

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Octubre 2012

Conclusiones

- Gran descenso del Resto de Emisión de La Sexta, Telecinco y Antena 3 respecto al mes de Septiembre que ha propiciado que estas cadenas hayan anotado uno de sus valores más bajos de su historia. La Sexta no anotaba un dato tan bajo desde Noviembre de 2006, justo dos meses después de su aparición en el panorama televisivo español. Telecinco y Antena no han anotado un dato tan bajo mínimo desde Enero de 2000, mes en el que se empezó a realizar este estudio.
- Este descenso de Resto de Emisión ha venido propiciado por el descenso continuo de la Publicidad que vienen sufriendo todas las cadenas comerciales desde que comenzó la crisis. En concreto este mes Telecinco ha reducido su tiempo de Publicidad en 32 minutos diarios, Antena 3 en 22 minutos diarios, Cuatro en 14 minutos y La Sexta en 1h y 25 minutos.
- El caso de la Publicidad de La Sexta es debido principalmente a su compra por parte de Antena 3, ya que en Octubre ha sido el primer mes que se han comercializado conjuntamente Neox y La Sexta.
- Además del descenso de la Publicidad, hay que sumar la supresión total de la Teletienda de la parrilla en Telecinco y parcialmente de La Sexta.
- En este mes la cadena que más Publicidad ha emitido ha sido Cuatro con una media diaria de 2h y 47 minutos, mientras que hace un año la cadena con mayor Publicidad (La Sexta) emitió 3h y 37 minutos. Si nos remontamos a 2009, Cuatro emitió 4h y 10 minutos, es decir 1 hora y 23 minutos más que en 2012.

Octubre 2012

Resto de Emisión por franjas

TOTAL DÍA

cuatro 20,8%

5 15,3%

6 13,4%

laSexta 13,2%

2 3,4%

1 3,1%

MAÑANA 7:00-13:59

5 18,4%

cuatro 16,8%

laSexta 13,2%

6 8,5%

2 3,7%

1 3,3%

SOBREMESA 14:00-16:59

5 23,3%

cuatro 20,7%

laSexta 18,4%

6 15,6%

1 5,1%

2 3,7%

TARDE 17:00-20:29

laSexta 16,4%

cuatro 15,6%

5 15,4%

6 13,5%

2 5,2%

1 2,7%

NOCHE 20:30-23:59

cuatro 24,4%

laSexta 21,1%

5 19,8%

6 16,6%

2 3,3%

1 2,7%

MADRUGADA 1 24:00-2:29

5 16,5%

cuatro 16,4%

laSexta 14,6%

6 14,1%

2 3,9%

1 3,1%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

cuatro 30,5%

6 16,4%

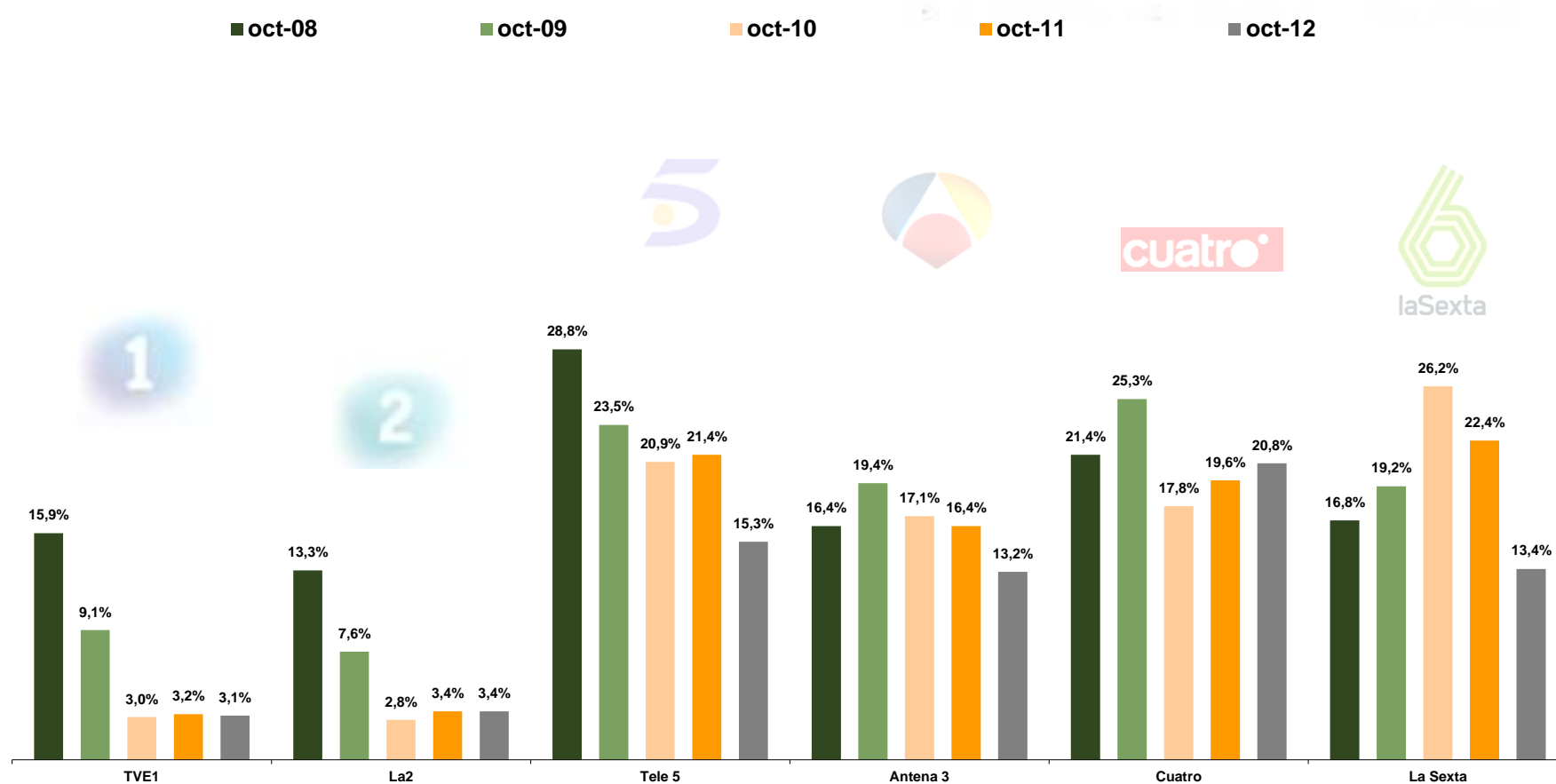
1 1,9%

2 1,1%

5 0,8%

laSexta 0,4%

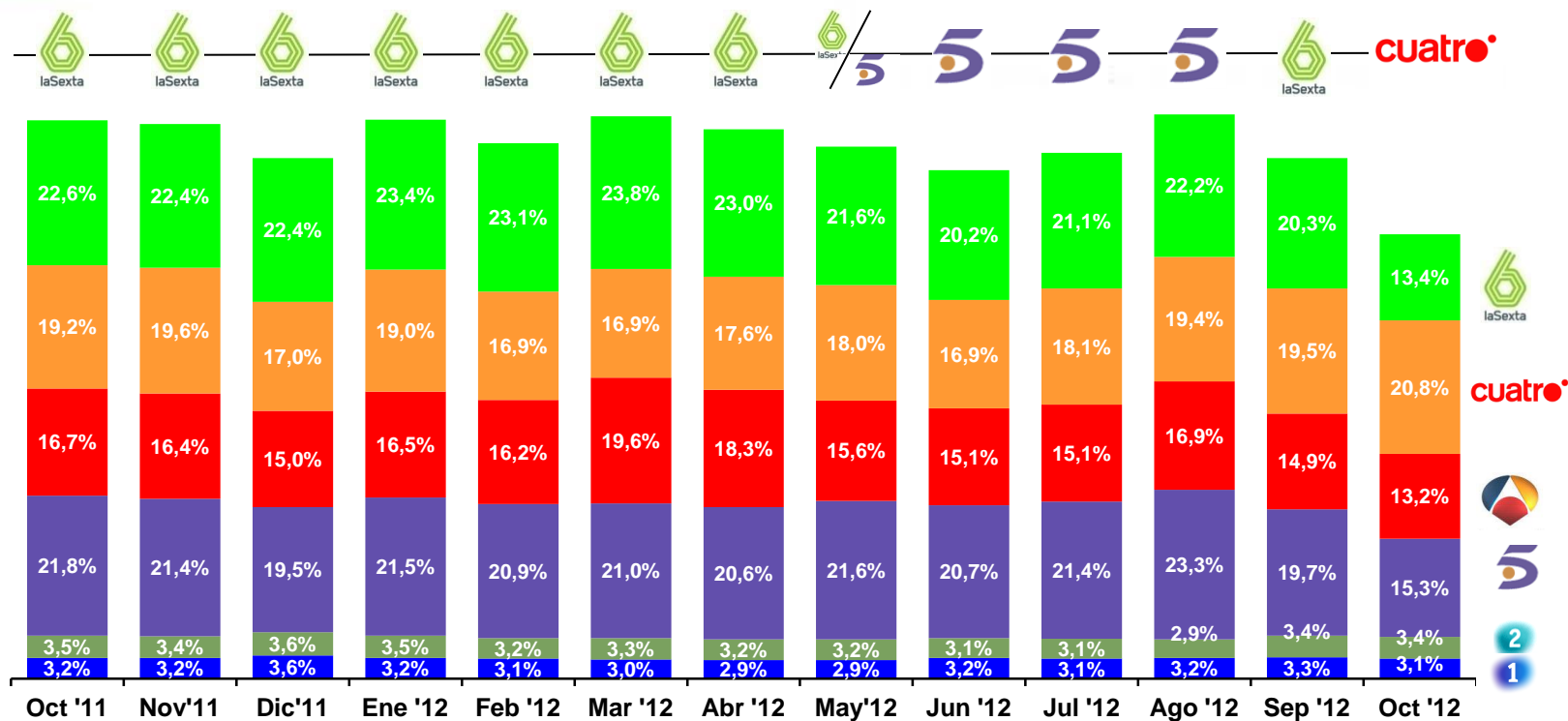
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: Kantar Media

Octubre 2012

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

14,5% 14,4% 14,5% 13,9% 14,6% 14,2% 13,9% 13,2% 13,6% 14,6% 13,9% 13,5% 11,5%

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

20,1% 20,0% 20,1% 19,2% 20,3% 19,8% 19,2% 17,4% 18,9% 20,4% 19,4% 18,6% 15,6%

Acumulado 2012 de Publicidad

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

Cadenas Nacionales

274.804

345.705

348.437

395.334

379.225

274.121

254.359

240.431

Cadenas Nacionales Privadas

167.011

230.627

275.056

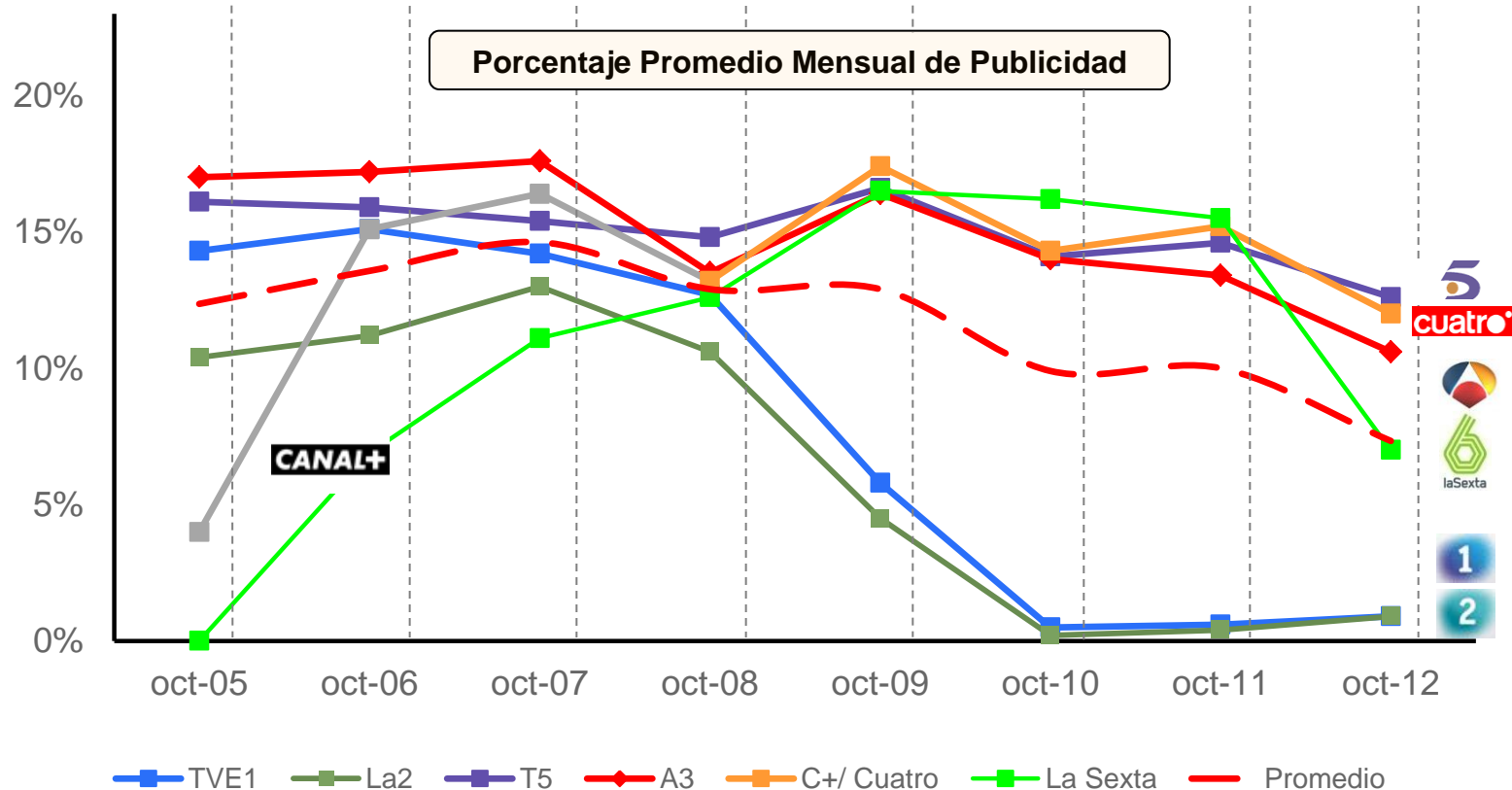
265.682

280.004

273.780

252.881

235.584



Fuente: Kantar Media


Datos Octubre 2012.


Octubre 2012


Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías

TOTAL DÍA

 20,8%

 15,3%

 13,4%


 13,2%

 3,4%


 3,1%

PUBLICIDAD

 11,6%

 11,2%

 9,4%


 6,6%

 0,7%


 0,5%

TELETIENDAS


 5,7%

 3,4%

 0,3%

 0,0%

 0,0%

 0,0%

AVANC. PROG & AUTOPROMOS


 2,8%

 2,6%


 2,3%

 2,2%


 2,1%

 2,1%


PATROCINIOS

 0,5%

 0,5%


 0,3%


 0,2%

 0,2%


 0,1%


TELEPROMOCIONES


 1,0%

 0,7%

 0,2%

 0,2%


 0,0%

 0,0%


OTROS


 0,8%

 0,6%

 0,3%

 0,3%

 0,1%

 0,1%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

1		Septiembre'12	Octubre'12
	PROGRAMACION	1388	1388
	Autoprom / Av. Prog.	35	31
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	9	10
	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
402	169	204	204	144	264
10	6	4	3	3	4
0	0	0	0	0	0
3	2	1	2	1	0
0	1	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	1	0	1	0	0

2		Septiembre'12	Octubre'12
	PROGRAMACION	1387	1387
	Autoprom / Av. Prog.	40	37
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	4	8
	Patrocinios	3	2
	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	197	201	144	267
13	5	8	5	4	2
0	0	0	0	0	0
2	1	2	2	1	0
0	1	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	0

5		Septiembre'12	Octubre'12
	PROGRAMACION	1156	1220
	Autoprom / Av. Prog.	31	30
	Teletienda	34	0
	Publicidad*	193	161
	Patrocinios	5	7
	Telepromociones	11	14
	Otros	10	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	138	178	169	125	268
10	5	5	5	5	0
0	0	0	0	0	34
58	32	21	32	18	1
3	1	1	1	1	0
4	3	4	2	1	0
3	2	1	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Octubre 2012

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Septiembre'12	Octubre'12
PROGRAMACION	1226	1250
Autoprom / Av. Prog.	36	33
Teletienda	0	0
Publicidad*	157	135
Patrocinios	7	7
Telepromociones	9	11
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
364	147	176	166	128	269
11	5	7	5	4	1
0	0	0	0	0	0
36	25	24	34	16	0
3	1	1	1	1	0
5	1	1	3	0	0
1	1	1	1	1	0

	Septiembre'12	Octubre'12
PROGRAMACION	1159	1141
Autoprom / Av. Prog.	34	32
Teletienda	49	82
Publicidad*	181	167
Patrocinios	4	3
Telepromociones	2	3
Otros	12	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
349	143	177	159	125	188
11	4	5	6	5	0
0	0	0	0	0	82
55	28	25	41	18	0
0	1	1	1	0	0
0	2	0	1	0	0
4	2	2	2	1	0

	Septiembre'12	Octubre'12
PROGRAMACION	1147	1247
Autoprom / Av. Prog.	27	40
Teletienda	71	49
Publicidad*	180	95
Patrocinios	3	4
Telepromociones	1	2
Otros	11	4

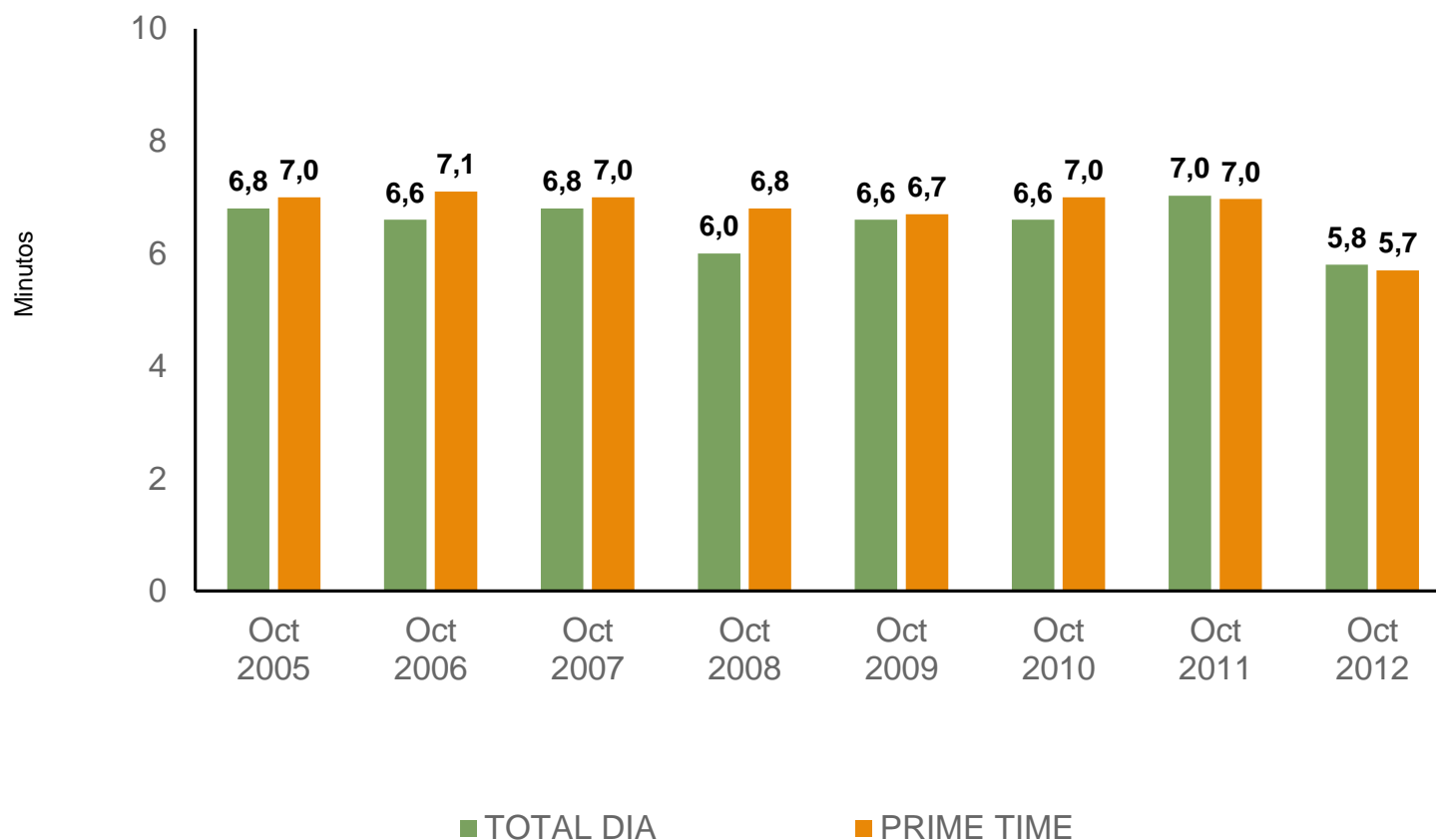
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
384	152	182	175	129	226
12	6	7	8	5	2
5	0	0	0	0	44
17	20	20	22	15	0
1	1	1	1	0	0
0	0	0	2	0	0
1	1	1	1	0	0

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

Fuente: Kantar Media

Octubre 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.

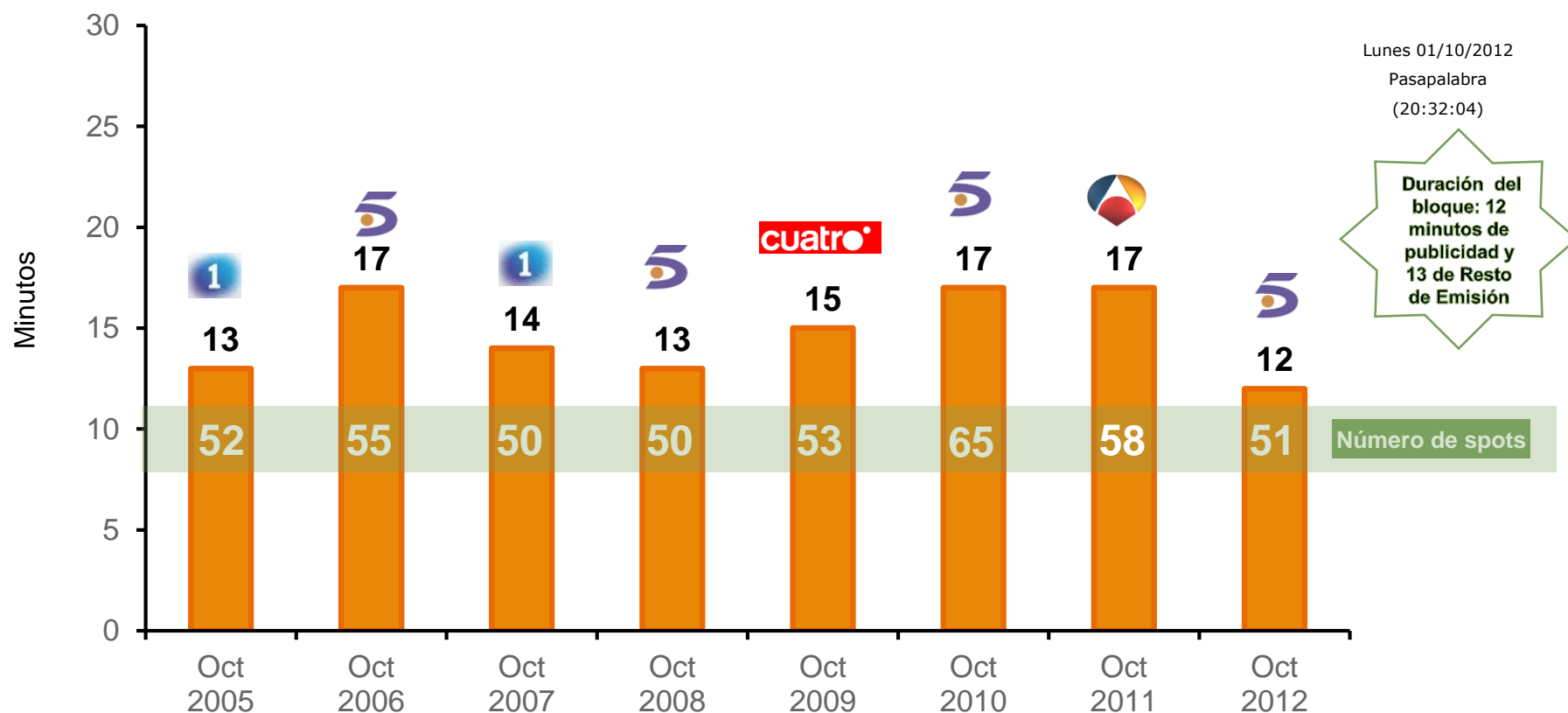
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Octubre 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

Octubre 2012

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	24,2%
2	 IB3	I. Baleares	16,2%
3	 CL7	Castilla y León	13,6%
4	 TVM	Madrid	10,6%
5	 CMT	Castilla la Mancha	10,5%
6	 C9	C. Valenciana	10,2%
7	 SUR	Andalucía	8,5%
8	 TVG	Galicia	8,3%
9	 TV3	Cataluña	8,2%
10	 ETB2	País Vasco	7,1%

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.

Octubre 2012

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Octubre 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.

Octubre 2012

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)
	ISABEL	29/10/2012	22:33:43	23:39:15	1:05:32	4.229	10,1	0,0	00:00
	AMAR EN TIEMPOS REVUELTOS	18/10/2012	16:36:18	17:31:18	0:55:00	2.825	6,7	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	16/10/2012	15:38:13	16:13:32	0:35:19	1.379	3,3	0,0	00:00
	EL CINE DE LA 2: PELIC / EL SILENCIO DE LA SOS	01/10/2012	22:02:42	23:34:12	1:31:30	786	1,9	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)
	LA VOZ	17/10/2012	22:30:47	24:51:53	2:21:06	5.679	13,5	13,5	19:05
	LA QUE SE AVECINA / UNA MARUJA, UN ENTREC	01/10/2012	22:21:57	24:02:38	1:40:41	5.124	12,2	10,1	10:12

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


Octubre 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)
	EL BARCO / EL TRIPULANTE DE HONOR	18/10/2012	22:37:48	24:03:43	1:25:55	3.240	7,7	9,0	07:44
	TU CARA ME SUENA	22/10/2012	22:45:01	25:35:42	2:50:41	3.114	7,4	12,1	20:44

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	UN MUNDO SIN FIN / CABALLO	23/10/2012	22:36:46	23:25:13	0:48:27	2.297	5,5	0,8	00:23
	¿QUIEN QUIERE CASARSE CON MI HIJO?	04/10/2012	22:24:50	24:22:59	1:58:09	2.067	4,9	10,2	12:00

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	SALVADOS / ARTUR MAS, ¿UN VIAJE SIN RETORNO	21/10/2012	21:32:51	22:25:51	0:53:00	2850	6,8	4,2	02:15
	PESADILLA EN LA COCINA	25/10/2012	22:27:26	23:21:39	0:54:13	2696	6,4	0,2	00:07

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

Octubre 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)
	LA VOZ	17/10/2012	22:30:47	24:51:53	2:21:06	5.679	13,5	13,5	19:05
	LA QUE SE AVECINA / UNA MARUJA, UN EN	01/10/2012	22:21:57	24:02:38	1:40:41	5.124	12,2	10,1	10:12
	AIDA	21/10/2012	22:11:37	23:30:06	1:18:29	3.647	8,7	19,3	15:07
	EL BARCO / EL TRIPULANTE DE HONOR	18/10/2012	22:37:48	24:03:43	1:25:55	3.240	7,7	9,0	07:44
	LA VOZ EXPRES	10/10/2012	21:59:20	22:27:09	0:27:49	3.179	7,6	33,9	09:26
	TU CARA ME SUENA	22/10/2012	22:45:01	25:35:42	2:50:41	3.114	7,4	12,1	20:44
	LA VOZ: COMIENZAN LAS BATALLAS	31/10/2012	21:57:44	22:29:42	0:31:58	3.078	7,3	18,8	06:00
	GRAN HOTEL / UN LLANTO EN LA NOCHE	10/10/2012	22:38:35	23:50:48	1:12:13	3.029	7,2	2,4	01:46
	EL PELICULON / LOS MERCENARIOS	06/10/2012	22:00:05	23:52:56	1:52:51	2.983	7,1	19,8	22:20
	LA VOZ: LOS ELEGIDOS	08/10/2012	22:08:03	22:35:24	0:27:21	2.910	6,9	25,5	06:58

(**) Se han eliminado del Ranking 3 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

Octubre 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			
Leo Farache	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			

Octubre 2012