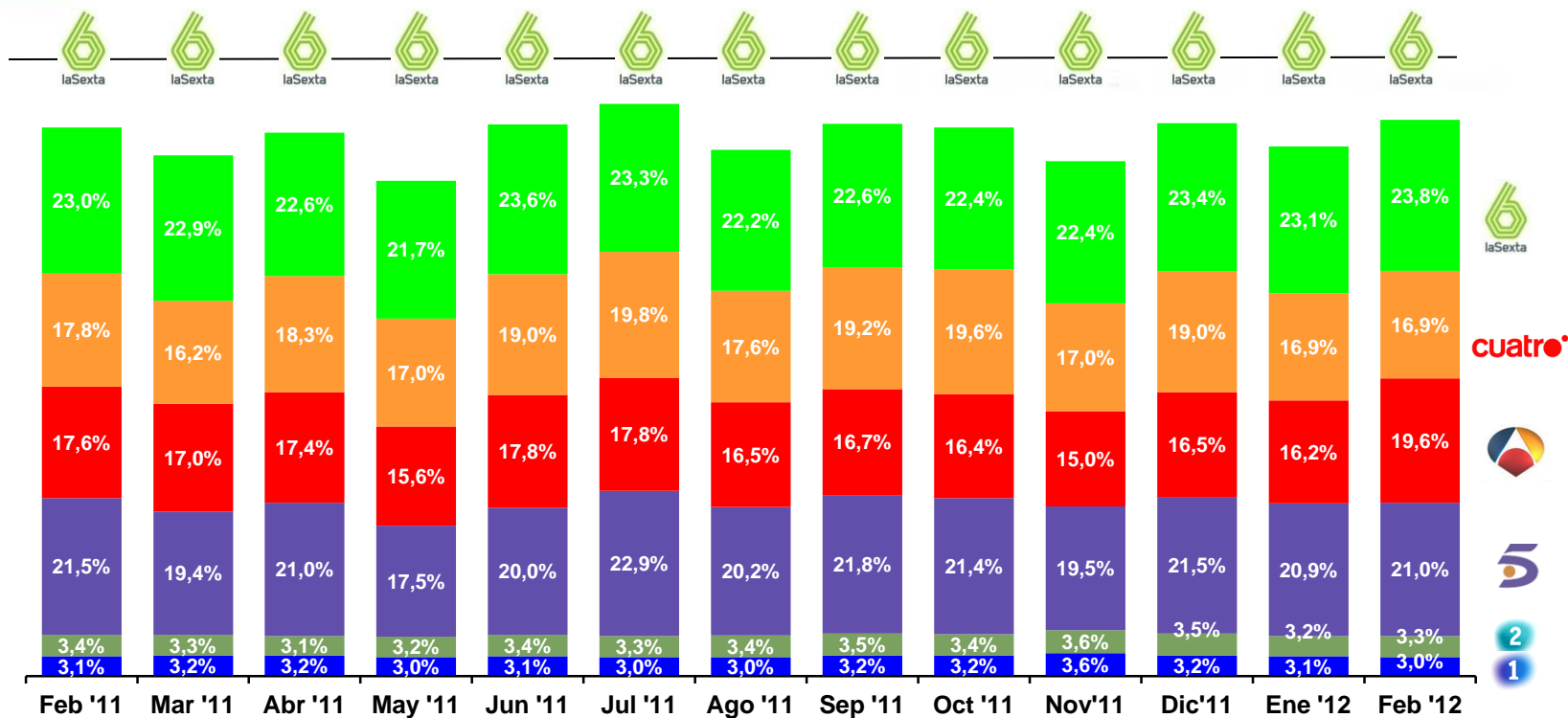
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Febrero 2012

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

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

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

20,1% 20,0% 18,9% 19,8% 17,9% 20,1% 21,0% 19,2% 20,1% 20,0% 20,1% 19,2% 20,3%

Acumulado 2012 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero-Febrero 2012

Cadenas Nacionales

53.494

60.704

75.236

78.012

69.830

57.639

50.865

49.061

Cadenas Nacionales Privadas

32.681

38.744

52.261

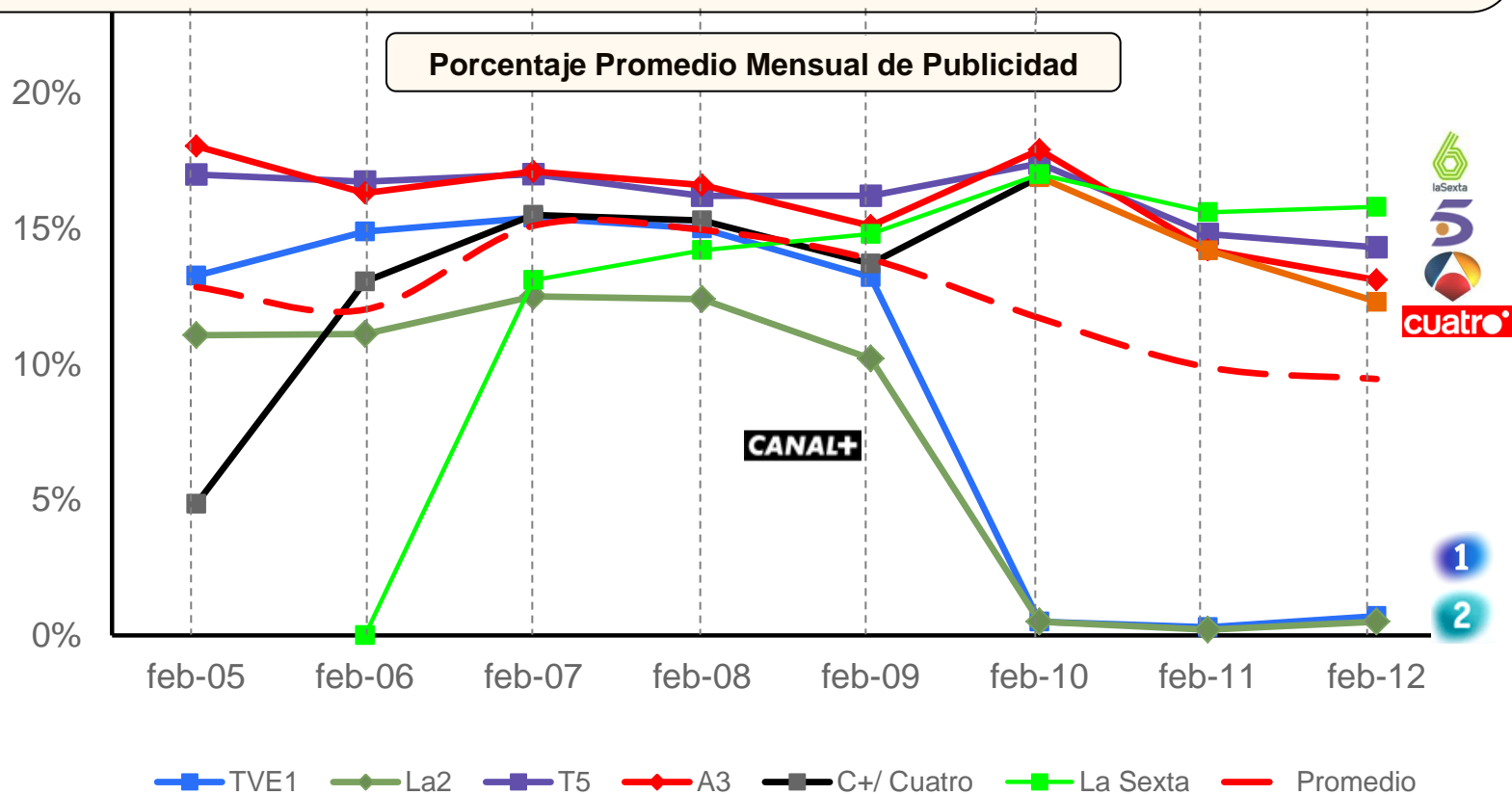
54.037

50.314

56.975

50.444

48.139






Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Febrero 2011.







Febrero 2012

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	23,8%
	21,0%
	19,6%
	16,9%
	3,3%
	3,0%







PUBLICIDAD

	15,5%
	13,2%
	12,1%
	11,9%
	0,5%
	0,4%







TELETIENDAS

	4,6%
	4,2%
	1,4%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

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







PATROCINIOS

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

TELEPROMOCIONES

	0,8%
	0,6%
	0,2%
	0,2%
	0,0%
	0,0%

OTROS

	4,3%
	1,6%
	0,8%
	0,8%
	0,2%
	0,1%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Enero'12		Febrero'12
1	PROGRAMACION	1410	↑	1414
	Autoprom / Av. Prog.	35	↓	33
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	7	≡	7
	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
407	186	205	204	146	266
11	7	4	4	3	3
0	0	0	0	0	0
3	2	1	1	1	1
0	1	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0

		Enero'12		Febrero'12
2	PROGRAMACION	1396	↓	1394
	Autoprom / Av. Prog.	37	↑	38
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	6	↓	5
	Patrocinios	0	≡	0
	Telepromociones	0	≡	0
	Otros	2	↑	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
405	173	200	203	146	267
13	5	8	6	3	2
0	0	0	0	0	0
1	1	2	2	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1

		Enero'12		Febrero'12
5	PROGRAMACION	1140	↓	1137
	Autoprom / Av. Prog.	27	↓	25
	Teletienda	56	↑	60
	Publicidad*	193	↓	190
	Patrocinios	6	↓	5
	Telepromociones	8	↑	11
	Otros	10	↑	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	135	168	163	131	208
8	4	4	4	5	0
0	0	0	0	0	60
71	36	32	39	13	0
2	1	0	1	0	0
2	3	4	1	0	0
4	2	1	2	1	1

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

Fuente: Kantar Media

Febrero 2012


Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Enero'12		Febrero'12
	PROGRAMACION	1207	↓	1158
	Autoprom / Av. Prog.	32	≡	32
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	181	↓	174
	Patrocinios	5	↑	6
	Telepromociones	7	↑	9
	Otros	8	↑	62

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
352	138	170	159	122	218
12	6	5	4	5	1
0	0	0	0	0	0
47	33	32	42	19	0
2	1	1	2	1	0
5	1	1	2	0	0
2	1	2	2	3	52

		Enero'12		Febrero'12
	PROGRAMACION	1197	≡	1197
	Autoprom / Av. Prog.	32	↑	33
	Teletienda	20	↑	21
	Publicidad*	176	↓	171
	Patrocinios	2	↑	4
	Telepromociones	2	≡	2
	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
341	143	175	159	131	249
12	4	7	6	4	0
0	0	0	0	0	21
61	29	26	40	13	0
0	1	1	1	0	0
0	1	0	1	0	0
5	2	2	2	1	0

		Enero'12		Febrero'12
	PROGRAMACION	1108	↓	1097
	Autoprom / Av. Prog.	26	≡	26
	Teletienda	67	↓	66
	Publicidad*	221	↑	223
	Patrocinios	4	↓	3
	Telepromociones	1	↑	2
	Otros	13	↑	23

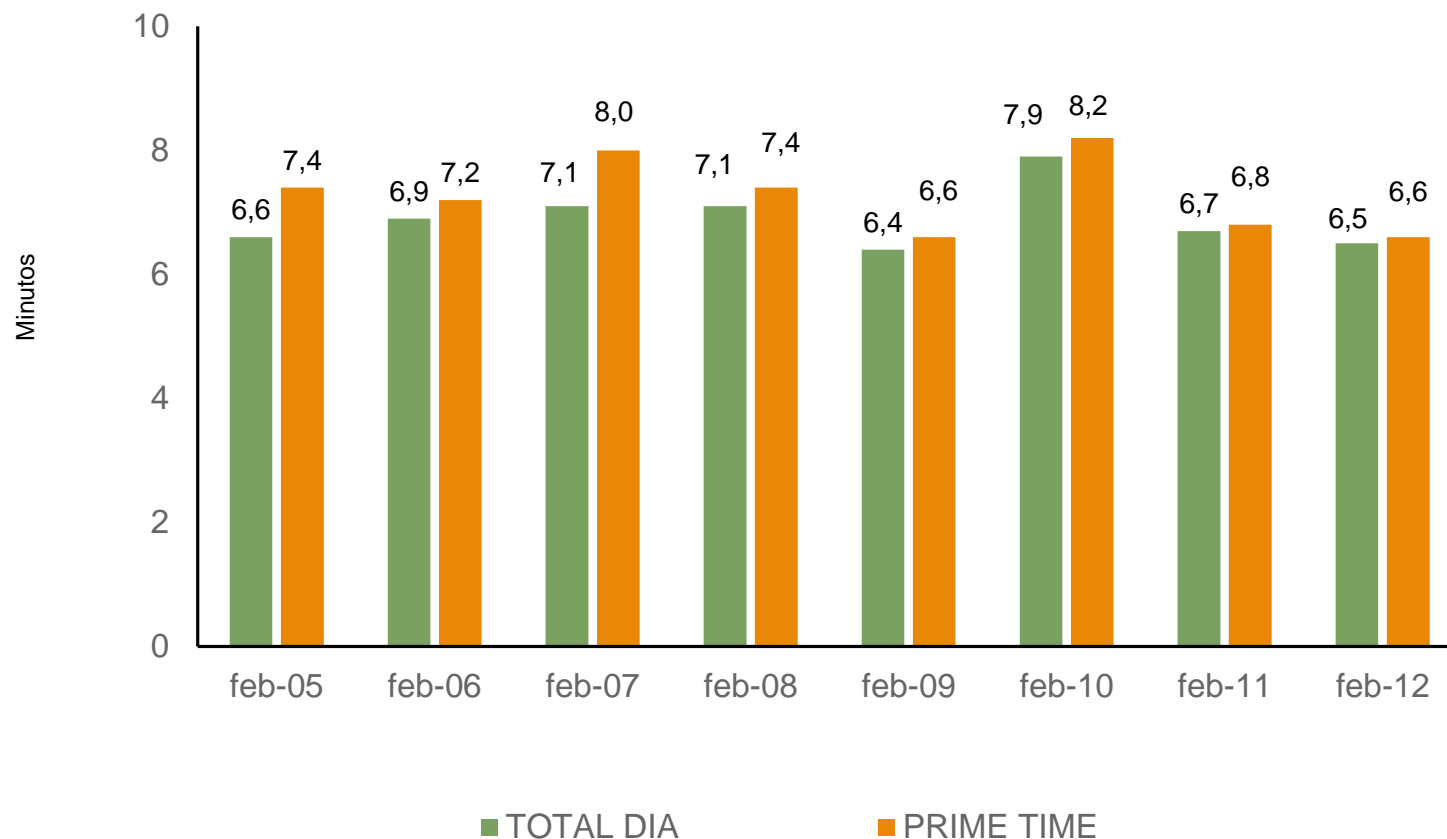
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
308	139	162	160	120	207
10	2	6	4	4	0
5	0	0	0	0	61
81	36	39	41	24	2
0	0	0	2	0	0
0	1	0	2	0	0
15	2	2	2	2	0

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

Fuente: Kantar Media

Febrero 2012

Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (*)



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT), CUATRO(AT) y LA SEXTA(AT).

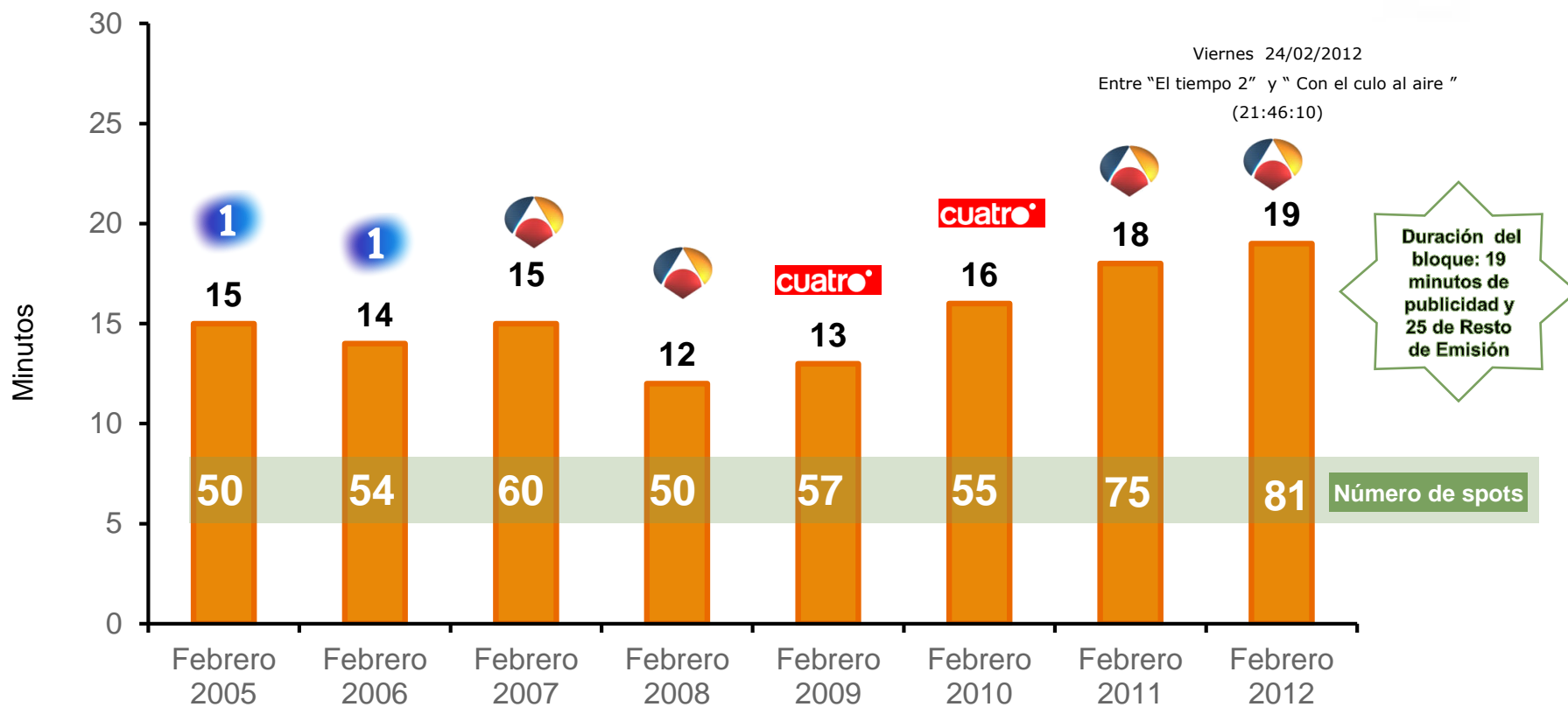
Sólo se han contemplado los bloques con 5 y más spots.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios

Febrero 2012

Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT), CUATRO (AT) y LA SEXTA(AT).

No se han contemplado las desconexiones regionales.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios

Febrero 2012

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	 TPA	Asturias	21,0%
2	 CMT	Castilla la Mancha	19,5%
3	 IB3	I. Baleares	18,2%
4	 7RM	Murcia	11,9%
5	 SUR	Andalucía	11,6%
6	 TVM	Madrid	9,2%
7	 C9	C. Valenciana	9,1%
8	 TV3	Cataluña	7,6%
9	 ETB2	País Vasco	7,4%
10	 TVG	Galicia	6,6%

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.

Febrero 2012

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Febrero 2012

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.

Febrero 2012

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)
	CUENTAME COMO PASO	02/02/2012	22:25:50	23:45:10	1:19:20	5.255	12,5	0,0	00:00
	VENGANZA	26/02/2012	22:16:03	23:40:05	1:24:02	4.298	10,2	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	08/02/2012	15:38:10	16:13:36	0:35:26	1.629	3,9	0,0	00:00
	CLASICAS	01/02/2012	22:02:46	24:27:52	2:25:06	998	2,4	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	05/02/2012	21:57:45	23:10:02	1:12:17	3.820	9,1	22,3	16:05
	PASAPALABRA	24/02/2012	20:08:32	21:00:53	0:52:21	2.987	7,1	20,3	10:38

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

Febrero 2012

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)
	CON EL CULO AL AIRE	01/02/2012	22:38:26	24:01:21	1:22:55	4.028	9,6	8,7	07:15
	EL HORMIGUERO 3.0	01/02/2012	21:46:08	22:34:14	0:48:06	3.099	7,4	14,0	06:43

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	HERMANO MAYOR	10/02/2012	21:42:21	22:43:00	1:00:39	2.576	6,1	11,8	07:11
	HOUSE	16/02/2012	22:32:34	23:14:35	0:42:01	2.317	5,5	1,2	00:31

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	SALVADOS	12/02/2012	21:30:04	22:26:39	0:56:35	2026	4,8	14,1	07:57
	ALCATRAZ	08/02/2012	22:31:45	23:14:18	0:42:33	1955	4,7	2,9	01:15

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

Febrero 2012

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)
	CON EL CULO AL AIRE	01/02/2012	22:38:26	24:01:21	1:22:55	4.028	9,6	8,7	07:15
	AIDA	05/02/2012	21:57:45	23:10:02	1:12:17	3.820	9,1	22,3	16:05
	EL HORMIGUERO 3.0	01/02/2012	21:46:08	22:34:14	0:48:06	3.099	7,4	14,0	06:43
	PASAPALABRA	24/02/2012	20:08:32	21:00:53	0:52:21	2.987	7,1	20,3	10:38
	LOS FANTASMAS DE MIS EXNOVIAS	11/02/2012	22:00:10	24:00:17	2:00:07	2.741	6,5	22,7	27:15
	GRAN HERMANO	09/02/2012	21:56:04	25:50:37	3:54:33	2.727	6,5	19,3	45:20
	MULTICINE	05/02/2012	15:59:49	17:50:18	1:50:29	2.674	6,4	25,1	27:47
	HERMANO MAYOR	10/02/2012	21:42:21	22:43:00	1:00:39	2.576	6,1	11,8	07:11
	AROMA Y SENSIBILIDAD	05/02/2012	17:51:02	19:41:02	1:50:00	2.530	6,0	26,1	28:43
	LOS SIMPSONS	05/02/2012	14:39:52	14:59:46	0:19:54	2.478	5,9	0,0	00:00

(**) 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

Febrero 2012

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			

Febrero 2012