

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión







Abril 2011

Conclusiones







- En Abril todas las cadenas nacionales, excepto La Sexta, aumentan ligeramente los valores de Resto de Emisión respecto al mes de Marzo. La Sexta es la cadena que más Resto de Emisión presenta por duodécimo mes consecutivo, con un 22,6%. Cuatro y Telecinco son las que más aumentan su porcentaje, suben 2,1 y 1,6 puntos porcentuales respectivamente.
- Este mes los porcentajes de Resto de Emisión de Antena 3 y Cuatro en Prime Time superan el 26%, incrementándose respecto a Marzo. Telecinco es la cadena que más aumenta su porcentaje de Resto de Emisión en Prime Time, con 2,3 puntos porcentuales más. Es la única cadena que lo incrementa en todas las franjas. La Sexta solamente lo hace en las franjas de Sobremesa y Madrugada2.
- En cuanto a Publicidad se refiere todas las cadenas privadas excepto La Sexta aumentan el tiempo dedicado a Publicidad. La Sexta sigue siendo la cadena que más Publicidad emite con una media de 3 horas y 36 minutos diarios. Cuatro es la cadena que más incrementa su tiempo de Publicidad, con 34 minutos más que en Marzo, situándose en el segundo puesto, con 3 horas y 20 minutos de publicidad diarios.
- Si comparamos lo que llevamos de año 2011 con el mismo período del 2010, se observa que se han dejado de emitir en 2011 14.549 minutos de Publicidad, lo que supone un 13% menos que en 2010.

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

	22,6%
	21,0%
	18,3%
	17,4%
	3,2%
	3,1%







MAÑANA 7:00-13:59

	23,1%
	18,8%
	18,6%
	18,4%
	3,6%
	3,1%







SOBREMESA 14:00-16:59

	25,1%
	22,7%
	22,2%
	21,7%
	4,5%
	4,0%







TARDE 17:00-20:29

	23,1%
	22,5%
	21,4%
	20,4%
	4,4%
	4,1%







NOCHE 20:30-23:59

	26,7%
	26,1%
	25,1%
	22,6%
	3,7%
	2,8%

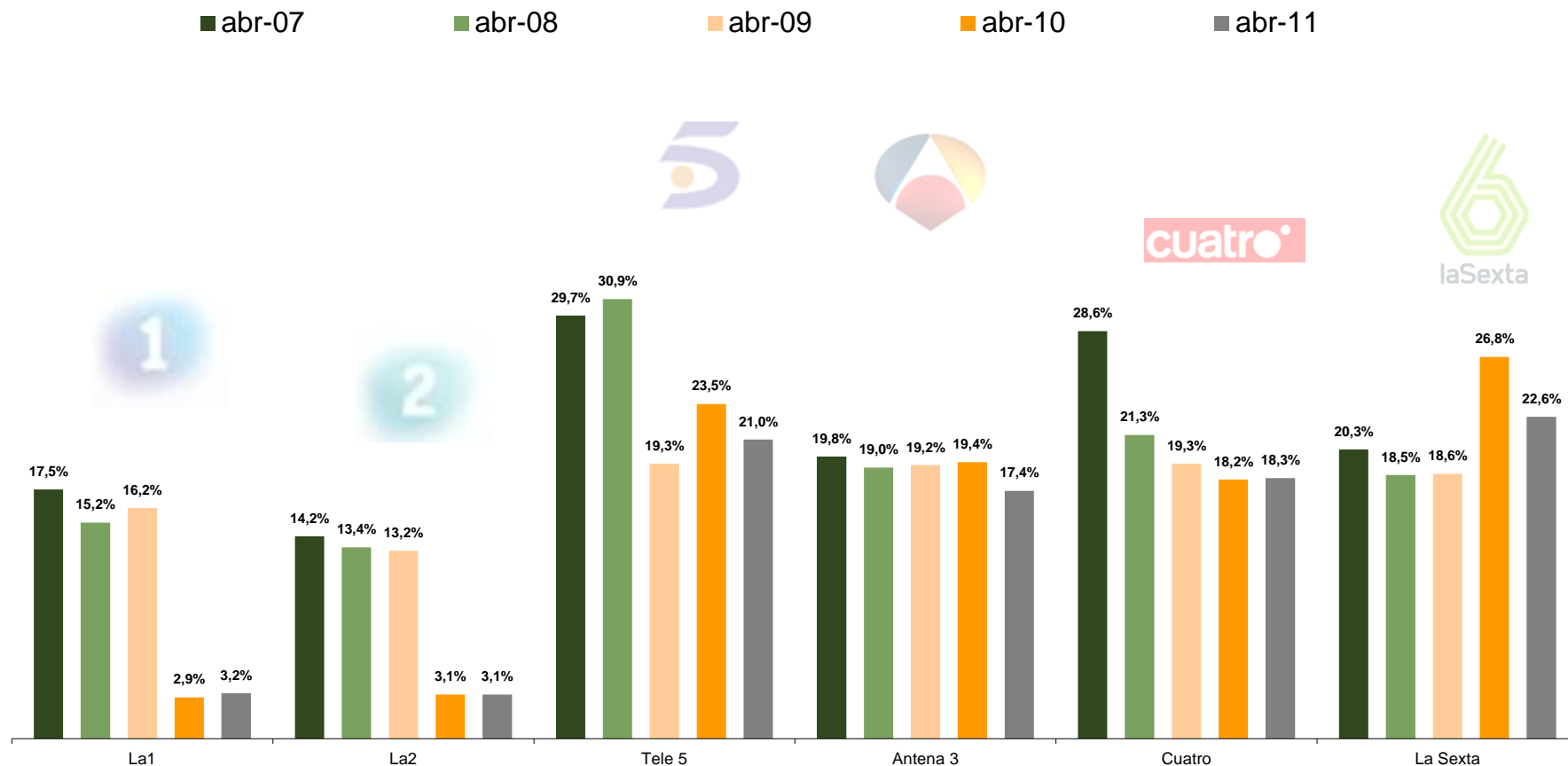
MADRUGADA 1 24:00-2:29

	19,9%
	18,1%
	17,7%
	14,8%
	3,1%
	2,6%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

	23,7%
	22,4%
	7,6%
	1,7%
	0,4%
	0,3%

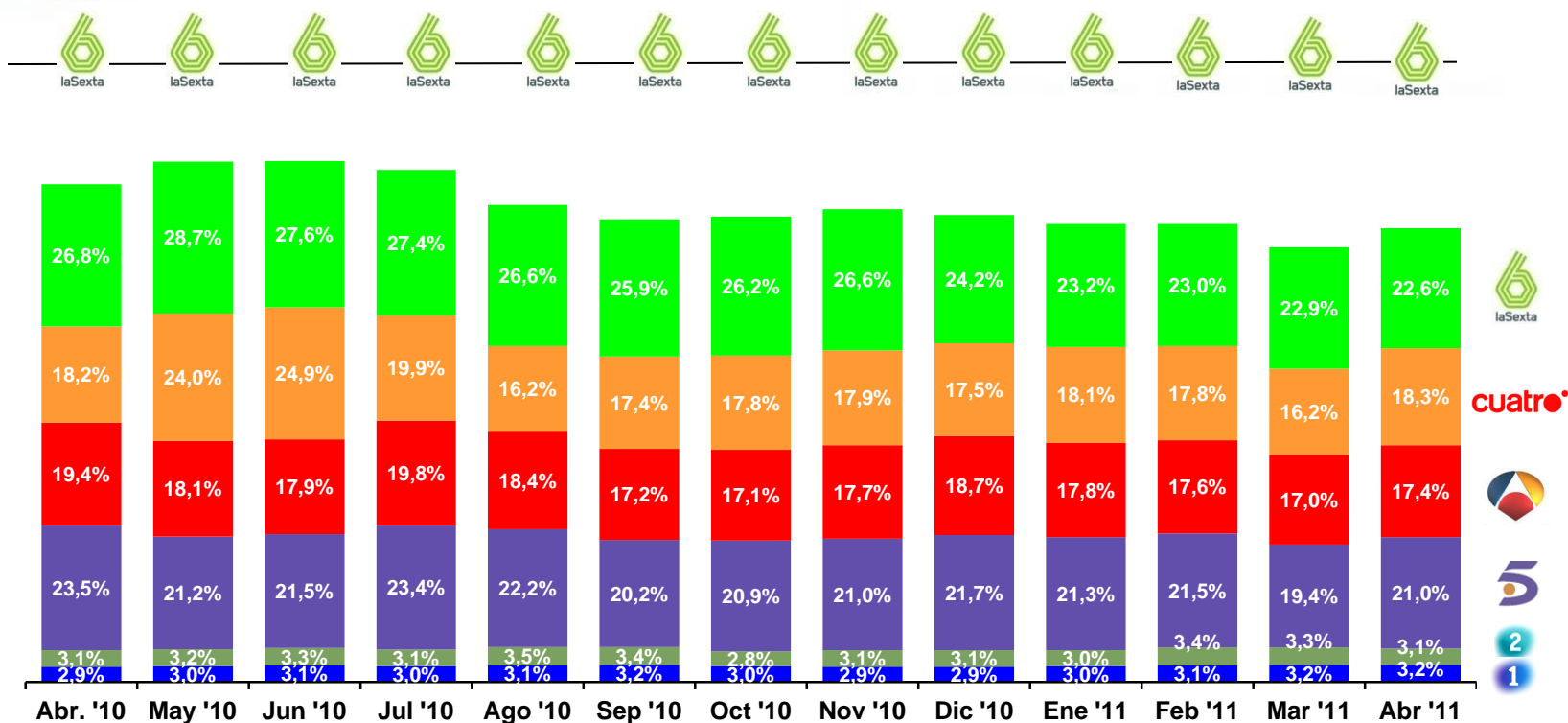
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Abril 2011

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

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

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

22,0% 23,0% 23,0% 22,6% 20,8% 20,2% 20,5% 20,8% 20,5% 20,1% 20,0% 18,9% 19,8%

Acumulado 2011 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero-Abril'2011

Cadenas Nacionales

110.003

109.392

126.912

154.811

153.402

144.227

115.710

101.161

Cadenas Nacionales Privadas

65.427

67.021

82.034

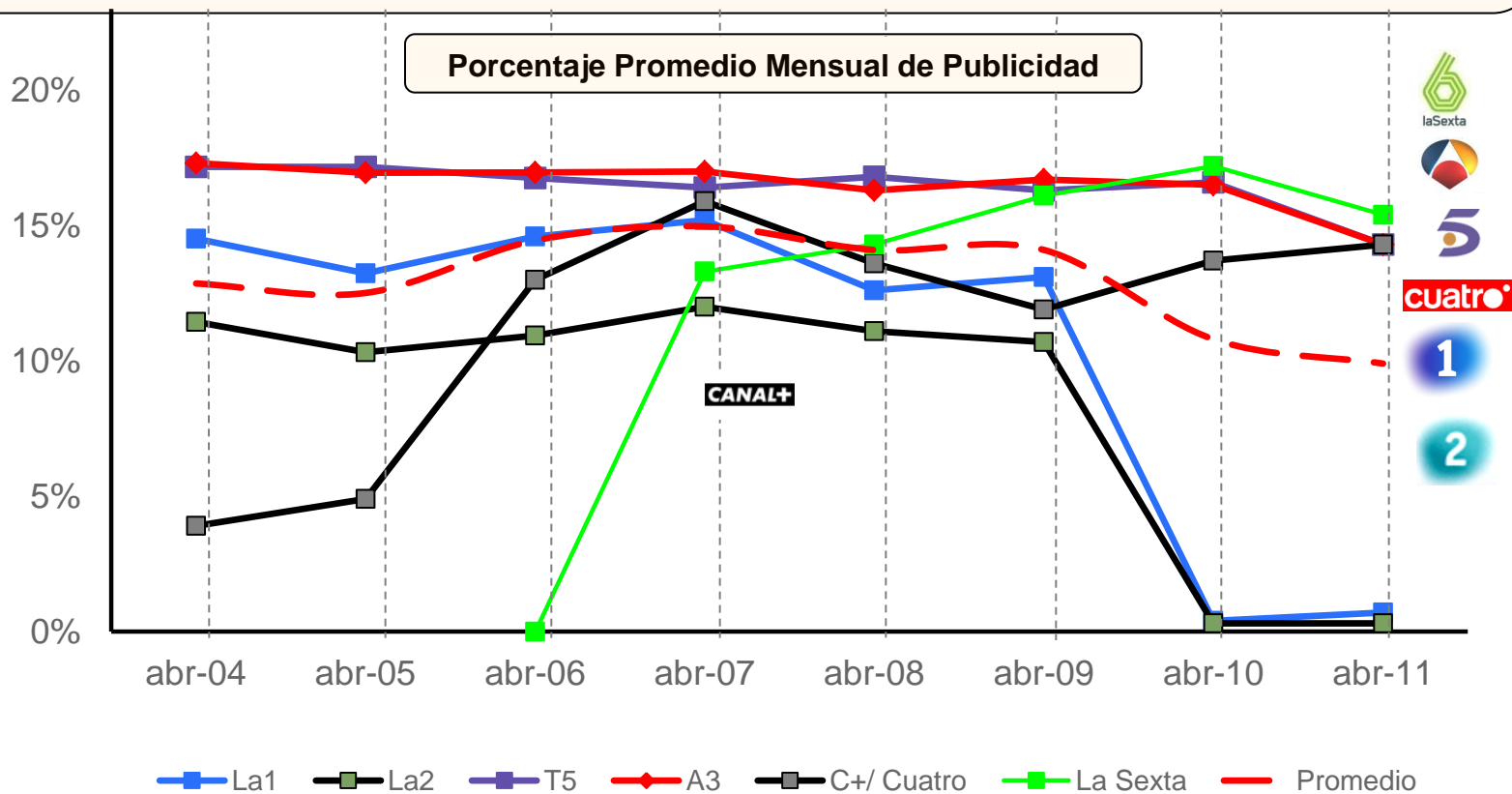
107.388

107.737

104.676

114.365

100.002









Fuente: Kantar Media

Datos Abril 2011.







Abril 2011

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	22,6%
	21,0%
	18,3%
	17,4%
	3,2%
	3,1%







PUBLICIDAD

	15,0%
	13,9%
	13,3%
	12,8%
	0,5%
	0,2%







TELETIENDAS

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







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	2,5%
	2,4%
	2,3%
	1,9%
	1,8%
	1,7%







PATROCINIOS

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

TELEPROMOCIONES

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

OTROS

	0,9%
	0,9%
	0,7%
	0,7%
	0,4%
	0,2%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Marzo '11		Abril '11
1	PROGRAMACION	1387		1389
	Autoprom / Av. Prog.	35		32
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	6		7
	Patrocinios	2		2
	Telepromociones	0		0
	Otros	3		4

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	170	201	204	146	265
9	6	6	4	3	5
0	0	0	0	0	0
3	2	2	1	0	0
0	0	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	1	1	0	0	0

		Marzo '11		Abril '11
2	PROGRAMACION	1387		1391
	Autoprom / Av. Prog.	39		35
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	2		3
	Patrocinios	1		1
	Telepromociones	0		0
	Otros	5		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
404	173	199	202	144	269
13	6	7	6	4	0
0	0	0	0	0	0
0	1	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
2	1	1	1	1	1

		Marzo '11		Abril '11
5	PROGRAMACION	1161		1138
	Autoprom / Av. Prog.	25		27
	Teletienda	60		60
	Publicidad*	169		185
	Patrocinios	4		8
	Telepromociones	11		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
341	141	161	157	128	209
9	3	5	5	5	0
0	0	0	0	0	60
61	31	36	42	15	0
2	2	2	2	0	0
3	2	5	2	1	0
3	2	2	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Abril 2011

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Marzo '11		Abril '11
	PROGRAMACION	1195	↓	1189
	Autoprom / Av. Prog.	34	↑	35
	Teletienda	0	↓	0
	Publicidad*	183	↑	191
	Patrocinios	6	↓	6
	Telepromociones	13	↓	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
343	135	165	154	123	269
13	6	4	7	5	1
0	0	0	0	0	0
56	35	36	44	20	0
2	1	1	2	0	0
4	1	2	2	0	0
3	1	2	2	1	0

		Marzo '11		Abril '11
	PROGRAMACION	1207	↓	1176
	Autoprom / Av. Prog.	29	↓	26
	Teletienda	21	↓	19
	Publicidad*	166	↑	200
	Patrocinios	3	↓	3
	Telepromociones	4	↓	4
	Otros	10	↑	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
342	139	167	155	123	250
11	2	3	5	4	0
0	0	0	0	0	19
60	35	37	46	22	0
0	1	1	1	0	0
0	2	0	1	0	0
6	1	2	2	1	1

		Marzo '11		Abril '11
	PROGRAMACION	1110	↑	1114
	Autoprom / Av. Prog.	30	↓	25
	Teletienda	63	↑	66
	Publicidad*	219	↓	216
	Patrocinios	5	↓	4
	Telepromociones	2	↑	3
	Otros	12	↓	12

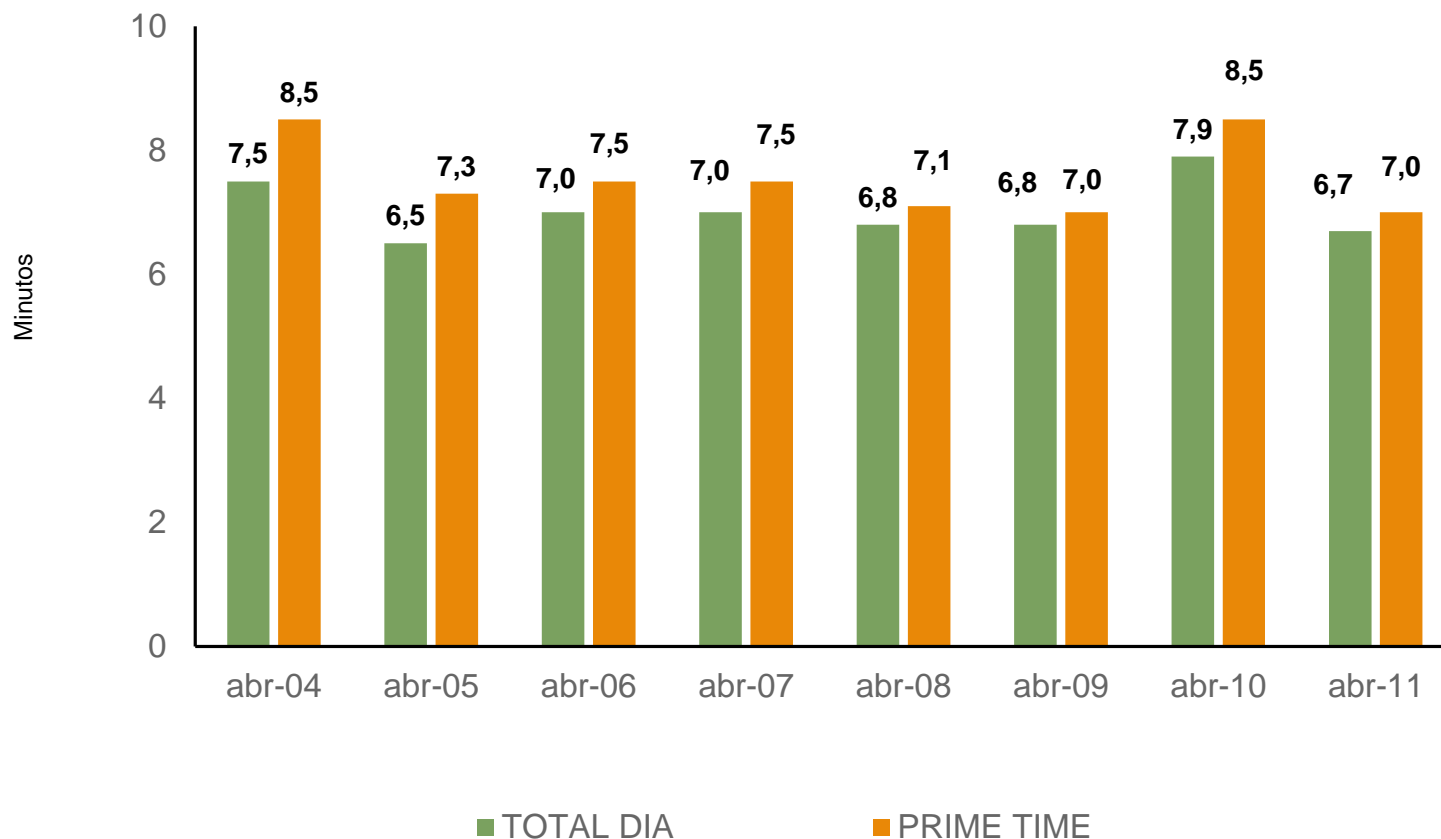
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
323	140	163	163	120	206
9	2	5	4	4	0
6	0	0	0	0	60
76	35	39	39	23	3
1	1	1	1	0	0
0	0	1	1	0	0
5	1	2	2	2	0

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

Fuente: Kantar Media

Abril 2011

Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (*)



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT), CUATRO(AT) y LA SEXTA(AT)).

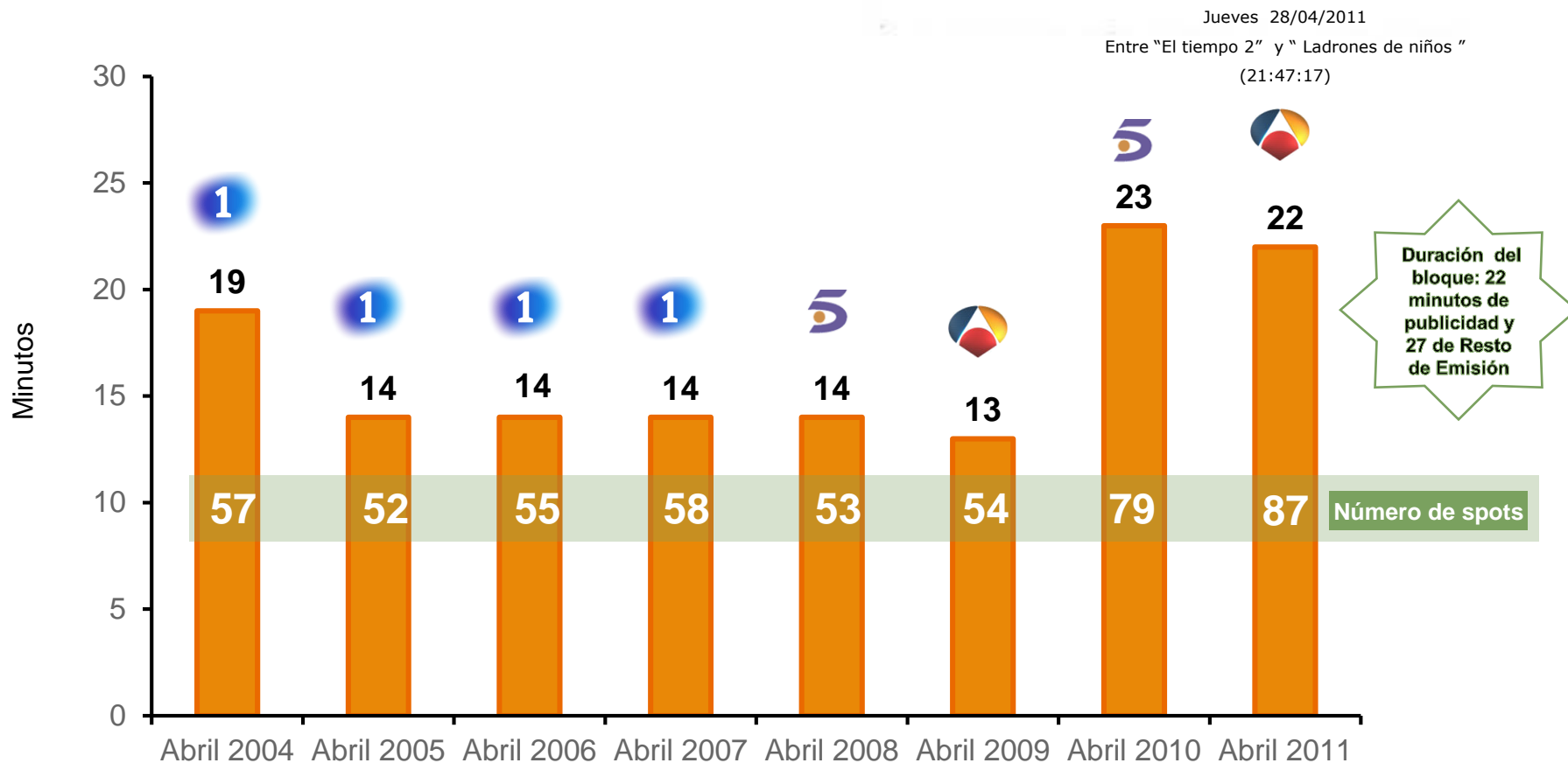
Sólo se han contemplado los bloques con 5 y más spots.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios

Abril 2011

Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT), CUATRO (AT) y LA SEXTA(AT).

No se han contemplado las desconexiones regionales.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios

Abril 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	 C9	C. Valenciana	13.7%
2	 CMT	Castilla la Mancha	12.4%
3	 C. SUR	Andalucía	12.4%
4	 TVM	Madrid	11.9%
5	 ETB2	País Vasco	11.8%
6	 CL7	Castilla y León	11.7%
7	 TVG	Galicia	9.9%
8	 TV3	Cataluña	9.5%
9	 IB3	I. Baleares	8.6%
10	 TPA	Asturias	7.8%

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.

Abril 2011

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Abril 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.

Abril 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)
	GRAN RESERVA / CAPITULO 16	07/04/2011	22:19:57	23:29:58	1:10:01	3.499	8,3	0,0	00:00
	14 DE ABRIL.LA REPUBLICA	18/04/2011	22:17:57	23:24:52	1:06:55	3.460	8,2	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	06/04/2011	15:38:01	16:08:53	0:30:52	1.526	3,6	0,0	00:00
	EL CINE DE LA 2 / YAMAKASI	25/04/2011	22:02:53	23:25:04	1:22:11	879	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)
	AIDA	10/04/2011	22:07:40	23:09:59	1:02:19	3.037	7,2	14,7	09:09
	HOSPITAL CENTRAL / FUTURO INCIERTO	06/04/2011	22:34:17	24:15:53	1:41:36	2.603	6,2	14,0	14:16

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


Abril 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)
	EL BARCO / NIEBLA	28/03/2011	22:17:36	23:55:52	1:38:16	4.144	9,9	24,2	29:51
	DOWNTON ABBEY	15/03/2011	22:06:07	24:11:15	2:05:08	3.196	7,6	17,1	09:31

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	SPARTACUS:SANGRE Y ARENA / MATADLOS A TODOS	06/04/2011	23:41:53	24:41:00	0:59:07	2.171	5,2	15,6	09:12
	PERDIDOS EN LA CIUDAD	24/04/2011	22:31:10	24:05:22	1:34:12	2.052	4,9	15,3	14:22

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL TAQUILLAZO / LARA CROFT TOMB RAIDER, LA CUNA DE LA	12/04/2011	22:32:52	24:32:07	1:59:15	1880	4,5	14,4	17:13
	EL CLUB DE LA COMEDIA	10/04/2011	21:25:45	25:32:07	22:25:06	1838	4,4	14,7	08:36

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

Abril 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)
	EL BARCO / ESPERANDO UN MILAGRO	25/04/2011	22:19:33	24:23:08	2:03:35	4063	9,7	24,2	29:51
	AIDA	10/04/2011	22:07:40	23:09:59	1:02:19	3037	7,2	14,7	09:09
	LOS PROTEGIDOS / EL REENCUENTRO(2 PARTE)	17/04/2011	22:11:11	23:50:43	1:39:32	2991	7,1	24,7	24:34
	DOWNTON ABBEY	05/04/2011	22:34:23	23:29:54	0:55:31	2607	6,2	17,1	09:31
	HOSPITAL CENTRAL / FUTURO INCIERTO	06/04/2011	22:34:17	24:15:53	1:41:36	2603	6,2	14,0	14:16
	ATRAPA UN MILLON	29/04/2011	22:08:43	23:47:55	1:39:12	2497	5,9	14,4	14:20
	C.S.I. / TRISTE CIUDAD DEL PECADO	11/04/2011	22:46:59	23:42:14	0:55:15	2485	5,9	25,3	13:58
	LA DUQUESA 2	12/04/2011	22:34:31	24:08:33	1:34:02	2481	5,9	13,3	12:32
	C.S.I.MIAMI / QUEMADO	18/04/2011	22:47:40	23:44:02	0:56:22	2368	5,6	26,9	15:09
	LA REINA DEL SUR	13/04/2011	22:35:56	24:00:32	1:24:36	2366	5,6	16,9	14:17

(**) Se han eliminado del Ranking 8 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

Abril 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			

Abril 2011