

# Observatorio **aea** de la Publicidad

## Informe Televisión

Enero 2014

## Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales reducen su porcentaje de Resto de Emisión en el primer mes del año. Cuatro es la cadena que más lo reduce, con 1,6 décimas menos, aunque sigue siendo la que mayor porcentaje presenta alcanzando un 19,7% de Resto de Emisión. La segunda cadena que más lo ha reducido ha sido La Sexta (-1,4%).
- El Promedio Mensual de Resto de Emisión de las cadenas nacionales comerciales anota este mes un 15,4%, siendo un 4% menos que en el mismo periodo del año anterior.
- El porcentaje de Resto de Emisión baja en todas las franjas. La franja de Noche es donde más decrece el Resto de Emisión. Por otro lado Mañana es la franja donde menos se reduce, incluso algunas cadenas como Telecinco, Cuatro y Antena 3 lo mantienen o incrementan ligeramente.
- Todas las cadenas reducen la Publicidad emitida, siendo Cuatro la que más lo reduce, con 19 minutos menos que en Diciembre. Telecinco continúa siendo la cadena que más Publicidad emite, con una media diaria que no llega a 3 horas (2 horas y 56 minutos).
- Continúa descendiendo el tiempo de emisión del resto de formatos publicitarios, salvo las Autopromociones /Avances de Programación en Telecinco y Cuatro.

Enero 2014

## Resto de Emisión por franjas

### TOTAL DÍA

**cuatro** 19,7%

**5** 16,2%

**laSexta** 13,4%

**2** 12,3%

**2** 4,3%

**1** 3,7%

### MAÑANA 7:00-13:59

**5** 18,3%

**cuatro** 17,1%

**2** 12,3%

**laSexta** 11,8%

**2** 5,1%

**1** 4,7%

### SOBREMESA 14:00-16:59

**5** 24,5%

**laSexta** 22,4%

**2** 19,1%

**cuatro** 18,1%

**2** 5,8%

**1** 3,6%

### TARDE 17:00-20:29

**5** 19,9%

**laSexta** 19,3%

**cuatro** 17,3%

**2** 14,7%

**2** 5,7%

**1** 4,7%

### NOCHE 20:30-23:59

**cuatro** 23,0%

**5** 21,5%

**laSexta** 20,0%

**2** 19,3%

**2** 4,2%

**1** 3,2%

### MADRUGADA 1 24:00-2:29

**5** 16,6%

**cuatro** 14,0%

**laSexta** 13,9%

**2** 13,0%

**1** 4,1%

**2** 3,8%

### MADRUGADA 2 2:30-6:59

**cuatro** 27,5%

**1** 1,6%

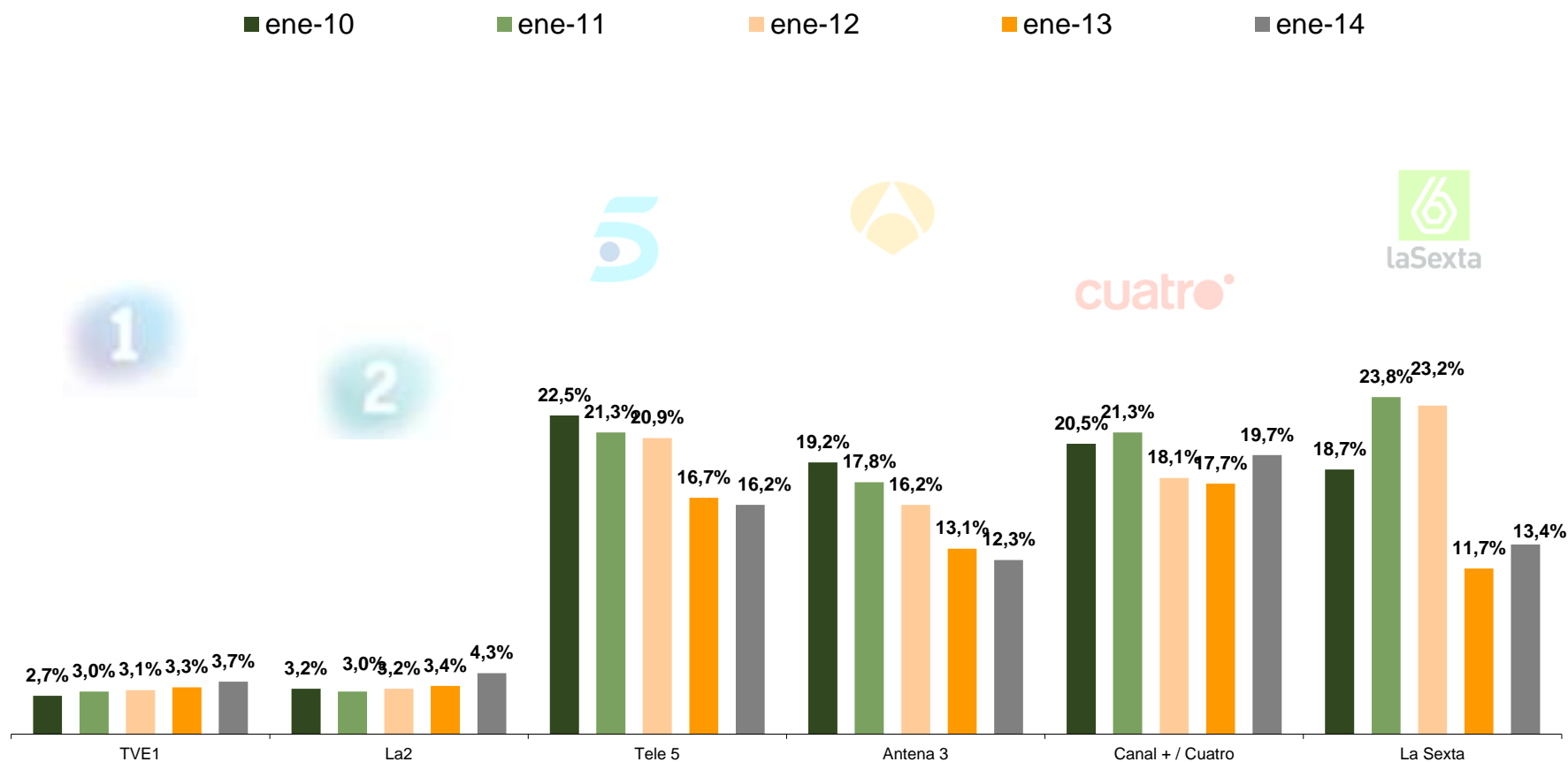
**2** 1,2%

**5** 0,3%

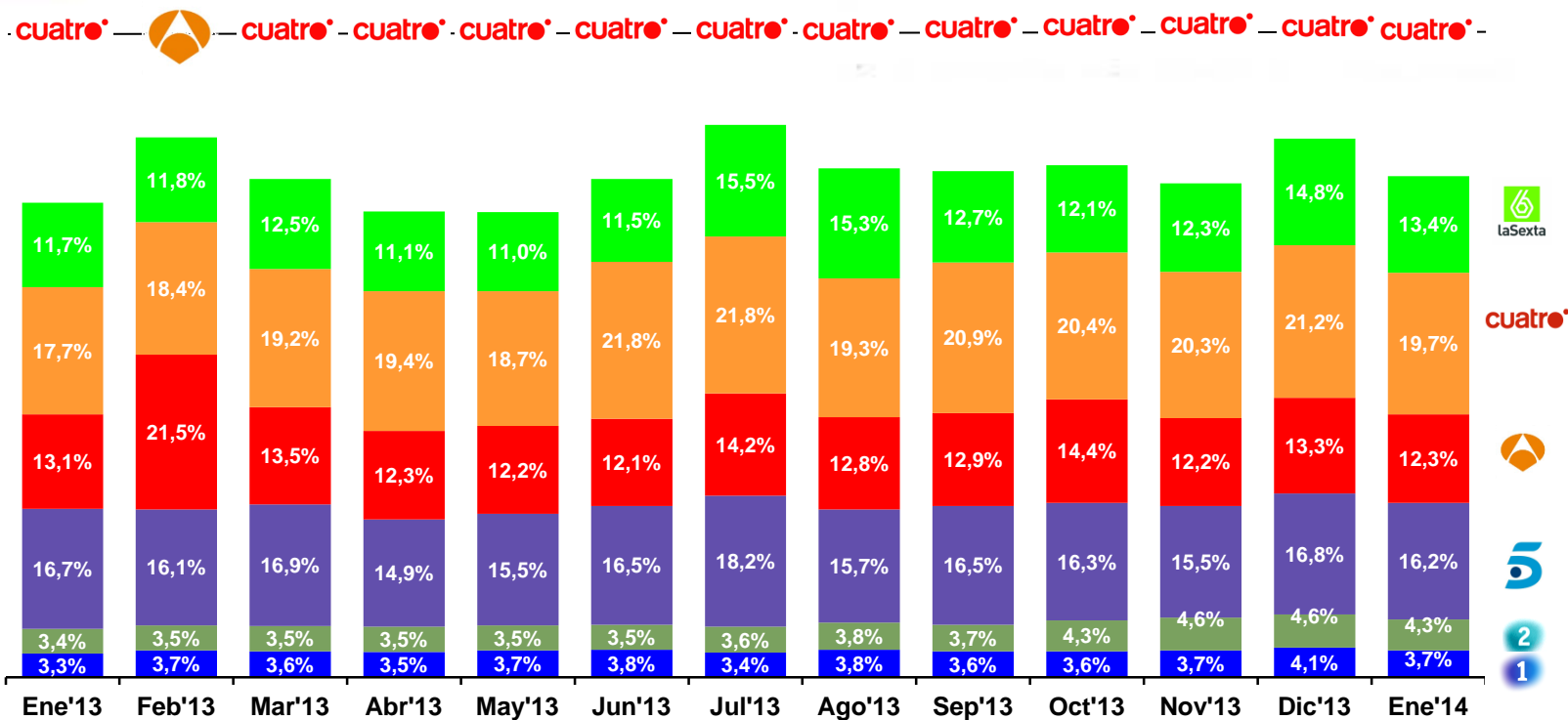
**laSexta** 0,0%

**2** 0,0%

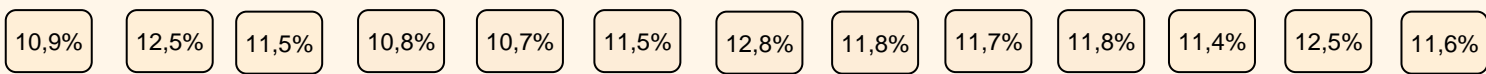
## Resto de Emisión sobre Total Emisión



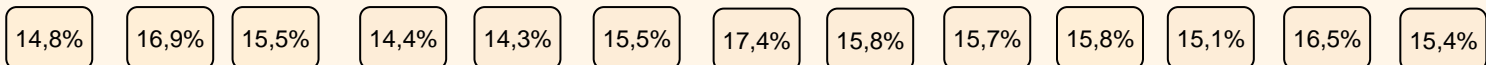
## Evolución Resto de Emisión



### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales



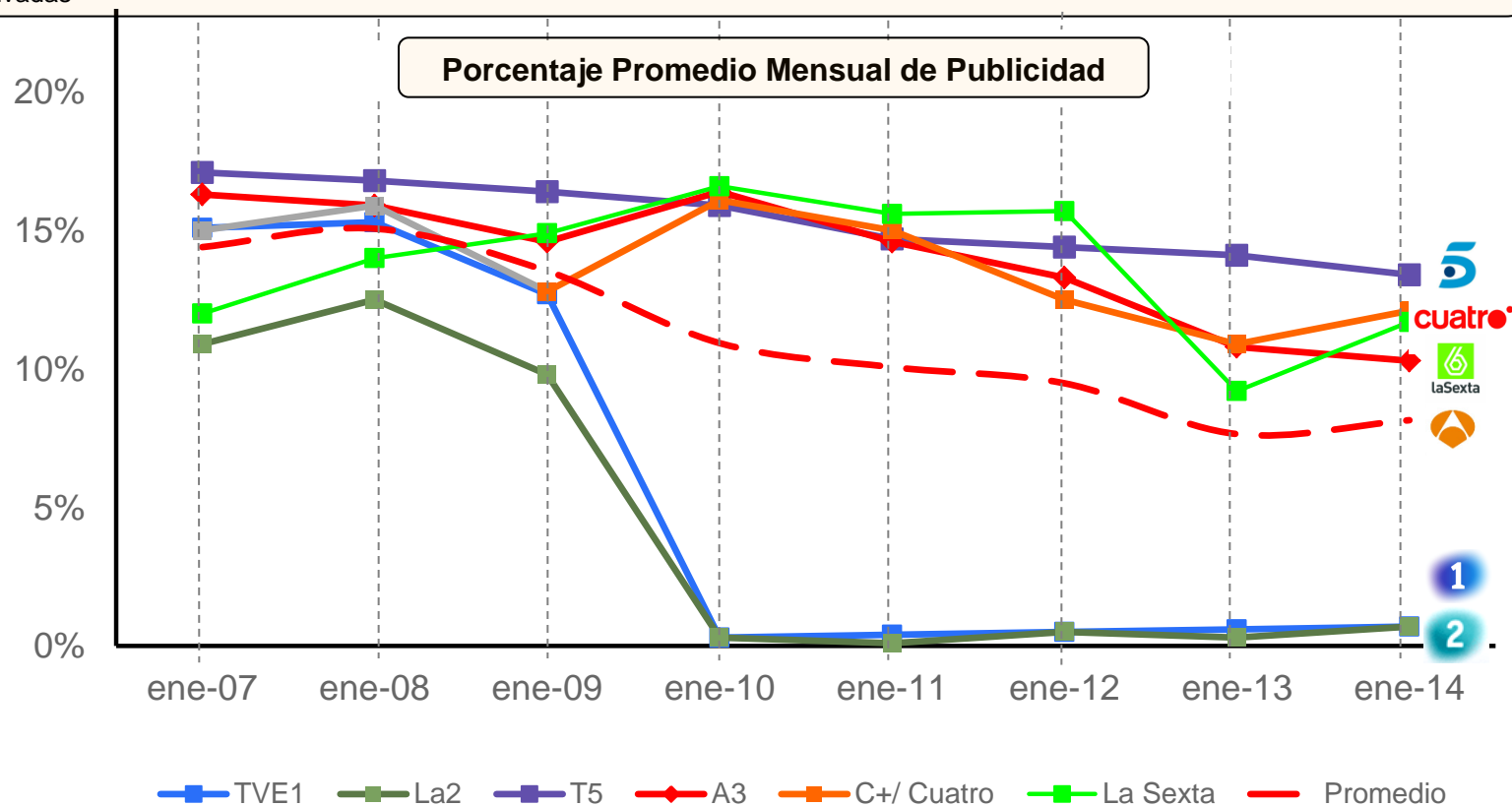
### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales



## Acumulado 2014 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero

Cadenas Nacionales	38.630	40.489	36.227	29.568	26.962	25.409	20.517	21.868
Cadenas Nacionales Privadas	26.974	28.008	26.215	29.359	26.731	24.966	20.101	21.249








Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Enero 2014







Enero 2014

## Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







### TOTAL DÍA

	19,7%
	16,2%
	13,4%
	12,3%
	4,3%
	3,7%







### PUBLICIDAD

	12,2%
	11,5%
	11,1%
	9,3%
	0,5%
	0,5%







### TELETIENDAS

	5,1%
	0,0%
	0,0%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







### AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	3,4%
	2,8%
	2,3%
	1,9%
	1,8%
	1,6%







### PATROCINIOS

	0,5%
	0,4%
	0,4%
	0,4%
	0,2%
	0,1%

### TELEPROMOCIONES

	0,8%
	0,5%
	0,2%
	0,2%
	0,0%
	0,0%

### OTROS

	0,5%
	0,5%
	0,2%
	0,2%
	0,1%
	0,1%

## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Diciembre '13		Enero'14
1	<b>PROGRAMACION</b>	1378	↑	1383
	Autoprom / Av. Prog.	33	↑	40
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	13	↓	8
	Patrocinios	0	==	0
	Telepromociones	7	↓	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
266	400	171	200	203	143
4	15	5	7	5	5
0	0	0	0	0	0
0	3	1	2	1	1
0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0
0	1	0	1	0	1

		Diciembre '13		Enero'14
2	<b>PROGRAMACION</b>	1368	↑	1372
	Autoprom / Av. Prog.	47	↑	49
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	14	↓	8
	Patrocinios	0	==	0
	Telepromociones	1	↑	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
267	397	170	193	201	144
3	19	8	8	6	5
0	0	0	0	0	0
0	1	2	2	2	1
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	1	0	0	1	0

		Diciembre '13		Enero'14
5	<b>PROGRAMACION</b>	1199	↑	1207
	Autoprom / Av. Prog.	32	↑	33
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	183	↓	176
	Patrocinios	7	↓	6
	Telepromociones	14	↓	12
	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
269	343	136	168	165	125
0	12	4	5	5	6
0	0	0	0	0	0
0	59	34	31	36	17
0	2	1	1	1	1
0	2	3	4	2	1
0	2	1	1	1	1


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

Fuente: Kantar Media

Enero 2014











## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Diciembre '13		Enero '14
	<b>PROGRAMACION</b>	1249		1263
	Autoprom / Av. Prog.	28		26
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	145		136
	Patrocinios	6		6
	Telepromociones	9		7
	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
270	368	146	179	169	131
0	7	4	6	5	3
0	0	0	0	0	0
0	38	28	22	32	15
0	1	2	1	1	1
0	4	0	1	1	0
0	1	0	0	1	0

		Diciembre '13		Enero '14
	<b>PROGRAMACION</b>	1135		1156
	Autoprom / Av. Prog.	26		28
	Teletienda	78		74
	Publicidad*	184		165
	Patrocinios	6		6
	Telepromociones	4		4
	Otros	8		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
196	348	147	174	162	129
0	11	3	5	6	4
74	0	0	0	0	0
0	55	26	30	39	16
0	2	1	1	1	0
0	0	2	0	0	0
0	3	1	1	1	1

		Diciembre '13		Enero '14
	<b>PROGRAMACION</b>	1227		1247
	Autoprom / Av. Prog.	27		23
	Teletienda	7		0
	Publicidad*	166		160
	Patrocinios	6		5
	Telepromociones	4		3
	Otros	2		2

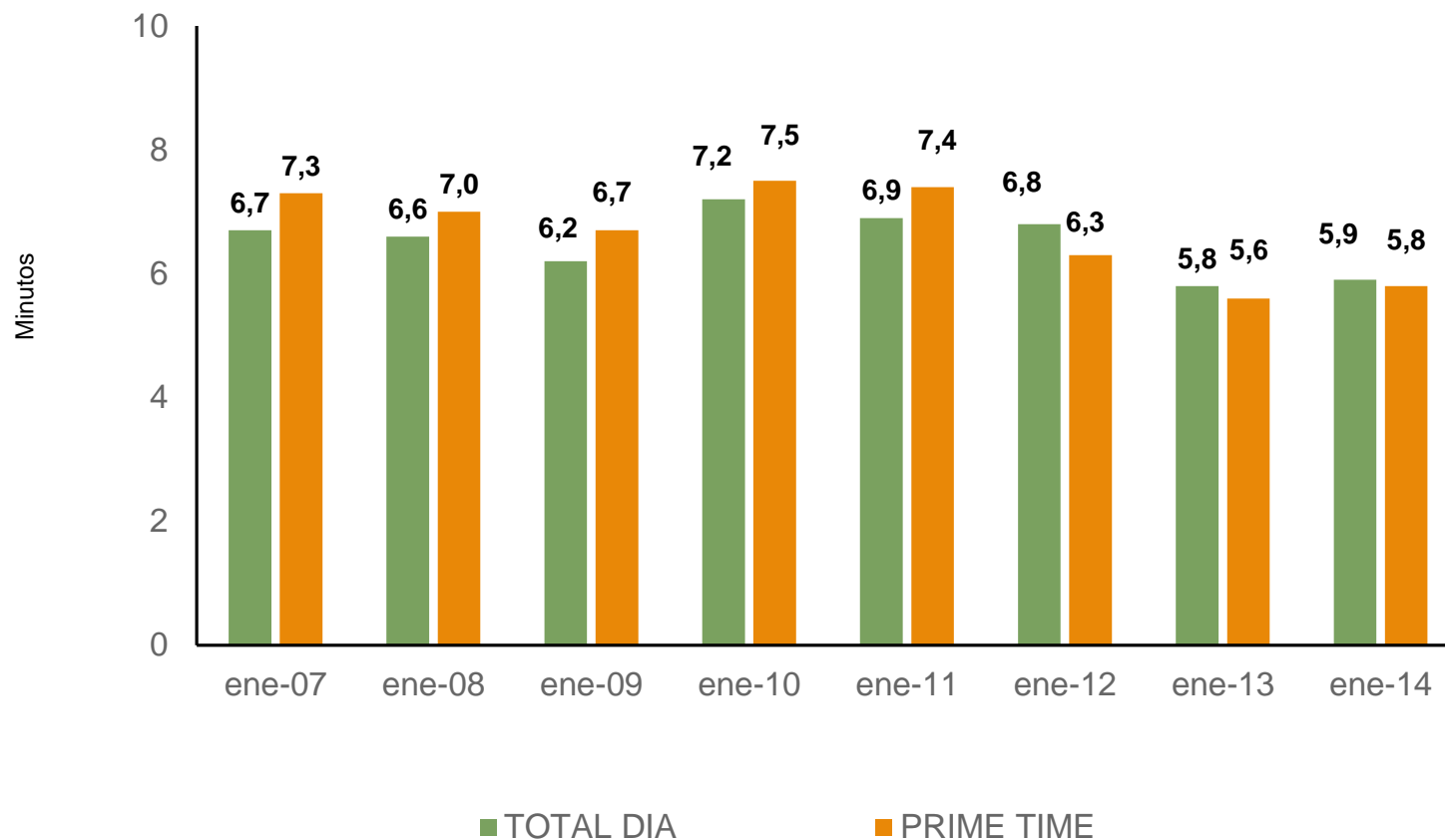
mañana	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00-16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
270	371	140	169	168	129
0	10	3	1	6	3
0	0	0	0	0	0
0	37	35	37	34	17
0	2	1	1	1	0
0	0	1	0	1	0
0	0	0	1	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Enero 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.

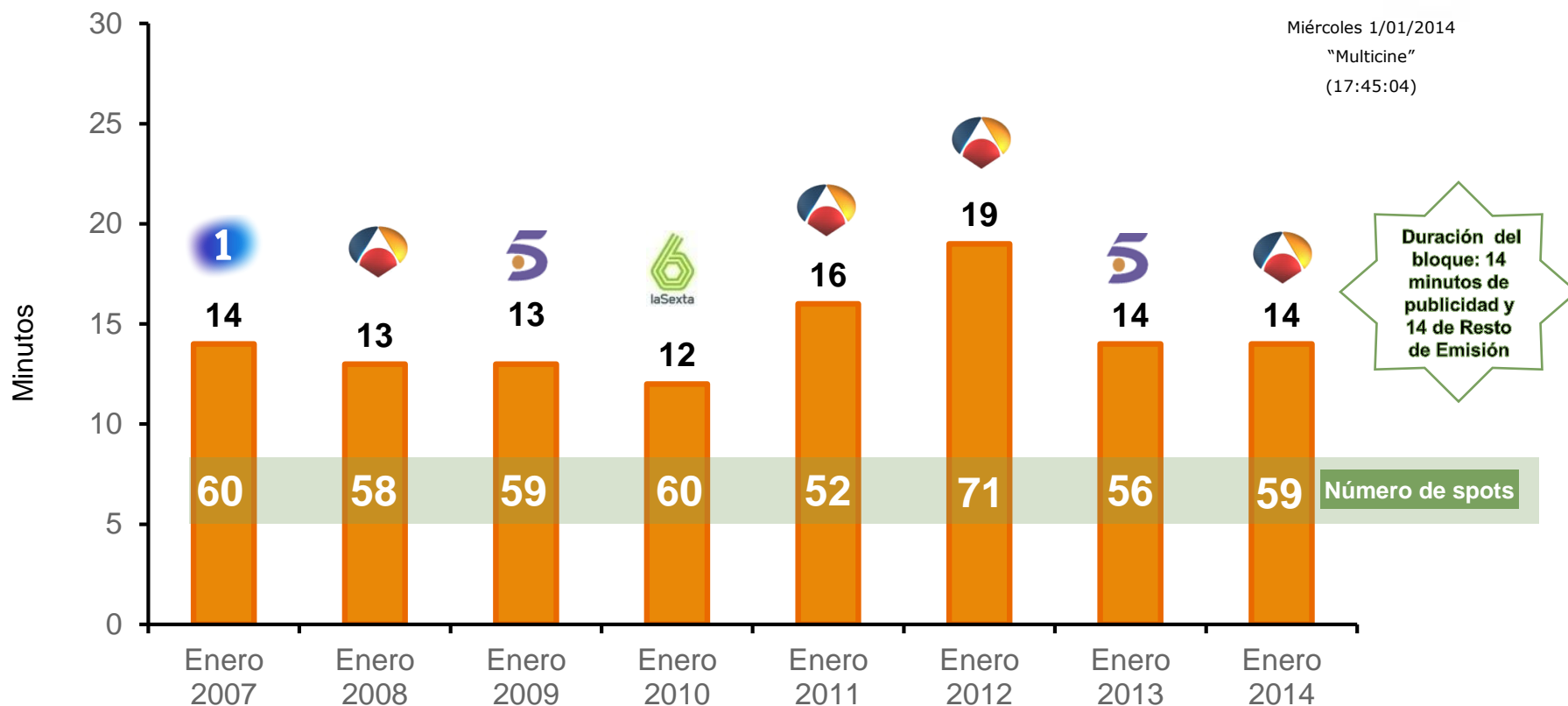
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Enero 2014

## Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots



(\*) Ámbito: Madrid TVE1, La2, T5 y A3 excepto Enero 2011, incluido también CUATRO y LA SEXTA.

No se han contemplado las desconexiones regionales.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios













Enero 2014

## 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	29,4%
2	 IB3	I. Baleares	14,2%
3	 CL7	Castilla y León	12,5%
4	 CMT	Castilla la Mancha	11,2%
5	 C. SUR	Andalucía	10,7%
6	 TVM	Madrid	9,6%
7	 TV3	Cataluña	8,4%
8	 TVG	Galicia	7,8%
9	 ATV	Aragón	7,5%
10	 ETB2	País Vasco	6,8%
11	 K3-33	Cataluña	3,7%
12	 ETB1	País Vasco	2,1%

## 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.

Enero 2014

# Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**  
de la Publicidad

Enero 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.

# 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 JUNIOR	06/01/2014	22:13:44	24:15:48	2:02:04	4.315	10,3	0,0	00:00
	CUENTAME COMO PASO	16/01/2014	22:32:59	23:40:43	1:07:44	4.310	10,2	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	28/01/2014	15:30:04	16:08:23	0:38:19	1.432	3,4	0,0	00:00
	SABER Y GANAR:FIN DE SEMANA	19/01/2014	15:38:07	16:19:51	0:41:44	933	2,2	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 QUE SE AVECINA / UN DEPOSITO BANCARIO,UN ALZAMIENTO...	13/01/2014	22:27:58	24:25:12	1:57:14	3.895	9,2	21,9	25:38
	AIDA	19/01/2014	22:07:49	23:31:16	1:23:27	3.011	7,1	18,7	15:36

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

Enero 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)
	EL TIEMPO ENTRE COSTURAS	20/01/2014	22:43:50	24:11:52	1:28:02	5.363	12,6	15,7	13:50
	EL PELICULON / PIRATAS DEL CARIBE:EN MAREAS MISTERIOSAS	01/01/2014	22:15:23	24:38:08	2:22:45	4.362	10,4	14,3	20:21

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	CASTLE	16/01/2014	22:31:12	23:17:50	0:46:38	1.900	4,5	27,8	12:59
	CINE CUATRO / STAR WARS EPISODIO 1:LA AMENAZA FANTASMA	15/01/2014	22:32:15	24:55:04	2:22:49	1.813	4,3	12,8	18:18

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL INTERMEDIO	27/01/2014	21:30:19	22:29:06	0:58:47	2807	6,6	15,9	09:22
	PESADILLA EN LA COCINA	27/01/2014	22:29:26	23:30:51	1:01:25	2657	6,3	2,4	01:29

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

Enero 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 TIEMPO ENTRE COSTURAS	20/01/2014	22:43:50	24:11:52	1:28:02	5.363	12,6	15,7	13:50
	EL PELICULON / PIRATAS DEL CARIBE:EN MAREAS MISTERIOSAS	01/01/2014	22:15:23	24:38:08	2:22:45	4.362	10,4	14,3	20:21
	LA QUE SE AVECINA / UN DEPOSITO BANCARIO,UN ALZAMIENTO	13/01/2014	22:27:58	24:25:12	1:57:14	3.895	9,2	21,9	25:38
	BIENVENIDOS AL LOLITA / ABUELA DE DIA...	07/01/2014	22:39:41	24:11:26	1:31:45	3.458	8,2	6,7	06:07
	EL HORMIGUERO 3.0	20/01/2014	21:54:25	22:31:36	0:37:11	3.451	8,1	16,4	06:06
	EL CORAZON DEL OCEANO / EL VIEJO MUNDO	27/01/2014	22:39:09	24:13:08	1:33:59	3.317	7,8	8,6	08:07
	CORTOMETRAJE / TOY STORY¡TERROR!	02/01/2014	22:12:56	22:33:49	0:20:53	3.069	7,3	0,0	00:00
	AIDA	19/01/2014	22:07:49	23:31:16	1:23:27	3.011	7,1	18,7	15:36
	TU CARA ME SUENA	09/01/2014	22:40:03	25:30:20	2:50:17	2.867	6,8	10,0	23:05
	EL INTERMEDIO	27/01/2014	21:30:19	22:29:06	0:58:47	2.807	6,6	15,9	09:22

(\*\*) Se han eliminado del Ranking 5 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

Enero 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			

Enero 2014