

# Observatorio **aea** de la Publicidad

## Informe Televisión

Septiembre 2011







## Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales incrementan su porcentaje de Resto de Emisión este mes respecto Agosto, aunque si nos comparamos con Septiembre de 2010 solamente Telecinco y Cuatro han emitido más Resto de Emisión. Son también las cadenas que más lo han aumentado. La Sexta con un 22,6% de Resto de Emisión, sigue siendo la cadena que mayor porcentaje presenta. Le sigue Telecinco con 21,8%.
- Todas las cadenas aumentan en Septiembre el tiempo dedicado a Publicidad. De nuevo son Telecinco y Cuatro los que más aumentan, con 16 y 20 minutos más respectivamente. Antena 3 y La Sexta aumentan ambos 2 minutos.
- La Sexta sigue siendo la cadena que más publicidad emite, con una media de 3 h y 36 minutos de publicidad diaria. Comparando este dato con el de Septiembre de 2010, este año ha emitido 6 minutos más de publicidad. El aumento de publicidad emitida por Cuatro le sitúa en segunda posición con 3 h y 31 minutos, 5 minutos menos que La Sexta.
- Comparando el total de minutos de publicidad emitidos en Enero- Septiembre 2011 respecto al mismo periodo del 2010, se han emitido 22.687 minutos menos, un 9% menos.







Septiembre 2011

## Resto de Emisión por franjas







### TOTAL DÍA

	22,6%
	21,8%
	19,2%
	16,7%
	3,5%
	3,2%







### MAÑANA 7:00-13:59

	23,1%
	20,8%
	20,7%
	17,5%
	4,3%
	3,6%







### SOBREMESA 14:00-16:59

	24,6%
	24,3%
	23,1%
	22,2%
	5,0%
	3,9%







### TARDE 17:00-20:29

	22,7%
	21,0%
	20,9%
	20,4%
	5,0%
	3,2%







### NOCHE 20:30-23:59

	26,3%
	25,4%
	25,3%
	24,6%
	3,6%
	3,2%

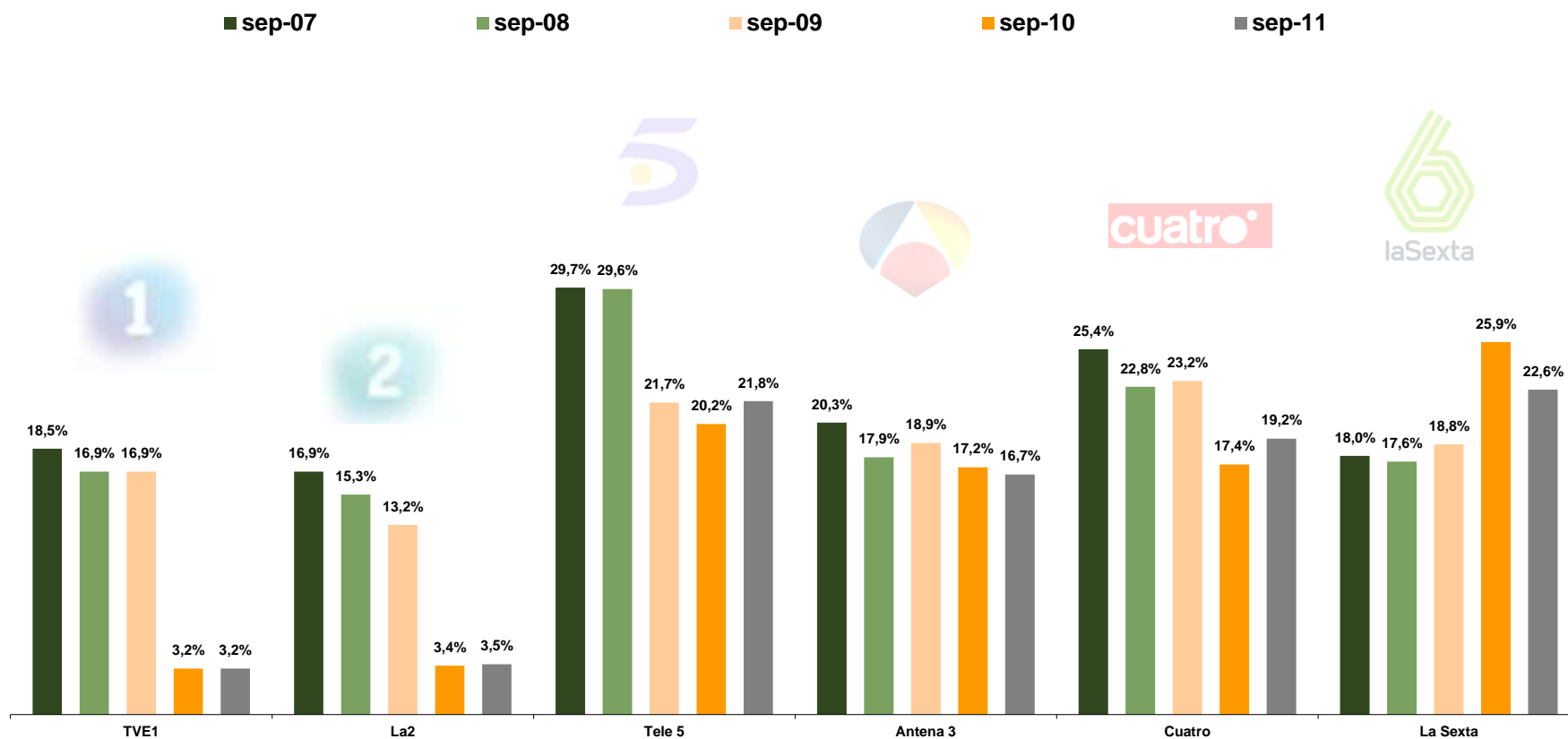
### MADRUGADA 1 24:00-2:29

	22,6%
	21,8%
	19,2%
	16,7%
	3,5%
	3,2%

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

	23,9%
	22,4%
	7,9%
	2,4%
	1,0%
	0,3%

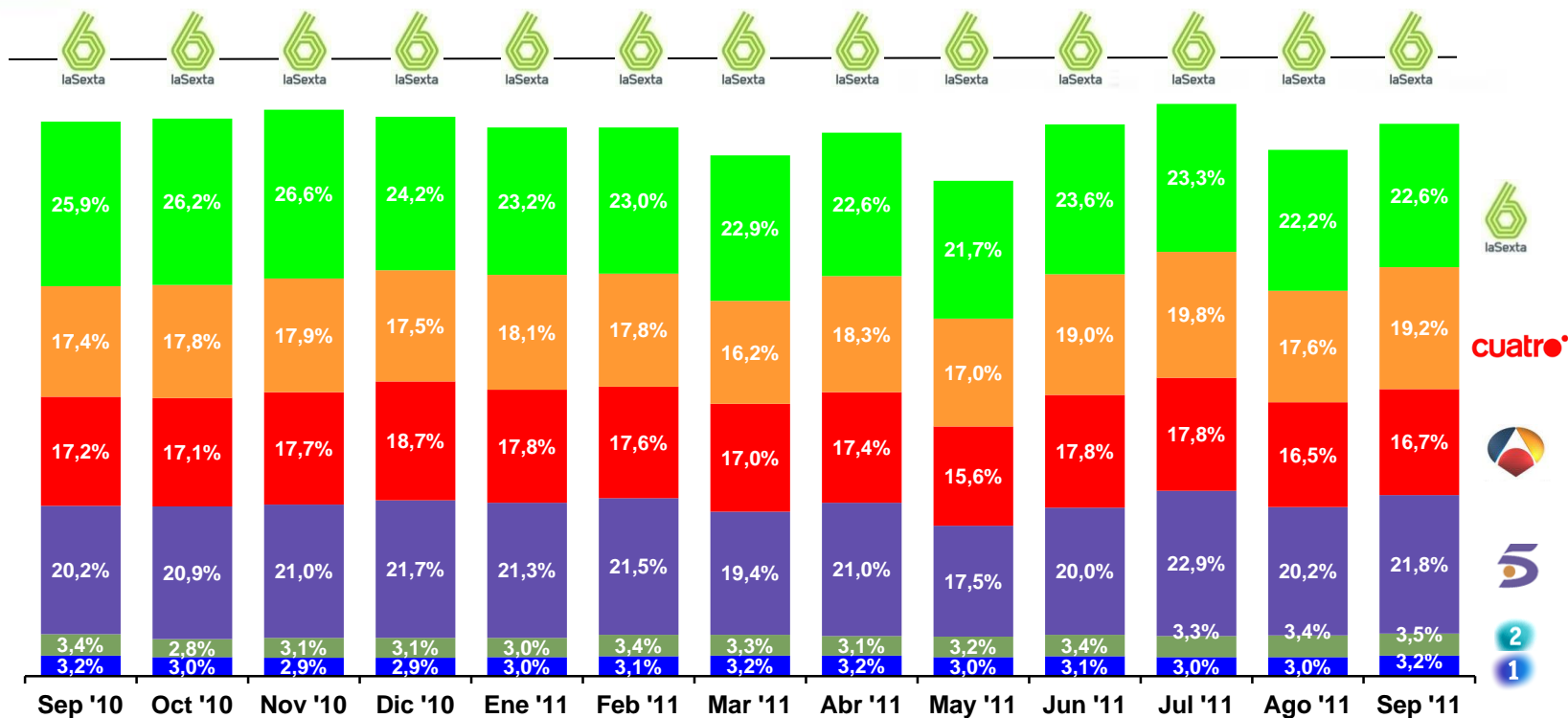
## Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: Kantar Media

Septiembre 2011

## Evolución Resto de Emisión



### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

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

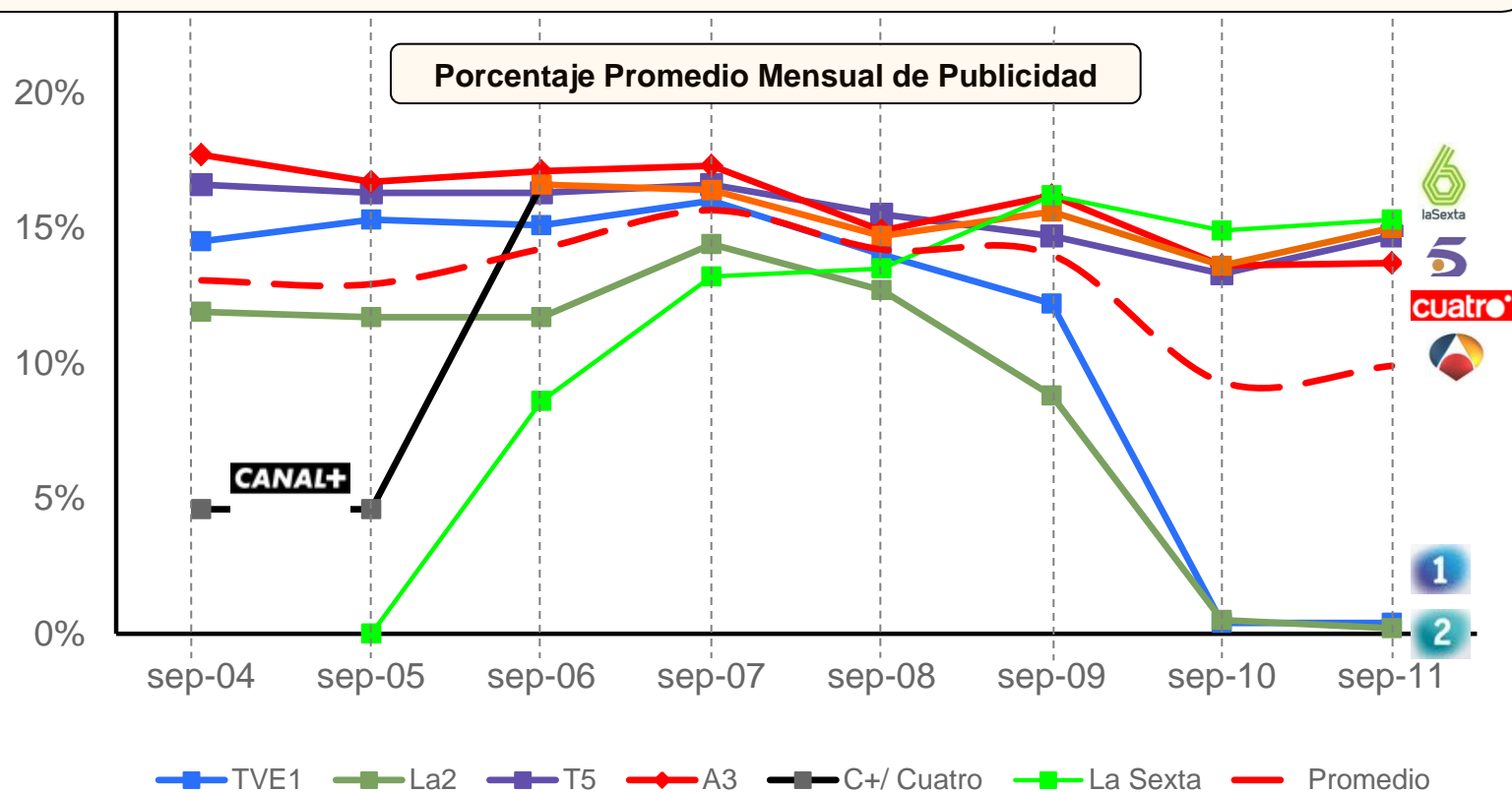
### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

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

## Acumulado 2011 de Publicidad

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

Cadenas Nacionales	251.915	247.224	309.233	360.807	343.611	344.809	250.363	227.676
Cadenas Nacionales Privadas	150.908	150.445	205.990	248.026	241.513	250.129	247.642	226.653









Fuente: Kantar Media

Datos Septiembre 2011.







Septiembre 2011

## Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







### TOTAL DÍA

	22,6%
	21,8%
	19,2%
	16,7%
	3,5%
	3,2%







### PUBLICIDAD

	15,0%
	14,6%
	13,7%
	12,6%
	0,3%
	0,1%







### TELETIENDAS

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







### AVANC. PROG & AUTOPROMOS

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







### PATROCINIOS

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

### TELEPROMOCIONES

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

### OTROS

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

## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

1		Agosto '11		Septiembre '11
	<b>PROGRAMACION</b>	<b>1395</b>		<b>1391</b>
	Autoprom / Av. Prog.	37		39
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	2		4
	Patrocinios	0		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
<b>405</b>	<b>169</b>	<b>203</b>	<b>204</b>	<b>146</b>	<b>264</b>
13	7	5	4	3	6
0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	0	0	0

2		Agosto '11		Septiembre '11
	<b>PROGRAMACION</b>	<b>1387</b>		<b>1384</b>
	Autoprom / Av. Prog.	44		45
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	1		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
<b>401</b>	<b>173</b>	<b>197</b>	<b>202</b>	<b>145</b>	<b>267</b>
17	6	9	6	5	3
0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	0	0	0

5		Agosto '11		Septiembre '11
	<b>PROGRAMACION</b>	<b>1148</b>		<b>1126</b>
	Autoprom / Av. Prog.	26		30
	Teletienda	60		60
	Publicidad*	181		197
	Patrocinios	6		4
	Telepromociones	9		12
	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
<b>333</b>	<b>136</b>	<b>162</b>	<b>157</b>	<b>128</b>	<b>209</b>
11	4	5	4	5	0
0	0	0	0	0	60
68	35	35	44	15	0
1	1	1	1	0	0
3	2	5	2	1	0
4	2	1	3	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Septiembre 2011



## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Agosto '11	Septiembre '11
 <b>PROGRAMACION</b>	1203	1199
Autoprom / Av. Prog.	37	35
Teletienda	0	0
Publicidad*	180	182
Patrocinios	6	6
Telepromociones	6	10
Otros	9	8

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
347	136	166	157	125	269
13	7	5	5	5	0
0	0	0	0	0	0
51	34	34	43	18	0
2	2	1	1	0	0
5	1	2	2	0	0
2	2	2	2	1	0

	Agosto '11	Septiembre '11
 <b>PROGRAMACION</b>	1186	1164
Autoprom / Av. Prog.	27	27
Teletienda	22	21
Publicidad*	191	211
Patrocinios	2	2
Telepromociones	2	3
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
333	138	167	155	122	249
12	2	4	5	4	0
0	0	0	0	0	21
69	36	37	47	22	0
0	1	0	1	0	0
1	1	0	1	0	0
5	1	2	2	1	1

	Agosto '11	Septiembre '11
 <b>PROGRAMACION</b>	1120	1115
Autoprom / Av. Prog.	23	25
Teletienda	66	67
Publicidad*	214	216
Patrocinios	4	4
Telepromociones	1	1
Otros	12	13

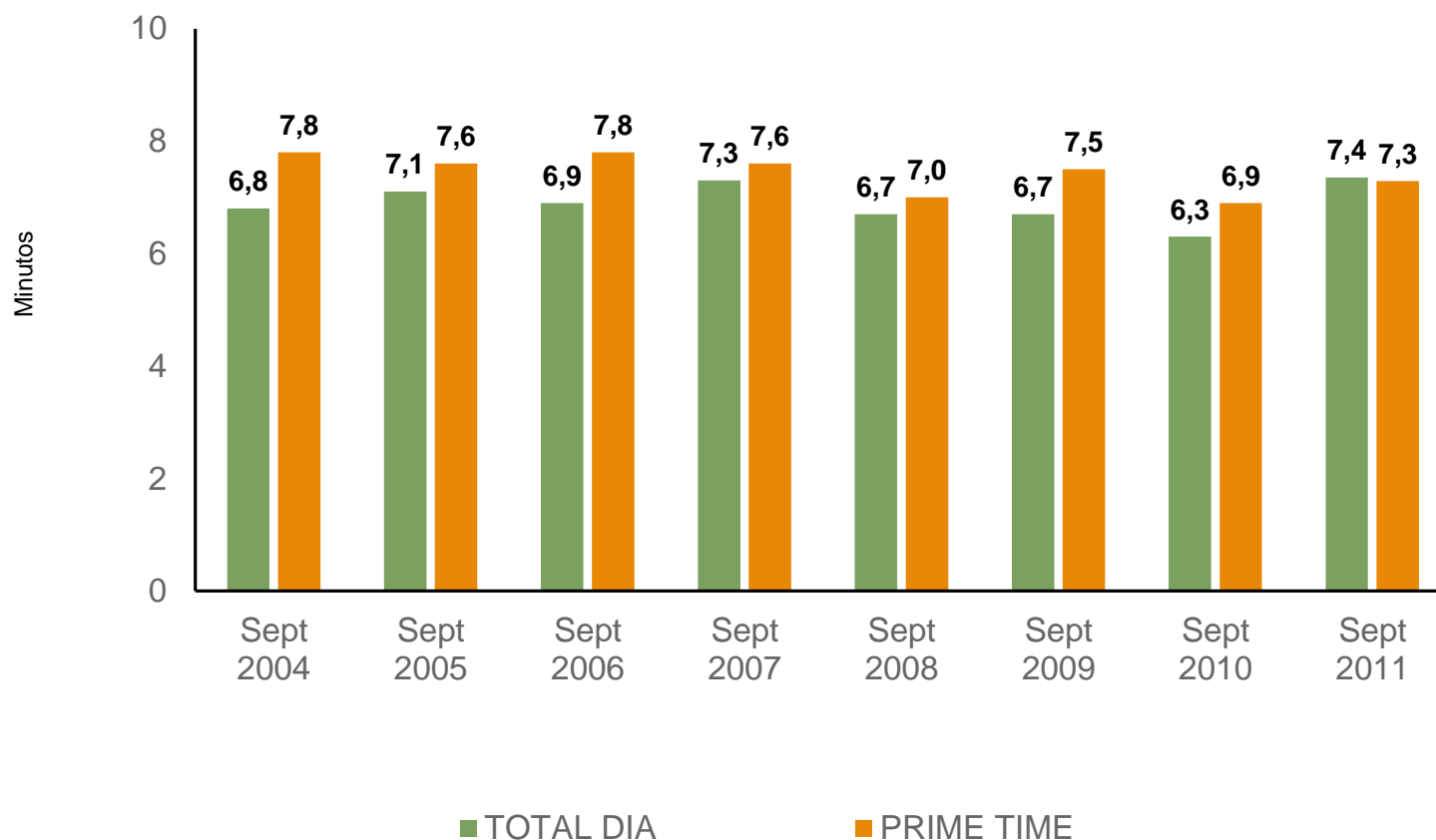
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
323	140	166	158	123	205
8	3	5	4	4	0
6	0	0	0	0	61
78	34	36	43	21	3
0	1	1	1	0	0
0	0	0	1	0	0
4	2	2	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Septiembre 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.

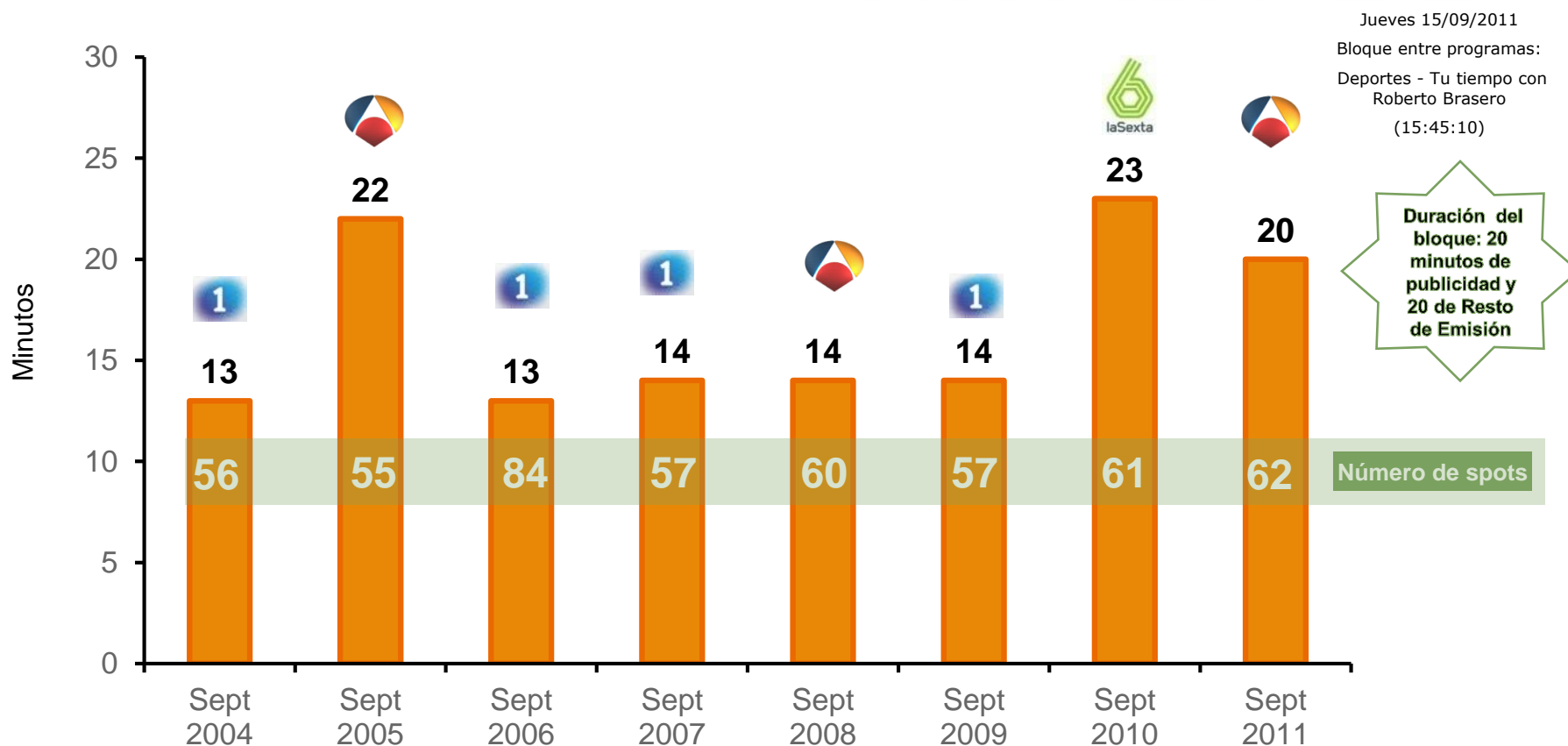
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Septiembre 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

Septiembre 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	13,4%
2		TVM	Madrid	13,3%
3		C. SUR	Andalucía	13,1%
4		ETB2	País Vasco	12,3%
5		CMT	Castilla la Mancha	11,6%
6		TV3	Cataluña	9,9%
7		TVG	Galicia	7,7%
8		ATV	Aragón	7,0%
9		TPA	Asturias	6,9%
10		IB3	I. Baleares	6,6%

## 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.

Septiembre 2011

# Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**  
de la Publicidad

Septiembre 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.

# 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)
	AGUILA ROJA	26/09/2011	22:17:51	23:37:57	1:20:06	5.603	13,3	0,0	00:00
	CUENTAME COMO PASO / HOY EMPIEZA TODO	29/09/2011	22:23:34	23:50:06	1:26:32	4.042	9,6	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	22/09/2011	15:41:22	16:13:35	0:32:13	1.539	3,7	0,0	00:00
	VERSION ESPAÑOLA / TASIO	06/09/2011	22:00:37	23:31:23	1:30:46	675	1,6	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)
	TITA CERVERA LA BARONESA	14/09/2011	22:35:55	24:04:49	1:28:54	2.995	7,1	15,4	13:39
	HOMICIDIOS:UNIDAD ESPECIAL / EL CAMINO QUE VA DE CORK A D	20/09/2011	22:35:49	24:07:31	1:31:42	2.637	6,3	15,3	14:01

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

Septiembre 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 / NO ESTAMOS SOLOS	08/09/2011	22:42:20	24:26:54	1:44:34	2.797	6,7	21,1	22:03
	EL HORMIGUERO 3.0	05/09/2011	21:45:00	22:36:20	0:51:20	2.888	6,9	1,8	00:54

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	FALLING SKIES / VIVE Y APRENDE	13/09/2011	22:37:59	23:19:30	0:41:31	1.825	4,3	30,6	12:43
	PEKIN EXPRESS	18/09/2011	22:53:23	25:05:49	2:12:26	1.360	3,2	20,8	27:31

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL TAQUILLAZO / EL TREN DE LAS 3:10(2007)	27/09/2011	22:35:19	24:49:08	2:13:49	1.645	3,9	15,9	21:19
	EL CLUB DE LA COMEDIA	25/09/2011	21:28:52	22:26:58	0:58:06	1.466	3,5	14,8	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

Septiembre 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)
	TITA CERVERA LA BARONESA	14/09/2011	22:35:55	24:04:49	1:28:54	2.995	7,1	15,4	13:39
	HOMICIDIOS:UNIDAD ESPECIAL	20/09/2011	22:35:49	24:07:31	1:31:42	2.637	6,3	15,3	14:01
	ACORRALADOS:AVENTURA EN EL BOSQUE	22/09/2011	21:45:22	25:47:26	4:02:04	2.237	5,3	17,4	42:07
	EL BARCO / NO ESTAMOS SOLOS	08/09/2011	22:42:20	24:26:54	1:44:34	2.797	6,7	21,1	22:03
	CHEERS	11/09/2011	22:27:56	23:10:59	0:43:03	2.698	6,4	28,6	12:20
	EL HORMIGUERO 3.0	05/09/2011	21:45:00	22:36:20	0:51:20	2.888	6,9	1,8	00:54
	ULTIMA HORA:AVENTURA EN EL BOSQUE	20/09/2011	21:44:56	22:35:49	0:50:53	2.482	5,9	25,3	12:51
	TU CARA ME SUENA	28/09/2011	22:34:28	25:02:34	2:28:06	1.972	4,7	18,3	27:09
	ATRAPA UN MILLON	23/09/2011	22:10:09	24:05:39	1:55:30	2.454	5,8	17,7	20:29
	SALVAME DELUXE	02/09/2011	22:32:20	26:29:59	3:57:39	2.112	5,0	16,7	39:40

(\*\*) 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

Septiembre 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			

Septiembre 2011