

# Observatorio **aea** de la Publicidad

## Informe Televisión

Agosto 2012






# Conclusiones

- Descenso generalizado en todas las cadenas nacionales en su Resto de Emisión respecto a Julio, siendo Cuatro con 2,2 puntos porcentuales menos quien más lo ha reducido. Telecinco por cuarto mes consecutivo es la cadena que mayor porcentaje tiene de Resto de Emisión con un 22,8%, este dato es el segundo más alto desde el comienzo del año.
- Analizando el Resto de Emisión por franjas horarias, Telecinco es la cadena con mayor Resto de Emisión en todas ellas excepto en la de "Mañana" y "Madrugada 2". El valor más alto lo alcanza en la franja de "Noche" llegando hasta el 27,5%. A pesar de tener Cuatro un 17,2% de Resto de Emisión en el "Total Día", en la franja de "Noche" presenta un 26,4%, 9,2 puntos porcentuales más.
- Parte de la reducción del Resto de Emisión en Agosto respecto a Julio en las cadenas comerciales ha sido debida al descenso de Publicidad que han sufrido, siendo Cuatro con una media diaria de 38 minutos quien más ha lo ha reducido.
- Telecinco con una media 3 horas y 35 minutos de publicidad diaria es la cadena que más publicidad emite seguida de La Sexta con 3 horas y 17 minutos.







Agosto 2012

## Resto de Emisión por franjas







### TOTAL DÍA

	22,8%
	21,2%
	17,2%
	3,2%
	3,1%







### MAÑANA 7:00-13:59

	22,0%
	21,2%
	17,7%
	17,0%
	3,7%
	2,9%







### SOBREMESA 14:00-16:59

	25,1%
	22,5%
	20,4%
	19,4%
	5,7%
	3,7%







### TARDE 17:00-20:29

	22,4%
	20,8%
	19,7%
	18,0%
	4,5%
	3,9%







### NOCHE 20:30-23:59

	27,5%
	26,7%
	26,4%
	22,6%
	4,0%
	2,8%

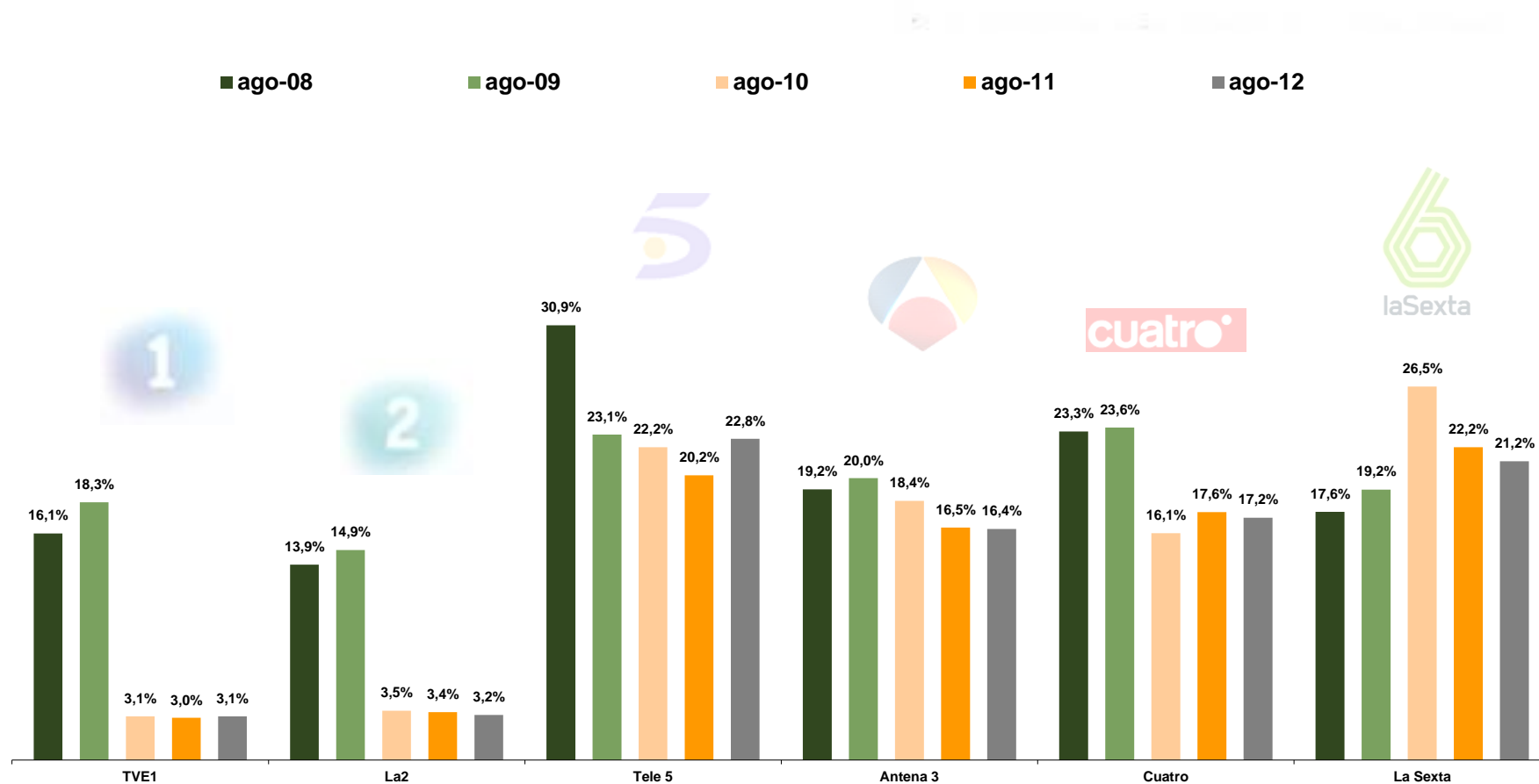
### MADRUGADA 1 24:00-2:29

	20,3%
	17,2%
	16,1%
	15,9%
	2,7%
	2,9%

### MADRUGADA 2 2:30-6:59

	22,5%
	21,7%
	7,9%
	1,6%
	0,9%
	0,4%

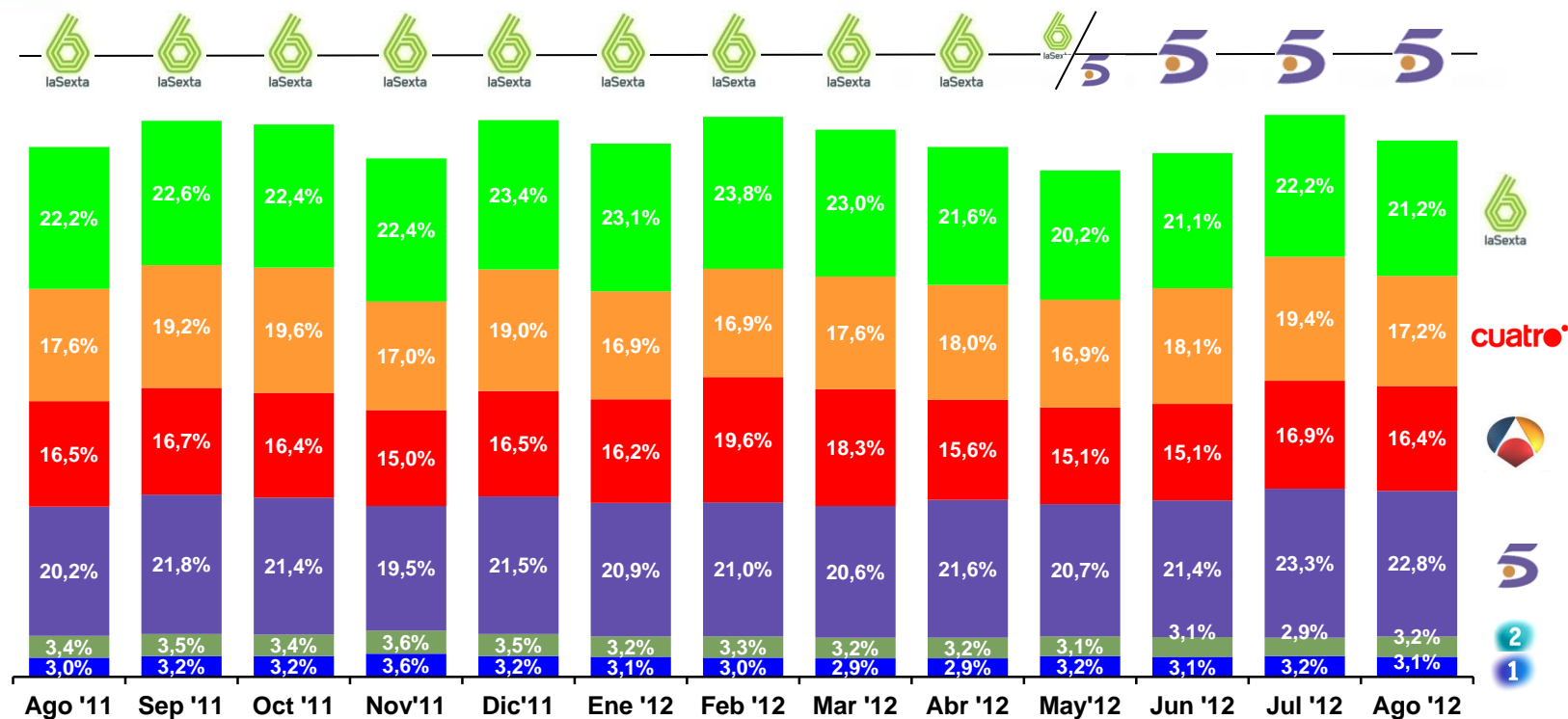
## Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: Kantar Media

Agosto 2012

## Evolución Resto de Emisión



### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

15,0%	13,8%	14,5%	14,4%	14,5%	13,9%	14,6%	14,2%	13,9%	13,2%	13,6%	14,6%	13,9%
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

21,0%	19,2%	20,1%	20,0%	20,1%	19,2%	20,3%	19,8%	19,2%	17,4%	18,9%	20,4%	19,4%
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

## Acumulado 2012 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero - Agosto '12

Cadenas Nacionales

219.292

272.198

320.165

306.732

308.633

226.076

202.005

197.830

Cadenas Nacionales Privadas

134.166

180.632

220.575

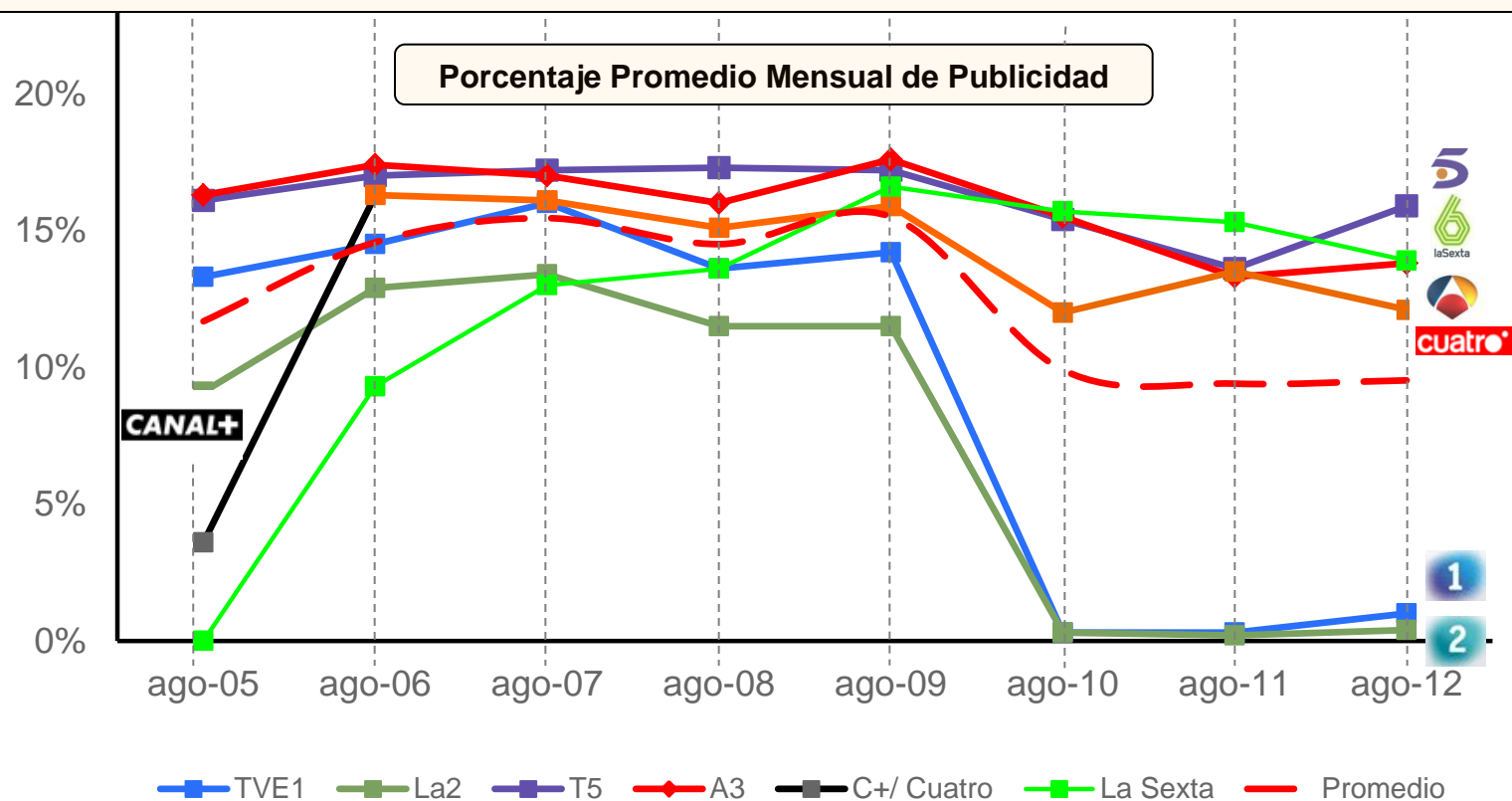
216.196

223.043

223.736

201.256

194.177









Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Agosto 2012.







Agosto 2012

## Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







### TOTAL DÍA

	22,8%
	21,2%
	17,2%
	16,4%
	3,2%
	3,1%







### PUBLICIDAD

	15,0%
	13,7%
	12,8%
	11,8%
	0,5%
	0,2%







### TELETIENDAS

	4,7%
	4,0%
	1,5%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







### AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	2,9%
	2,7%
	2,3%
	2,1%
	2,0%
	1,8%







### PATROCINIOS

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

### TELEPROMOCIONES

	0,6%
	0,5%
	0,2%
	0,1%
	0,0%
	0,0%

### OTROS

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

## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Julio'12		Agosto'12
1	PROGRAMACION	1396	↓	1393
	Autoprom / Av. Prog.	31	↓	29
	Teletienda	0	↓	0
	Publicidad*	6	↑	8
	Patrocinios	2	↓	0
	Telepromociones	1	↑	3
	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	169	202	204	146	266
9	6	4	3	3	4
0	0	0	0	0	0
1	3	3	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	1	1	1	0	0
2	0	0	0	0	0

		Julio'12		Agosto'12
2	PROGRAMACION	1391	↓	1389
	Autoprom / Av. Prog.	38	↓	38
	Teletienda	0	↓	0
	Publicidad*	3	↓	3
	Patrocinios	0	↑	3
	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
404	173	199	200	146	267
14	5	8	6	3	2
0	0	0	0	0	0
1	1	1	0	0	0
0	1	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	1	0	0

		Julio'12		Agosto'12
5	PROGRAMACION	1105	↑	1112
	Autoprom / Av. Prog.	30	↓	30
	Teletienda	60	↓	58
	Publicidad*	217	↓	215
	Patrocinios	6	↓	5
	Telepromociones	12	↓	9
	Otros	11	↓	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	135	163	152	120	211
11	4	5	5	5	0
0	0	0	0	0	58
71	36	36	49	23	0
2	1	1	1	0	0
2	2	3	1	1	0
3	2	1	2	2	0

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

Fuente: Kantar Media

Agosto 2012



## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Julio'12	Agosto'12
<b>PROGRAMACION</b>	1197	1204
Autoprom / Av. Prog.	32	33
Teletienda	0	0
Publicidad*	187	184
Patrocinios	8	6
Telepromociones	11	8
Otros	6	5

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
349	140	169	154	124	268
10	7	6	7	2	1
0	0	0	0	0	0
54	31	32	45	22	0
1	1	1	2	1	0
4	1	1	1	1	0
2	1	1	1	0	0

	Julio'12	Agosto'12
<b>PROGRAMACION</b>	1161	1192
Autoprom / Av. Prog.	30	41
Teletienda	22	21
Publicidad*	208	170
Patrocinios	3	2
Telepromociones	3	2
Otros	13	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
346	145	172	155	126	249
13	6	8	9	5	0
0	0	0	0	0	21
56	26	28	42	18	0
0	1	0	1	0	0
0	1	0	1	0	0
5	1	2	2	1	0

	Julio'12	Agosto'12
<b>PROGRAMACION</b>	1120	1135
Autoprom / Av. Prog.	27	25
Teletienda	69	68
Publicidad*	208	197
Patrocinios	2	2
Telepromociones	1	1
Otros	11	11

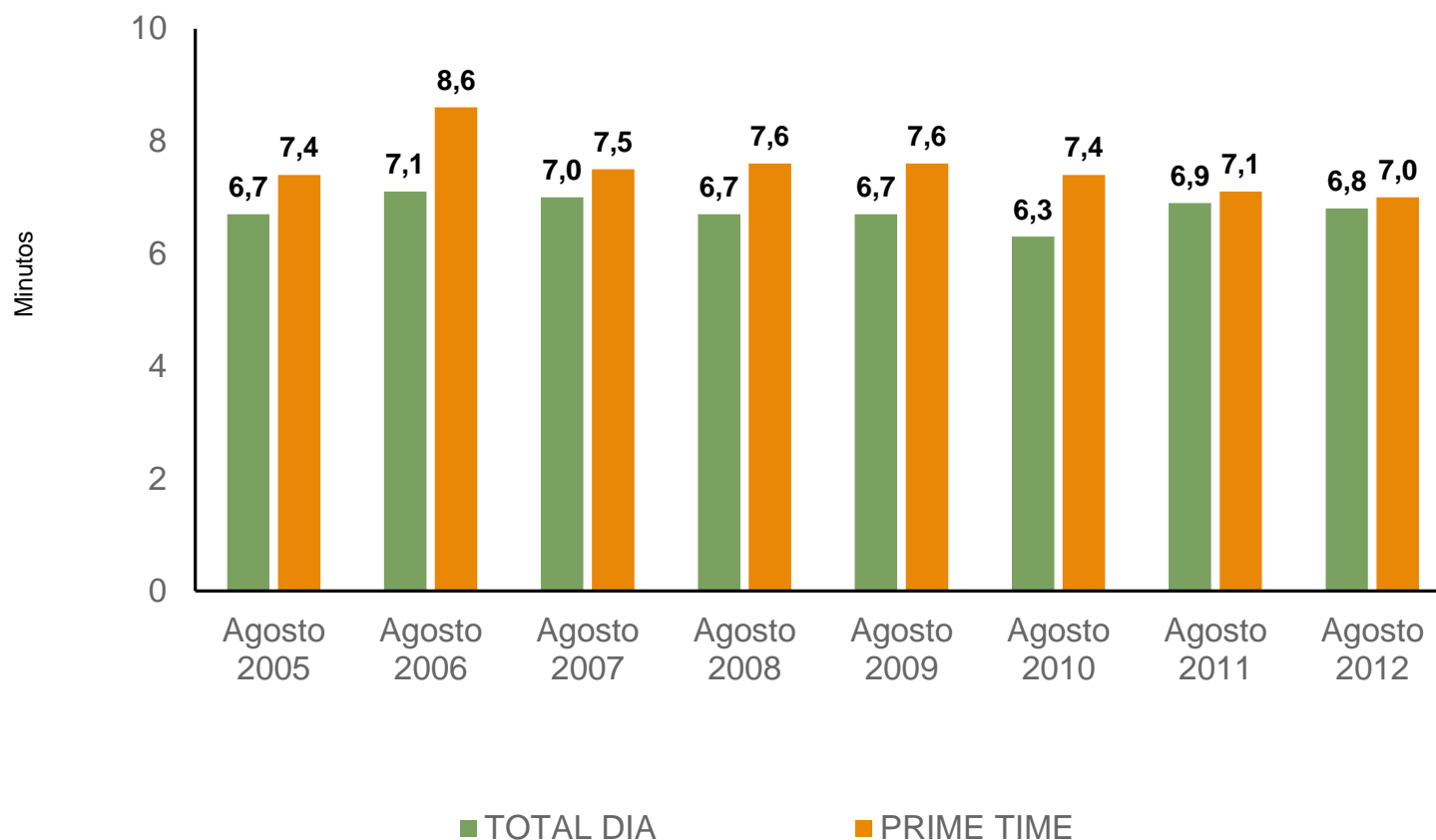
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
328	143	167	162	126	209
8	3	7	4	3	0
8	0	0	0	0	60
72	32	34	40	19	0
0	0	1	1	0	0
0	0	0	1	0	0
4	2	2	1	2	0

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

Fuente: Kantar Media

Agosto 2012

## 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.

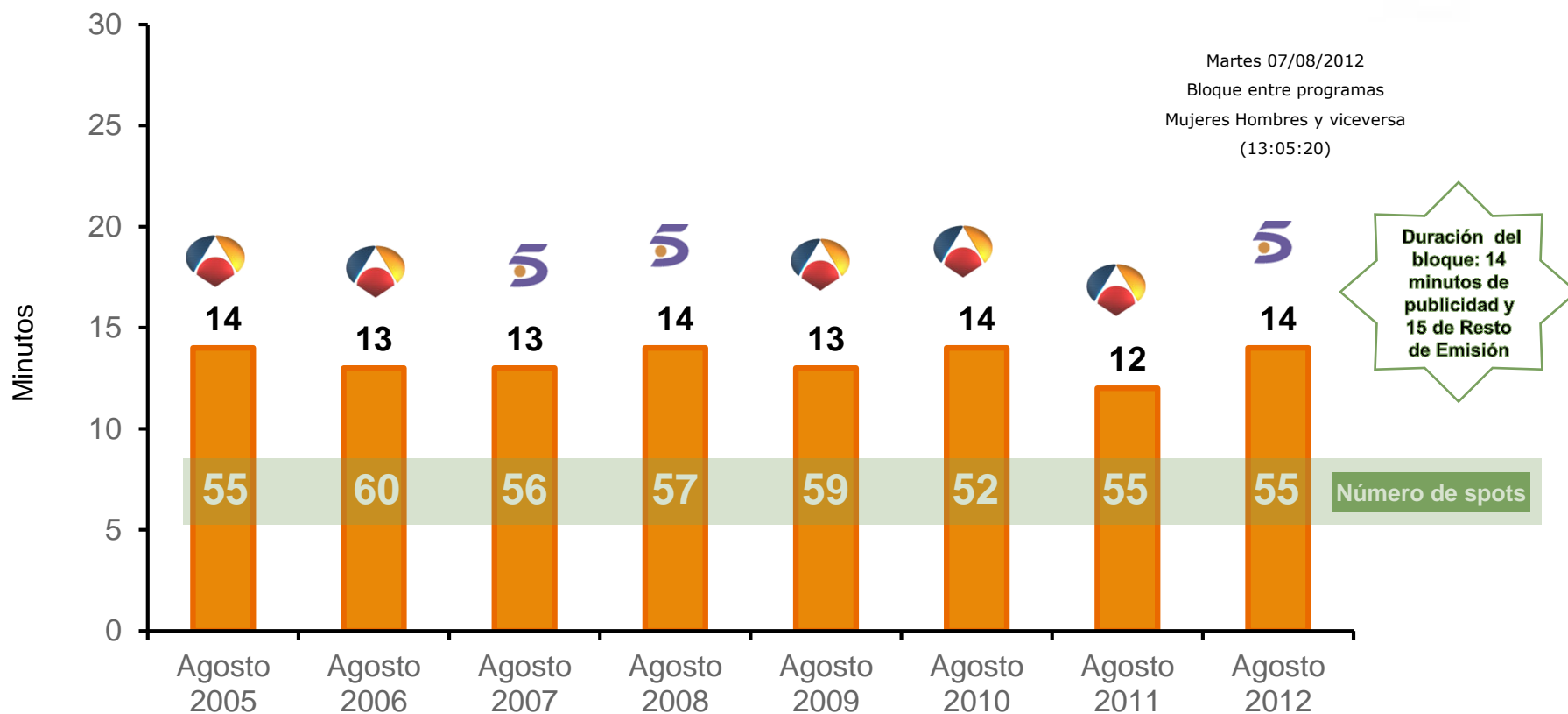
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Agosto 2012

## 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

Agosto 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	24,9%
2	 IB3	I. Baleares	15,7%
3	 CL7	Castilla y León	15,3%
4	 SUR	Andalucía	12,9%
5	 C9	C. Valenciana	11,4%
6	 TV3	Cataluña	10,1%
7	 CMT	Castilla la Mancha	9,2%
8	 TVM	Madrid	8,4%
9	 ETB2	País Vasco	6,6%
10	 TVG	Galicia	5,5%

## 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.

Agosto 2012

# Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**  
de la Publicidad

Agosto 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.

Agosto 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)
	JO CEREMONIA CLAUSURA	12/08/2012	21:54:05	25:09:38	3:15:33	3.304	7,9	0,0	00:00
	PELICULA DE LA SEMANA / Y ENTONCES LLEGO ELLA	26/08/2012	22:18:32	23:39:39	1:21:07	2.195	5,2	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	29/08/2012	15:38:13	16:10:13	0:32:00	973	2,3	0,0	00:00
	50 AÑOS DE... / CANCIONES DE AMOR	09/08/2012	23:01:30	23:30:51	0:29:21	727	1,7	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)
	RUTH Y JOSE:NADA ES IGUAL	28/08/2012	22:31:12	26:29:59	3:58:47	1.949	4,6	19,0	45:18
	SALVAME:DIARIO	28/08/2012	15:59:12	20:12:12	4:13:00	1.898	4,5	23,2	58:40

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

Agosto 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)
	LOS SIMPSONS	30/08/2012	14:40:03	15:00:03	0:20:00	2.112	5,0	0,5	00:06
	PULSERAS ROJAS	06/08/2012	22:42:47	23:37:55	0:55:08	2.016	4,8	27,0	14:53

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	CASTLE / ULTIMA RONDA	30/08/2012	23:19:46	24:07:07	0:47:21	1.215	2,9	14,9	07:04
	IMBORRABLE	28/08/2012	23:22:09	24:02:20	0:40:11	1.109	2,6	0,6	00:14

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL MENTALISTA / ORO NEGRO, SANGRE ROJA	27/08/2012	22:29:17	23:16:52	0:47:35	1036	2,5	13,8	06:33
	EL CLUB DE LA COMEDIA	26/08/2012	21:30:05	22:27:42	0:57:37	785	1,9	11,5	06:36

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

Agosto 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)
	LOS SIMPSONS	30/08/2012	14:40:03	15:00:03	0:20:00	2.112	5,0	0,5	00:06
	PULSERAS ROJAS	06/08/2012	22:42:47	23:37:55	0:55:08	2.016	4,8	27,0	14:53
	RUTH Y JOSE:NADA ES IGUAL	28/08/2012	22:31:12	26:29:59	3:58:47	1.949	4,6	19,0	45:18
	SALVAME:DIARIO	28/08/2012	15:59:12	20:12:12	4:13:00	1.898	4,5	23,2	58:40
	FRAGILES / LA MANO DE DANI	02/08/2012	22:53:07	24:13:16	1:20:09	1.844	4,4	15,9	12:47
	SALVAME DELUXE	31/08/2012	22:32:37	26:29:59	3:57:22	1.842	4,4	18,5	43:59
	MULTICINE / SIRENAS DEL CARIBE	19/08/2012	15:59:00	17:44:39	1:45:39	1.825	4,4	24,8	26:12
	MULTICINE 2 / DIME LA VERDAD	04/08/2012	17:52:02	19:48:20	1:56:18	1.776	4,2	22,4	26:04
	EL SECRETO DE PUENTE VIEJO	29/08/2012	17:34:39	18:29:55	0:55:16	1.713	4,1	6,2	03:26
	LOS KENNEDY	08/08/2012	22:59:46	23:39:35	0:39:49	1.639	3,9	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

Agosto 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			

Agosto 2012