

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Noviembre 2013

Conclusiones

- Todas las cadenas privadas excepto La Sexta, descienden su porcentaje de Resto de Emisión respecto Octubre, siendo Antena 3 quien más lo ha reducido con 2,2 puntos porcentuales menos, seguido de Telecinco con 0,8 puntos porcentuales menos.
- Cuatro nuevamente es la cadena que más Resto de Emisión presenta con un 20,3%. Desde Marzo de este año la cadena del grupo Mediaset a sido la cadena que más Resto de Emisión ha emitido.
- La franja de Sobremesa y la franja de Noche son las franjas con mayor Resto de Emisión. Mientras en la franja de Sobremesa las cadenas privadas superaban el 20%, en la franja de noche tanto Cuatro como Telecinco superaban el 22%
- En cuanto a publicidad se refiere, excepto La Sexta, el resto de cadenas descienden su tiempo de publicidad respecto a Octubre, siendo Telecinco con una media de 10 minutos menos de publicidad diaria quien más lo ha hecho.
- Cuatro es la cadena que más publicidad emitió, en con un promedio de 2 horas y 46 minutos diarios, seguido de Telecinco con 2 horas y 41 minutos y de La Sexta con 2 horas y 18 minutos.

Resto de Emisión por franjas

TOTAL DÍA

cuatro 20,3%

5 15,5%

laSexta 12,3%

10 12,2%

2 4,6%

1 3,7%

MAÑANA 7:00-13:59

5 17,1%

cuatro 15,9%

10 11,6%

laSexta 10,6%

2 5,2%

1 4,9%

SOBREMESA 14:00-16:59

5 23,0%

laSexta 21,7%

10 20,7%

cuatro 20,2%

2 5,8%

1 3,7%

TARDE 17:00-20:29

5 18,0%

laSexta 17,4%

cuatro 17,3%

10 14,0%

2 6,4%

1 4,6%

NOCHE 20:30-23:59

cuatro 24,7%

5 22,3%

10 19,4%

laSexta 18,9%

2 4,8%

1 2,6%

MADRUGADA 1 24:00-2:29

5 17,0%

cuatro 16,0%

10 12,8%

laSexta 11,8%

2 4,2%

1 3,4%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

cuatro 29,5%

1 2,3%

2 1,8%

5 0,2%

10 0,1%

laSexta 0,0%

Resto de Emisión sobre Total Emisión

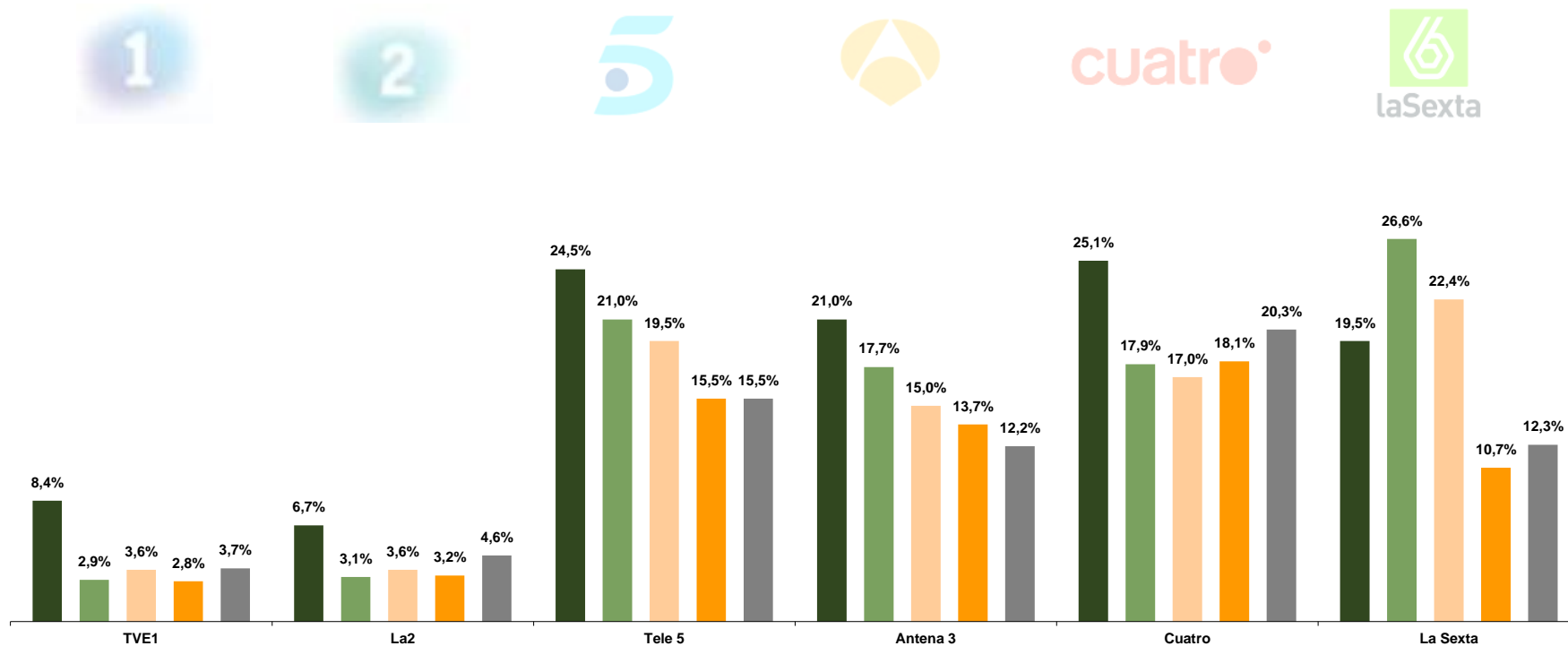
■ nov-09

■ nov-10

■ nov-11

■ nov-12

■ nov-13

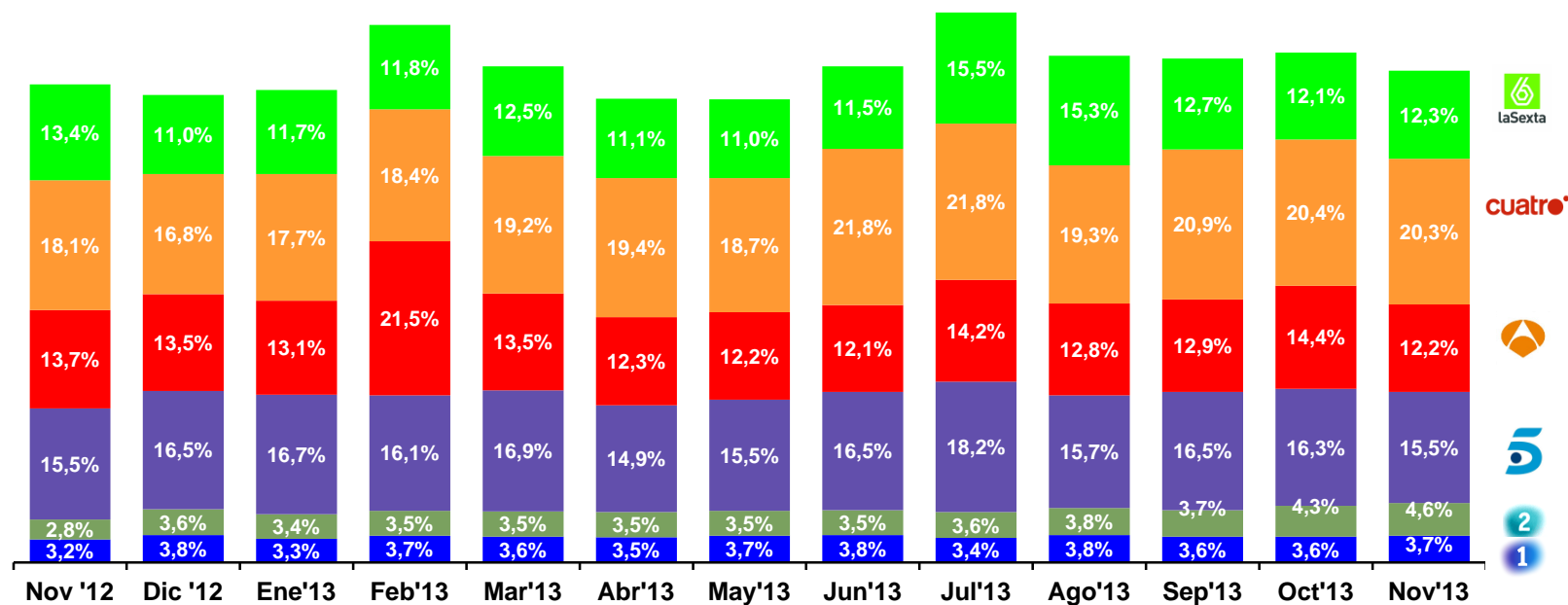


Fuente: Kantar Media

Noviembre 2013

Evolución Resto de Emisión

— cuatro — cuatro — cuatro —  — cuatro — cuatro — cuatro — cuatro — cuatro — cuatro — cuatro — cuatro — cuatro



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

11,1% 10,8% 10,9% 12,5% 11,5% 10,8% 10,7% 11,5% 12,8% 11,8% 11,7% 11,8% 11,4%

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

15,2% 14,5% 14,8% 16,9% 15,5% 14,4% 14,3% 15,5% 17,4% 15,8% 15,7% 15,8% 15,1%

Acumulado 2013 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero – Noviembre

Cadenas Nacionales

381.249

438.602

412.248

413.764

302.791

278.051

257.824

228.425

Cadenas Nacionales Privadas

253.924

300.444

289.038

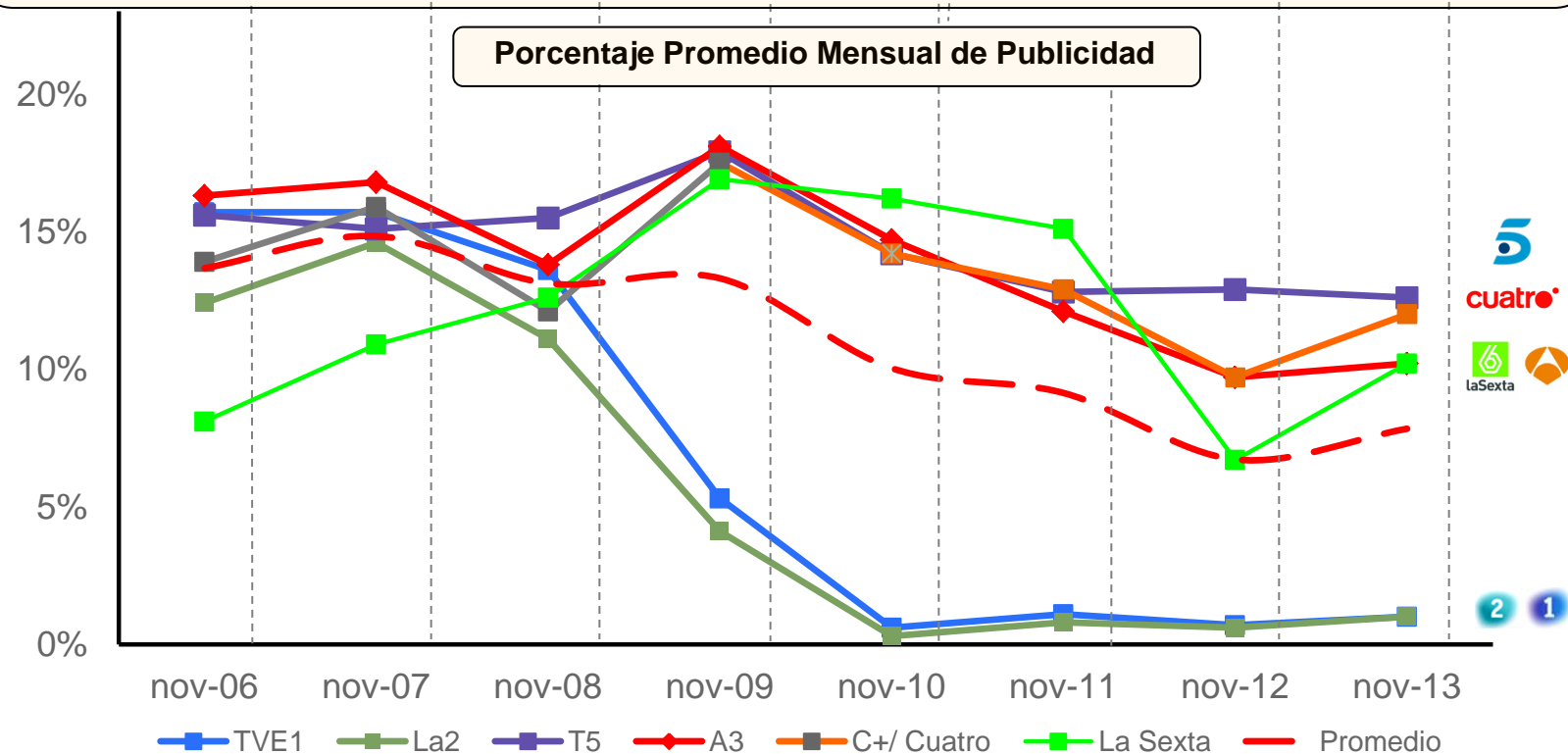
310.415

299.305

275.731

252.417

222.493



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Noviembre 2013.

Noviembre 2013

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías

TOTAL DÍA

cuatro• 20,3%

5 15,5%

laSexta 12,3%

2 12,2%

1 4,6%

1 3,7%

PUBLICIDAD

cuatro• 11,5%

5 11,2%

laSexta 9,6%

2 8,8%

1 0,9%

2 0,8%

TELETIENDAS

cuatro• 5,5%

2 0,0%

5 0,0%

2 0,0%

1 0,0%

laSexta 0,0%

AVANC. PROG & AUTOPROMOS

2 3,5%

1 2,5%

5 2,3%

cuatro• 2,2%

2 2,0%

laSexta 2,0%

PATROCINIOS

2 0,5%

laSexta 0,4%

cuatro• 0,3%

5 0,3%

1 0,2%

2 0,1%

TELEPROMOCIONES

5 1,1%

2 0,7%

cuatro• 0,2%

laSexta 0,2%

1 0,0%

2 0,0%

OTROS

cuatro• 0,6%

5 0,5%

2 0,2%

1 0,2%

2 0,2%

laSexta 0,1%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Octubre'13		Noviembre'13
1	PROGRAMACION	1383	↓	1381
	Autoprom / Av. Prog.	40	↓	36
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	7	↑	13
	Patrocinios	0	≡	0
	Telepromociones	0	≡	0
	Otros	2	≡	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
398	171	200	205	144	264
14	4	6	4	3	5
0	0	0	0	0	0
5	2	3	1	1	1
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	1	0	0

		Octubre'13		Noviembre'13
2	PROGRAMACION	1373	↓	1367
	Autoprom / Av. Prog.	52	↓	50
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	6	↑	12
	Patrocinios	0	≡	0
	Telepromociones	0	≡	0
	Otros	2	≡	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
397	169	193	200	144	265
18	8	9	7	4	4
0	0	0	0	0	0
3	2	3	2	1	1
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	1	0	0

		Octubre'13		Noviembre'13
5	PROGRAMACION	1206	↑	1216
	Autoprom / Av. Prog.	33	↑	34
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	171	↓	161
	Patrocinios	5	≡	5
	Telepromociones	15	↑	16
	Otros	9	↓	8

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
348	139	172	163	125	270
12	4	6	5	6	0
0	0	0	0	0	0
52	31	25	35	18	0
1	1	1	1	1	0
3	4	5	3	1	0
3	2	1	2	0	0

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

Fuente: Kantar Media

Noviembre 2013

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Octubre'13		Noviembre'13
	PROGRAMACION	1233	↑	1265
	Autoprom / Av. Prog.	43	↓	29
	Teletienda	9	↓	0
	Publicidad*	133	↓	126
	Patrocinios	7	↓	7
	Telepromociones	13	↓	10
	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
371	143	181	169	131	270
8	5	7	6	3	0
0	0	0	0	9	0
34	29	19	30	14	0
1	2	2	2	0	0
5	1	2	2	0	0
1	1	0	0	0	0

		Octubre'13		Noviembre'13
cuatro	PROGRAMACION	1147	↑	1148
	Autoprom / Av. Prog.	29	↑	31
	Teletienda	77	↑	79
	Publicidad*	169	↓	166
	Patrocinios	4	↓	4
	Telepromociones	3	↑	4
	Otros	11	↓	9

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
354	146	174	158	126	190
11	4	6	6	4	0
0	0	0	0	0	79
49	27	28	42	18	2
1	1	1	1	0	0
0	2	0	1	1	0
4	1	1	2	0	1

		Octubre'13		Noviembre'13
	PROGRAMACION	1266	↓	1262
	Autoprom / Av. Prog.	28	↑	29
	Teletienda	0	↓	0
	Publicidad*	135	↑	138
	Patrocinios	6	↓	6
	Telepromociones	3	↓	3
	Otros	2	↓	2

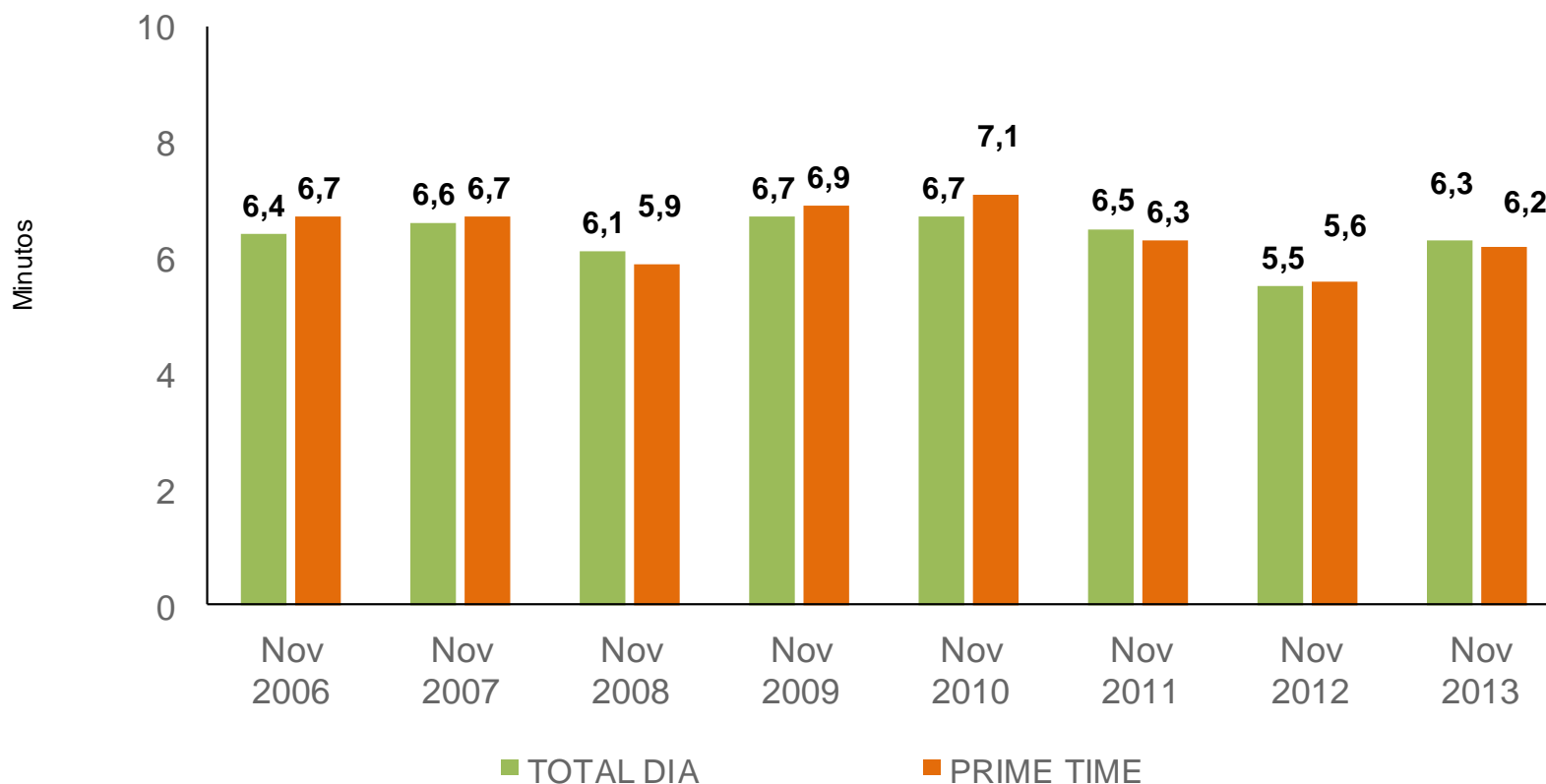
mañana	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
376	141	173	170	132	270
11	5	2	6	5	0
0	0	0	0	0	0
31	32	33	30	12	0
2	1	1	1	1	0
0	1	0	1	1	0
1	0	0	1	0	0

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

Fuente: Kantar Media

Noviembre 2013

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.

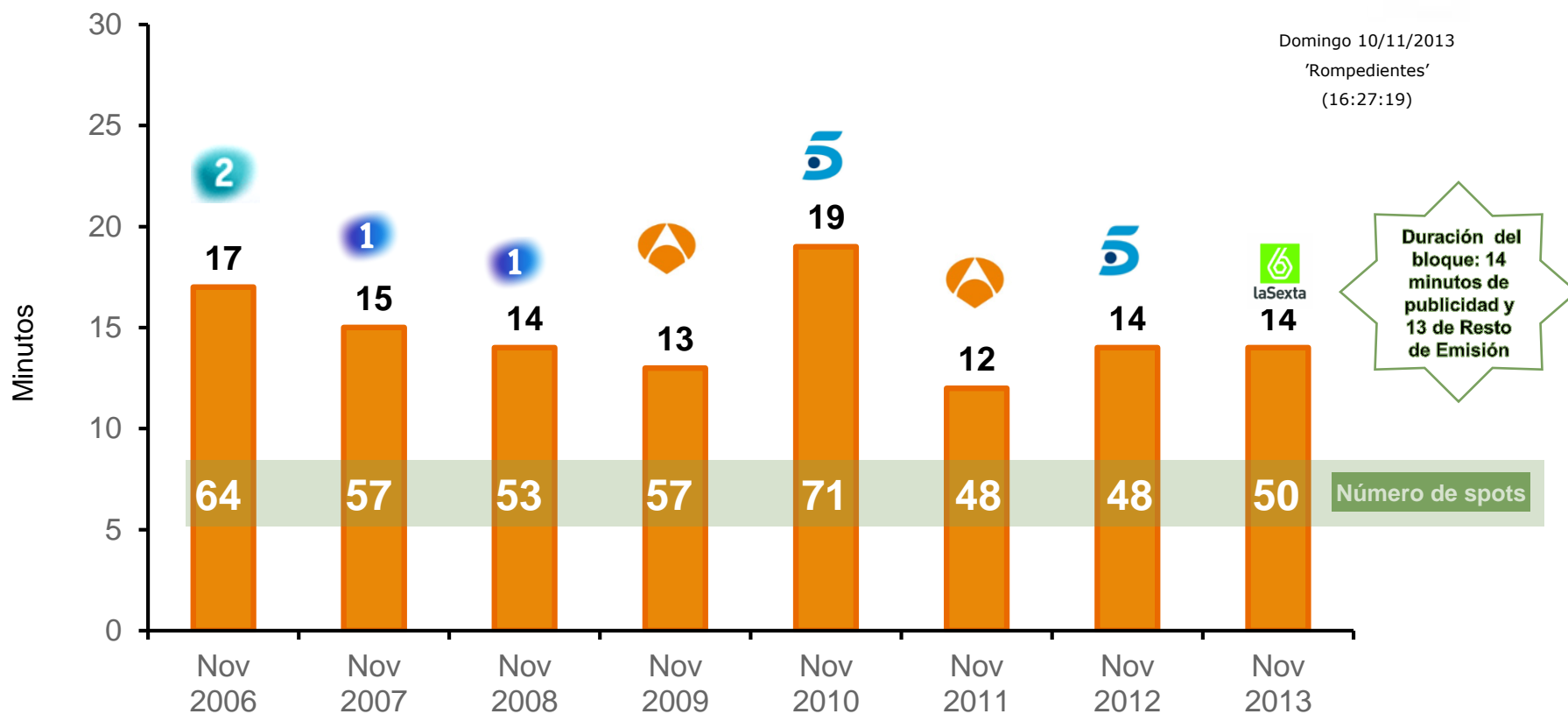
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Noviembre 2013

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

Noviembre 2013

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	 TPA	Asturias	27,5%
2	 CL7	Castilla y León	16,0%
3	 IB3	I. Baleares	15,4%
4	 CMT	Castilla la Mancha	11,2%
5	 TVM	Madrid	10,8%
6	 C9	C. Valenciana	10,5%
7	 TV3	Cataluña	9,2%
8	 C. SUR	Andalucía	9,2%
9	 TVG	Galicia	9,0%
10	 ETB2	País Vasco	6,7%

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.

Noviembre 2013

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Noviembre 2013

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.

Noviembre 2013

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	21/11/2013	22:30:33	24:02:42	1:32:09	4.374	10,4	10,9	00:00
	PELICULA DE LA SEMANA	17/11/2013	22:16:53	24:04:48	1:47:55	2.857	6,8	9,4	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	21/11/2013	15:30:00	16:11:43	0:41:43	1.219	2,9	3,3	00:00
	SABER Y GANAR:FIN DE SEMANA	24/11/2013	15:38:03	16:14:51	0:36:48	619	1,5	1,9	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)
	CINE	13/11/2013	22:30:44	24:00:13	1:29:29	1.110	2,6	17,1	15:17
	AVATAR	12/11/2013	22:09:08	22:31:05	0:21:57	3.314	7,9	34,8	07:38

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

Noviembre 2013

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 TIEMPO ENTRE COSTURAS	04/11/2013	22:38:07	24:08:55	1:30:48	4.680	11,2	14,9	13:33
	EL PELICULON	03/11/2013	22:11:21	23:51:39	1:40:18	2.733	6,5	10,1	10:07

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	HOME CINEMA	16/11/2013	15:53:59	18:51:36	2:57:37	1.271	3,0	16,1	28:40
	¿QUIEN QUIERE CASARSE CON MI HIJO?	06/11/2013	22:32:05	24:47:29	2:15:24	1.892	4,5	16,1	21:49

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL INTERMEDIO	20/11/2013	21:32:24	22:33:19	1:00:55	2.238	5,3	17,9	10:55
	EL TAQUILLAZO	26/11/2013	22:33:50	24:14:22	1:40:32	1.506	3,6	14,0	14:05

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

Noviembre 2013

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)
	CINE	13/11/2013	22:30:44	24:00:13	1:29:29	1.110	2,6	17,1	15:17
	EL TIEMPO ENTRE COSTURAS	04/11/2013	22:38:07	24:08:55	1:30:48	4.680	11,2	14,9	13:33
	EL PELICULON	03/11/2013	22:11:21	23:51:39	1:40:18	2.733	6,5	10,1	10:07
	AVATAR	12/11/2013	22:09:08	22:31:05	0:21:57	3.314	7,9	34,8	07:38
	TOP CHEF	27/11/2013	22:42:56	24:35:11	1:52:15	1.776	4,2	8,6	09:42
	TU CARA ME SUENA	28/11/2013	22:42:26	25:28:48	2:46:22	1.806	4,3	16,1	26:45
	LA VOZ:ULTIMO ASALTO	18/11/2013	22:45:37	25:07:31	2:21:54	1.661	4,0	23,2	32:57
	LA VOZ:BATALLAS	04/11/2013	22:37:14	25:27:03	2:49:49	1.230	2,9	19,3	32:42
	EL HORMIGUERO 3.0	25/11/2013	21:44:38	22:31:03	0:46:25	2.491	5,9	13,6	06:18
	ME RESBALA	15/11/2013	22:36:34	24:20:10	1:43:36	2.123	5,1	6,1	06:18

(**) Se han eliminado del Ranking 4 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

Noviembre 2013

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)	91-4477577	-	agencias@agenciasaeacp.es
Leo Farache	91 524 57 33	91 524 57 34	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 Larracoechea (PROMARCA)	91-5221008	91-5227156	voriguela@aschisyasoc.com
Gabinete de Prensa: Pablo Nogueroles			

Noviembre 2013