

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Julio 2012






Conclusiones

- Telecinco continúa aumentando su Resto de Emisión alcanzando su mayor porcentaje desde Julio de 2011, 23,3%. Es la cadena que más Resto de Emisión ha emitido en Julio 2012.
- Todas las cadenas comerciales nacionales han aumentado su porcentaje de Resto de Emisión respecto a Junio, siendo Antena 3 la que más lo ha hecho con un 11,9% más, aunque es la cadena que menos Resto de Emisión ha emitido en Julio.
- A pesar de ser Telecinco y La Sexta las cadenas que más Resto de Emisión tienen en Julio, en la franja de Noche Cuatro es la cadena que mayor porcentaje presenta con 29%. Antena 3 destaca también en dicha franja y en Sobremesa, situándose en ambas por detrás de Telecinco y superando a La Sexta con 27,5% en Noche y 23,4% en Sobremesa.
- El aumento de Resto de Emisión de todas las cadenas se debe al incremento de publicidad.
- Telecinco arrebató a La Sexta la condición de ser la cadena que más publicidad emite. En concreto emitió una media diaria de 3 horas y 37 minutos de Publicidad, mientras que La Sexta y Cuatro emitieron 3 horas y 28 minutos.







Julio 2012

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

	23,3%
	22,2%
	19,4%
	16,9%
	3,1%
	2,9%







MAÑANA 7:00-13:59

	22,9%
	21,1%
	20,2%
	16,6%
	3,6%
	3,0%







SOBREMESA 14:00-16:59

	25,6%
	23,4%
	23,2%
	22,6%
	3,8%
	3,8%







TARDE 17:00-20:29

	24,4%
	22,0%
	21,1%
	20,3%
	4,3%
	2,9%







NOCHE 20:30-23:59

	29,0%
	28,2%
	27,5%
	24,1%
	3,8%
	3,3%

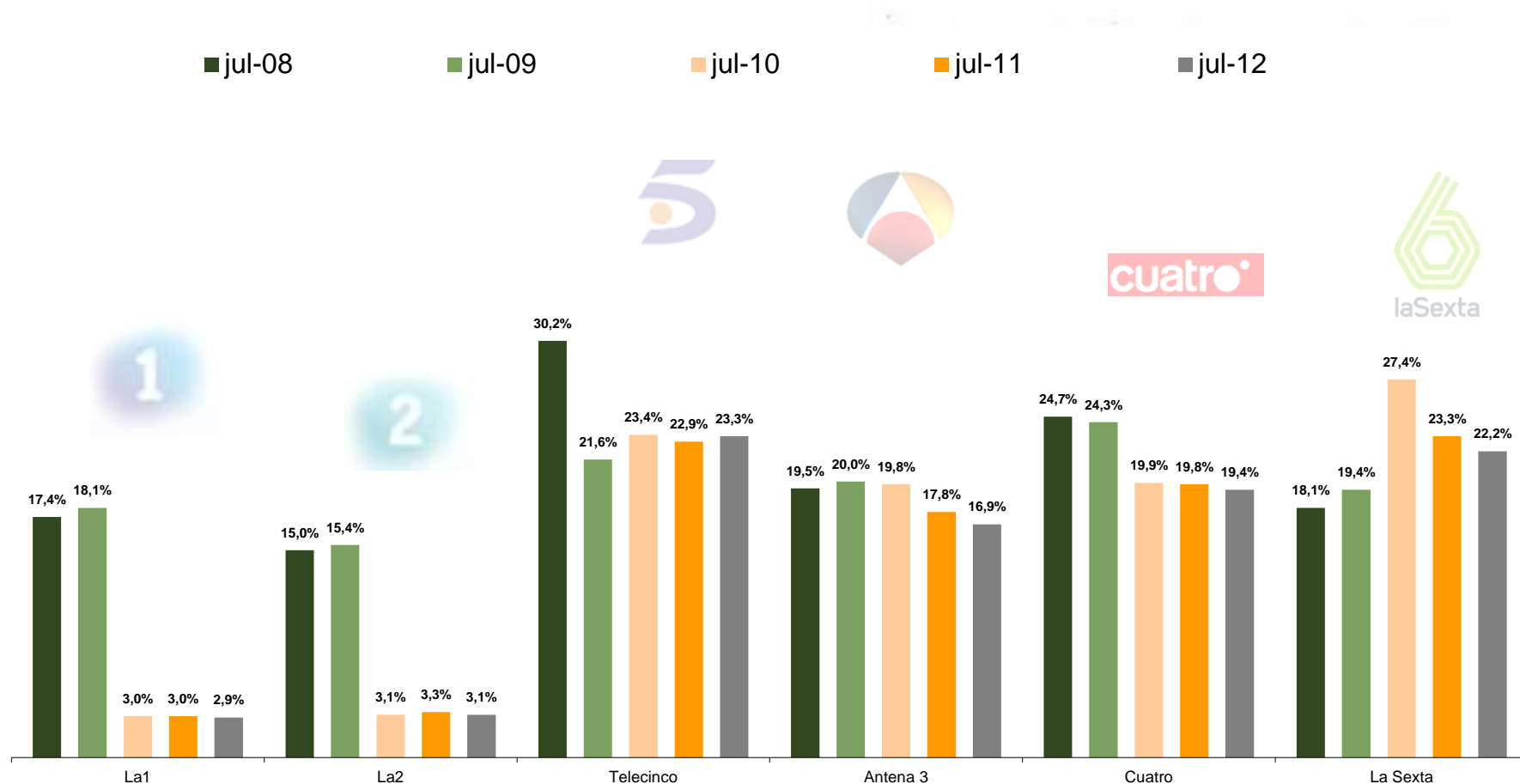
MADRUGADA 1 24:00-2:29

	19,8%
	18,4%
	18,3%
	17,0%
	2,8%
	3,2%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

	22,5%
	22,4%
	8,2%
	1,6%
	0,6%
	0,4%

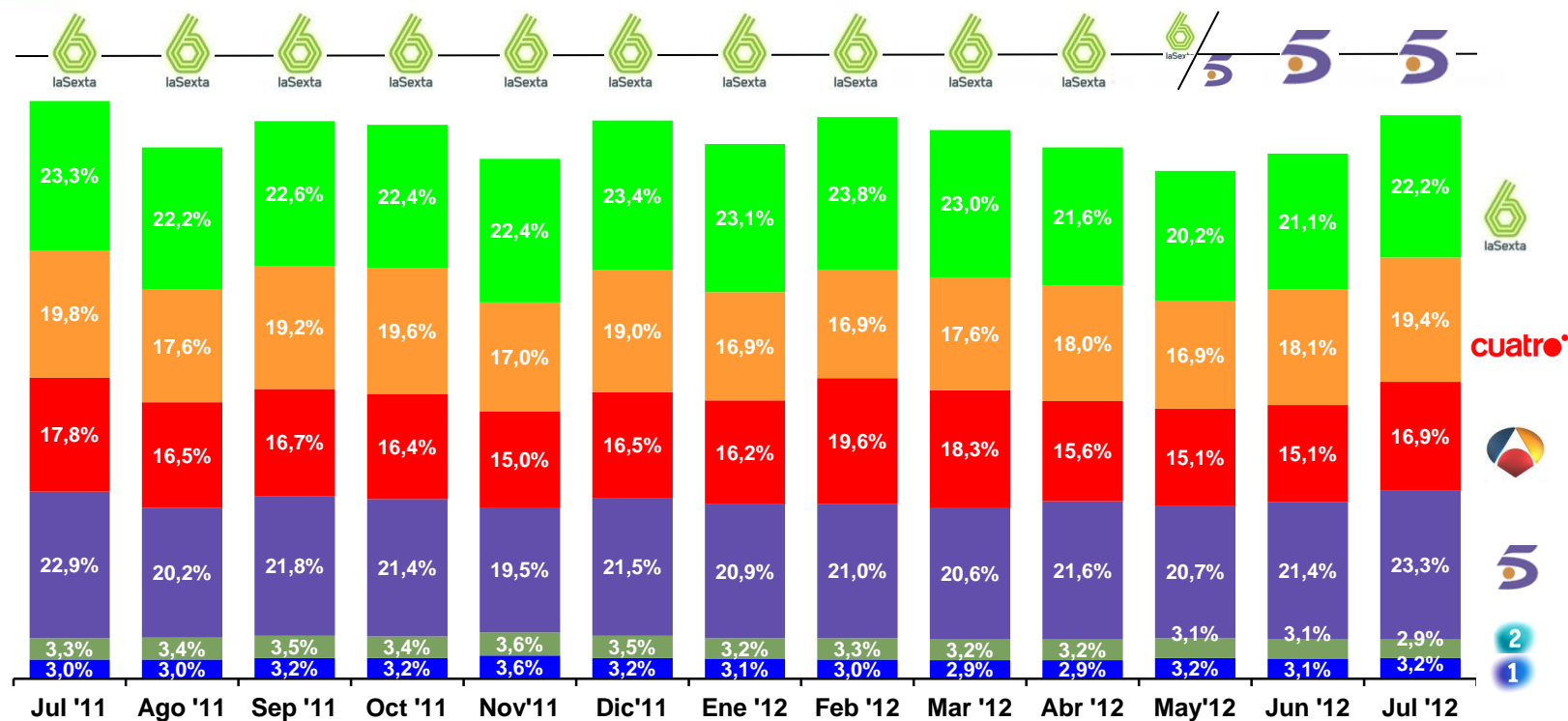
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Julio 2012

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

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

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

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

Acumulado 2012 de Publicidad

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

Cadenas Nacionales

193.225

233.120

278.740

267.853

267.096

199.660

176.970

172.386

Cadenas Nacionales Privadas

118.108

153.644

240.705

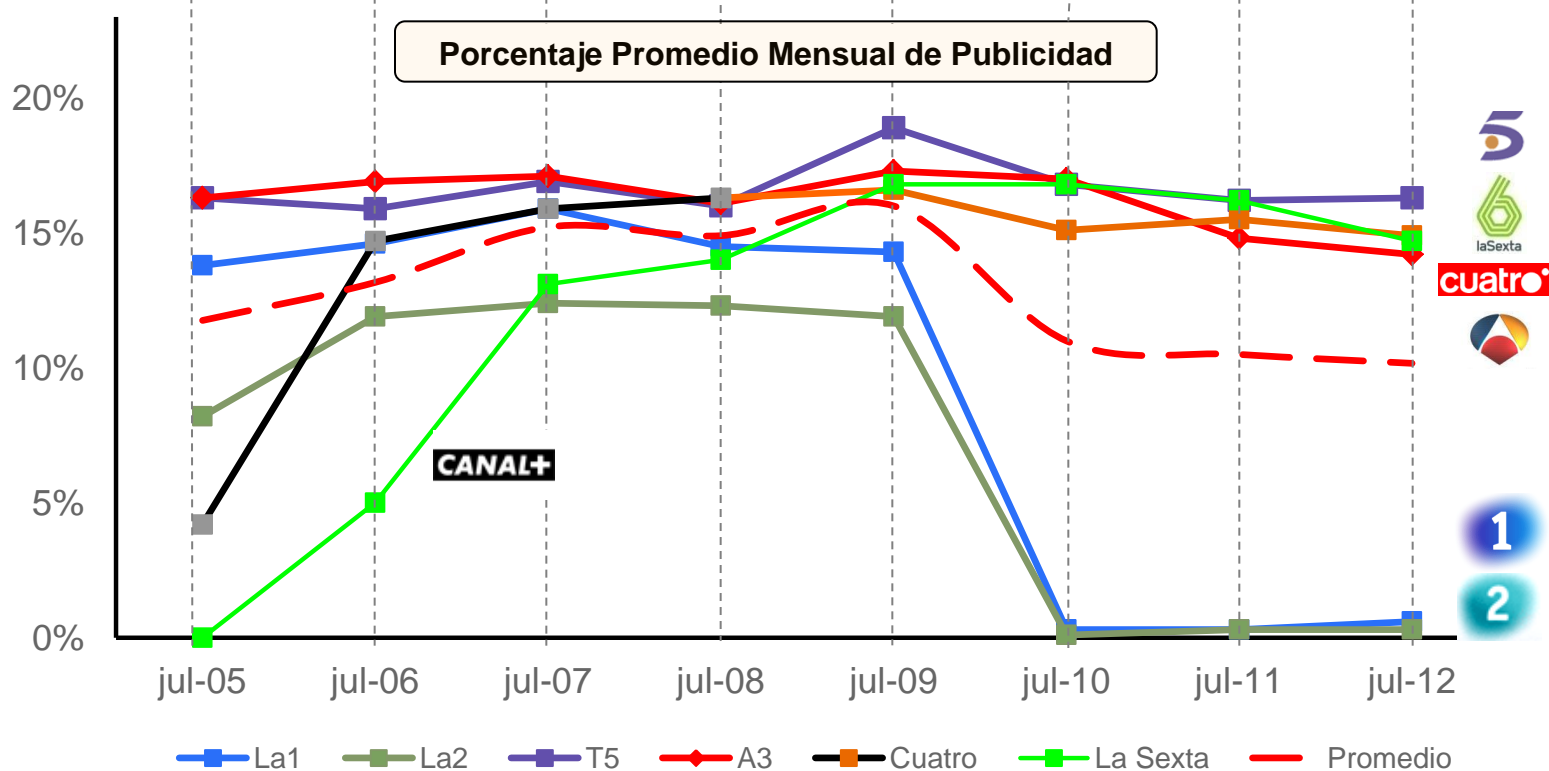
232.098

232.241

199.099






176.418

169.345









Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	23,3%
	22,2%
	19,4%
	3,1%
	2,9%







PUBLICIDAD

	15,1%
	14,5%
	14,5%
	13,0%
	0,4%
	0,2%







TELETIENDAS

	4,8%
	4,2%
	1,5%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	2,6%
	2,2%
	2,1%
	2,1%
	2,1%
	1,9%







PATROCINIOS

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

TELEPROMOCIONES

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

OTROS

	0,9%
	0,8%
	0,7%
	0,4%
	0,2%
	0,1%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Junio'12		Julio'12
1	PROGRAMACION	1411		1396
	Autoprom / Av. Prog.	34		31
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	5		6
	Patrocinios	2		2
	Telepromociones	3		1
	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	172	204	203	145	266
10	5	5	4	4	4
0	0	0	0	0	0
2	1	1	2	1	0
0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0

		Junio'12		Julio'12
2	PROGRAMACION	1397		1391
	Autoprom / Av. Prog.	39		38
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	2		3
	Patrocinios	1		0
	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	200	201	146	268
14	5	7	6	4	2
0	0	0	0	0	0
0	1	1	1	0	0
0	1	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	0	0	0

		Junio'12		Julio'12
5	PROGRAMACION	1132		1105
	Autoprom / Av. Prog.	33		30
	Teletienda	60		60
	Publicidad*	185		217
	Patrocinios	7		6
	Telepromociones	14		12
	Otros	9		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
331	134	159	151	120	209
10	4	5	5	5	0
0	0	0	0	0	60
70	37	40	49	22	0
2	1	1	1	0	0
2	3	4	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

Julio 2012

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Junio'12		Julio'12
	PROGRAMACION	1222	↓	1197
	Autoprom / Av. Prog.	32	↓	32
	Teletienda	0	↓	0
	Publicidad*	160	↑	187
	Patrocinios	8	↓	8
	Telepromociones	11	↓	11
	Otros	6	↓	6

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
350	138	166	152	122	269
11	5	6	5	4	1
0	0	0	0	0	0
50	33	34	48	22	0
2	2	2	1	1	0
5	2	2	3	0	0
2	1	1	1	1	0

		Junio'12		Julio'12
	PROGRAMACION	1179	↓	1161
	Autoprom / Av. Prog.	32	↓	30
	Teletienda	22	↓	22
	Publicidad*	184	↑	208
	Patrocinios	6	↓	3
	Telepromociones	4	↓	3
	Otros	12	↑	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
335	138	167	149	123	248
12	3	5	6	4	0
0	0	0	0	0	22
67	34	35	50	22	0
0	1	1	1	0	0
0	2	0	1	0	0
5	2	2	3	1	0

		Junio'12		Julio'12
	PROGRAMACION	1136	↓	1120
	Autoprom / Av. Prog.	26	↑	27
	Teletienda	70	↓	69
	Publicidad*	190	↑	208
	Patrocinios	4	↓	2
	Telepromociones	4	↓	1
	Otros	10	↑	11

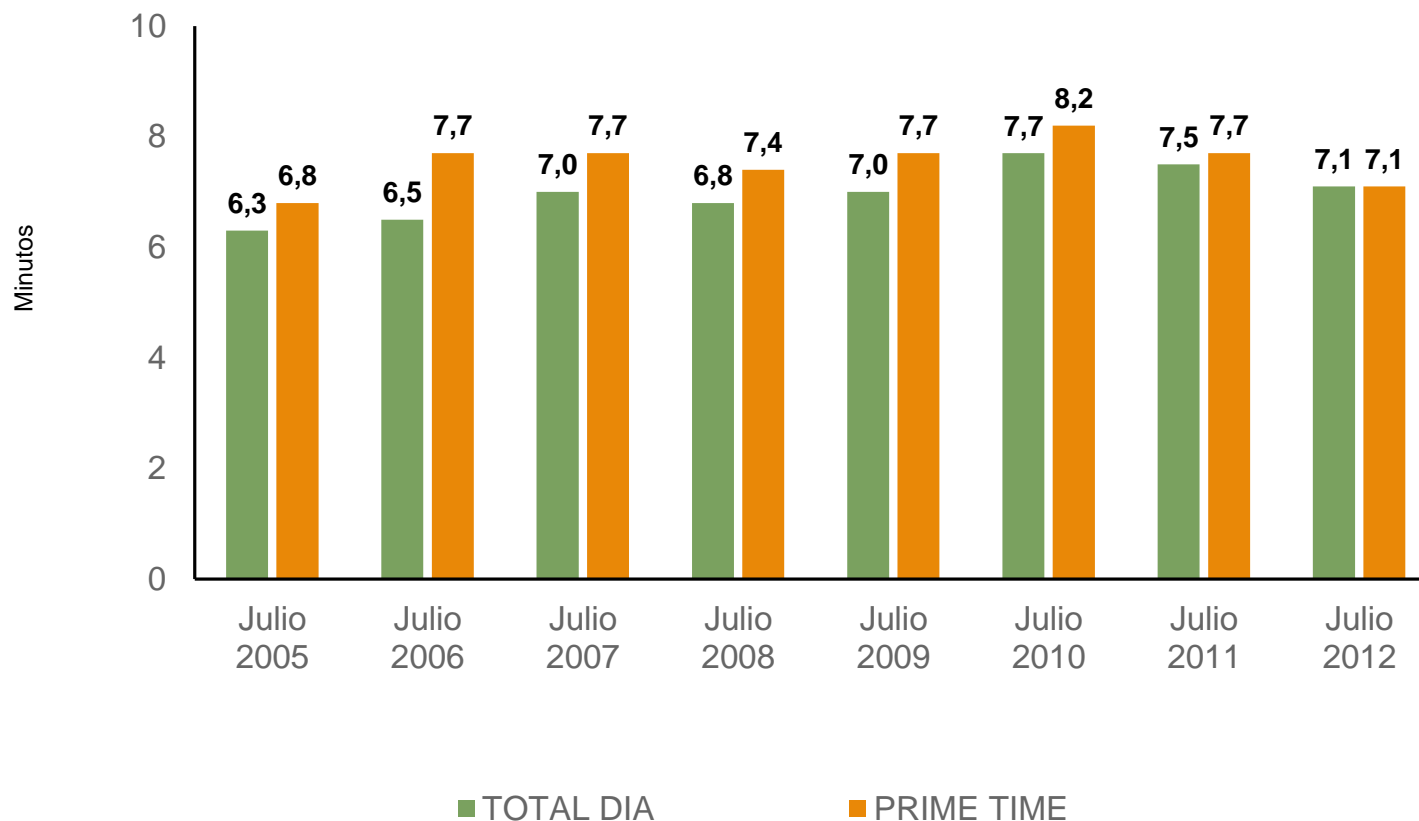
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00-16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
324	139	164	159	125	209
9	3	6	4	4	0
9	0	0	0	0	61
74	35	37	42	20	0
0	0	0	1	0	0
0	0	0	1	0	0
4	1	3	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Julio 2012

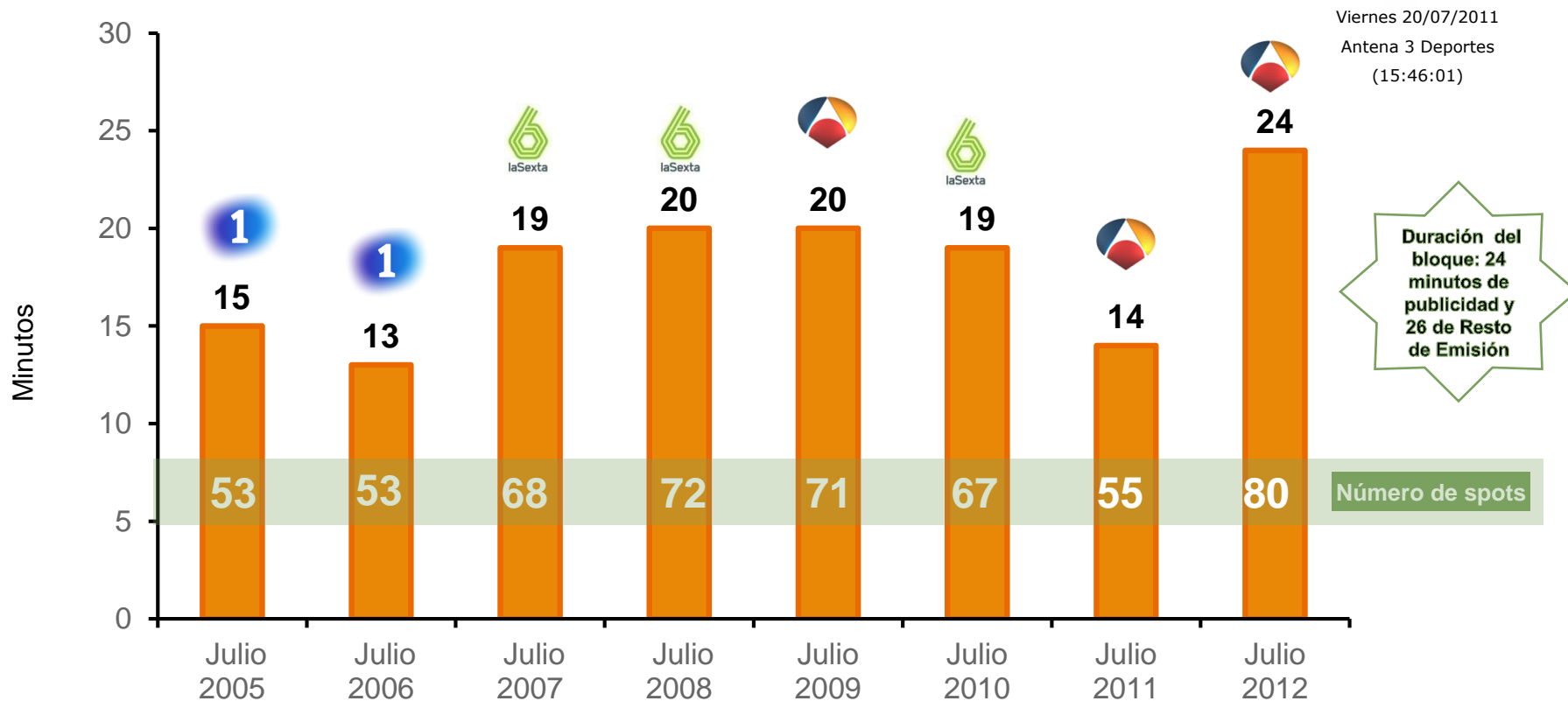
Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (*)



(*) 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

Julio 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

Julio 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	26,6%
2	 IB3	I. Baleares	17,5%
3	 CL7	Castilla y León	16,1%
4	 SUR	Andalucía	15,0%
5	 C9	C. Valenciana	11,3%
6	 TVM	Madrid	11,1%
7	 TV3	Cataluña	11,0%
8	 CMT	Castilla la Mancha	10,0%
9	 ETB2	País Vasco	8,6%
10	 TVG	Galicia	6,9%

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 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.

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)
	PELICULA DE LA SEMANA / SPIDERMAN 3	08/07/2012	22:14:05	24:22:19	2:08:14	2.991	6,8	0,0	00:00
	COMANDO ACTUALIDAD / MI PLAYA FAVORITA	11/07/2012	22:23:22	23:19:29	0:56:07	2.119	4,8	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)
	EL CINE DE LA 2:PELIC / EL GENERAL	23/07/2012	22:02:04	23:57:29	1:55:25	790	1,8	0,0	00:00
	LA FORJA DE UN REBELDE	22/07/2012	22:02:16	23:33:01	1:30:45	427	1,0	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)
	HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR	10/07/2012	22:32:02	25:45:42	3:13:40	2.186	5,0	16,9	32:44
	HOSPITAL CENTRAL / AMOR FOU I	26/07/2012	22:31:48	24:09:19	1:37:31	1.882	4,3	17,6	17:09

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 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)
	PULSERAS ROJAS	09/07/2012	23:23:37	24:19:17	0:55:40	3.132	7,1	23,2	12:54
	JUEGO DE TRONOS / SE ACERCA EL INVIERNO	17/07/2012	22:36:27	23:34:18	0:57:51	2.813	6,4	23,5	13:35

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	CINE CUATRO / ICE AGE 2:EL DESHIELO	08/07/2012	21:42:27	23:23:13	1:40:46	2.197	5,0	21,1	21:16
	CASTLE / HEROES Y VILLANOS	05/07/2012	23:12:58	24:05:29	0:52:31	1.536	3,5	23,5	12:17

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL MENTALISTA	02/07/2012	22:27:27	23:18:22	0:50:55	1540	3,5	16,3	08:19
	EL TAQUILLAZO / LA HORA DE LA ARAÑA	03/07/2012	22:27:24	24:24:29	1:57:05	1221	2,8	32,5	38:05

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

Julio 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)
	PULSERAS ROJAS	09/07/2012	23:23:37	24:19:17	0:55:40	3.132	7,1	23,2	12:54
	JUEGO DE TRONOS / SE ACERCA EL INVIERNO	17/07/2012	22:36:27	23:34:18	0:57:51	2.813	6,4	23,5	13:35
	CINE CUATRO / ICE AGE 2:EL DESHIELO	08/07/2012	21:42:27	23:23:13	1:40:46	2.197	5,0	21,1	21:16
	HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR	10/07/2012	22:32:02	25:45:42	3:13:40	2.186	5,0	16,9	32:44
	EL HORMIGUERO 3.0	09/07/2012	21:45:22	22:31:06	0:45:44	1.928	4,4	15,1	06:53
	HOSPITAL CENTRAL / AMOR FOU I	26/07/2012	22:31:48	24:09:19	1:37:31	1.882	4,3	17,6	17:09
	LA QUE SE AVECINA / UNA EX-MUJER, UN EX-PRESIDENTE	16/07/2012	22:07:54	23:25:47	1:17:53	1.850	4,2	8,8	06:51
	AIDA / LOS GUINNES AL SOL	15/07/2012	23:09:01	24:18:34	1:09:33	1.835	4,2	22,5	15:40
	SANGRE Y ACERO	11/07/2012	22:41:34	24:18:54	1:37:20	1.823	4,1	12,9	12:35
	LO MEJOR DE EL HORMIGUERO 3.0	12/07/2012	21:46:05	22:32:42	0:46:37	1.291	2,9	15,4	07:12

(**) 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

Julio 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			

Julio 2012