

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Octubre 2013

Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales privadas descienden ligeramente su porcentaje de Resto de Emisión respecto Septiembre excepto Antena 3, que aumenta su porcentaje en 1,5 puntos porcentuales. Cuatro, por octavo mes consecutivo, sigue siendo la cadena que más Resto de Emisión presenta con un 20,4%.
- En Octubre el promedio mensual de Resto de Emisión, después de unos meses de continuas bajadas, se incrementa situándose en un 15,8% para las cadenas nacionales comerciales.
- Cuatro es la única cadena que en la franja de noche supera el 24% de Resto de Emisión, siendo además la única cadena privada que no desciende su porcentaje respecto a Septiembre. Las cadenas del grupo Mediaset, Telecinco y Cuatro, dominan todas las franjas del día.
- En cuanto a publicidad se refiere, todas las cadenas disminuyen su tiempo de publicidad salvo Cuatro, que aunque mínimamente emitió más publicidad diaria que en Septiembre. Telecinco es la cadena que más publicidad emite, con 2 horas y 51 minutos de media diarios, le sigue Cuatro con 2 horas y 49 minutos y La Sexta con 2 horas y 15 minutos.
- Comparando el total de minutos de Publicidad emitidos en Octubre 2013 respecto a Octubre 2012, se observa que en este año se han emitido un 11,3% más.
- Destacar la vuelta de la Teletienda a la programación de Antena 3 en su franja de madrugada.

Octubre 2013

Resto de Emisión por franjas

TOTAL DÍA

cuatro 20,4%

5 16,5%

laSexta 14,4%

2 12,1%

1 4,3%

laSexta 3,6%

MAÑANA 7:00-13:59

5 18,4%

cuatro 15,9%

laSexta 13,6%

2 9,5%

1 4,9%

laSexta 4,8%

NOCHE 20:30-23:59

cuatro 24,5%

5 22,7%

laSexta 22,1%

2 20,2%

1 4,0%

laSexta 2,9%

SOBREMESA 14:00-16:59

5 23,6%

laSexta 22,7%

laSexta 22,1%

cuatro 20,2%

2 5,2%

1 3,4%

MADRUGADA 1 24:00-2:29

cuatro 16,8%

5 16,6%

laSexta 14,8%

laSexta 11,3%

2 4,5%

1 3,7%

TARDE 17:00-20:29

5 18,6%

laSexta 16,4%

cuatro 16,2%

laSexta 15,6%

2 6,4%

1 4,3%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

cuatro 29,5%

laSexta 3,3%

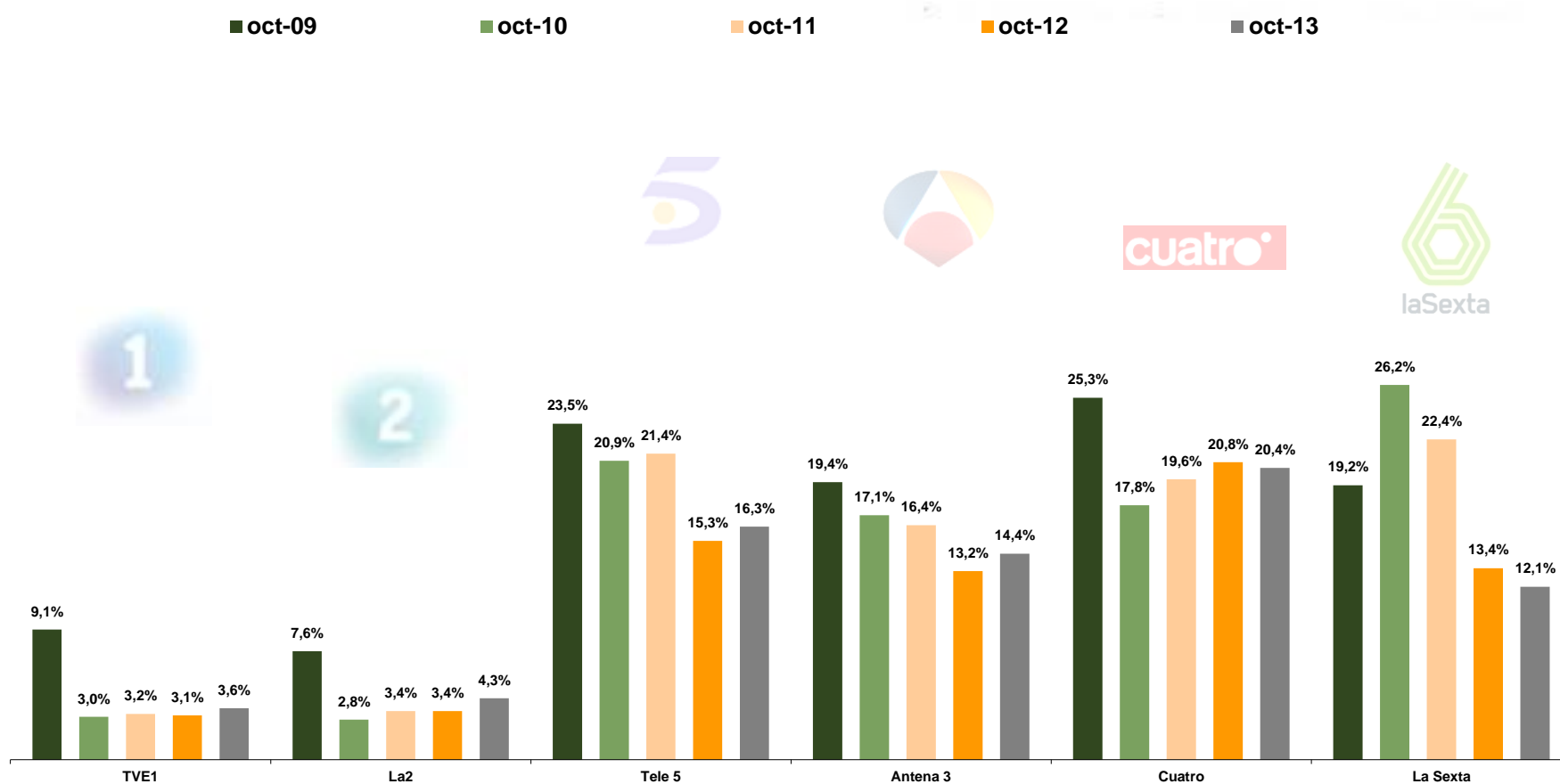
1 1,8%

2 1,3%

5 1,1%

laSexta 0,1%

Resto de Emisión sobre Total Emisión

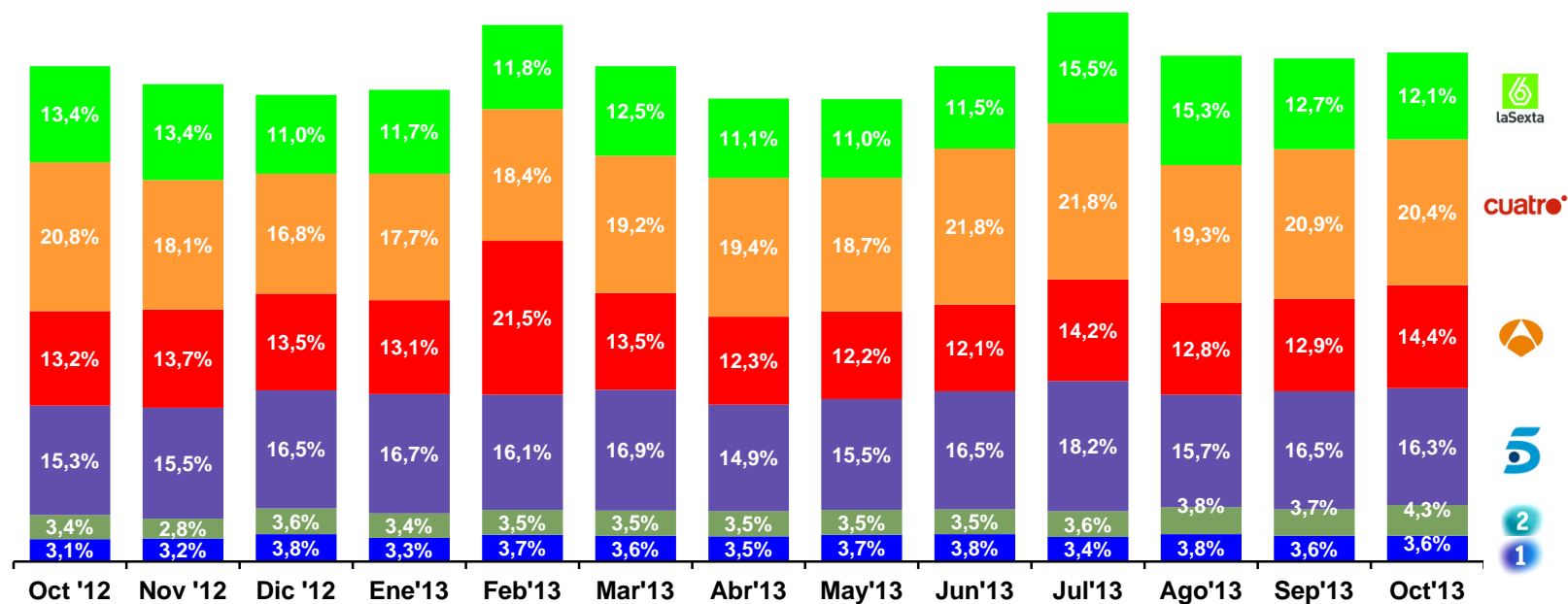


Fuente: Kantar Media

Octubre 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

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

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

15,6% 15,2% 14,5% 14,8% 16,9% 15,5% 14,4% 14,3% 15,5% 17,4% 15,8% 15,7% 15,8%

Acumulado 2013 de Publicidad

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

Cadenas Nacionales

360.807

343.611

344.809

250.363

227.676

220.913

187.000

208.186

Cadenas Nacionales Privadas

248.026

241.513

250.129

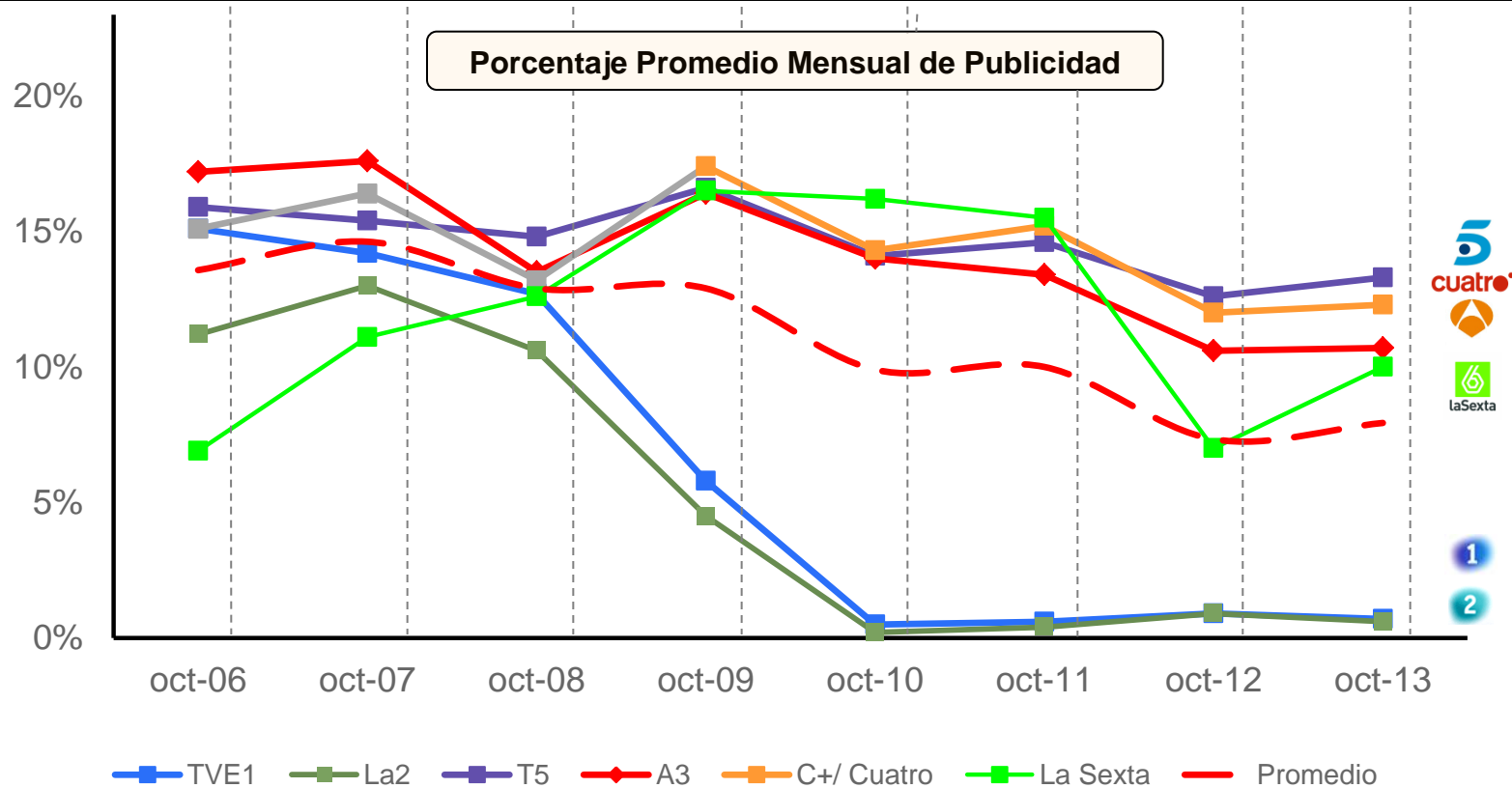
247.642

226.653

216.741

182.492

203.131



Fuente: Kantar Media

Datos Octubre 2013.

Octubre 2013

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías

TOTAL DÍA

cuatro 20,4%

5 16,5%

laSexta 14,4%

2 12,1%

1 4,3%

laSexta 3,6%

PUBLICIDAD

5 11,9%

cuatro 11,7%

laSexta 9,4%

laSexta 9,2%

1 0,5%

2 0,4%

TELETIENDAS

cuatro 5,3%

laSexta 0,6%

5 0,0%

2 0,0%

1 0,0%

laSexta 0,0%

AVANC. PROG & AUTOPROMOS

2 3,6%

laSexta 3,0%

1 2,8%

5 2,3%

cuatro 2,0%

laSexta 2,0%

PATROCINIOS

laSexta 0,5%

cuatro 0,3%

5 0,4%

laSexta 0,4%

1 0,2%

2 0,1%

TELEPROMOCIONES

5 1,1%

laSexta 0,9%

cuatro 0,2%

laSexta 0,2%

1 0,0%

2 0,0%

OTROS

cuatro 0,7%

5 0,7%

laSexta 0,2%

1 0,2%

2 0,1%

laSexta 0,1%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Septiembre'13	Octubre'13
1	PROGRAMACION	1385	1383
	Autoprom / Av. Prog.	39	40
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	7	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	201	204	143	265
16	4	7	5	4	4
0	0	0	0	0	0
2	2	2	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	1	0	0

		Septiembre'13	Octubre'13
2	PROGRAMACION	1382	1373
	Autoprom / Av. Prog.	44	52
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	4	6
	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	193	202	143	265
18	8	10	7	5	4
0	0	0	0	0	0
1	1	2	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	1	0	0

		Septiembre'13	Octubre'13
5	PROGRAMACION	1202	1206
	Autoprom / Av. Prog.	33	33
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	175	171
	Patrocinios	6	5
	Telepromociones	14	15
	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
343	137	171	162	125	268
12	4	6	5	6	0
0	0	0	0	0	0
57	32	27	37	17	1
2	1	0	1	1	0
4	3	5	2	1	0
3	2	1	2	0	1

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

Fuente: Kantar Media

Octubre 2013

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Septiembre'13	Octubre'13
	PROGRAMACION	1254	1233
	Autoprom / Av. Prog.	30	43
	Teletienda	0	9
	Publicidad*	137	133
	Patrocinios	7	7
	Telepromociones	10	13
	Otros	2	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
363	140	177	163	128	261
11	9	10	8	5	0
0	0	0	0	9	0
38	28	19	33	15	0
2	2	1	2	0	0
6	2	3	2	0	0
1	1	0	1	0	0

		Septiembre'13	Octubre'13
cuatro	PROGRAMACION	1139	1147
	Autoprom / Av. Prog.	31	29
	Teletienda	81	77
	Publicidad*	168	169
	Patrocinios	7	4
	Telepromociones	4	3
	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
353	144	176	158	126	190
11	4	5	5	4	0
0	0	0	0	0	77
50	28	27	42	2	20
0	1	1	1	1	0
0	1	0	1	1	0
4	2	2	2	0	1

		Septiembre'13	Octubre'13
	PROGRAMACION	1257	1266
	Autoprom / Av. Prog.	29	28
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	144	135
	Patrocinios	6	6
	Telepromociones	3	3
	Otros	2	2

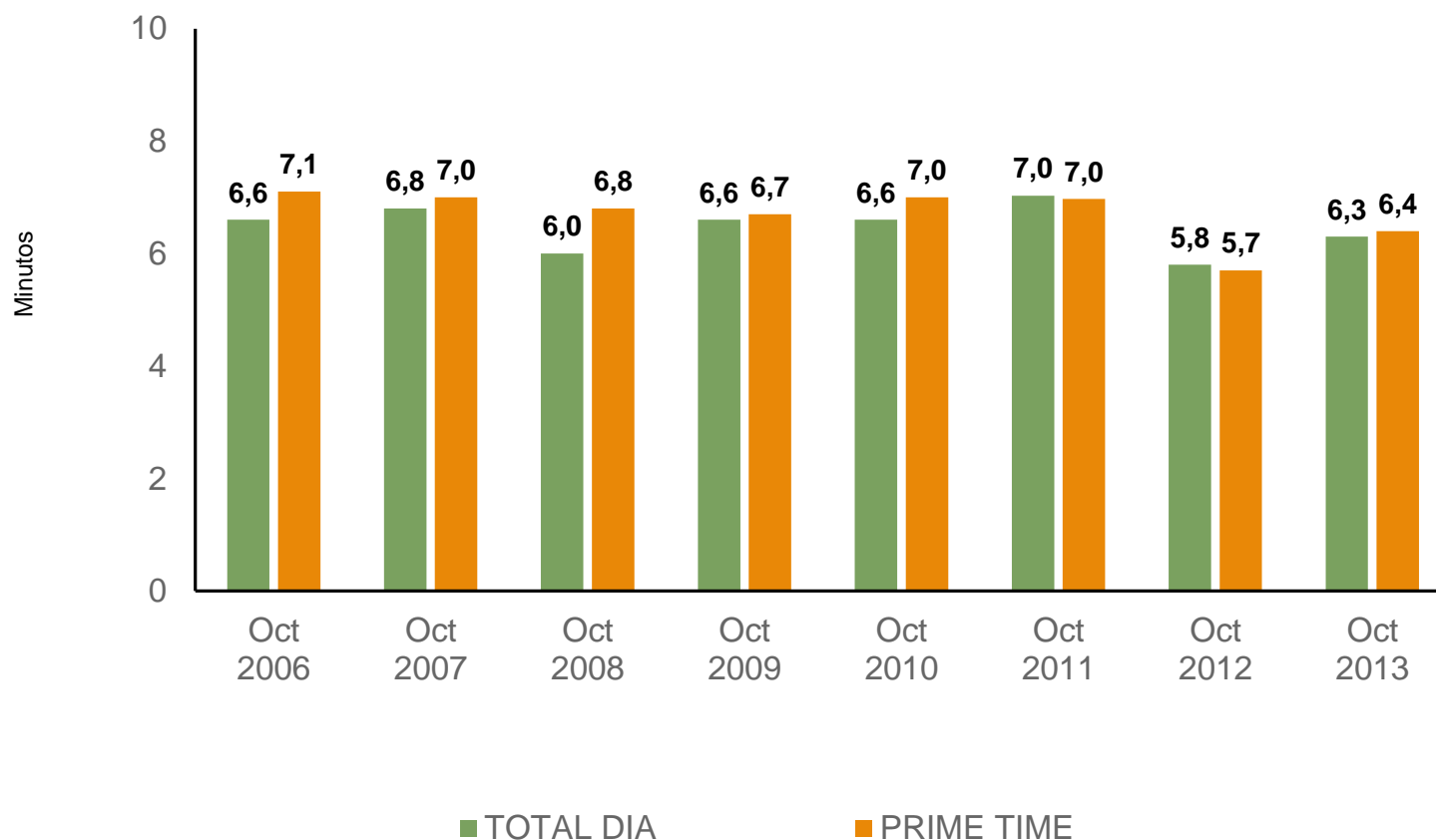
mañana	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
380	139	176	162	125	267
10	6	2	7	3	0
0	0	0	0	0	0
27	33	30	33	13	0
2	1	1	1	1	0
0	1	0	2	0	0
1	0	0	1	0	0

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

Fuente: Kantar Media

Octubre 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.

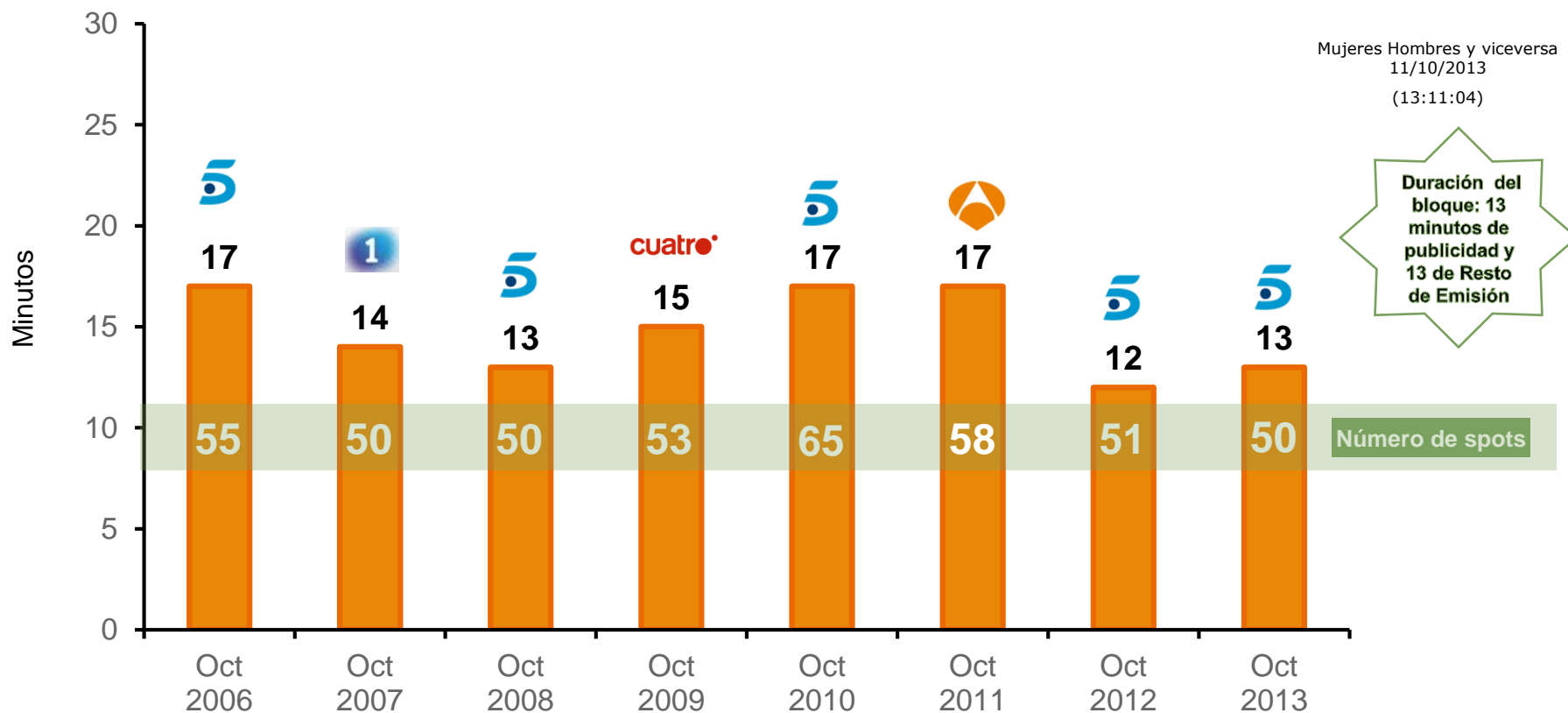
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Octubre 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

Octubre 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	27,0%
2	 CL7	Castilla y León	14,4%
3	 IB3	I. Baleares	14,4%
4	 C9	C. Valenciana	11,3%
5	 CMT	Castilla la Mancha	10,6%
6	 TV3	Cataluña	10,3%
7	 TVM	Madrid	9,7%
8	 C. SUR	Andalucía	8,4%
9	 ATV	Aragón	8,1%
10	 ETB2	País Vasco	7,3%

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.

Octubre 2013

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Octubre 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.

Octubre 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	10/10/2013	22:31:07	23:53:50	1:22:43	3.940	9,4	0,0	00:00
	ISABEL	07/10/2013	22:31:51	23:51:36	1:19:45	3.342	8,0	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	24/10/2013	15:30:02	16:12:41	0:42:39	1.174	2,8	0,0	00:00
	EL CINE DE LA 2: PELIC	30/10/2013	22:02:41	23:38:12	1:35:31	430	1,0	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: BATALLAS	28/10/2013	22:39:26	25:25:10	2:45:44	3.344	8,0	2,5	30:54
	LA VOZ: BATALLAS EXPRES	28/10/2013	21:54:24	22:39:26	0:45:02	2.997	7,1	16,7	07:32

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


Octubre 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	28/10/2013	22:40:04	24:12:39	1:32:35	4.912	11,7	11,2	10:22
	LA CUPULA	07/10/2013	22:47:36	23:28:19	0:40:43	2.541	6,1	48,1	19:34

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	HERMANO MAYOR	25/10/2013	21:38:40	22:35:31	0:56:51	1.553	3,7	10,2	05:48
	¿QUIEN QUIERE CASARSE CON MI HIJO?	30/10/2013	22:30:46	24:47:06	2:16:20	1.508	3,6	4,9	20:12

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL INTERMEDIO	29/10/2013	21:30:19	22:34:48	1:04:29	2.002	4,8	6,8	04:22
	EL TAQUILLAZO	29/10/2013	22:38:05	24:34:29	1:56:24	1.810	4,3	9,0	13:58

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

Octubre 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)
	EL TIEMPO ENTRE COSTURAS	28/10/2013	22:40:04	24:12:39	1:32:35	4.912	11,7	11,2	10:22
	LA VOZ:BATALLAS	28/10/2013	22:39:26	25:25:10	2:45:44	3.344	8,0	2,5	30:54
	LA VOZ:BATALLAS EXPRES	28/10/2013	21:54:24	22:39:26	0:45:02	2.997	7,1	16,7	07:32
	LA NOCHE DE LOS NIÑOS ROBADOS	16/10/2013	22:07:12	26:29:59	4:22:47	2.686	6,4	6,4	38:15
	LA CUPULA	07/10/2013	22:47:36	23:28:19	0:40:43	2.541	6,1	48,1	19:34
	EL PELICULON	06/10/2013	22:14:03	24:46:53	2:32:50	2.514	6,0	0,9	20:11
	VIVE CANTANDO / COMO UNA OLA	08/10/2013	22:42:46	24:09:32	1:26:46	2.513	6,0	16,9	14:39
	EL HORMIGUERO 3.0	28/10/2013	21:43:28	22:27:51	0:44:23	2.276	5,4	12,4	05:31
	SALVAME DELUXE	18/10/2013	22:14:59	26:29:59	4:15:00	2.261	5,4	13,5	34:23
	TIERRA DE LOBOS	15/10/2013	22:55:35	24:20:31	1:24:56	2.173	5,2	14,0	11:53

(**) 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

Octubre 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			

Octubre 2013