

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Marzo 2014

Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales privadas aumentan su porcentaje de Resto de Emisión en Marzo. Antena 3 es la cadena que más lo ha aumentado con 3,4 puntos más y La Sexta la que menos, con tan solo 1 décima más que en Febrero. La cadena con mayor porcentaje de Resto de Emisión ha sido un mes más Cuatro, con 20,8%.
- El Promedio Mensual de Resto de Emisión de las cadenas nacionales comerciales anota este mes un 15,9%, siendo un 9,6% más que en Febrero y un 2,6% más que en Marzo 2013.
- Excepto Cuatro todas las cadenas anotan un valor de Resto de Emisión más alto en la franja de sobremesa que en la franja de noche.
- En cuanto a Publicidad se refiere, todas las cadenas la aumentan, siendo Cuatro quien más lo hace con una media de 31 minutos diarios. Este hecho ha supuesto que la cadena se sitúe como la cadena con más tiempo de Publicidad en Marzo, con una media diaria de 2 horas y 57 minutos, seguida de Telecinco con 2 horas y 52 minutos y de La Sexta con 2 horas y 17 minutos.

Resto de Emisión por franjas

TOTAL DÍA

cuatro 20,8%

5 16,2%

laSexta 14,8%

laSexta 12,1%

2 3,9%

1 3,5%

MAÑANA 7:00-13:59

5 18,9%

cuatro 16,8%

laSexta 14,3%

laSexta 10,1%

2 4,6%

1 4,5%

SOBREMESA 14:00-16:59

5 24,9%

laSexta 22,2%

laSexta 21,1%

cuatro 18,8%

2 5,2%

1 3,5%

TARDE 17:00-20:29

5 20,0%

laSexta 20,1%

cuatro 18,7%

laSexta 17,3%

2 5,7%

1 4,7%

NOCHE 20:30-23:59

cuatro 24,5%

laSexta 21,3%

5 20,4%

laSexta 18,0%

2 4,0%

1 3,2%

MADRUGADA 1 24:00-2:29

laSexta 16,4%

5 15,9%

cuatro 15,7%

laSexta 12,6%

1 3,6%

2 3,7%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

cuatro 29,8%

1 1,6%

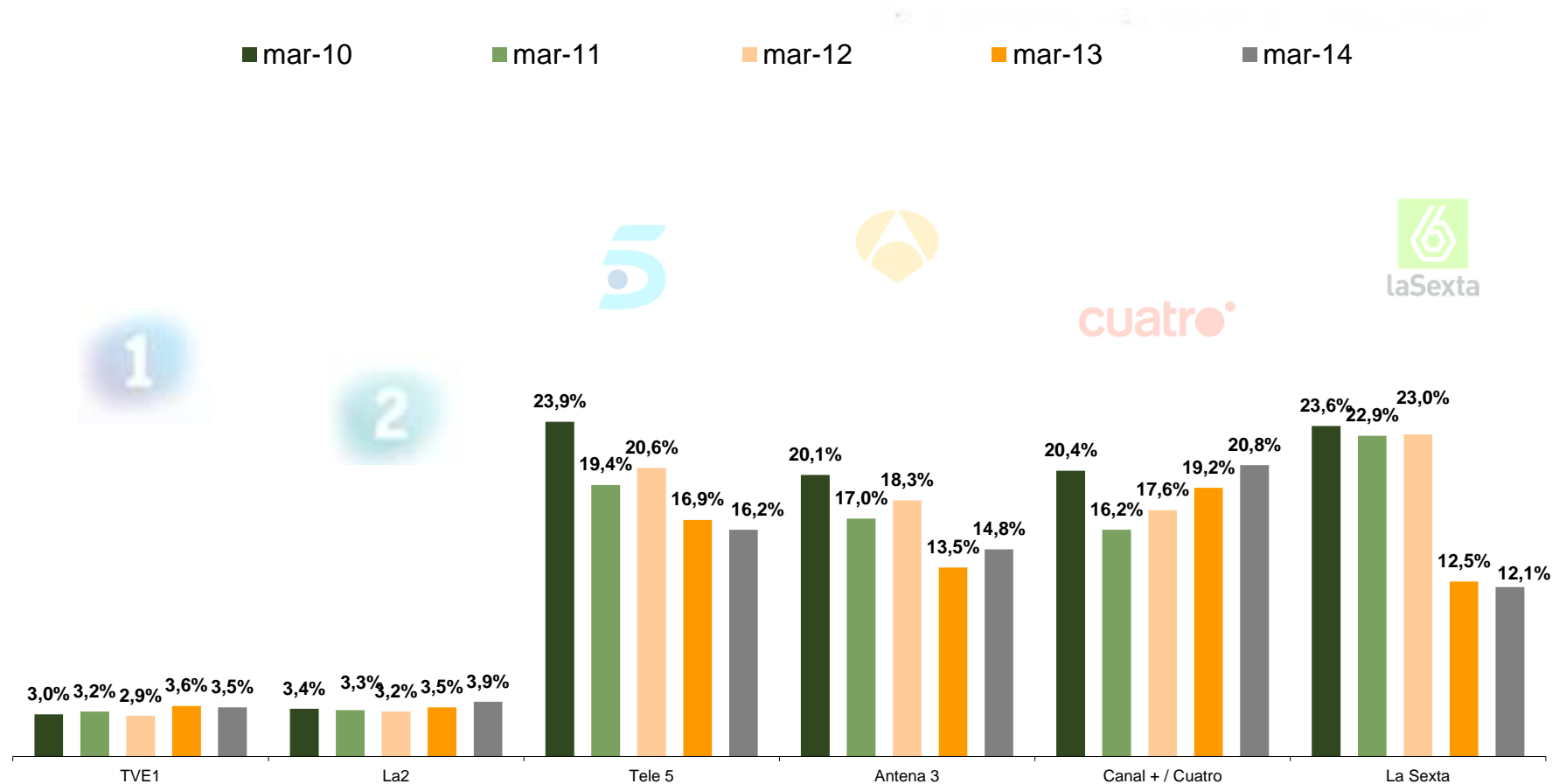
2 0,8%

laSexta 0,4%

5 0,2%

laSexta 0,0%

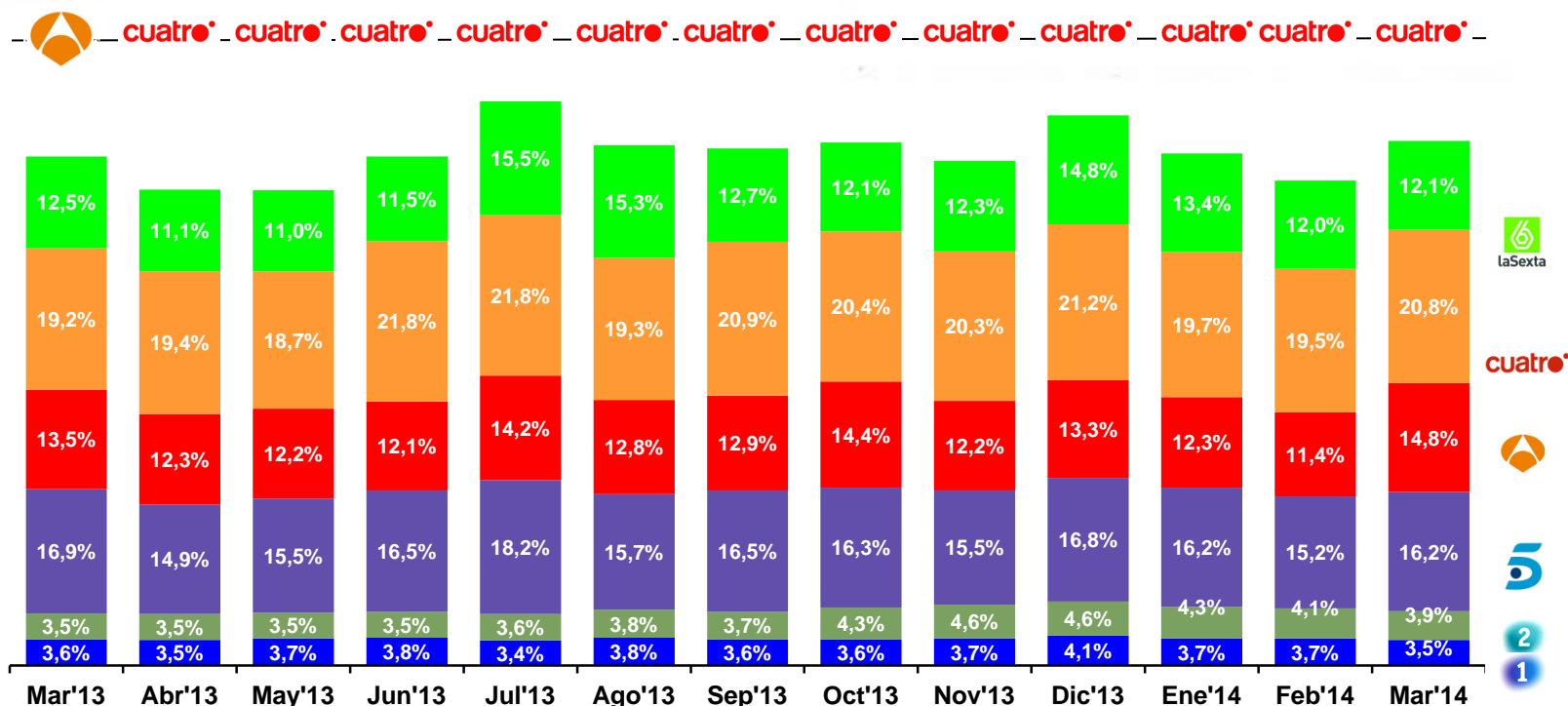
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Marzo 2014

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

11,5% 10,8% 10,7% 11,5% 12,8% 11,8% 11,7% 11,8% 11,4% 12,5% 11,6% 10,9% 11,8%

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

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

Acumulado 2014 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero-Marzo 2014

Cadenas Nacionales

93.401

116.633

107.361

87.722

75.526

73.971

60.276

60.634

Cadenas Nacionales Privadas

59.550

81.290

78.310

86.703

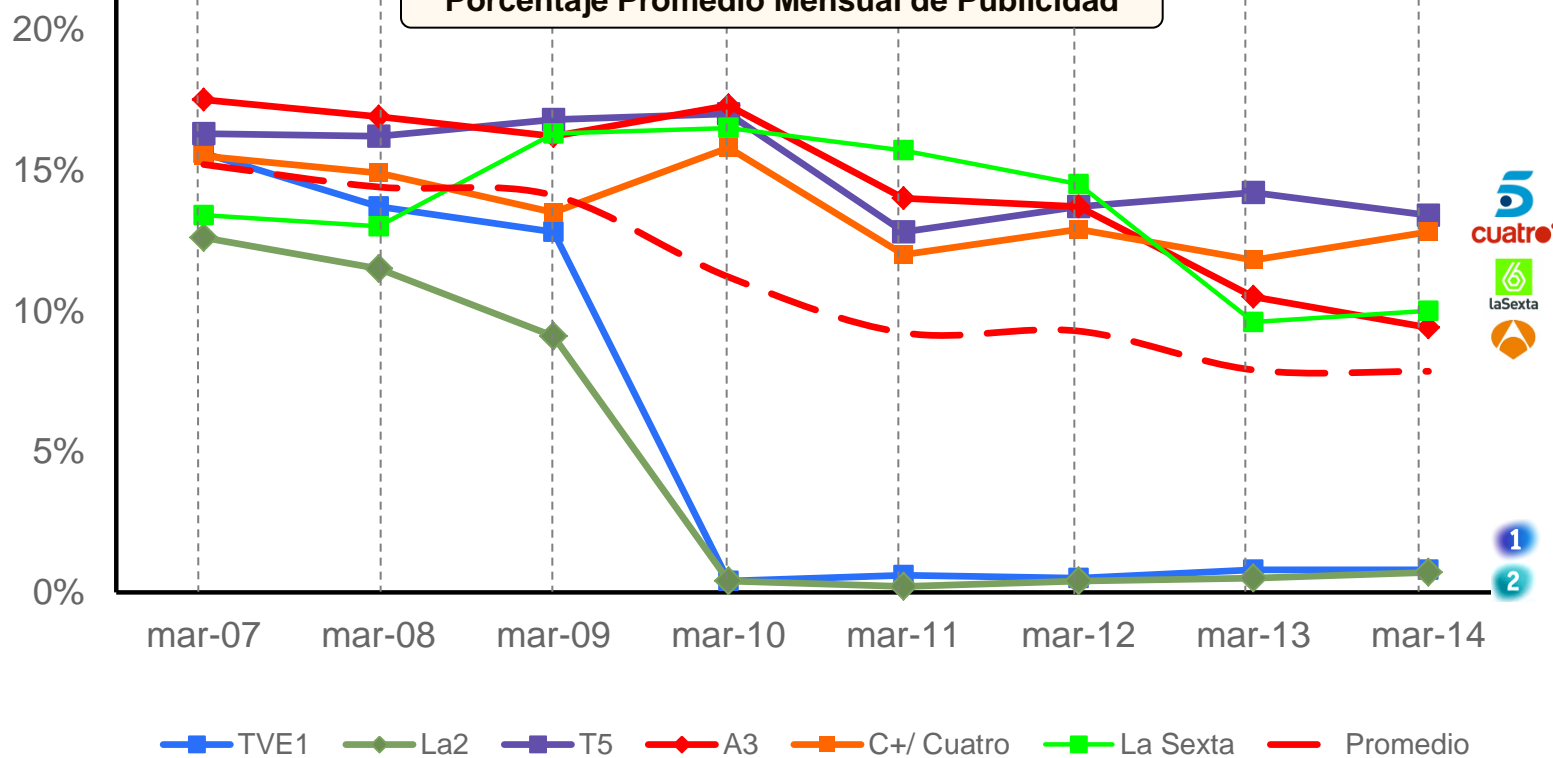
74.772

72.641

58.805

58.785

Porcentaje Promedio Mensual de Publicidad



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Marzo 2014

Marzo 2014

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías

TOTAL DÍA

cuatro 20,8%

5 16,2%

laSexta 14,8%

laSexta 12,1%

2 3,9%

1 3,5%

PUBLICIDAD

cuatro 12,3%

5 11,9%

laSexta 9,5%

laSexta 8,7%

2 0,5%

1 0,5%

TELETIENDAS

cuatro 5,3%

laSexta 0,0%

5 0,0%

2 0,0%

1 0,0%

laSexta 0,0%

AVANC. PROG & AUTOPROMOS

2 3,1%

laSexta 5,1%

1 2,5%

5 2,3%

cuatro 2,0%

laSexta 1,9%

PATROCINIOS

5 0,4%

laSexta 0,4%

laSexta 0,4%

cuatro 0,3%

1 0,3%

2 0,2%

TELEPROMOCIONES

5 1,1%

laSexta 0,3%

cuatro 0,2%

laSexta 0,1%

2 0,0%

1 0,0%

OTROS

cuatro 0,6%

5 0,5%

1 0,2%

laSexta 0,2%

2 0,1%

laSexta 0,1%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

1		Febrero'14		Marzo'14
	PROGRAMACION	1335	↑	1384
	Autoprom / Av. Prog.	37	↓	36
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	7	≡	7
	Patrocinios	0	≡	0
	Telepromociones	1	≡	1
	Otros	3	≡	3

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
399	171	200	203	144	266
13	4	6	5	4	4
0	0	0	0	0	0
3	1	2	1	1	0
1	1	1	1	0	0
0	1	0	0	0	0
0	1	1	1	0	0

2		Febrero'14		Marzo'14
	PROGRAMACION	1327	↑	1378
	Autoprom / Av. Prog.	46	↓	44
	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
399	171	194	202	144	268
17	7	8	6	4	2
0	0	0	0	0	0
1	1	2	1	1	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	1	1	0	0	0

5		Febrero'14		Marzo'14
	PROGRAMACION	1180	↑	1207
	Autoprom / Av. Prog.	34	↓	33
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	152	↑	172
	Patrocinios	5	↑	6
	Telepromociones	13	↑	15
	Otros	7	≡	7

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
341	135	168	167	126	269
12	4	6	5	6	0
0	0	0	0	0	0
58	34	30	32	17	0
2	1	0	1	1	0
1	4	4	4	2	0
0	2	1	1	1	1

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

Fuente: Kantar Media

Marzo 2014


Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Febrero'14	Marzo'14
	PROGRAMACION	1231	1227
	Autoprom / Av. Prog.	28	74
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	116	125
	Patrocinios	5	6
	Telepromociones	7	5
	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
360	140	168	165	125	269
20	10	21	13	10	0
0	0	0	0	0	0
34	28	20	29	14	0
2	1	1	1	1	0
0	1	1	1	2	0
0	1	0	0	1	0

		Febrero'14	Marzo'14
cuatro	PROGRAMACION	1120	1141
	Autoprom / Av. Prog.	32	29
	Teletienda	77	77
	Publicidad*	146	177
	Patrocinios	4	4
	Telepromociones	4	3
	Otros	7	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
350	146	171	159	126	190
11	3	5	6	4	0
0	0	0	0	0	77
54	27	32	42	19	0
0	1	1	1	1	0
0	0	2	0	1	0
0	4	1	1	1	1

		Febrero'14	Marzo'14
	PROGRAMACION	1223	1266
	Autoprom / Av. Prog.	27	28
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	129	137
	Patrocinios	5	5
	Telepromociones	3	2
	Otros	1	2

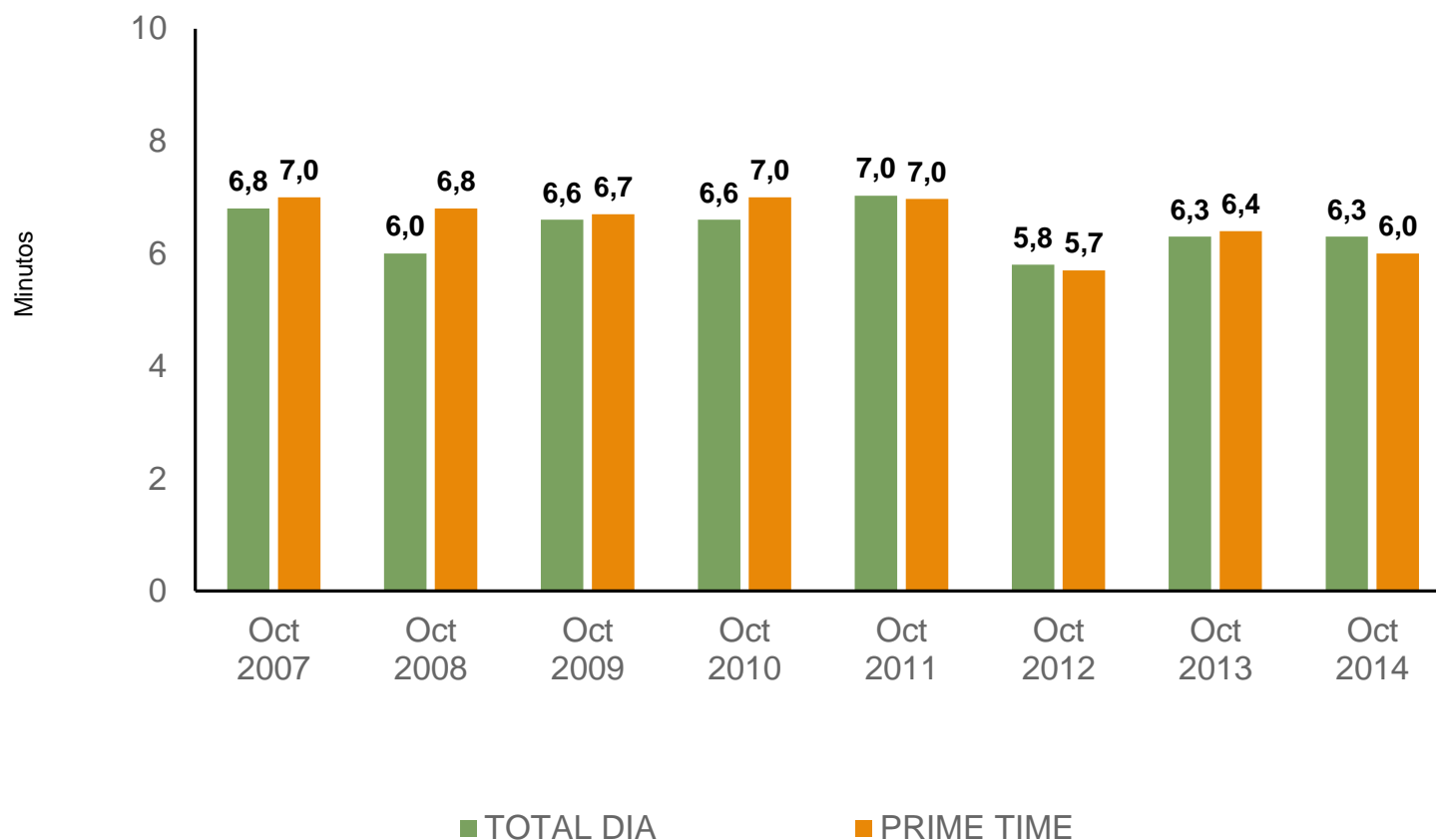
mañana	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
377	142	174	172	131	270
11	4	2	7	4	0
0	0	0	0	0	0
30	32	32	29	14	0
2	1	1	1	0	0
0	0	1	0	0	1
0	1	1	0	0	0

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

Fuente: Kantar Media

Marzo 2014

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.

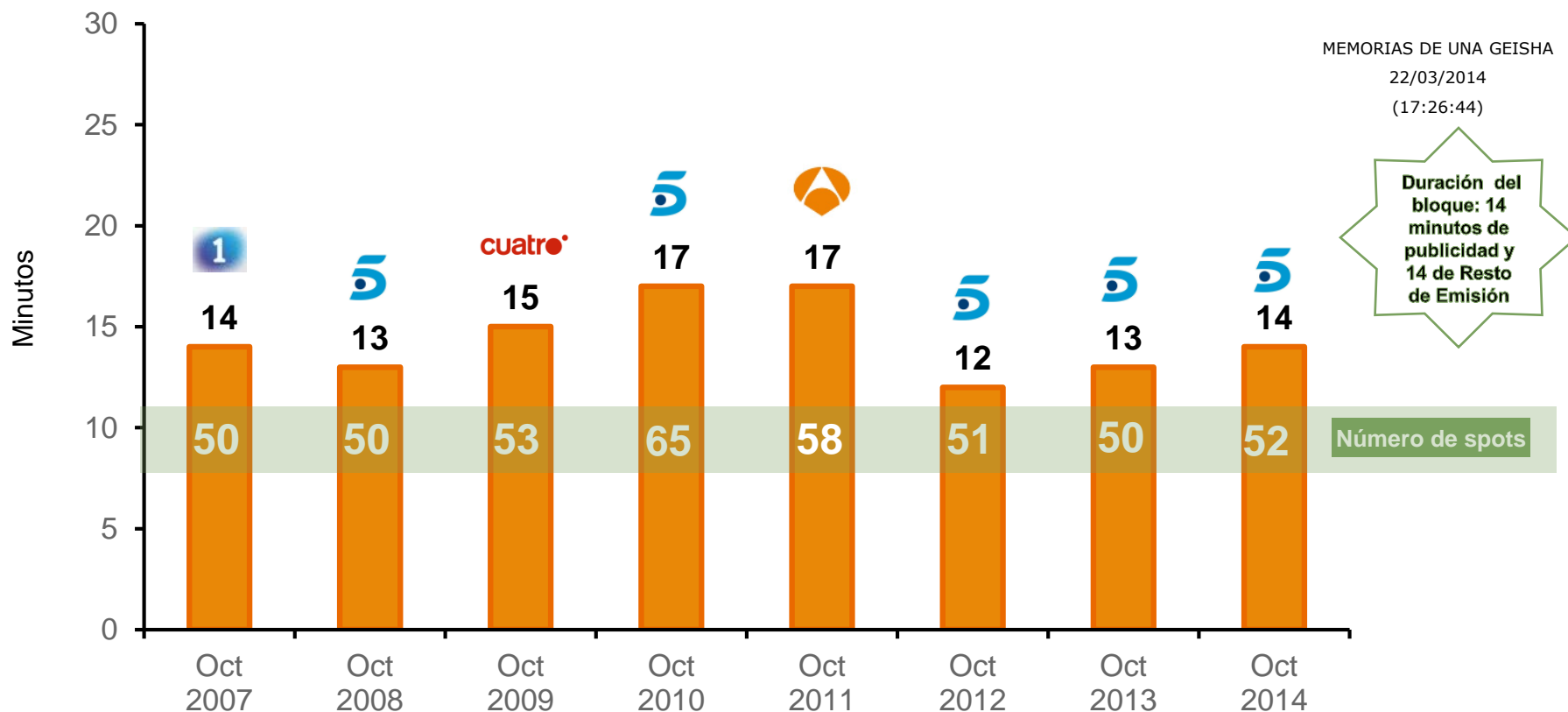
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Marzo 2014

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








Marzo 2014

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	29,0%
2	 IB3	I. Baleares	14,8%
3	 CL7	Castilla y León	12,1%
4	 C. SUR	Andalucía	11,8%
5	 TVM	Madrid	10,9%
6	 CMT	Castilla la Mancha	10,6%
7	 TV3	Cataluña	10,4%
8	 ATV	Aragón	9,5%
9	 TVG	Galicia	8,7%
10	 K3-33	Cataluña	4,0%

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.

Marzo 2014

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Marzo 2014

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.

Marzo 2014

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)
	CUENTAME COMO PASO	27/03/2014	22:30:35	23:42:05	1:11:30	3.926	9,3	0,0	00:00
	PELICULA DE LA SEMANA	30/03/2014	22:03:46	23:56:26	1:52:40	3.141	7,4	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	24/03/2014	15:30:03	16:12:24	0:42:21	1.463	3,5	0,0	00:00
	CINEFILIA	24/03/2014	22:02:51	24:40:54	2:38:03	1.019	2,4	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)
	EL PRINCIPE	11/03/2014	22:33:09	24:00:27	1:27:18	5.337	12,6	14,2	12:23
	LA VOZ KIDS	13/03/2014	22:33:19	25:18:51	2:45:32	5.186	12,2	18,7	30:53

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

Marzo 2014

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)
	VELVET	03/03/2014	22:39:53	24:08:37	1:28:44	4.307	10,2	11,2	09:58
	EL PELICULON	02/03/2014	22:10:40	24:13:56	2:03:16	4.080	9,6	15,3	18:53

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	HOME CINEMA	23/03/2014	15:55:17	18:11:45	2:16:28	1.651	3,9	14,2	19:25
	HOME CINEMA 2	23/03/2014	18:11:55	19:52:46	1:40:51	1.536	3,6	19,1	19:14

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL INTERMEDIO	03/03/2014	21:35:01	22:37:29	1:02:28	2786	6,6	14,1	08:48
	PESADILLA EN LA COCINA	24/03/2014	22:30:12	23:42:12	1:12:00	2497	5,9	12,4	08:55

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

Marzo 2014

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 PRINCIPE	11/03/2014	22:33:09	24:00:27	1:27:18	5.337	12,6	14,2	12:23
	LA VOZ KIDS	13/03/2014	22:33:19	25:18:51	2:45:32	5.186	12,2	18,7	30:53
	LA VOZ KIDS EXPRES	13/03/2014	22:07:26	22:33:19	0:25:53	4.704	11,1	28,7	07:25
	VELVET	03/03/2014	22:39:53	24:08:37	1:28:44	4.307	10,2	11,2	09:58
	EL PELICULON	02/03/2014	22:10:40	24:13:56	2:03:16	4.080	9,6	15,3	18:53
	LA QUE SE AVECINA	10/03/2014	22:31:04	24:24:25	1:53:21	3.690	8,7	23,1	26:10
	TU CARA ME SUENA	27/03/2014	22:34:15	25:44:38	3:10:23	3.228	7,6	17,3	32:54
	SUPERVIENTES EXPRES	17/03/2014	22:07:51	22:38:21	0:30:30	3.206	7,6	22,2	06:46
	PASAPALABRA	24/03/2014	20:17:08	21:04:07	0:46:59	3.125	7,4	9,5	04:29
	A BAILAR!	04/03/2014	22:36:27	24:37:51	2:01:24	3.123	7,4	5,4	06:32

(**) 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

Marzo 2014

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			

Marzo 2014