

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Año 2012





Conclusiones

- Telecinco ha sido la cadena que más Resto de Emisión ha tenido en el computo total del año, con un 19,9%. Este dato es el más bajo anotado por la cadena en los últimos 5 años.
- En 5 de los 12 meses del año, Telecinco ha sido la cadena que más Resto de Emisión ha tenido, mientras que La Sexta lo fue en 6. En los 3 últimos meses del año fue Cuatro la cadena con un mayor porcentaje.
- El hecho de haber reducido tan drásticamente su Resto de Emisión en los 3 últimos meses del año debido a su fusión con Antena 3 y su posterior comercialización conjunta con Neox, le ha permitido a La Sexta anotar un porcentaje de Resto de Emisión anual por debajo del registrado por Telecinco (19,3%).
- Mientras en la franja de Total día ninguna cadena supera el 20% de Resto de Emisión, en la franja de noche este valor se dispara, pues en Cuatro y Antena 3 supera el 24%, en Telecinco el 23% y en La Sexta el 21%. Exceptuando La Sexta, ninguna de estas cadenas ha llegado a estos valores en ningún mes del año en la franja Total día. En la franja de Sobremesa sucede algo parecido pero con valores algo más moderados.
- Al igual que el año anterior, este año ha habido un descenso del tiempo de Publicidad en las cadenas nacionales privadas. Como promedio se ha emitido un 10,1% menos de Publicidad, mientras que el año anterior fue un 7,5% menos.
- La cadena que más Publicidad ha emitido ha sido Telecinco, con 3 horas y 8 minutos diarios, seguida de La Sexta con una media de 2 horas y 55 minutos y de Cuatro con 2 horas y 51 minutos. Antena 3 fue la cadena nacional privada que menos Publicidad emitió con una media de 2 horas y 42 minutos diarios.
- La cadena que más ha reducido su Publicidad respecto a 2011 ha sido La Sexta, con una reducción media de 43 minutos diarios.







Año 2012

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

	19,9%
	19,3%
	18,0%
	3,3%
	3,1%







MAÑANA 7:00-13:59

	19.7 %
	19.6 %
	17.6 %
	14.9 %
	3.7 %
	3.5 %







SOBREMESA 14:00-16:59

	24.2 %
	21.5 %
	20.5 %
	20.5 %
	5.1 %
	3.7 %







TARDE 17:00-20:29

	20.5 %
	19.7 %
	18.9 %
	17.0 %
	4.8 %
	2.9 %







NOCHE 20:30-23:59

	24.9 %
	24.8 %
	23.9 %
	21.2 %
	3.8 %
	2.9 %

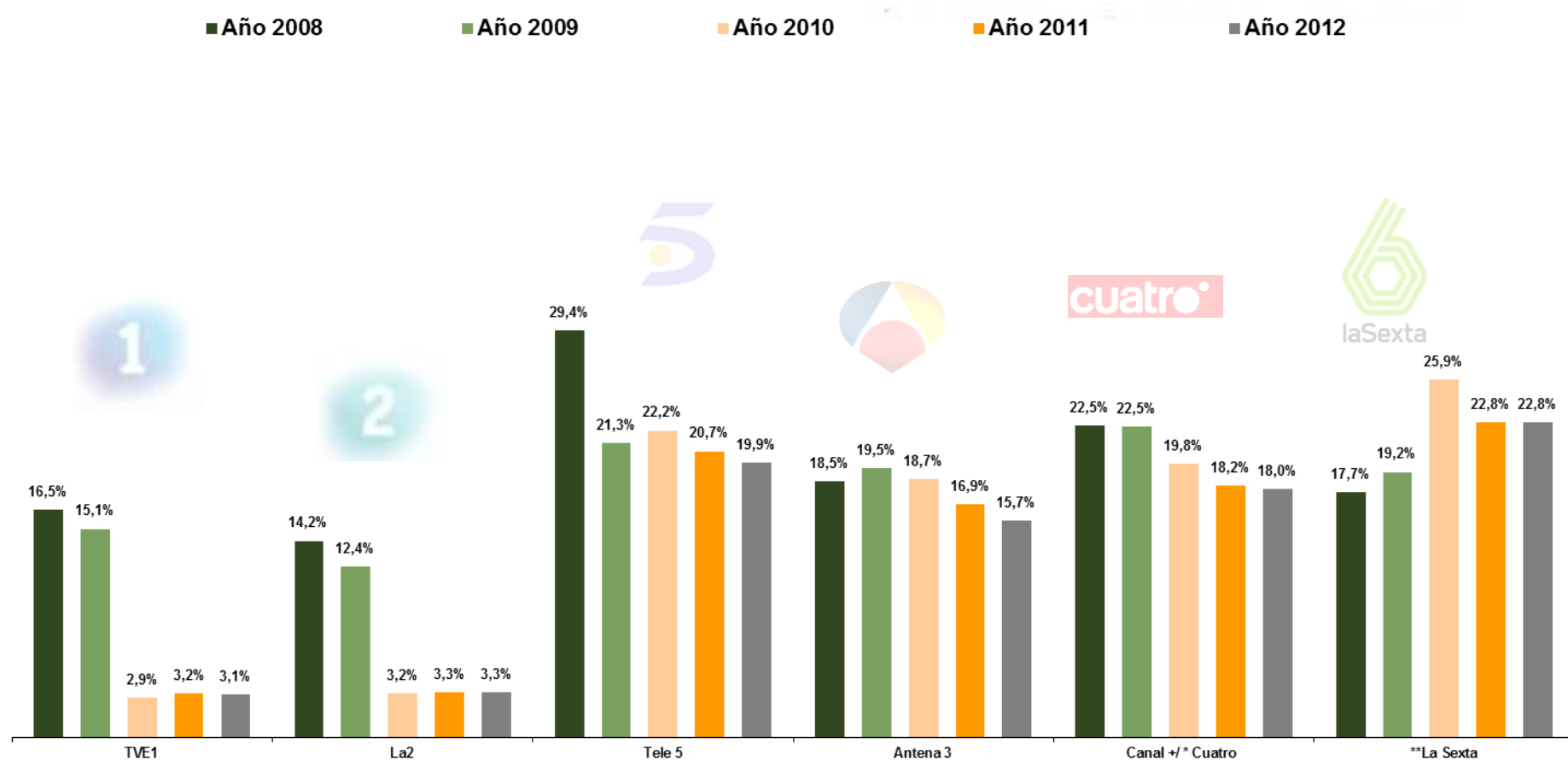
MADRUGADA 1 24:00-2:29

	17.1 %
	16.7 %
	15.5 %
	15.2 %
	3.1 %
	2.9 %

MADRUGADA 2 2:30-6:59

	18.4 %
	15.9 %
	13.9 %
	2.7 %
	1.5 %
	0.8 %

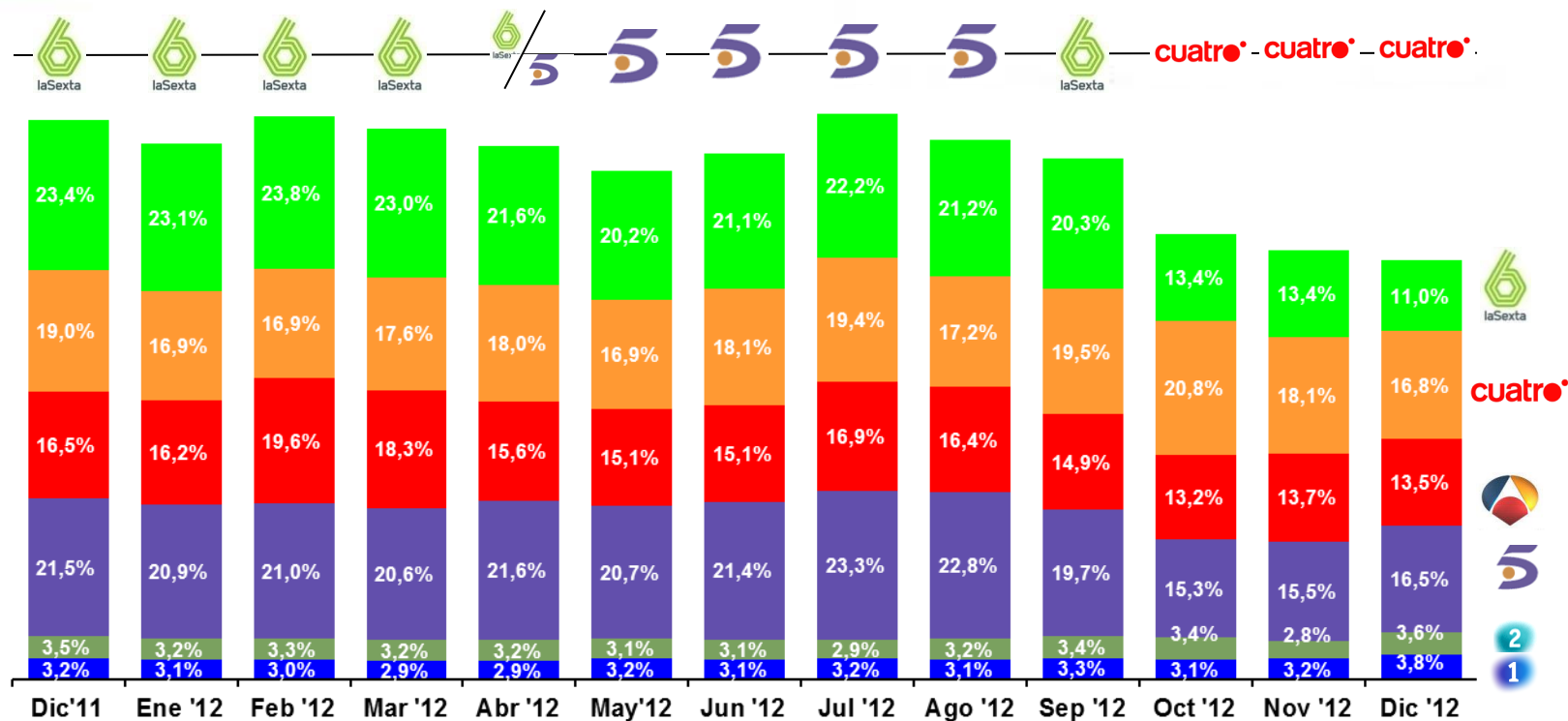
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: Kantar Media

Año 2012

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

14,5% 13,9% 14,6% 14,2% 13,9% 13,2% 13,6% 14,6% 13,9% 13,5% 11,5% 11,1% 10,8%

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

20,1% 19,2% 20,3% 19,8% 19,2% 17,4% 18,9% 20,4% 19,4% 18,6% 15,6% 15,2% 14,5%

Acumulado 2012 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero – Diciembre

Cadenas Nacionales

331.492

418.574

480.704

448.163

450.551

330.615

306.504

277.858

Cadenas Nacionales Privadas

200.923

278.918

328.555

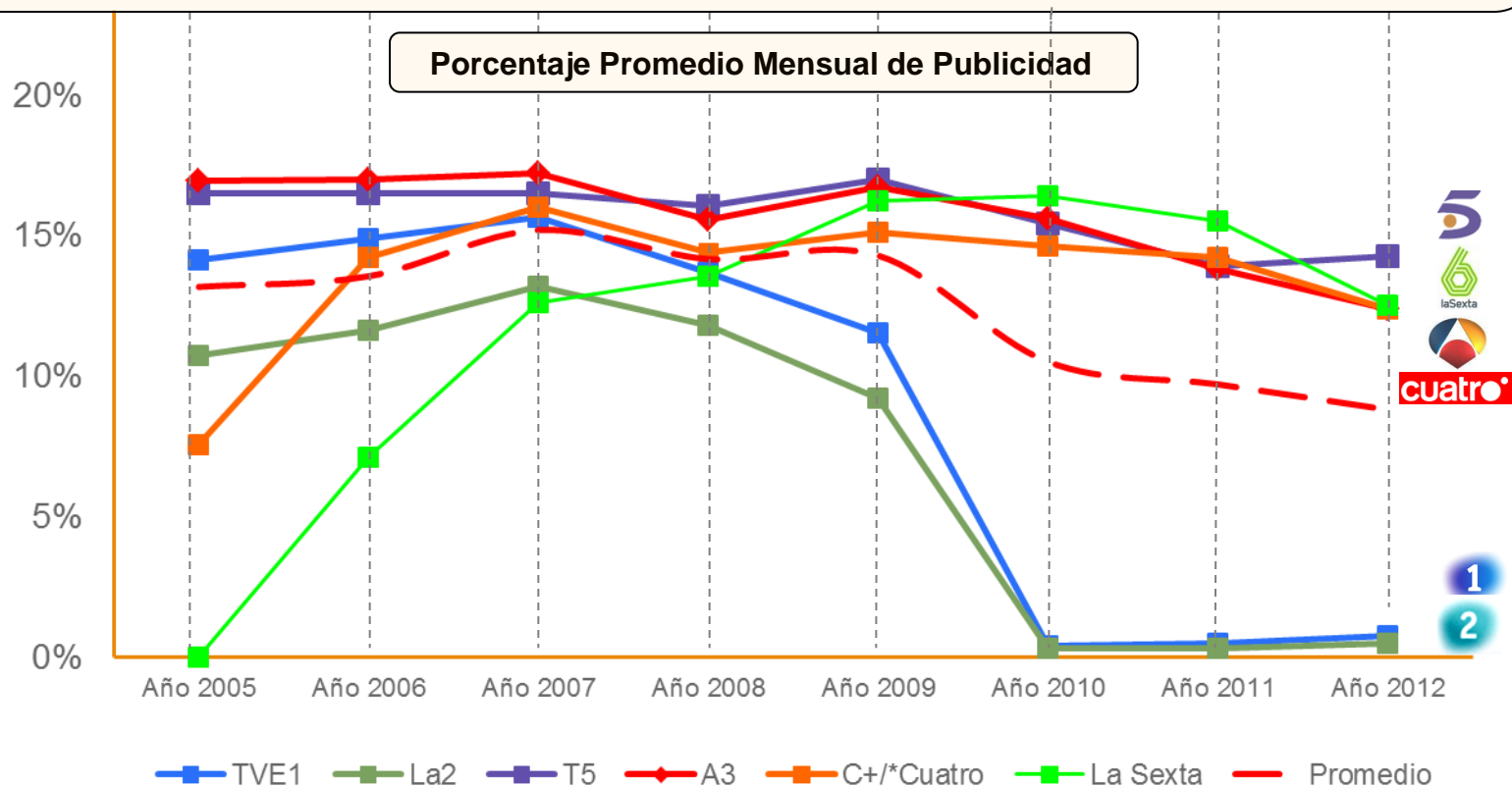
313.838

341.836

326.592

302.002

271.345








Fuente: Kantar Media







Año 2012

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	19,9%
	19,3%
	18,0%
	15,7%
	3,3%
	3,1%







PUBLICIDAD

	13,1%
	12,2%
	11,9%
	11,3%
	0,5%
	0,3%







TELETIENDAS

	3,8%
	2,9%
	2,6%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

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







PATROCINIOS

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

TELEPROMOCIONES

	0,8%
	0,6%
	0,2%
	0,1%
	0,1%
	0,0%

OTROS

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

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Año 2011		Año 2012
1	PROGRAMACION	1395	↑	1401
	Autoprom / Av. Prog.	35	↓	32
	Teletienda	0	→	0
	Publicidad*	6	↑	8
	Patrocinios	1	→	1
	Telepromociones	0	→	1
	Otros	3	↓	2

mañana	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	177	204	204	146	266
11	7	4	4	3	3
0	0	0	0	0	0
2	2	1	1	1	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0

		Año 2011		Año 2012
2	PROGRAMACION	1389	↑	1392
	Autoprom / Av. Prog.	40	↓	38
	Teletienda	0	→	0
	Publicidad*	4	↑	5
	Patrocinios	0	↑	1
	Telepromociones	0	→	0
	Otros	4	↓	2

mañana	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	202	145	268
13	5	8	6	4	2
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	0	0	0	0	0

		Año 2011		Año 2012
5	PROGRAMACION	1142	↓	1153
	Autoprom / Av. Prog.	27	↑	29
	Teletienda	59	↑	42
	Publicidad*	183	↑	188
	Patrocinios	6	↓	5
	Telepromociones	12	→	12
	Otros	10	→	10

mañana	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
338	137	167	160	125	227
10	4	5	5	5	0
0	0	0	0	0	45
64	34	32	41	18	0
2	1	1	1	0	0
3	2	4	2	1	0
4	2	1	2	1	0









Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Año 2011		Año 2012
 PROGRAMACION	1197		1214
Autoprom / Av. Prog.	35		35
Teletienda	0		0
Publicidad*	182		162
Patrocinios	6		7
Telepromociones	11		9
Otros	9		14

mañana	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
357	141	171	158	124	263
12	6	6	6	5	1
0	0	0	0	0	0
43	29	30	42	19	0
2	1	1	2	1	0
5	1	1	2	0	0
2	1	1	1	1	7

	Año 2011		Año 2012
 PROGRAMACION	1178		1181
Autoprom / Av. Prog.	26		33
Teletienda	21		37
Publicidad*	198		171
Patrocinios	3		4
Telepromociones	3		3
Otros	12		12

mañana	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	143	174	158	127	233
12	4	6	6	5	0
0	0	0	0	0	37
56	28	28	42	17	0
0	1	1	1	0	0
0	2	0	1	0	0
5	2	2	2	1	0

	Año 2011		Año 2012
 PROGRAMACION	1112		1162
Autoprom / Av. Prog.	26		31
Teletienda	66		55
Publicidad*	218		175
Patrocinios	4		3
Telepromociones	2		2
Otros	12		11

mañana	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
337	143	169	166	127	220
11	4	7	6	4	0
6	0	0	0	0	49
60	31	32	35	17	0
0	1	1	1	0	0
0	0	0	1	0	0
6	1	2	2	1	0

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	 TPA	Asturias	23,9%
2	 IB3	I. Baleares	14,6%
3	 CL7	Castilla y León	13,8%
4	 C. SUR	Andalucía	11,5%
5	 CMT	Castilla la Mancha	11,0%
6	 C9	C. Valenciana	10,6%
7	 TVM	Madrid	9,9%
8	 TV3	Cataluña	8,7%
9	 ETB2	País Vasco	7,4%
10	 TVG	Galicia	6,7%

Ficha Técnica

Características del Estudio

- Este informe ha sido elaborado por Mediaedge:cia con datos suministrados por Taylor Nelson Sofres.
- 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
 - Sobreimpresión
 - Patrocinios y Telepromociones
 - Spots
 - Otros...
- Periodicidad mensual.
- Análisis de los diferentes periodos horarios.

Año 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 (AEACP)	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			

Año 2012