

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Agosto 2011







Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales descienden su porcentaje de Resto de Emisión este mes respecto Julio excepto La2, que lo incrementa en un leve 0,1%. Cuatro con 2,2 puntos porcentuales menos que en el mes anterior, es la cadena que más lo reduce y La Sexta con un 22,2% de Resto de Emisión, sigue siendo la cadena que mayor porcentaje presenta, siendo además el registro de este mes el segundo más bajo desde Agosto de 2010, por detrás del anotado en Mayo 2011.
- En cuanto a publicidad se refiere, todas las cadenas descienden en Agosto el tiempo dedicado a Publicidad. Telecinco en 31 minutos diarios, Cuatro en 24 minutos y Antena 3 y La Sexta en 17 y 15 minutos diarios respectivamente.
- La Sexta nuevamente es la cadena que más publicidad emite, con una media de 3 h y 34 minutos de publicidad diaria. Comparando este dato con el anotado por la misma cadena en Agosto de 2010, tenemos que este año ha emitido 9 minutos menos de publicidad.
- Comparando el total de minutos de publicidad emitidos en Agosto de 2011 respecto al mismo periodo del año pasado, tenemos que en este mes se han emitido 1.379 minutos menos que en el mismo mes del año pasado.







Agosto 2011

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

 laSexta	22,2%
	20,2%
	17,6%
	16,5%
	3,4%
	3,0%







MAÑANA 7:00-13:59

 laSexta	23,3%
	19,2%
	18,9%
	16,7%
	4,0%
	3,1%







SOBREMESA 14:00-16:59

	25,1%
 laSexta	22,3%
	20,2%
	20,1%
	5,1%
	3,9%







TARDE 17:00-20:29

	20,2%
	20,0%
 laSexta	20,0%
	18,9%
	4,7%
	3,3%







NOCHE 20:30-23:59

	25,3%
	24,6%
	24,6%
 laSexta	23,9%
	4,1%
	2,6%

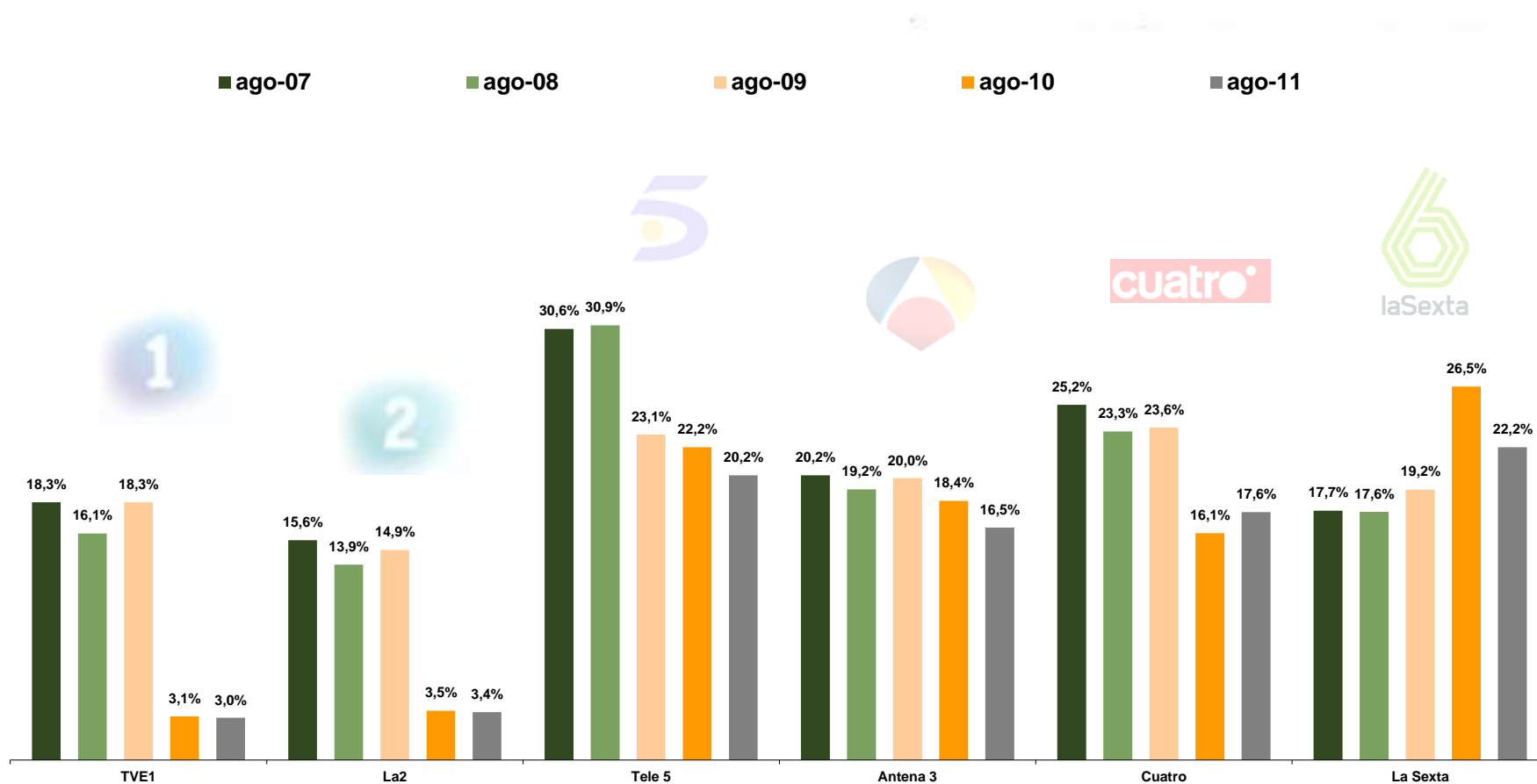
MADRUGADA 1 24:00-2:29

 laSexta	18,4%
	17,0%
	16,0%
	13,8%
	3,2%
	2,7%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

 laSexta	23,0%
	22,4%
	8,3%
	1,8%
	0,7%
	0,4%

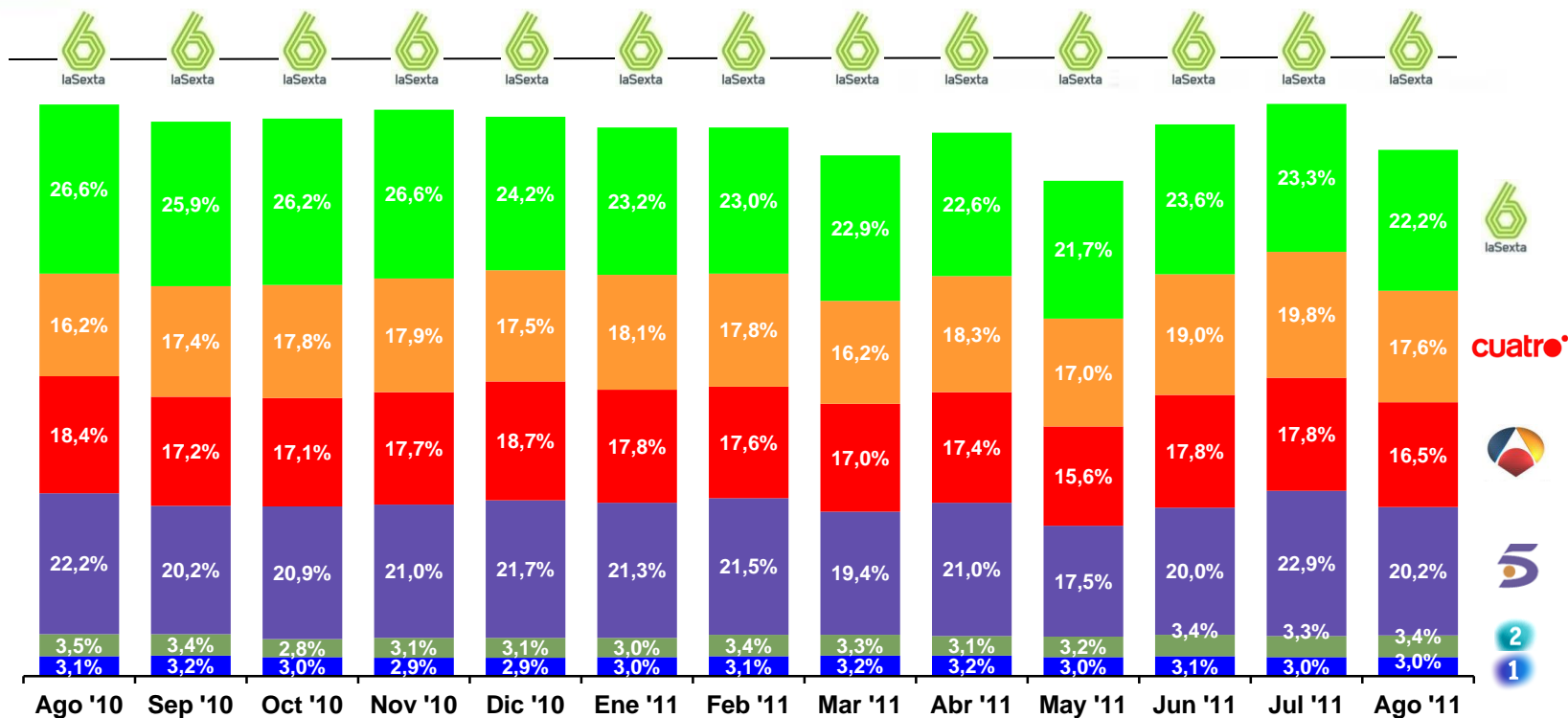
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: Kantar Media

Agosto 2011

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

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

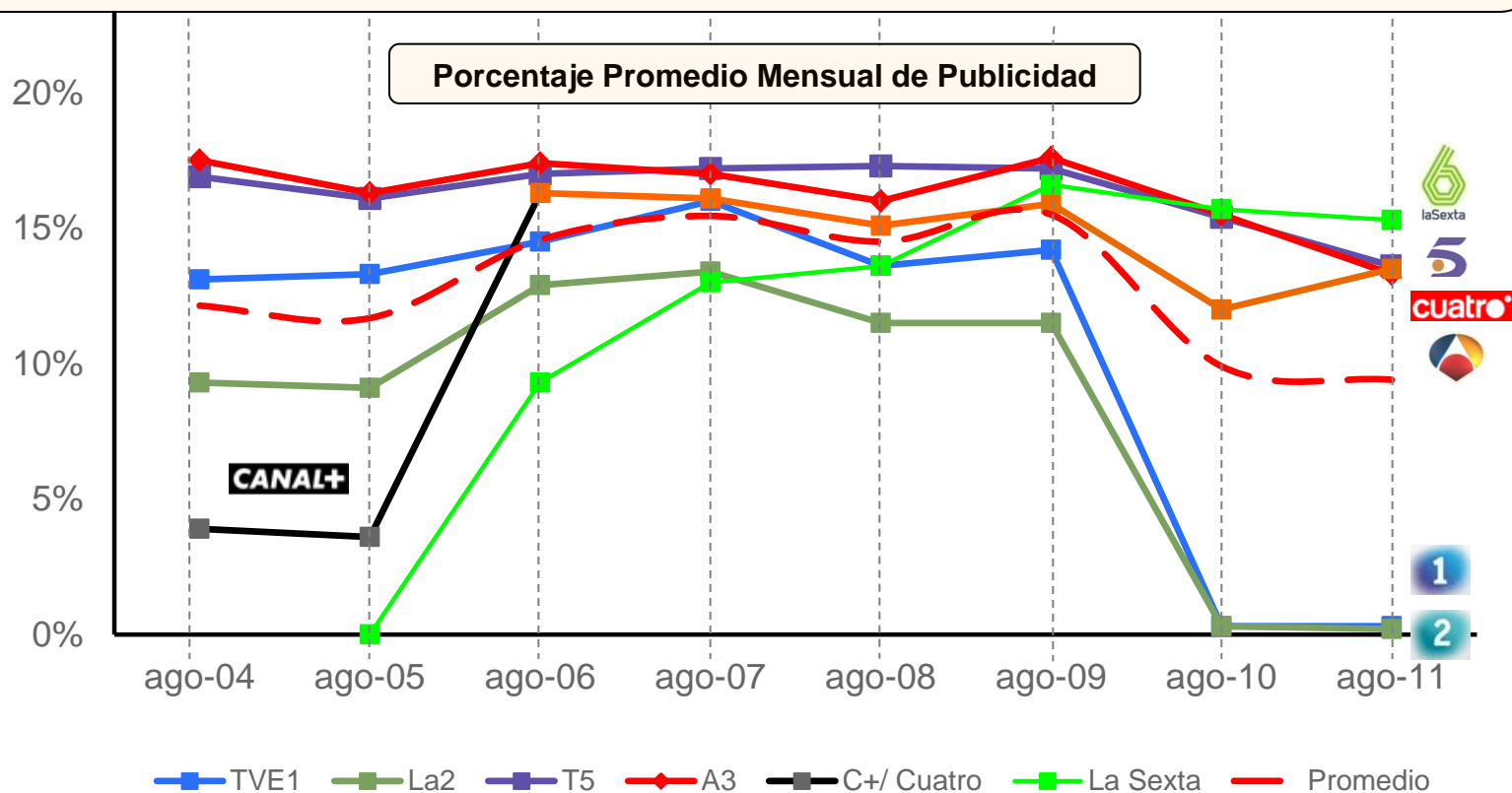
Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

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

Acumulado 2011 de Publicidad

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

Cadenas Nacionales	223.736	219.292	272.198	320.165	306.732	308.633	226.076	202.005
Cadenas Nacionales Privadas	134.112	134.166	180.632	220.575	216.196	223.043	223.736	201.256









Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Agosto 2011.







Agosto 2011

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	22,2%
	20,2%
	17,6%
	16,5%
	3,4%
	3,0%







PUBLICIDAD

	14,9%
	13,2%
	12,6%
	12,5%
	0,1%
	0,1%







TELETIENDAS

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







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	3,0%
	2,6%
	2,6%
	1,9%
	1,8%
	1,6%







PATROCINIOS

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

TELEPROMOCIONES

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

OTROS

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

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

1		Julio '11	Agosto '11
	PROGRAMACION	1395	1394
	Autoprom / Av. Prog.	36	37
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	3	2
	Patrocinios	1	2
	Telepromociones	0	0
	Otros	3	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	203	205	146	265
11	8	6	4	4	4
0	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
0	0	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1

2		Julio '11	Agosto '11
	PROGRAMACION	1389	1387
	Autoprom / Av. Prog.	42	44
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	2	1
	Patrocinios	0	0
	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
403	173	197	201	145	268
15	6	9	8	4	2
0	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	1	0	0

5		Julio '11	Agosto '11
	PROGRAMACION	1110	1148
	Autoprom / Av. Prog.	27	26
	Teletienda	60	60
	Publicidad*	212	181
	Patrocinios	7	6
	Telepromociones	13	9
	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
339	144	168	158	129	210
9	3	5	5	4	0
0	0	0	0	0	60
64	30	31	42	14	0
2	1	1	1	0	0
2	1	3	2	1	0
4	2	1	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Agosto 2011

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Julio '11	Agosto '11
PROGRAMACION	1184	1203
Autoprom / Av. Prog.	34	37
Teletienda	0	0
Publicidad*	197	180
Patrocinios	7	6
Telepromociones	9	6
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
350	135	168	157	125	269
12	7	5	7	5	1
0	0	0	0	0	0
51	35	33	42	19	0
2	2	1	1	0	0
3	0	1	1	0	0
2	2	2	2	1	0

	Julio '11	Agosto '11
PROGRAMACION	1154	1186
Autoprom / Av. Prog.	28	27
Teletienda	22	22
Publicidad*	215	191
Patrocinios	4	2
Telepromociones	4	2
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
340	144	170	158	126	248
10	3	5	5	4	0
0	0	0	0	0	22
64	31	33	44	19	0
0	0	0	1	1	0
1	1	0	0	0	0
4	1	2	2	1	0

	Julio '11	Agosto '11
PROGRAMACION	1104	1120
Autoprom / Av. Prog.	24	23
Teletienda	67	66
Publicidad*	229	214
Patrocinios	2	4
Telepromociones	2	1
Otros	12	12

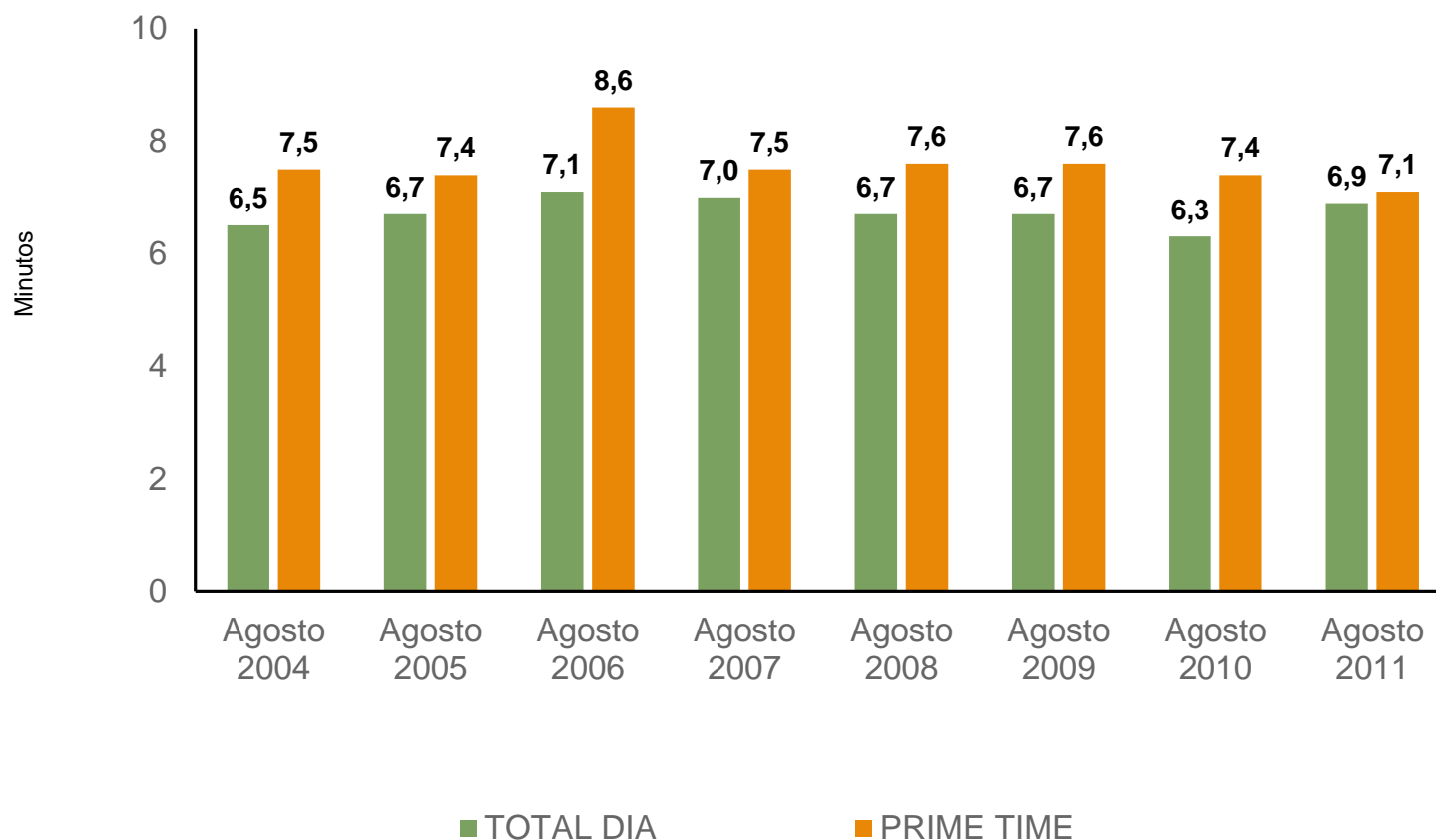
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00-16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
322	140	168	160	122	208
9	3	4	4	3	0
5	0	0	0	0	61
79	34	36	42	22	1
0	1	1	2	0	0
0	0	0	1	0	0
5	2	2	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Agosto 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.

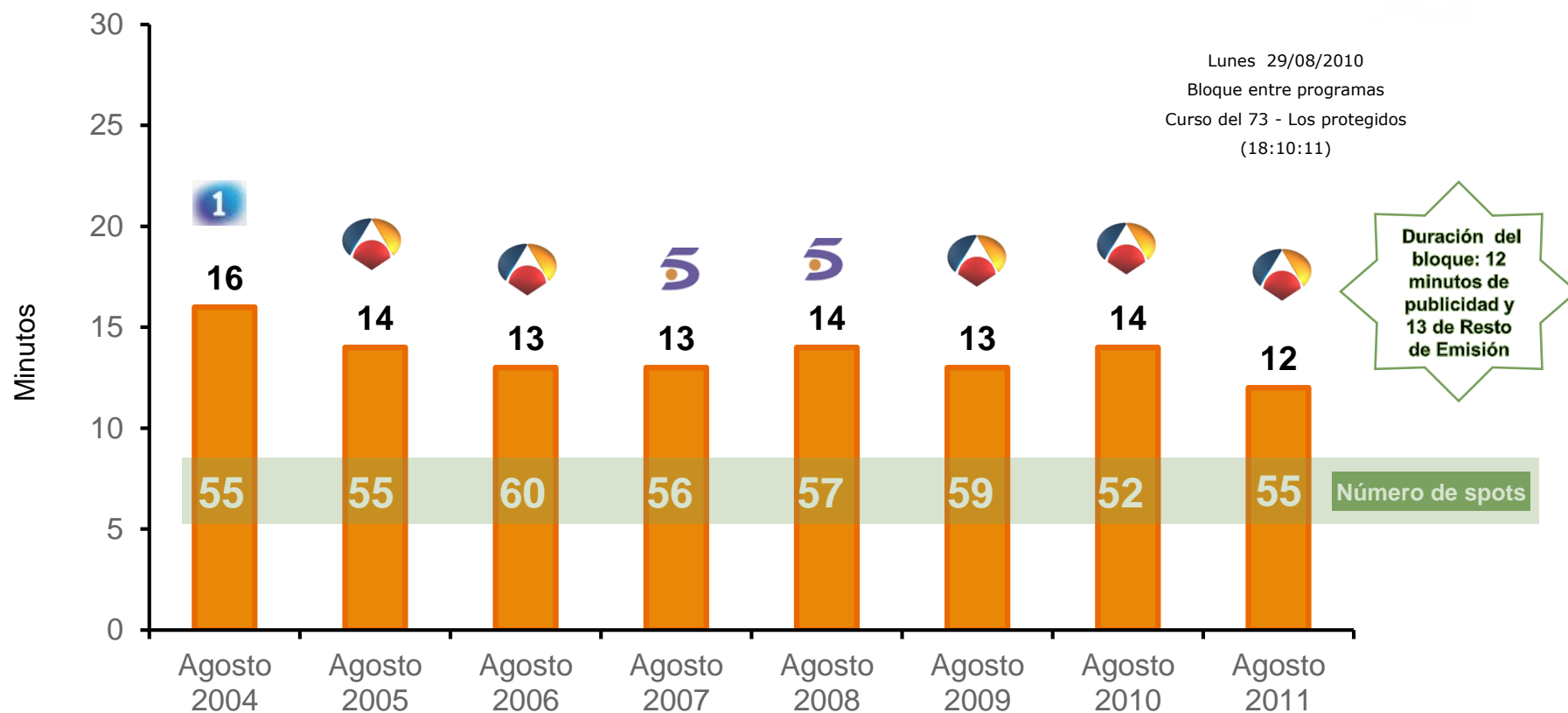
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Agosto 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

Agosto 2011

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	 C9	C. Valenciana	15,5%
2	 C. SUR	Andalucía	14,3%
3	 CMT	Castilla la Mancha	12,9%
4	 ETB2	País Vasco	10,8%
5	 TV3	Cataluña	10,6%
6	 TVM	Madrid	9,7%
7	 IB3	I. Baleares	9,0%
8	 TVG	Galicia	7,5%
9	 TPA	Asturias	6,0%
10	 7RM	Murcia	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 2011

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Agosto 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.

Agosto 2011

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 / NEXT	07/08/2011	22:16:51	23:43:21	1:26:30	2.978	7,1	0,0	00:00
	AMAR EN TIEMPOS REVUELTOS	30/08/2011	16:15:34	17:07:28	0:51:54	2.848	6,8	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)
	SABER Y GANAR	24/08/2011	15:38:30	16:10:36	0:32:06	1.265	3,0	0,0	00:00
	LEYENDAS DE LA CANCION ESPAÑOLA / LA LOLA SE V	03/08/2011	22:00:06	23:44:57	1:44:51	736	1,8	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)
	SUPERVIENTES	04/08/2011	21:56:39	25:30:15	3:33:36	2.669	6,4	21,9	46:41
	SALVAME:DIARIO	17/08/2011	15:57:47	20:13:34	4:15:47	1.921	4,6	18,0	46:01

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 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!	30/08/2011	22:15:01	23:41:36	1:26:35	2.129	5,1	15,6	13:31
	CINE / PISANDO FUERTE	25/08/2011	22:05:05	23:39:13	1:34:08	2.033	4,8	24,5	23:06

	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	29/08/2011	22:27:51	24:08:11	1:40:20	1.292	3,1	21,0	21:06
	CALLEJEROS VIAJEROS / PLAYAS DE ITALIA	21/08/2011	22:37:25	23:35:45	0:58:20	1.205	2,9	14,3	08:21

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL TAQUILLAZO / SEVEN	30/08/2011	22:25:15	24:52:35	2:27:20	1467	3,5	20,4	30:02
	EL MENTALISTA / ORO NEGRO, SANGRE ROJA	31/08/2011	22:27:20	23:15:13	0:47:53	1339	3,2	14,4	06:54

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 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)
	SUPERVIVIENTES	04/08/2011	21:56:39	25:30:15	3:33:36	2669	6,4	21,9	46:41
	¡AHORA CAIGO!	30/08/2011	22:15:01	23:41:36	1:26:35	2129	5,1	15,6	13:31
	CINE / PISANDO FUERTE	25/08/2011	22:05:05	23:39:13	1:34:08	2033	4,8	24,5	23:06
	LOS SIMPSONS	30/08/2011	14:39:38	14:59:48	0:20:10	2006	4,8	0,6	00:07
	MULTICINE / LA HERENCIA DE LOS HANSEN	28/08/2011	15:59:31	19:38:49	3:39:18	1938	4,6	22,1	48:23
	SALVAME:DIARIO	17/08/2011	15:57:47	20:13:34	4:15:47	1921	4,6	18,0	46:01
	SALVAME DELUXE	05/08/2011	21:59:10	26:29:59	4:30:49	1908	4,5	18,3	49:41
	ATRAPA UN MILLON	26/08/2011	22:27:18	24:14:47	1:47:29	1906	4,5	11,9	12:48
	C.S.I. / PERDIDOS Y ENCONTRADOS	22/08/2011	22:46:48	23:40:26	0:53:38	1720	4,1	24,9	13:22
	VUELVE ME LOCA ESTA NOCHE	31/08/2011	21:58:33	23:03:59	1:05:26	1681	4,0	23,7	15:30

(**) Se han eliminado del Ranking los programas que pertenecen a la parrilla de programación de La1 y La2 de TVE, cadenas que ya no emiten 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 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 (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			

Agosto 2011