

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Julio 2011







Conclusiones

- Solamente Telecinco y Cuatro incrementan su porcentaje de Resto de Emisión respecto al mes de Junio alcanzando su segundo mayor dato en los últimos 12 meses. Antena 3 lo mantiene. La Sexta baja ligeramente pero continúa un mes más como la cadena que mayor Resto de Emisión presenta con un 23,3%.
- Todas las cadenas nacionales privadas incrementan su publicidad ligeramente. Destaca el gran incremento de Telecinco que emite 45 minutos más. Mañana y Madrugada son las franjas donde más se aumenta la emisión de tiempo de publicidad.
- A pesar de estos incrementos La Sexta se mantiene como la cadena que más publicidad emite, con una media de 229 minutos diarios. Le siguen de cerca Cuatro y Telecinco.
- Comparando el total de minutos de publicidad Enero – Julio 2011 respecto al mismo periodo del año 2010, en el 2011 se ha emitido un 11,4% menos de publicidad que en el año anterior.







Julio 2011

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

	23,3%
	22,9%
	19,8%
	17,8%
	3,3%
	3,0%







MAÑANA 7:00-13:59

	23,4%
	22,2%
	21,3%
	17,9%
	3,8%
	3,1%







SOBREMESA 14:00-16:59

	25,5%
	24,7%
	23,3%
	22,4%
	4,1%
	4,9%







TARDE 17:00-20:29

	24,6%
	21,9%
	21,1%
	20,4%
	4,2%
	3,2%







NOCHE 20:30-23:59

	28,3%
	27,0%
	27,0%
	25,6%
	3,8%
	2,3%

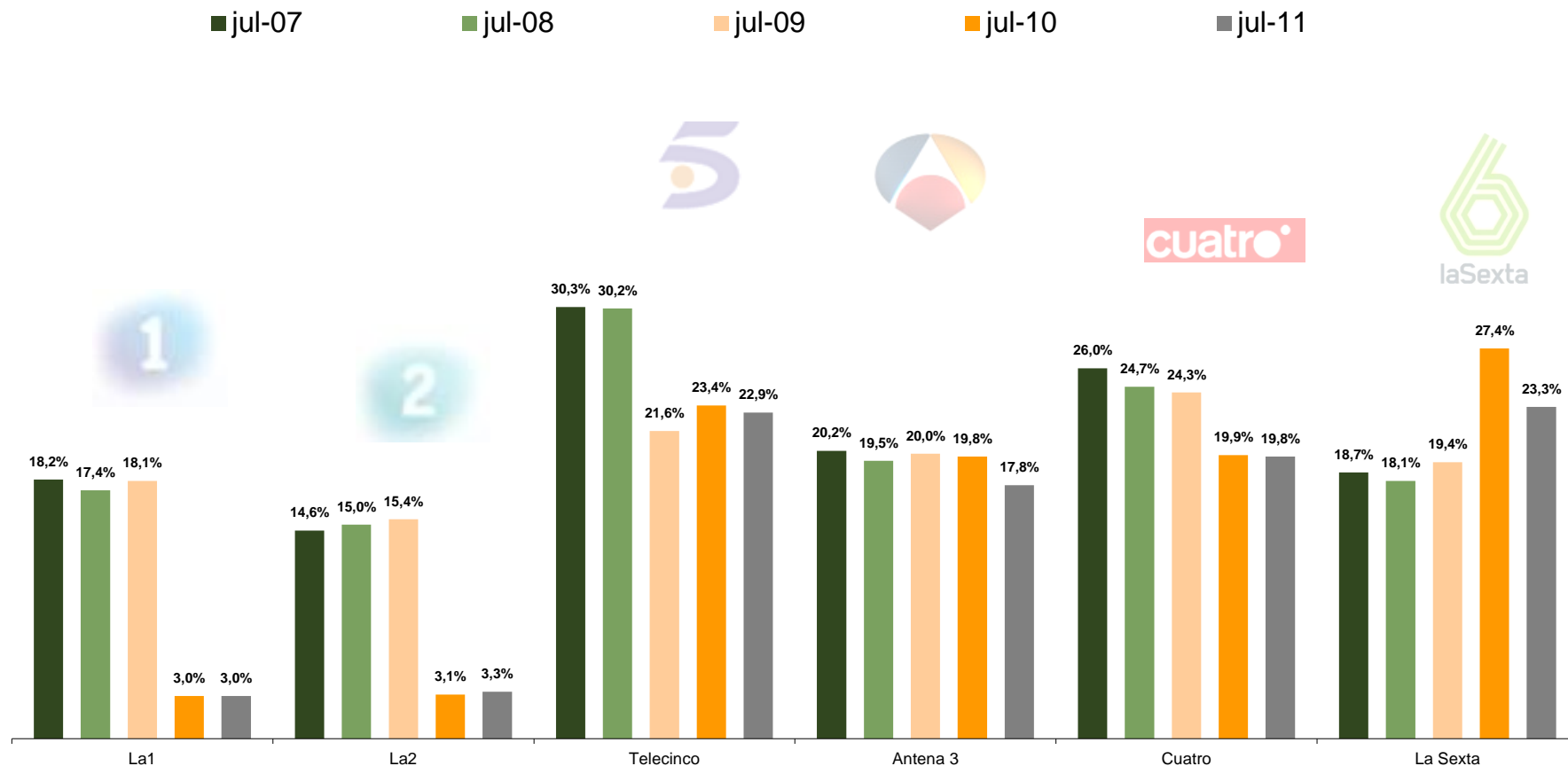
MADRUGADA 1 24:00-2:29

	21,6%
	19,9%
	19,7%
	18,2%
	3,0%
	2,5%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

	24,0%
	22,4%
	7,8%
	2,2%
	1,0%
	0,7%

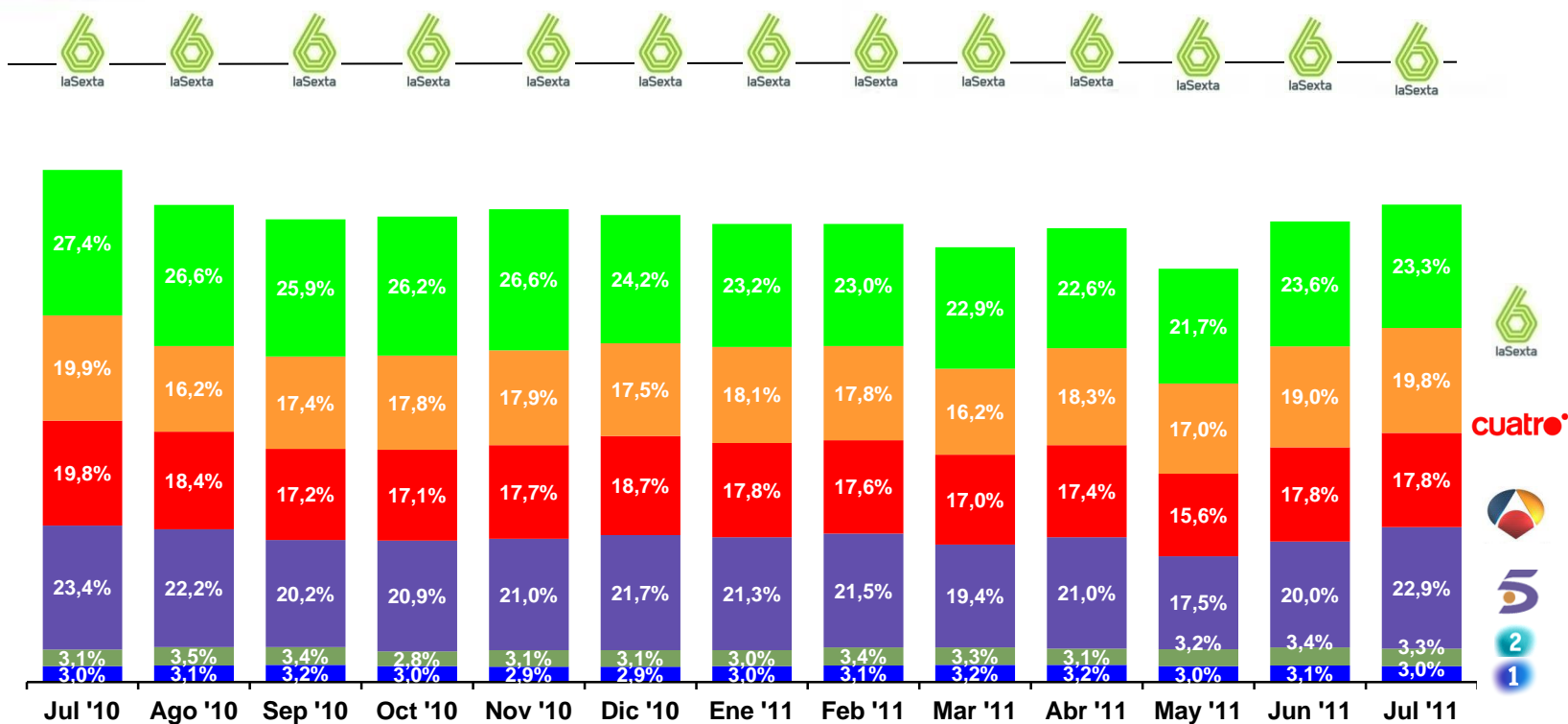
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Julio 2011

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

16,1% 15,0% 14,5% 14,6% 14,9% 14,7% 14,4% 14,4% 13,7% 14,3% 13,0% 14,5% 15,0%

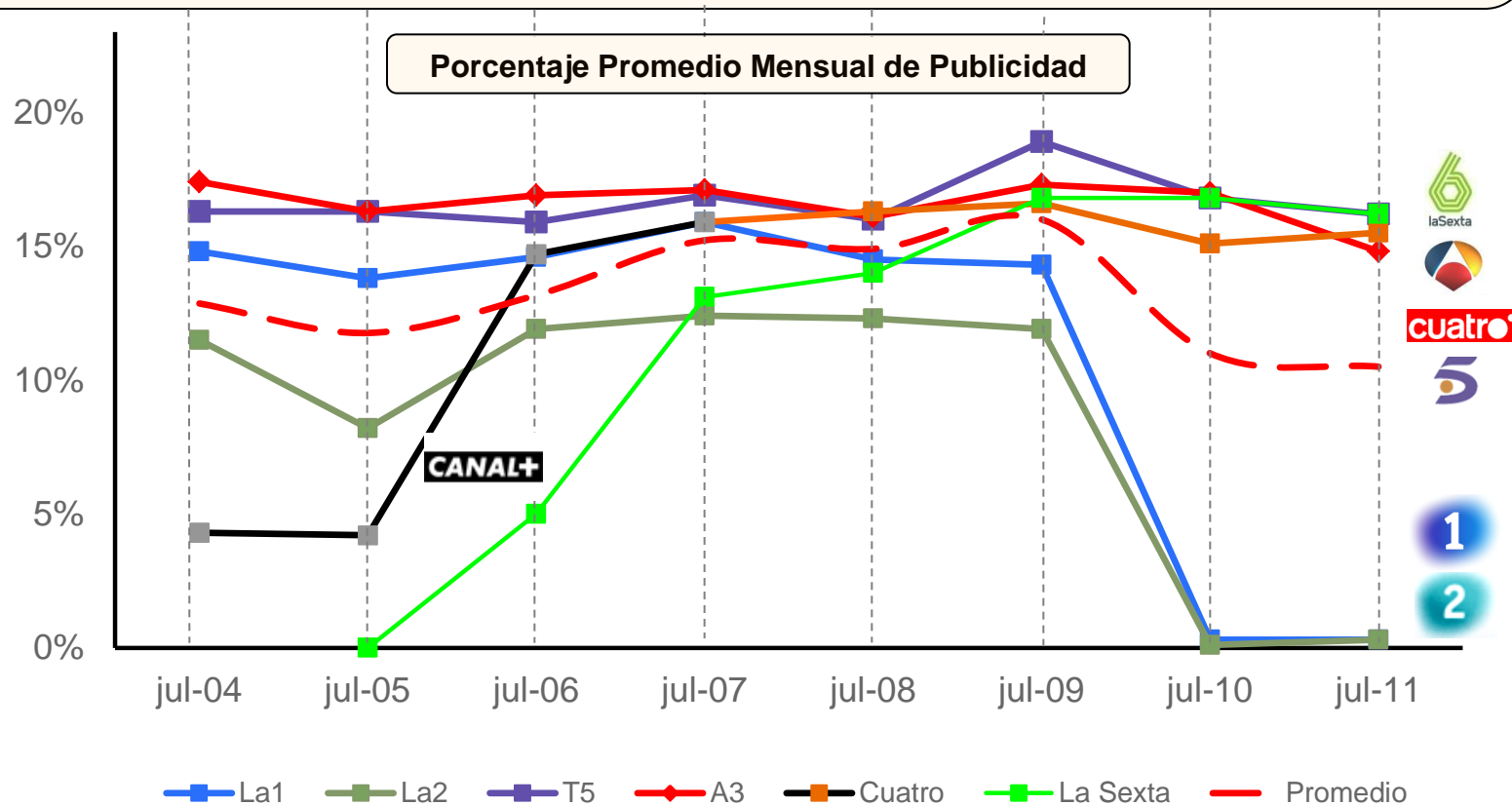
Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

22,6% 20,8% 20,2% 20,5% 20,8% 20,5% 20,1% 20,0% 18,9% 19,8% 17,9% 20,1% 21,0%

Acumulado 2011 de Publicidad

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

Cadenas Nacionales	196.642	193.225	233.120	278.740	267.853	267.096	199.660	176.970
Cadenas Nacionales Privadas	117.005	118.108	153.644	240,705	232.098	232.241	199.099	176.418









Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Julio 2011.







Julio 2011

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	23,3%
	22,9%
	19,8%
	17,8%
	3,3%
	3,0%







PUBLICIDAD

	15,9%
	15,0%
	14,7%
	13,7%
	0,2%
	0,1%







TELETIENDAS

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







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	2,9%
	2,5%
	2,3%
	2,0%
	1,9%
	1,7%







PATROCINIOS

	0,5%
	0,5%
	0,3%
	0,1%
	0,0%
	0,0%

TELEPROMOCIONES

	0,9%
	0,6 %
	0,3%
	0,1%
	0,0%
	0,0%

OTROS

	0,8%
	0,8%
	0,7%
	0,6%
	0,2%
	0,2%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Junio '11		Julio '11
1	PROGRAMACION	1393	↑	1395
	Autoprom / Av. Prog.	37	↓	36
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	4	↓	3
	Patrocinios	1	==	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	170	203	205	146	264
11	7	6	4	3	5
0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	0	0
0	1	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	1

		Junio '11		Julio '11
2	PROGRAMACION	1386	↑	1389
	Autoprom / Av. Prog.	42	==	42
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	2	==	2
	Patrocinios	0	==	0
	Telepromociones	0	==	0
	Otros	4	↓	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
403	173	198	202	146	267
14	7	8	7	4	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	0

		Junio '11		Julio '11
5	PROGRAMACION	1152	↓	1110
	Autoprom / Av. Prog.	28	↓	27
	Teletienda	60	==	60
	Publicidad*	167	↑	212
	Patrocinios	7	==	7
	Telepromociones	16	↓	13
	Otros	10	↑	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
331	136	158	153	123	210
9	3	6	4	5	0
0	0	0	0	0	60
72	36	38	46	20	0
2	1	2	2	1	0
3	2	4	3	1	0
3	2	1	3	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Julio 2011

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Junio '11		Julio '11
	PROGRAMACION	1184		1184
	Autoprom / Av. Prog.	32		34
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	192		197
	Patrocinios	7		7
	Telepromociones	16		9
	Otros	9		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
345	134	166	151	120	268
12	6	3	6	5	1
0	0	0	0	0	0
56	36	35	47	23	1
2	2	1	2	1	0
3	1	2	2	0	0
2	1	2	2	1	0

		Junio '11		Julio '11
	PROGRAMACION	1167		1154
	Autoprom / Av. Prog.	25		28
	Teletienda	22		22
	Publicidad*	207		215
	Patrocinios	3		4
	Telepromociones	5		4
	Otros	12		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
327	138	167	153	120	249
12	2	5	5	5	0
2	0	0	0	0	20
73	36	35	48	24	0
1	1	1	1	0	0
1	2	1	0	0	0
5	1	2	2	1	1

		Junio '11		Julio '11
	PROGRAMACION	1100		1104
	Autoprom / Av. Prog.	28		24
	Teletienda	65		67
	Publicidad*	227		229
	Patrocinios	2		2
	Telepromociones	3		2
	Otros	14		12

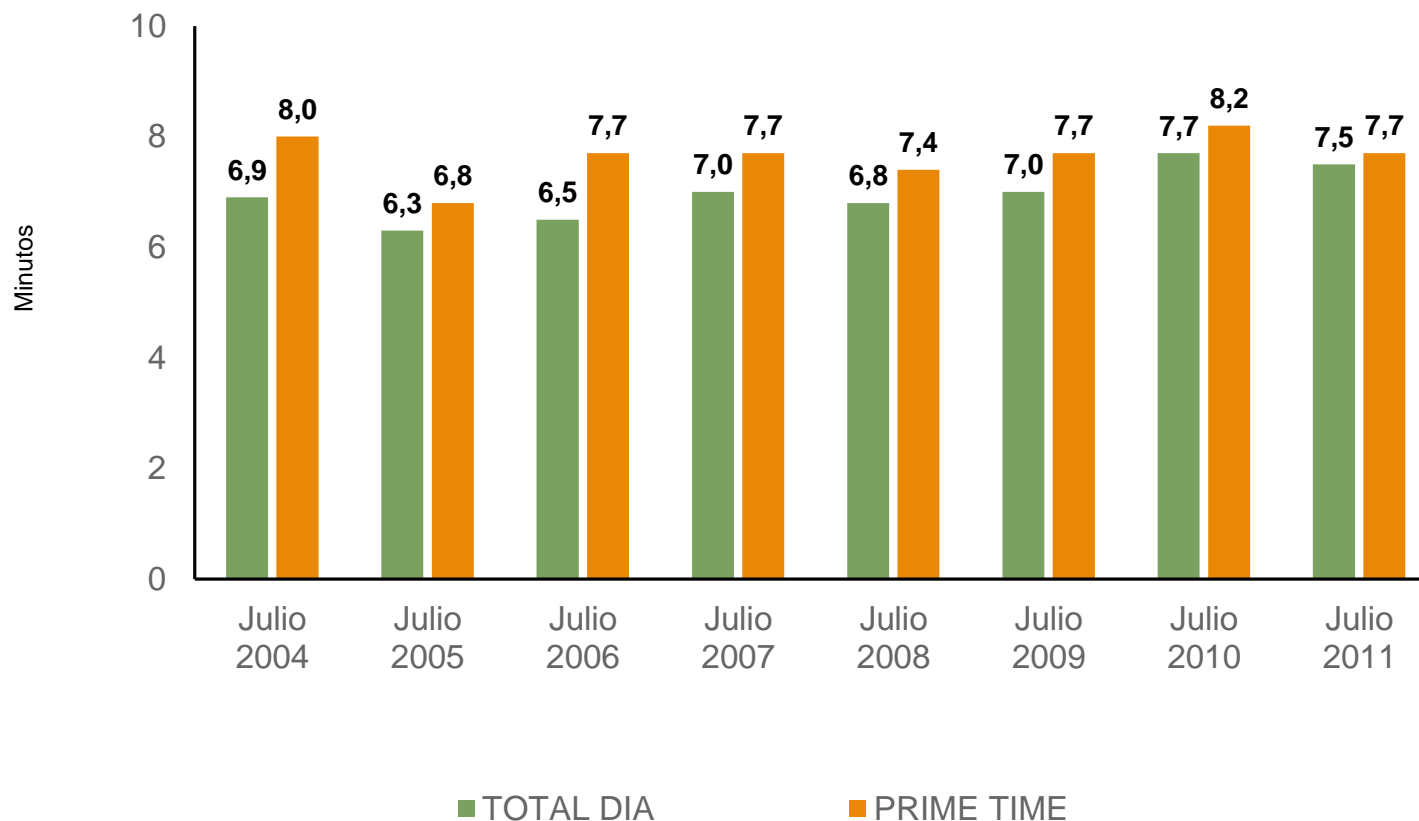
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
322	140	164	156	118	205
8	2	5	4	4	0
6	0	0	0	0	61
79	36	38	45	27	3
1	0	0	1	0	0
0	1	0	1	0	0
5	2	2	2	2	0

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

Fuente: Kantar Media

Julio 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.

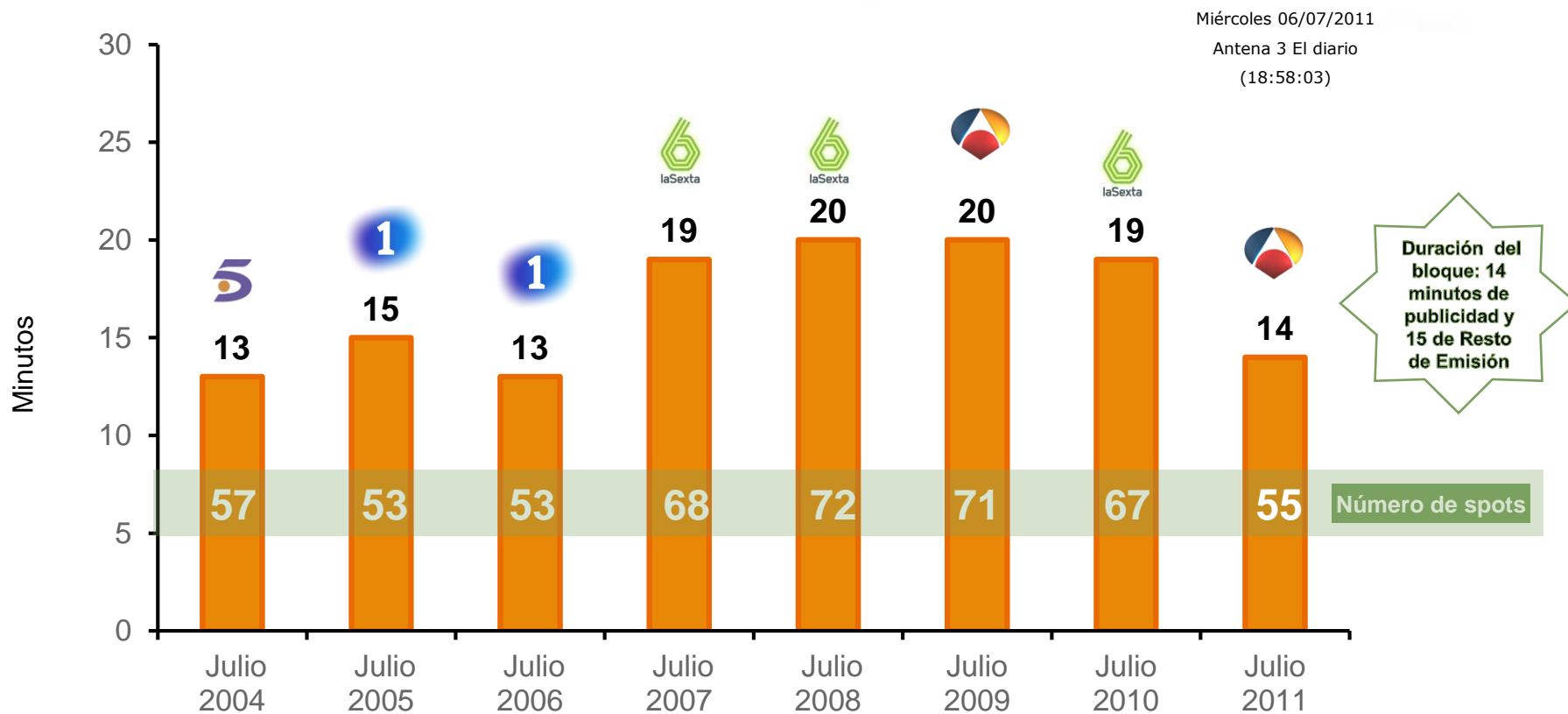
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Julio 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

Julio 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	 C. SUR	Andalucía	17,6%
2	 C9	C. Valenciana	15,7%
3	 TVM	Madrid	14,2%
4	 ETB2	País Vasco	14,1%
5	 CMT	Castilla la Mancha	14,0%
6	 CL7	Castilla y León	12,6%
7	 TV3	Cataluña	11,9%
8	 IB3	I. Baleares	11,7%
9	 TVG	Galicia	10,9%
10	 CS2	Andalucía	6,8%

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.

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Julio 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.

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)
	LOS MISTERIOS DE LAURA	18/07/2011	22:16:02	23:24:07	1:08:05	3.331	7,9	0,0	00:00
	PLAZA DE ESPAÑA / EL MARTILLO	25/07/2011	22:41:06	23:09:48	0:28:42	2.925	7,0	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	04/07/2011	15:38:02	16:10:25	0:32:23	1.362	3,2	0,0	00:00
	CLASICAS / UN PUENTE LEJANO	13/07/2011	22:03:35	24:38:30	2:34:55	900	2,1	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	28/07/2011	21:56:38	26:29:59	4:33:21	4.171	9,9	23,3	03:48
	SUPERVIVIENTES:ULTIMA HORA	05/07/2011	21:55:17	23:42:22	1:47:05	2.918	7,0	20,3	21:45

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


Julio 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)
	¡AHORA CAIGO!	06/07/2011	22:11:38	23:52:26	1:40:48	2.276	5,4	7,9	07:57
	ATRAPA UN MILLON	01/07/2011	22:11:46	24:06:37	1:54:51	2.142	5,1	19,0	21:47

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	UNO PARA GANAR	18/07/2011	22:28:07	23:58:53	1:30:46	1.471	3,5	20,2	18:21
	CALLEJEROS VIAJEROS / PLAYAS DE MIAMI	03/07/2011	22:38:47	23:36:22	0:57:35	1.424	3,4	12,9	07:24

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL TAQUILLAZO / NAUFRAGO	12/07/2011	22:26:05	25:10:41	2:44:36	1219	2,9	20,2	33:13
	EL MENTALISTA	06/07/2011	22:29:30	23:20:30	0:51:00	1161	2,8	16,5	08:24

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

Julio 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)
	SUPERVIENTES	28/07/2011	21:56:38	26:29:59	4:33:21	4171	9,9	23,3	03:48
	SUPERVIENTES:ULTIMA HORA	05/07/2011	21:55:17	23:42:22	1:47:05	2918	7,0	20,3	21:45
	LA QUE SE AVECINA	03/07/2011	22:08:11	23:41:07	1:32:56	2897	6,9	19,5	18:07
	¡AHORA CAIGO!	06/07/2011	22:11:38	23:52:26	1:40:48	2276	5,4	7,9	07:57
	SALVAME:DIARIO	08/07/2011	15:58:46	20:07:43	4:08:57	2149	5,1	24,5	01:03
	11-M / EL INTERCAMBIO	04/07/2011	21:59:21	23:35:50	1:36:29	2146	5,1	21,5	20:47
	ATRAPA UN MILLON	01/07/2011	22:11:46	24:06:37	1:54:51	2142	5,1	19,0	21:47
	CINE / TRANSPORTER 3	11/07/2011	22:06:01	24:22:00	2:15:59	2133	5,1	31,3	42:36
	SALVAME DELUXE	08/07/2011	21:58:37	26:29:59	4:31:22	1833	4,4	21,5	58:15
	LOS SIMPSONS	07/07/2011	14:39:57	14:59:52	0:19:55	1960	4,7	0,6	00:07

(**) Se han eliminado del Ranking 5 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

Julio 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			

Julio 2011