

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Julio 2013

Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales privadas incrementan su porcentaje de Resto de Emisión respecto a Junio. Cuatro es la cadena con mayor porcentaje de Resto de Emisión, que mantiene respecto a Junio. Telecinco mantiene la segunda posición con 1,7 puntos porcentuales más. La Sexta es la cadena que más lo incrementa con 4 puntos porcentuales.
- En Julio el promedio mensual de Resto de Emisión vuelve a subir, situándose el promedio de las cadenas nacionales comerciales en 17,4%, 1,9 puntos más respecto a Junio 2013 y el mismo período del año anterior.
- Telecinco es la cadena con mayor porcentaje de Resto de Emisión en todas las franjas salvo en Madrugada 2. Aumenta el Resto de emisión en todas las franjas de todas las cadenas, salvo Cuatro que lo reduce en Mañana, Sobremesa y Madrugada 1.
- Las franjas de Noche y Tarde son las que mayor valor de Resto de Emisión presentan y Madrugada 2 en el caso de Cuatro.
- En cuanto a publicidad se refiere, todas las cadenas aumentan el tiempo de publicidad. Telecinco es la cadena que más publicidad emite, con 3 horas y 26 minutos de media diarios, 31 más que en Junio. Le sigue Cuatro que sin embargo solamente emitió 3 minutos más de publicidad que en Junio. En cambio La Sexta, es la cadena que más lo aumenta, 56 minutos más respecto al mes anterior.

Julio 2013

Resto de Emisión por franjas

TOTAL DÍA

cuatro 21,8%

5 18,2%

laSexta 15,5%

2 14,2%

2 3,6%

1 3,4%

MAÑANA 7:00-13:59

5 19,3%

cuatro 17,1%

laSexta 14,9%

2 13,2%

1 4,4%

2 4,0%

NOCHE 20:30-23:59

5 29,2%

cuatro 27,6%

2 26,6%

laSexta 25,5%

2 4,2%

1 2,6%

SOBREMESA 14:00-16:59

5 25,4%

laSexta 23,8%

cuatro 21,9%

2 21,3%

1 5,2%

2 4,0%

MADRUGADA 1 24:00-2:29

5 19,6%

cuatro 17,2%

2 14,1%

laSexta 14,1%

2 3,3%

1 2,8%

TARDE 17:00-20:29

5 21,1%

laSexta 20,8%

cuatro 18,6%

2 15,9%

2 5,5%

1 2,9%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

cuatro 29,7%

1 1,8%

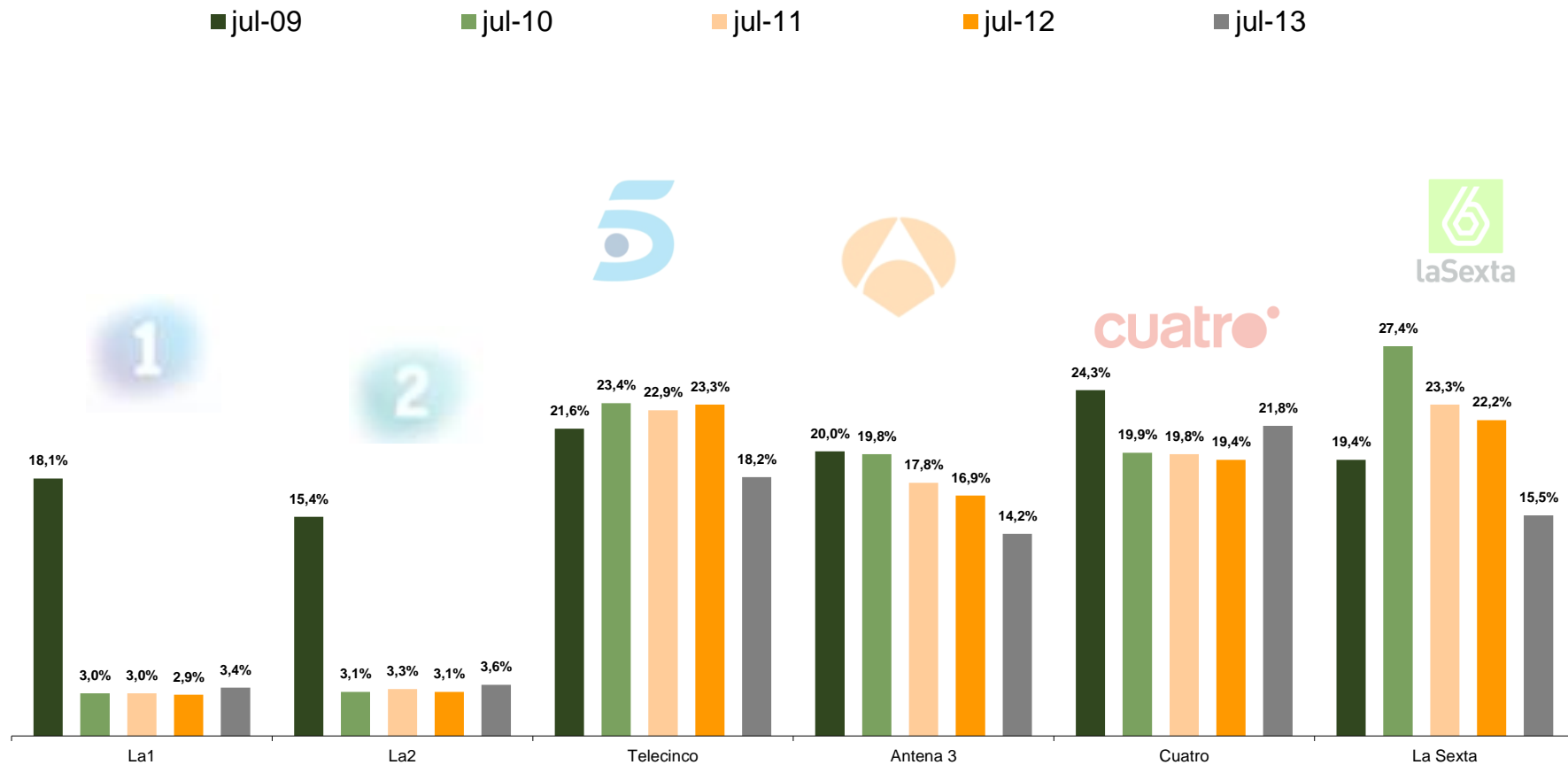
2 0,9%

5 0,2%

laSexta 0,0%

2 0,0%

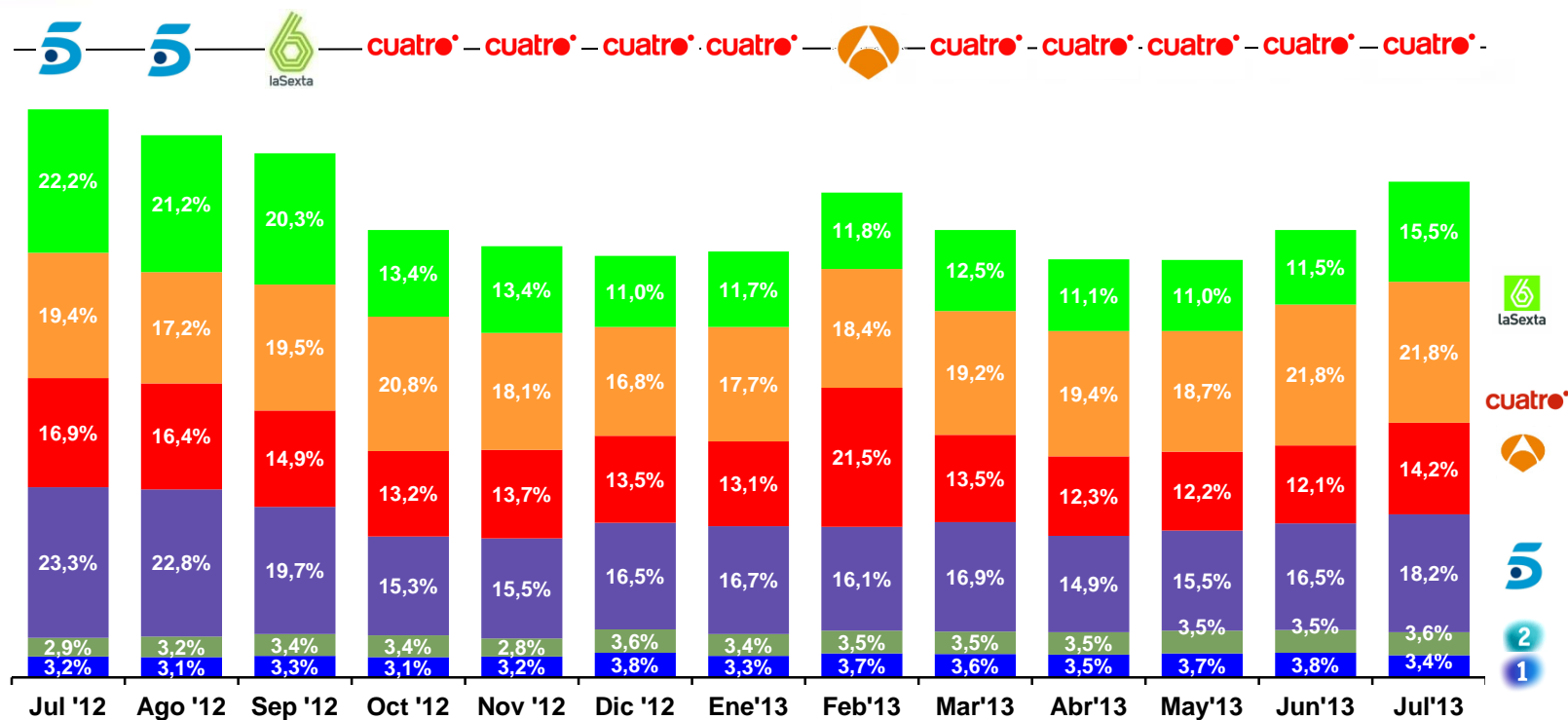
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Julio 2013

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

14,6% 13,9% 13,5% 11,5% 11,1% 10,8% 10,9% 12,5% 11,5% 10,8% 10,7% 11,5% 12,8%

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

20,4% 19,4% 18,6% 15,6% 15,2% 14,5% 14,8% 16,9% 15,5% 14,4% 14,3% 15,5% 17,4%

Acumulado 2013 de Publicidad

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

Cadenas Nacionales

233.120

278.740

267.853

267.096

199.660

176.970

172.386

144.587

Cadenas Nacionales Privadas

153.644

240,705

232.098

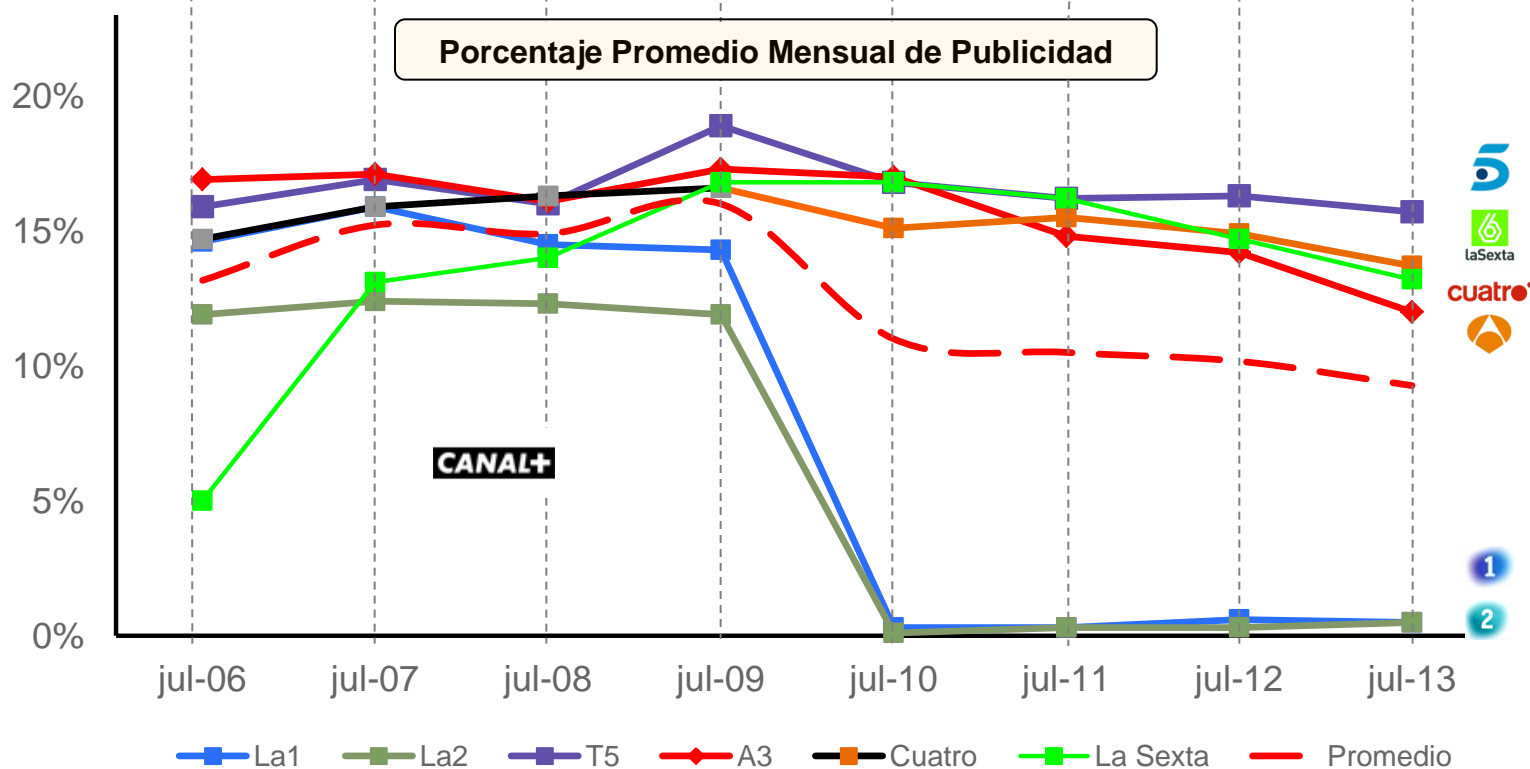
232.241

199.099

176.418

169.345


141.056





Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías

TOTAL DÍA


 21,8%

 18,2%


 15,5%


 14,2%


 3,6%


 3,4%


PUBLICIDAD

 14,3%

 13,0%

 12,6%


 10,9%

 0,4%

 0,4%

TELETIENDAS


 5,5%

 0,0%


 0,0%

 0,0%


 0,0%

 0,0%

AVANC. PROG & AUTOPROMOS

 3,0%

 2,7%

 2,2%

 2,0%

 1,9%


 1,8%

PATROCINIOS


 0,5%

 0,5%

 0,4%


 0,4%

 0,1%


 0,1%

TELEPROMOCIONES

 0,9%

 0,6%

 0,3%

 0,2%

 0,0%


 0,0%


OTROS

 0,8%

 0,7%

 0,2%

 0,2%

 0,2%

 0,2%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Junio'13		Julio'13
1	PROGRAMACION	1380	↑	1389
	Autoprom / Av. Prog.	42	↓	38
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	10	↓	6
	Patrocinios	0	==	0
	Telepromociones	0	==	0
	Otros	1	==	1

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	204	205	146	265
15	7	5	4	4	4
0	0	0	0	0	0
3	1	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0

		Junio'13		Julio'13
2	PROGRAMACION	1385	↓	1384
	Autoprom / Av. Prog.	42	==	42
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	5	==	5
	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
402	173	197	199	145	268
14	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
2	0	0	0	0	0

		Junio'13		Julio'13
5	PROGRAMACION	1203	↓	1178
	Autoprom / Av. Prog.	30	↓	27
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	175	↑	206
	Patrocinios	10	↓	7
	Telepromociones	14	↓	13
	Otros	8	↑	10

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
339	134	166	149	121	269
10	3	4	5	5	0
0	0	0	0	0	0
63	36	34	50	23	0
2	1	1	2	1	0
3	3	4	2	1	0
3	2	1	3	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Julio 2013

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Junio'13		Julio'13
	PROGRAMACION	1265		1236
	Autoprom / Av. Prog.	28		29
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	127		156
	Patrocinios	6		7
	Telepromociones	11		9
	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
364	142	177	154	129	270
8	6	5	7	4	0
0	0	0	0	0	0
40	29	26	45	16	0
2	2	1	1	1	0
5	1	1	2	0	0
1	0	0	1	0	0

		Junio'13		Julio'13
cuatro	PROGRAMACION	1127		1126
	Autoprom / Av. Prog.	30		26
	Teletienda	77		80
	Publicidad*	184		187
	Patrocinios	7		6
	Telepromociones	4		4
	Otros	11		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
348	141	171	152	124	190
10	3	4	5	4	0
0	0	0	0	0	80
56	31	33	47	20	0
1	1	1	2	0	0
0	2	0	2	0	0
4	2	2	3	1	0

		Junio'13		Julio'13
	PROGRAMACION	1275		1216
	Autoprom / Av. Prog.	28		31
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	125		181
	Patrocinios	6		6
	Telepromociones	4		3
	Otros	2		2

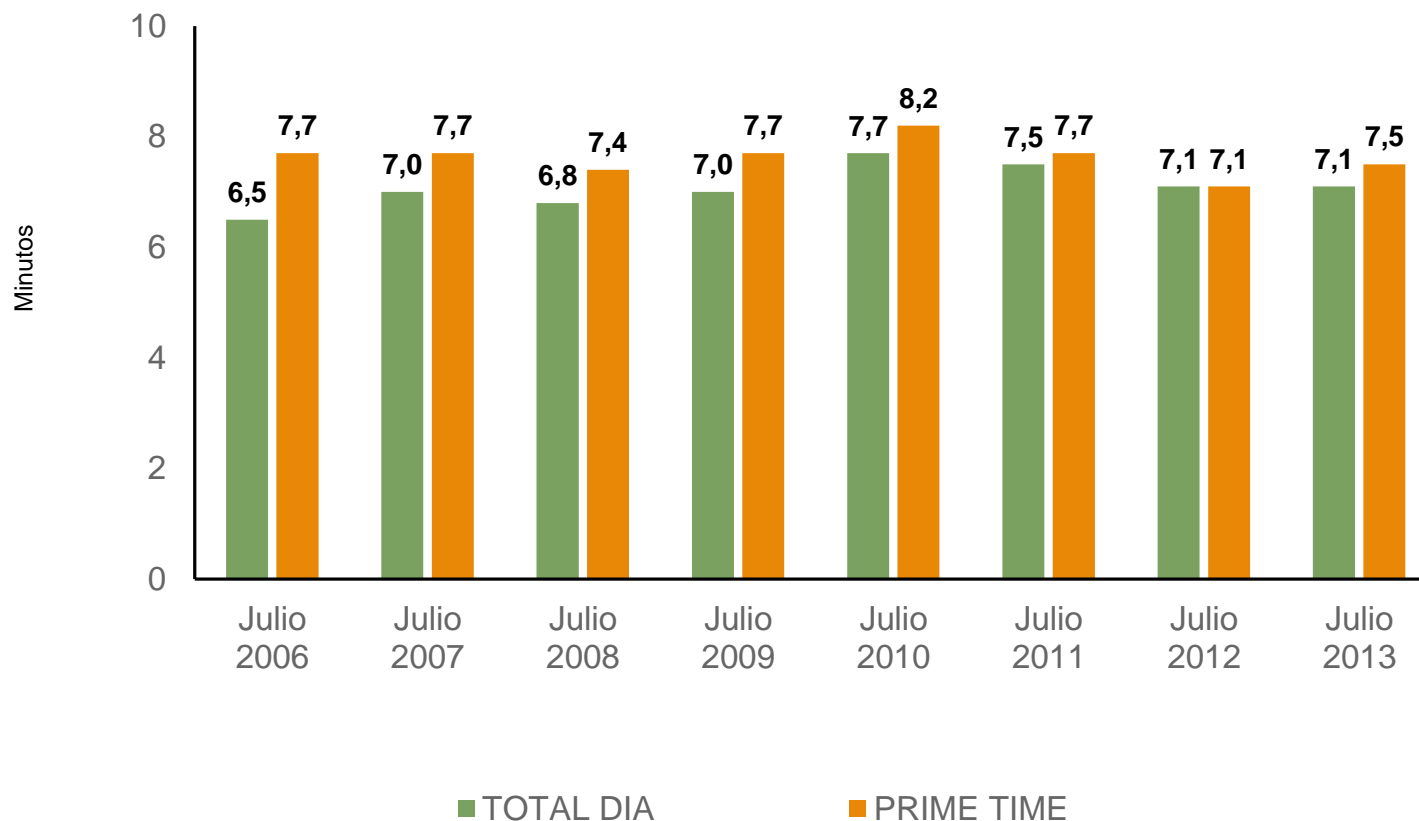
mañana	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
358	137	166	157	129	270
13	5	4	6	4	0
0	0	0	0	0	0
48	35	38	44	17	0
2	1	2	1	1	0
0	1	0	2	0	0
1	0	0	1	0	0

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

Fuente: Kantar Media

Julio 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.

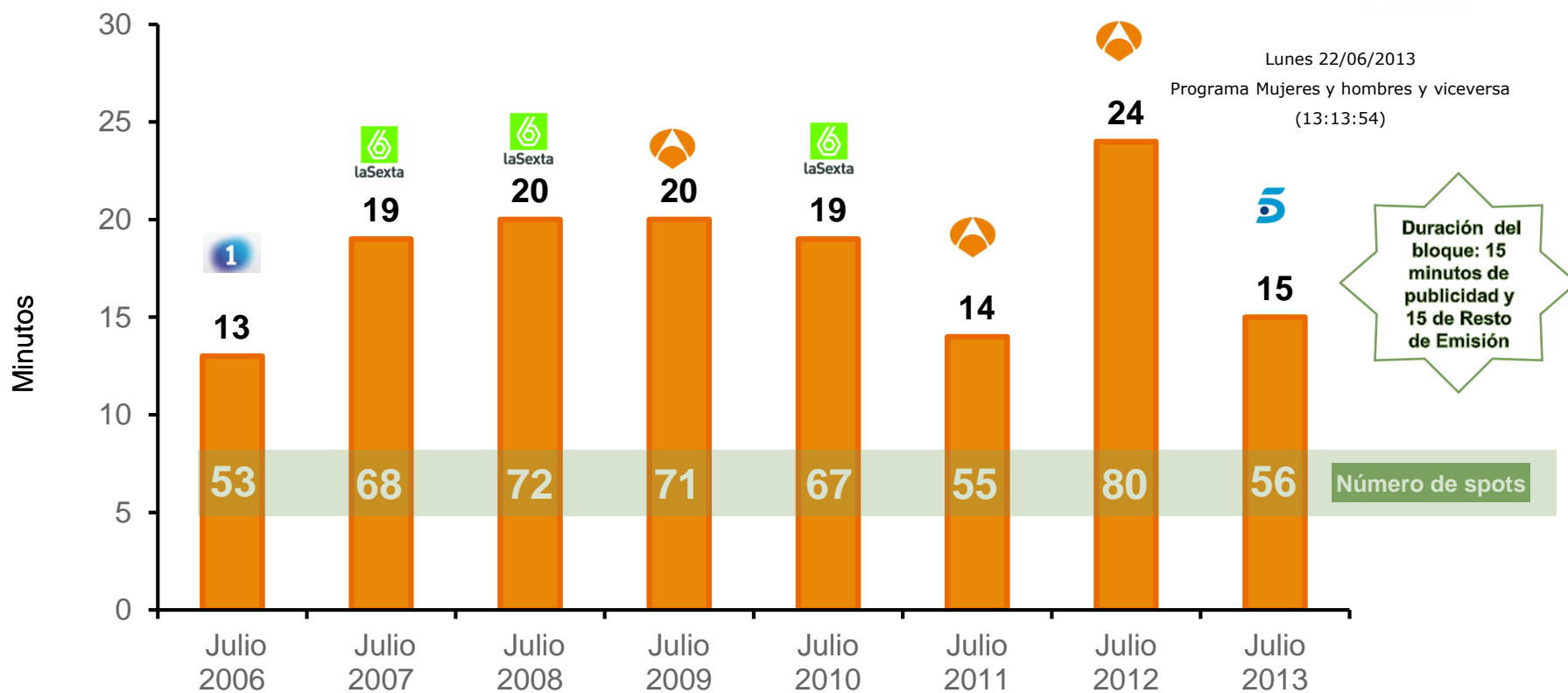
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Julio 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

Julio 2013

Ranking de Canales Autonómicos de Resto de Emisión por Total Día

Mapa de Comunidades con Televisiones Autonómicas



- 1 TV. Autónoma
- 2 TV. Autonómicas
- Sin TV. Autónoma

Posición	Cadena	Comunidad	% Resto
1	 TPA	Asturias	26,0%
2	 CL7	Castilla y León	16,8%
3	 IB3	I. Baleares	16,8%
4	 C9	C. Valenciana	13,2%
5	 TVM	Madrid	11,9%
6	 CMT	Castilla la Mancha	11,5%
7	 C. SUR	Andalucía	11,4%
8	 TV3	Cataluña	10,2%
9	 TVG	Galicia	8,4%
10	 ETB2	País Vasco	8,4%

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.

Julio 2013

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Julio 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.

Julio 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)
	MASTERCHEF	02/07/2013	22:31:08	24:38:34	2:07:26	5.399	12,9	0,0	00:00
	PELICULA DE LA SEMANA	14/07/2013	22:17:22	23:49:14	1:31:52	3.078	7,3	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	01/07/2013	15:38:02	16:15:24	0:37:22	1.278	3,0	0,0	00:00
	VERSION ESPAÑOLA PRESENTACION	09/07/2013	22:00:02	23:34:58	1:34:56	794	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)
	CAMPAMENTO DE VERANO:ULTIMA HORA	29/07/2013	22:19:28	22:44:45	0:25:17	1.624	3,9	0,0	00:00
	SALVAME:DIARIO	08/07/2013	15:59:11	20:07:08	4:07:57	1.765	4,2	19,2	47:42

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


Julio 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)
	ARROW	18/07/2013	23:12:30	24:06:09	0:53:39	2.697	6,4	25,4	13:38
	CON EL CULO AL AIRE	03/07/2013	22:42:26	24:10:25	1:27:59	2.618	6,2	26,5	23:17

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	UN PRINCIPE PARA CORINA	08/07/2013	22:38:00	24:37:03	1:59:03	1.709	4,1	19,5	23:16
	BELLA Y BESTIA	15/07/2013	23:13:22	24:05:09	0:51:47	1.717	4,1	36,9	19:05

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	POLICIAS EN ACCION	21/07/2013	21:41:08	22:31:39	0:50:31	1.403	3,3	0,0	00:00
	PESADILLA EN LA COCINA	04/07/2013	22:34:04	23:50:39	1:16:35	2.242	5,3	13,2	10:05

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

Julio 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)
	ARROW	18/07/2013	23:12:30	24:06:09	0:53:39	2.697	6,4	25,4	13:38
	CON EL CULO AL AIRE	03/07/2013	22:42:26	24:10:25	1:27:59	2.618	6,2	26,5	23:17
	EL PELICULON / LOS PITUFOS	07/07/2013	22:09:42	24:00:26	1:50:44	2.758	6,6	16,8	18:36
	EL SECRETO DE PUENTE VIEJO	01/07/2013	17:38:06	18:35:05	0:56:59	2.129	5,1	6,9	03:57
	EL HORMIGUERO 3.0	01/07/2013	21:45:48	22:32:52	0:47:04	2.066	4,9	12,1	05:41
	MULTICINE 2 / EL DESTINO DE LOS HASTINGS	14/07/2013	17:46:24	19:25:29	1:39:05	1.982	4,7	11,6	11:31
	UN PRINCIPE PARA CORINA	08/07/2013	22:38:00	24:37:03	1:59:03	1.709	4,1	19,5	23:16
	MULTICINE / INESTABLE	07/07/2013	16:00:11	17:41:17	1:41:06	1.872	4,5	19,5	19:41
	CAMPAMENTO DE VERANO:ULTIMA HORA	29/07/2013	22:19:28	22:44:45	0:25:17	1.624	3,9	0,0	00:00
	SALVAME:DIARIO	08/07/2013	15:59:11	20:07:08	4:07:57	1.765	4,2	19,2	47:42

(**) 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

Julio 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			

Julio 2013