

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Septiembre 2013

Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales privadas aumentan su porcentaje de Resto de Emisión respecto a Agosto, salvo La Sexta que lo reduce en 2,6 puntos. Cuatro se mantiene como la cadena con mayor porcentaje de Resto de Emisión siendo además la que más lo aumenta, con +1,6 puntos. Le sigue Telecinco en la segunda posición.
- En Septiembre el promedio mensual de Resto de Emisión baja una décima, situándose el promedio de las cadenas nacionales comerciales en 15,7%, 2,9 puntos menos respecto a Septiembre de 2012.
- Todas las cadenas nacionales privadas aumentan su porcentaje de Resto de emisión en todas las franjas, salvo La Sexta. Antena 3 aumenta el porcentaje de Resto de emisión en todas las franjas salvo en Mañana, como le sucede también a Telecinco pero en la franja de Noche, que es la única donde lo reduce.
- La Sexta reduce el Resto de emisión en todas las franjas pero a pesar de todo, en Sobremesa y Noche se mantiene como la cadena con mayor porcentaje. Telecinco es la cadena con mayor Resto de emisión en las franjas donde La Sexta no ocupa le primer puesto.
- En cuanto a publicidad se refiere, todas las cadenas aumentan el tiempo de publicidad, salvo La Sexta, que emitió 33 minutos menos de publicidad de media diaria respecto a Agosto 2013. Telecinco es la cadena que más publicidad emite, con 2 horas y 55 minutos de media diarios, 2 minutos más que en Agosto. Le sigue Cuatro que emitió 17 minutos más que en Agosto.

Septiembre 2013

Resto de Emisión por franjas

TOTAL DÍA

cuatro 20,9%

5 16,5%

laSexta 12,9%

2 12,7%

1 3,7%

1 3,6%

MAÑANA 7:00-13:59

5 18,2%

cuatro 16,1%

laSexta 12,7%

laSexta 9,5%

1 4,4%

2 4,2%

NOCHE 20:30-23:59

laSexta 22,1%

5 23,4%

cuatro 24,5%

laSexta 21,8%

2 4,1%

1 2,6%

SOBREMESA 14:00-16:59

laSexta 22,8%

5 23,8%

cuatro 21,5%

laSexta 19,9%

1 5,5%

2 4,2%

MADRUGADA 1 24:00-2:29

5 17,2%

cuatro 17,2%

laSexta 13,7%

laSexta 11,9%

2 3,4%

1 3,3%

TARDE 17:00-20:29

5 20,5%

laSexta 18,0%

cuatro 17,5%

laSexta 14,6%

2 5,5%

1 3,8%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

cuatro 29,9%

1 1,7%

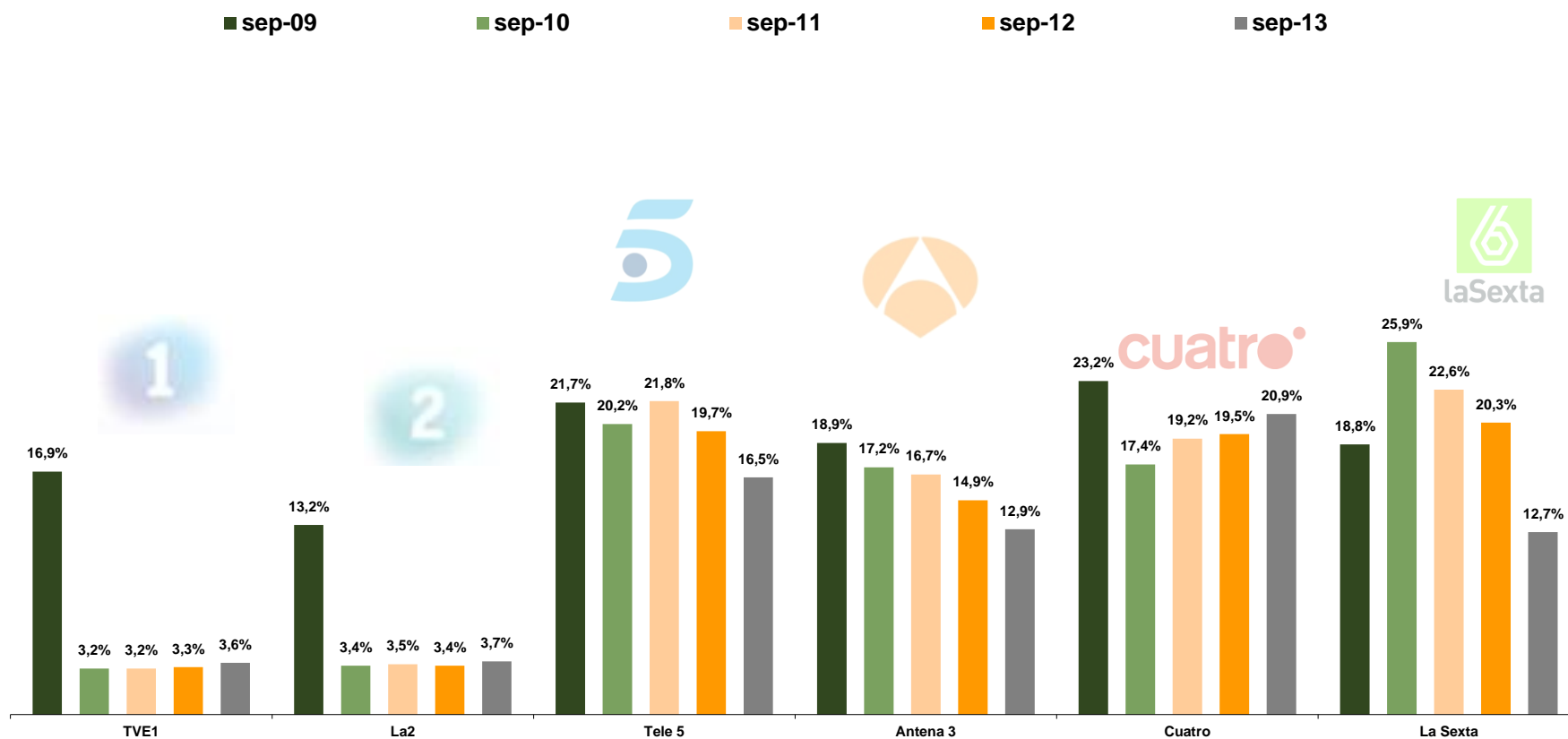
2 0,9%

5 0,2%

laSexta 0,1%

laSexta 0,1%

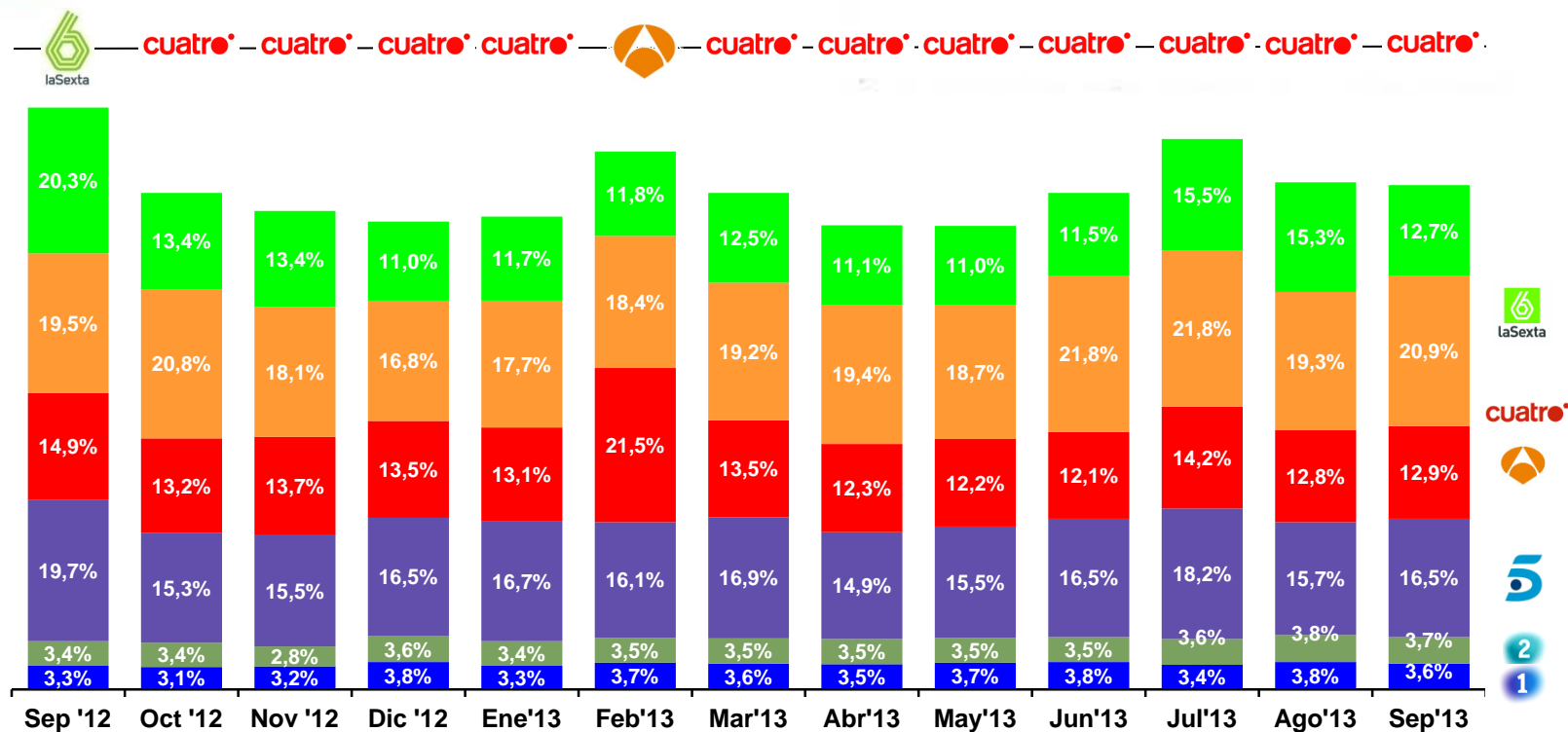
Resto de Emisión sobre Total Emisión



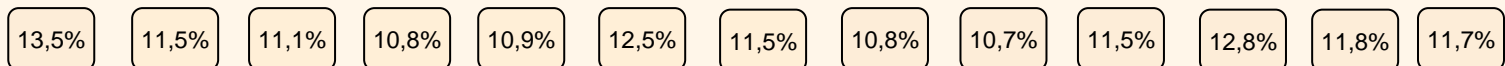
Fuente: TNS Audiencia de Medios

Septiembre 2013

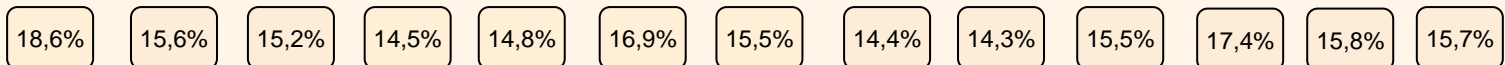
Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales



Acumulado 2013 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero - Septiembre '13

Cadenas Nacionales

309.233

360.807

343.611

344.809

250.363

227.676

220.913

187.00

Cadenas Nacionales Privadas

205.990

248.026

241.513

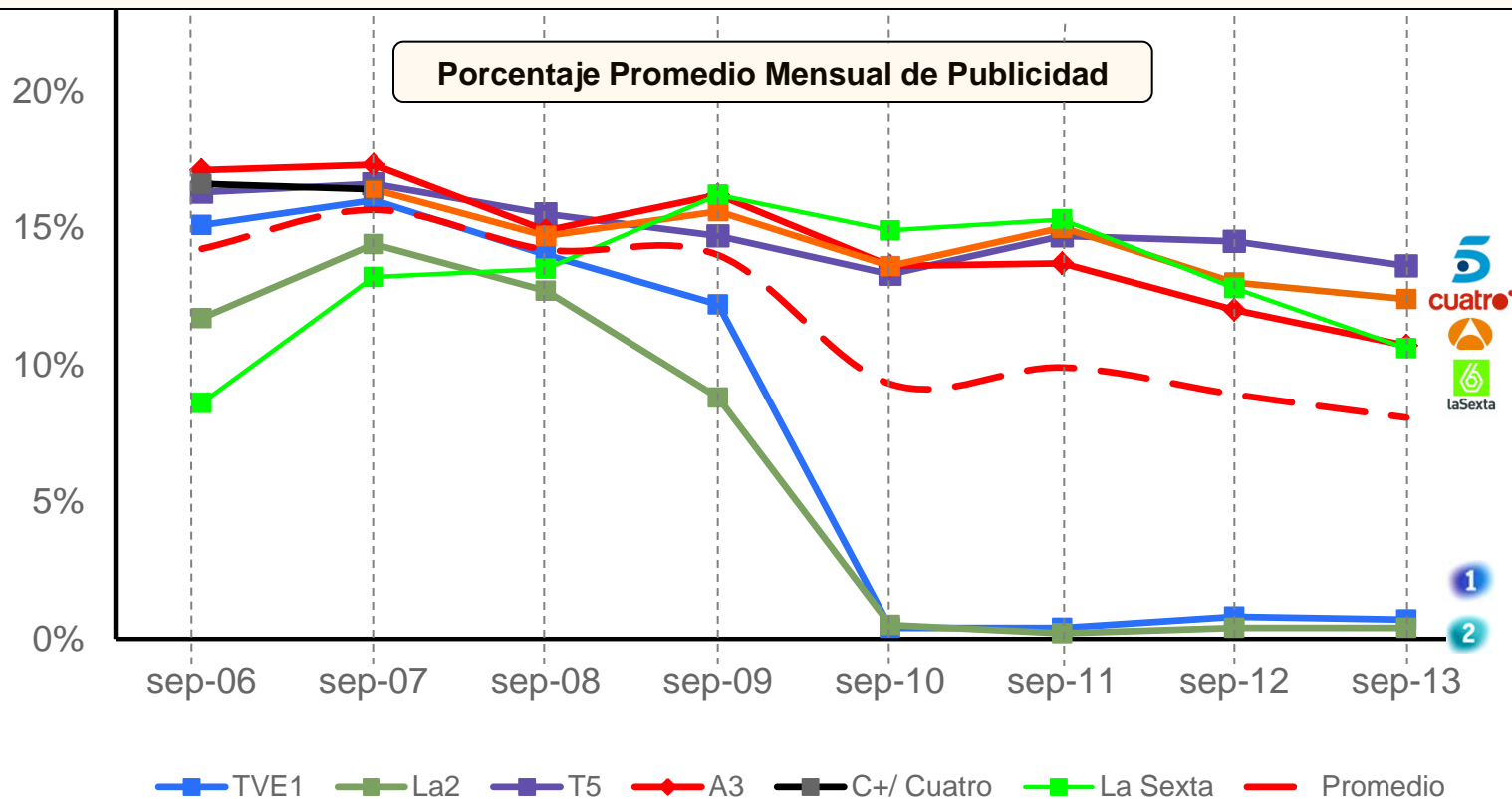
250.129

247.642

226.653

216.741

182.492



Fuente: Kantar Media

Datos Septiembre 2013.

Septiembre 2013

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías

TOTAL DÍA

cuatro 20,9%

5 16,5%

1 12,9%

6 12,7%
laSexta

2 3,7%

1 3,6%

PUBLICIDAD

5 12,2%

cuatro 11,7%

6 10,0%
laSexta

1 9,5%

1 0,5%

2 0,3%

TELETIENDAS

cuatro 5,6%

6 0,0%
laSexta

5 0,0%

2 0,0%

1 0,0%

1 0,0%

AVANC. PROG & AUTOPROMOS

2 3,1%

1 2,7%

5 2,3%

1 2,1%

cuatro 2,1%

6 2,0%
laSexta

PATROCINIOS

cuatro 0,5%

1 0,5%

5 0,4%

6 0,4%
laSexta

1 0,2%

2 0,1%

TELEPROMOCIONES

5 1,0%

1 0,7%

cuatro 0,3%

6 0,2%
laSexta

1 0,0%

2 0,0%

OTROS

cuatro 0,7%

5 0,6%

1 0,2%

1 0,2%

2 0,1%

6 0,1%
laSexta

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Agosto'13		Septiembre'13
1	PROGRAMACION	1382	↑	1385
	Autoprom / Av. Prog.	43	↓	39
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	6	↑	7
	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
401	168	202	204	144	266
15	6	5	4	4	4
0	0	0	0	0	0
3	1	1	1	1	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	1	0	0

		Agosto'13		Septiembre'13
2	PROGRAMACION	1381	↑	1382
	Autoprom / Av. Prog.	47	↓	44
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	3	↑	4
	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
401	172	196	200	145	268
15	6	9	7	4	2
0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	1	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	1	0	0

		Agosto'13		Septiembre'13
5	PROGRAMACION	1213	↓	1202
	Autoprom / Av. Prog.	29	↑	33
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	173	↑	175
	Patrocinios	6	≡	6
	Telepromociones	10	↑	14
	Otros	9	≡	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
344	137	167	161	124	269
12	4	6	6	6	0
0	0	0	0	0	0
63	36	34	50	22	0
2	1	1	1	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Septiembre 2013

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Agosto'13	Septiembre'13
 PROGRAMACION	1255	1254
Autoprom / Av. Prog.	34	30
Teletienda	0	0
Publicidad*	135	137
Patrocinios	6	7
Telepromociones	7	10
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
367	144	179	164	129	270
7	5	6	8	7	0
0	0	0	0	0	0
40	29	26	45	16	0
2	2	1	1	1	0
5	1	1	2	1	0
1	0	0	1	0	0

	Agosto'13	Septiembre'13
 PROGRAMACION	1162	1139
Autoprom / Av. Prog.	28	31
Teletienda	79	81
Publicidad*	151	168
Patrocinios	7	7
Telepromociones	2	4
Otros	10	11

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
353	141	173	159	124	189
12	4	6	6	4	0
0	0	0	0	0	81
56	31	33	47	20	0
1	1	1	2	1	1
0	2	0	2	0	0
4	2	2	3	1	0

	Agosto'13	Septiembre'13
 PROGRAMACION	1220	1257
Autoprom / Av. Prog.	31	29
Teletienda	0	0
Publicidad*	177	144
Patrocinios	6	6
Telepromociones	2	3
Otros	3	2

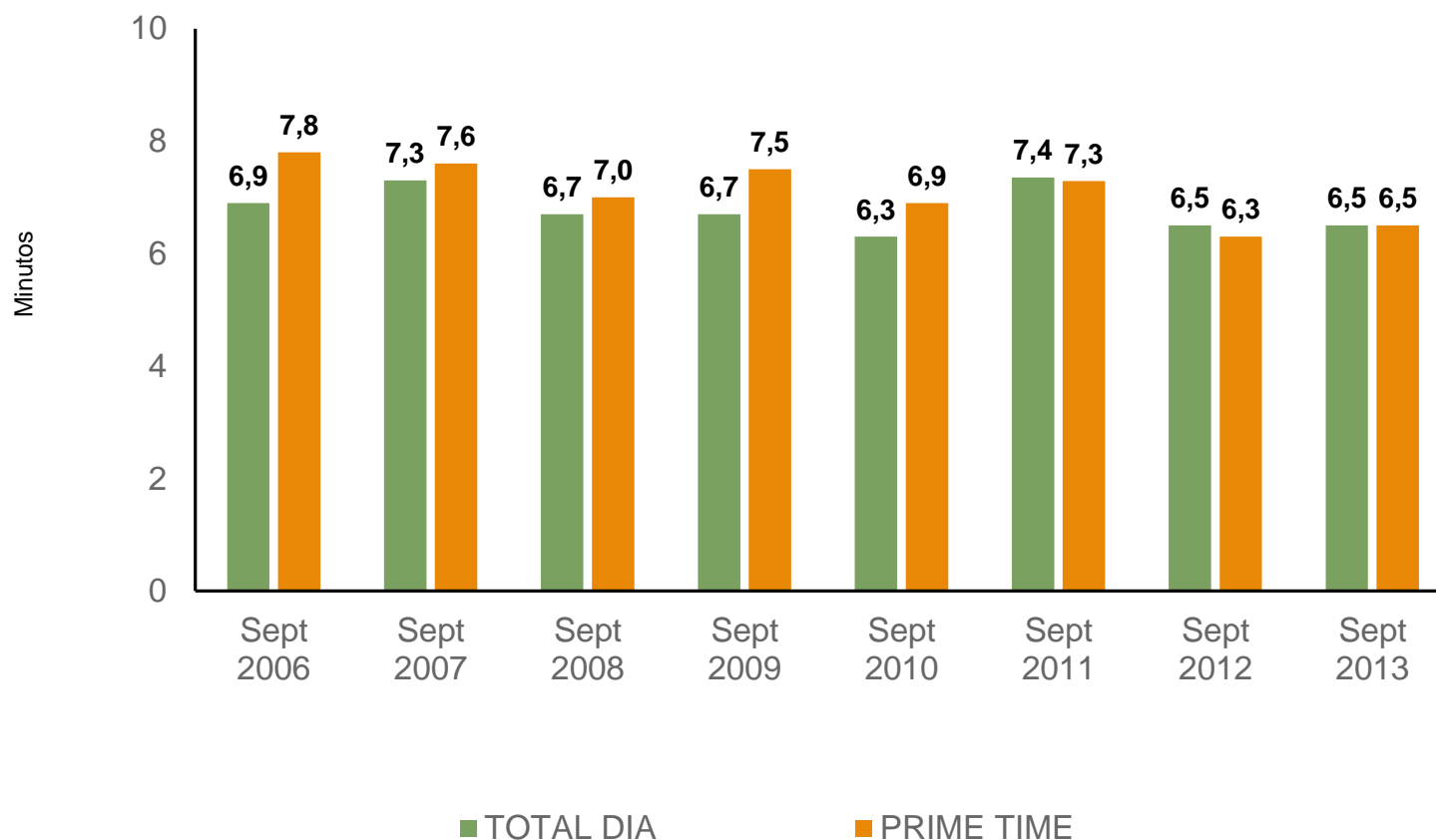
mañana	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
380	139	172	164	132	270
10	5	3	6	4	0
0	0	0	0	0	0
48	35	38	44	17	0
1	1	2	1	1	0
0	1	0	2	0	0
1	0	0	1	0	0

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

Fuente: Kantar Media

Septiembre 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.

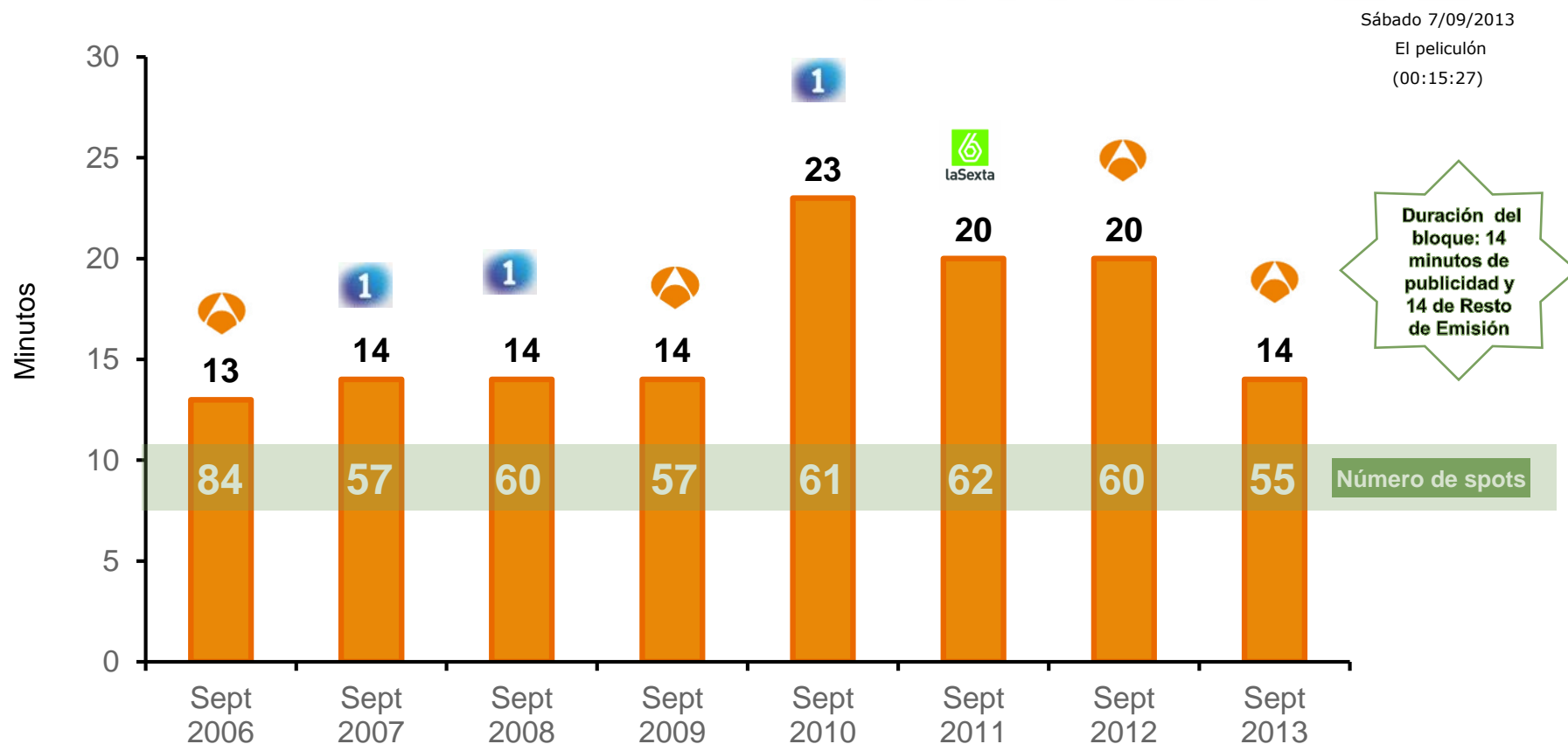
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Septiembre 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

Septiembre 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	29,6%
2	 IB3	I. Baleares	15,6%
3	 CL7	Castilla y León	14,9%
4	 C9	C. Valenciana	13,0%
5	 TVM	Madrid	11,8%
6	 CMT	Castilla la Mancha	9,9%
7	 C. SUR	Andalucía	9,6%
8	 TV3	Cataluña	9,6%
9	 ETB2	País Vasco	7,7%
10	 ATV	Aragón	7,2%

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 2013

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Septiembre 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.

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	26/09/2013	22:29:56	23:52:08	1:22:12	4.195	10,0	0,0	00:00
	ISABEL	30/09/2013	22:30:34	23:44:17	1:13:43	3.699	8,8	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	18/09/2013	15:35:02	16:13:32	0:38:30	1.253	3,0	0,0	00:00
	TOROS	01/09/2013	21:05:20	21:36:41	0:31:21	615	1,5	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: AUDICIONES A CIEGAS	30/09/2013	22:30:09	25:09:53	2:39:44	3.577	8,5	17,7	28:19
	SALVAME DELUXE: EXPRESS	20/09/2013	22:05:17	22:58:18	0:53:01	1.928	4,6	8,3	04:25

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 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)
	LA CUPULA	02/09/2013	23:20:56	24:05:58	0:45:02	4.397	10,5	13,2	05:58
	VIVE CANTANDO	03/09/2013	22:39:33	24:00:07	1:20:34	3.005	7,2	2,1	01:41

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	¿QUIEN QUIERE CASARSE CON MI HIJO?	11/09/2013	22:31:23	24:55:40	2:24:17	1.588	3,8	10,4	14:57
	PALABRA DE GITANO	15/09/2013	21:35:45	22:37:24	1:01:39	1.586	3,8	13,0	08:00

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL INTERMEDIO	09/09/2013	21:30:39	22:27:09	0:56:30	2.148	5,1	11,2	06:18
	REVOLUTION	18/09/2013	22:27:14	23:08:05	0:40:51	1.832	4,4	0,0	00:00

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 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)
	LA CUPULA	02/09/2013	23:20:56	24:05:58	0:45:02	4.397	10,5	13,2	05:58
	VIVE CANTANDO	03/09/2013	22:39:33	24:00:07	1:20:34	3.005	7,2	2,1	01:41
	EL PELICULÓN	22/09/2013	22:15:08	24:15:15	2:00:07	3.652	8,7	11,5	13:48
	MULTICINE	08/09/2013	16:00:25	17:45:19	1:44:54	2.739	6,5	19,1	20:05
	LA VOZ: AUDICIONES A CIEGAS	30/09/2013	22:30:09	25:09:53	2:39:44	3.577	8,5	17,7	28:19
	EL HORMIGUERO 3.0	26/09/2013	21:46:18	22:50:30	1:04:12	2.509	6,0	9,1	05:49
	EL SECRETO DE PUENTE VIEJO	30/09/2013	17:37:43	18:33:52	0:56:09	2.039	4,9	9,6	05:24
	SALVAME DELUXE: EXPRESS	20/09/2013	22:05:17	22:58:18	0:53:01	1.928	4,6	8,3	04:25
	SALVAME DELUXE	20/09/2013	22:58:18	26:29:59	3:31:41	2.084	5,0	16,9	35:52
	TIERRA DE LOBOS	24/09/2013	22:39:33	24:06:30	1:26:57	1.870	4,5	17,6	15:20

(**) 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

Septiembre 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 Larracochea (PROMARCA)	91-5221008	91-5227156	voriguela@aschisyasoc.com
Gabinete de Prensa: Pablo Nogueroles			

Septiembre 2013