

# Observatorio **aea** de la Publicidad

## Informe Televisión

Agosto 2013

## Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales privadas reducen su porcentaje de Resto de Emisión respecto a Julio, salvo La1 y La2 que lo aumentan levemente 2 décimas. Cuatro se mantiene como la cadena con mayor porcentaje de Resto de Emisión. Telecinco mantiene la segunda posición siendo la cadena que más lo reduce, con 3,6 puntos porcentuales menos que en Julio.
- En Agosto el promedio mensual de Resto de Emisión baja, situándose el promedio de las cadenas nacionales comerciales en 15,8%, 1,6 puntos menos respecto a Julio 2013 y 3,6 puntos menos que el mismo período del año anterior.
- Todas las cadenas reducen su porcentaje de Resto de emisión en todas las franjas, salvo las cadenas públicas. La Sexta es la cadena con mayor porcentaje de Resto de Emisión en todas las franjas, salvo en las franjas de Mañana y Madrugada1 donde lidera Telecinco. Las franja de Noche y Sobremesa son las que mayor valor de Resto de Emisión presentan.
- En cuanto a publicidad se refiere, todas las cadenas reducen el tiempo de publicidad. La Sexta es la cadena que más publicidad emite, con 2 horas y 57 minutos de media diarios, 4 minutos menos que en Julio. Le sigue Telecinco que emitió 33 minutos menos que en Julio. Cuatro es la cadena que más reduce su publicidad, emitiendo 36 minutos menos que en el mes anterior.

Agosto 2013

## Resto de Emisión por franjas

### TOTAL DÍA

**cuatro** 19,3%

**5** 15,7%

**laSexta** 15,3%

**2** 12,8%

**2** 3,8%

**1** 3,8%

### MAÑANA 7:00-13:59

**5** 17,4%

**cuatro** 14,4%

**laSexta** 14,1%

**2** 13,3%

**1** 4,5%

**2** 4,3%

### NOCHE 20:30-23:59

**laSexta** 25,0%

**5** 23,6%

**cuatro** 22,6%

**2** 21,4%

**2** 4,1%

**1** 3,6%

### SOBREMESA 14:00-16:59

**laSexta** 22,9%

**5** 22,1%

**cuatro** 17,9%

**2** 17,8%

**1** 5,4%

**2** 4,4%

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

**5** 16,9%

**cuatro** 16,3%

**laSexta** 14,7%

**2** 13,2%

**2** 3,5%

**1** 3,3%

### TARDE 17:00-20:29

**laSexta** 21,0%

**5** 18,1%

**cuatro** 16,5%

**2** 15,2%

**2** 5,9%

**1** 3,8%

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

**cuatro** 29,5%

**1** 2,2%

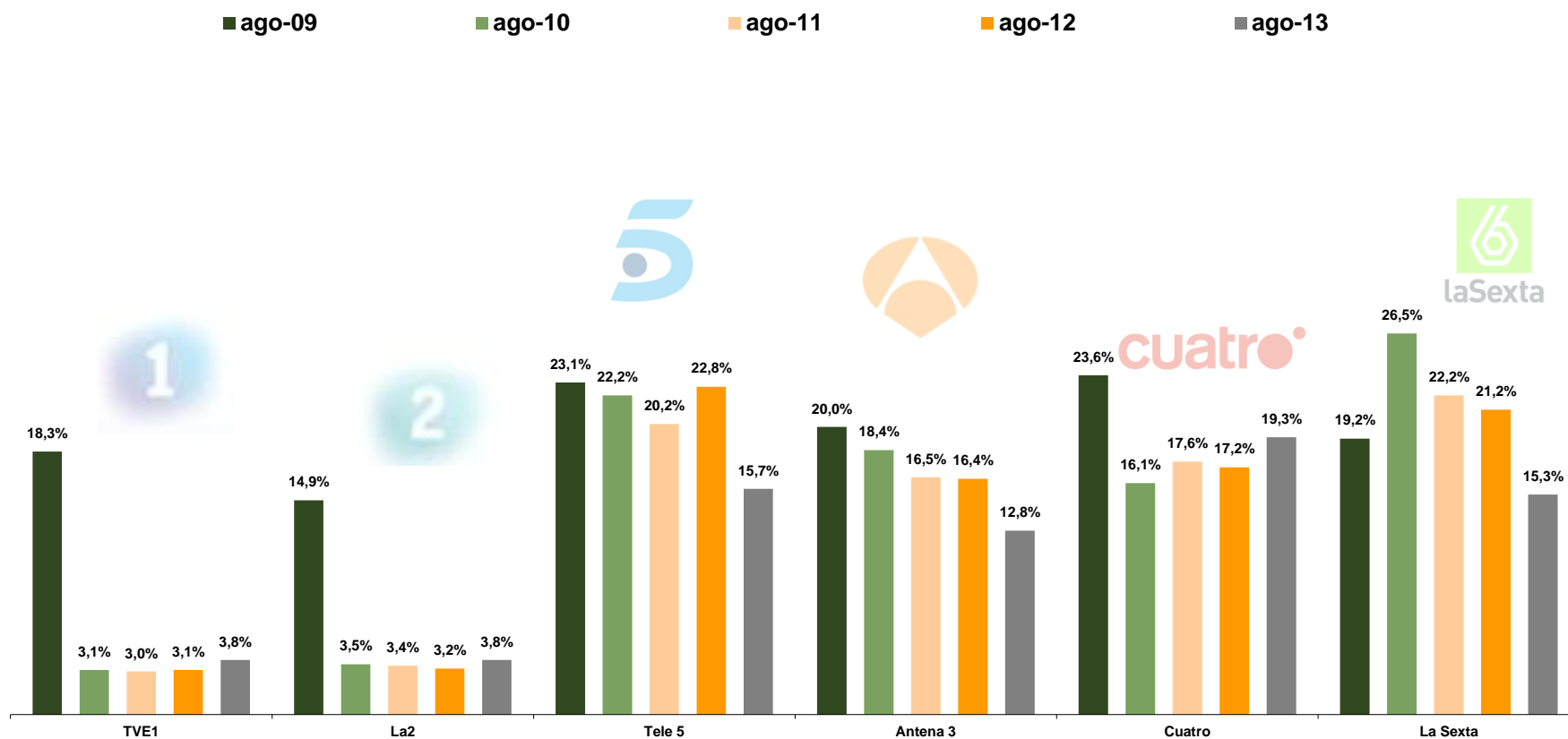
**2** 1,1%

**laSexta** 0,5%

**5** 0,3%

**2** 0,0%

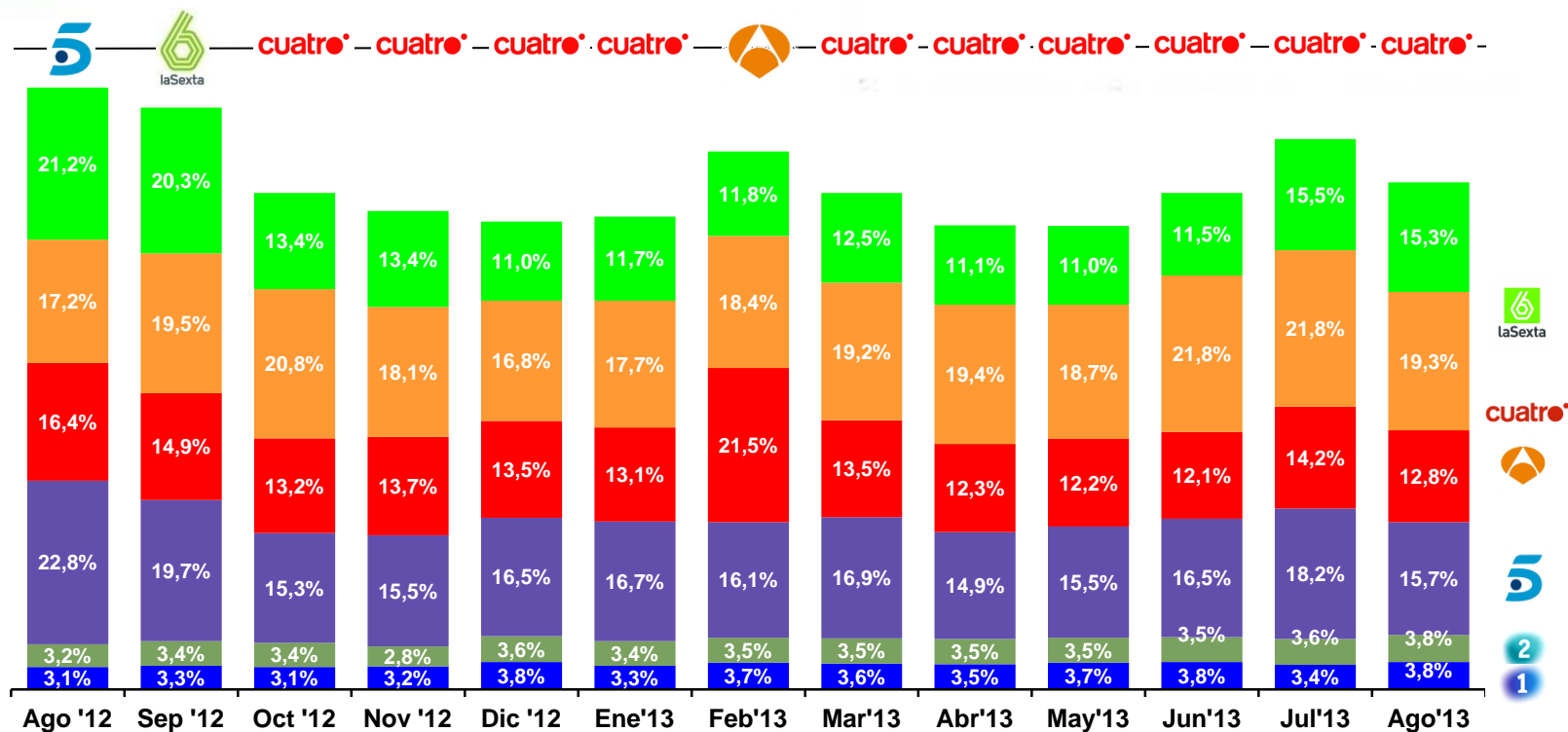
## Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Agosto 2013

## Evolución Resto de Emisión



### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

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

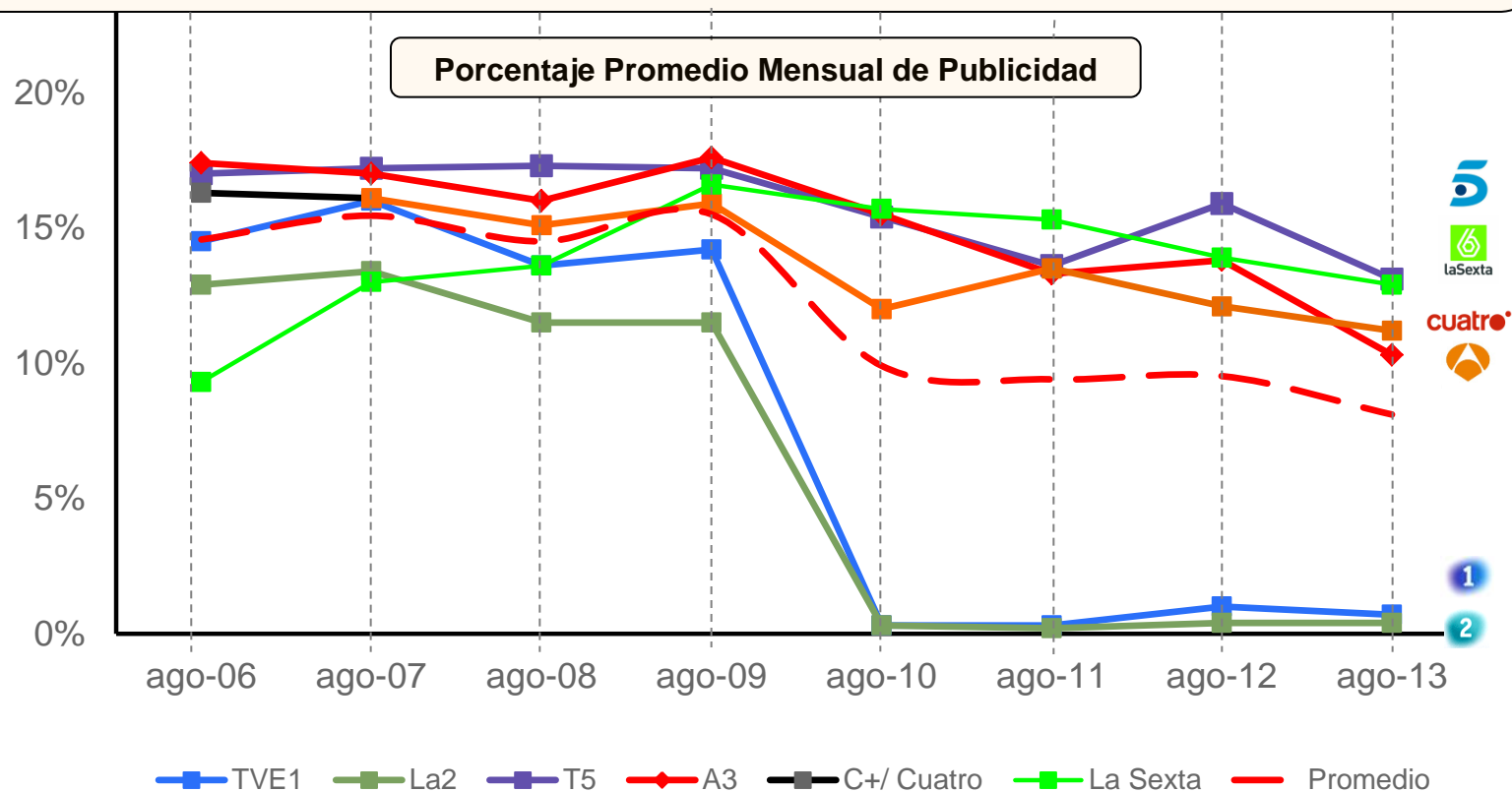
### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

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

## Acumulado 2013 de Publicidad

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

Cadenas Nacionales	272.198	320.165	306.732	308.633	226.076	202.005	197.830	166.272
Cadenas Nacionales Privadas	180.632	220.575	216.196	223.043	223.736	201.256	194.177	162.255



Fuente: TNS Audiencia de Medios


Datos Agosto 2013.


Agosto 2013


## Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías

### TOTAL DÍA


 19,3%

 15,7%


 15,3%

 12,8%


 3,8%

 3,8%

### PUBLICIDAD


 12,3%

 12,0%

 10,5%


 9,4%


 0,4%


 0,2%

### TELETIENDAS


 5,5%

 0,0%


 0,0%


 0,0%


 0,0%

 0,0%


### AVANC. PROG & AUTOPROMOS

 3,3%

 3,0%

 2,3%


 2,2%

 2,0%

 1,9%


### PATROCINIOS

 0,5%

 0,4%


 0,4%

 0,4%


 0,2%

 0,2%

### TELEPROMOCIONES

 0,7%

 0,5%

 0,2%


 0,1%


 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

		Julio'13		Agosto'13
1	PROGRAMACION	1389	↓	1382
	Autoprom / Av. Prog.	38	↑	43
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	6	≡	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
400	168	202	202	145	264
16	7	6	5	4	5
0	0	0	0	0	0
2	1	1	2	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	1

		Julio'13		Agosto'13
2	PROGRAMACION	1384	↓	1381
	Autoprom / Av. Prog.	42	↑	47
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	5	↓	3
	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	267
16	7	10	7	4	3
0	0	0	0	0	0
0	0	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0

		Julio'13		Agosto'13
5	PROGRAMACION	1178	↑	1213
	Autoprom / Av. Prog.	27	↑	29
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	206	↓	173
	Patrocinios	7	↓	6
	Telepromociones	13	↓	10
	Otros	10	↓	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
347	140	172	160	125	269
11	3	5	6	5	0
0	0	0	0	0	0
55	32	28	39	18	0
2	1	1	2	0	0
3	2	3	1	0	0
3	2	1	2	1	0


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

Fuente: Kantar Media

Agosto 2013




## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Julio'13		Agosto'13
	<b>PROGRAMACION</b>	1236	↑	1255
	Autoprom / Av. Prog.	29	↑	34
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	156	↓	135
	Patrocinios	7	↓	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
364	148	178	165	130	270
9	7	6	8	4	0
0	0	0	0	0	0
41	22	23	34	15	0
1	1	1	1	1	0
4	1	1	1	0	0
1	0	0	1	0	0

		Julio'13		Agosto'13
<b>cuatro</b>	<b>PROGRAMACION</b>	1126	↑	1162
	Autoprom / Av. Prog.	26	↑	28
	Teletienda	80	↓	79
	Publicidad*	187	↓	151
	Patrocinios	6	↑	7
	Telepromociones	4	↓	2
	Otros	11	↓	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
360	148	175	163	126	190
9	4	5	6	4	0
0	0	0	0	0	79
46	24	27	36	19	0
2	2	1	2	1	0
0	1	0	1	0	0
4	1	1	2	1	0

		Julio'13		Agosto'13
 laSexta	<b>PROGRAMACION</b>	1216	↑	1220
	Autoprom / Av. Prog.	31	==	31
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	181	↓	177
	Patrocinios	6	==	6
	Telepromociones	3	↓	2
	Otros	2	↑	3

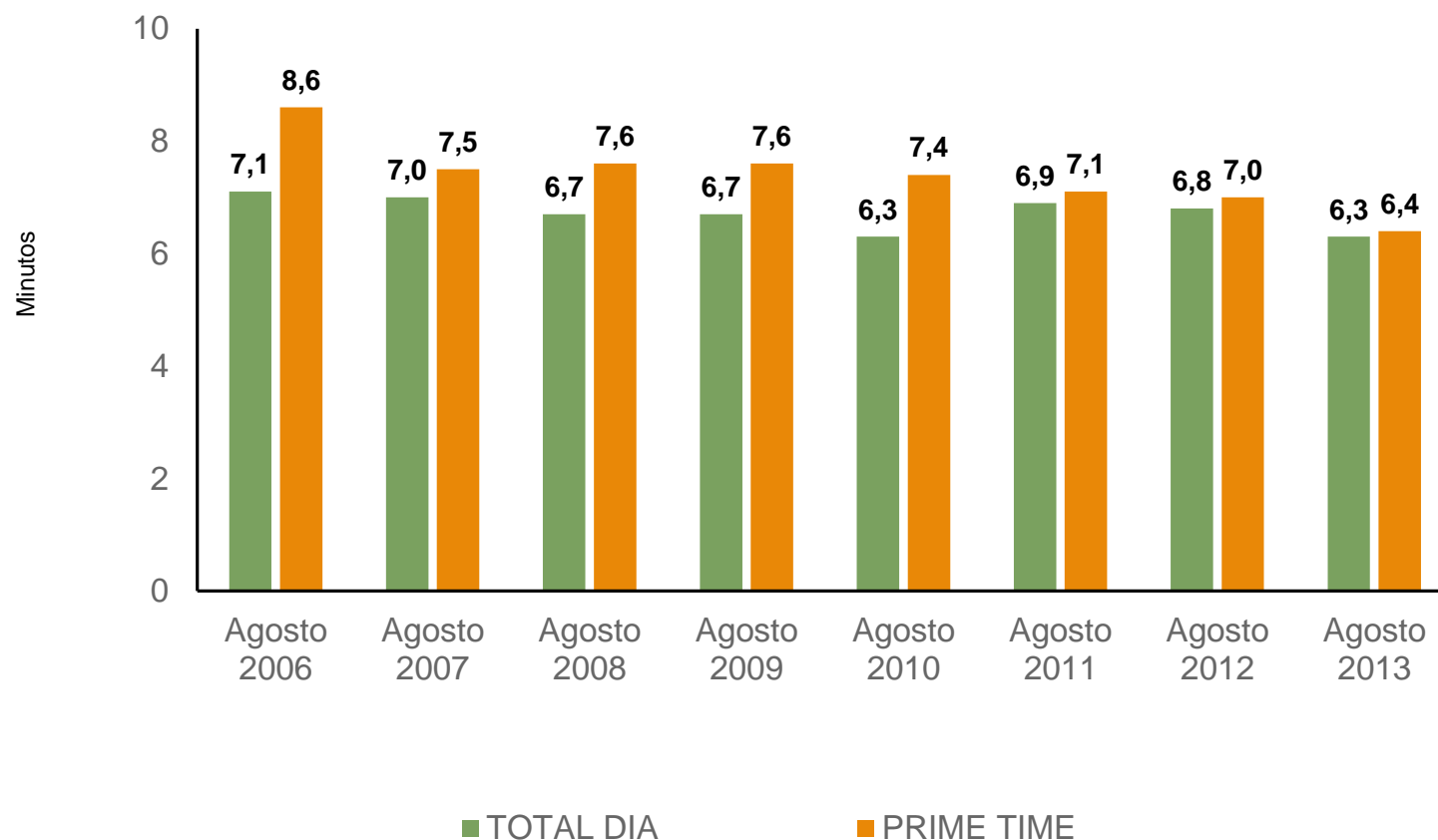
mañana	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
361	139	166	158	128	269
11	6	4	7	3	0
0	0	0	0	0	0
46	33	38	43	18	0
2	1	1	1	0	0
0	1	0	1	0	0
1	0	0	0	0	1

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

Fuente: Kantar Media

Agosto 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.

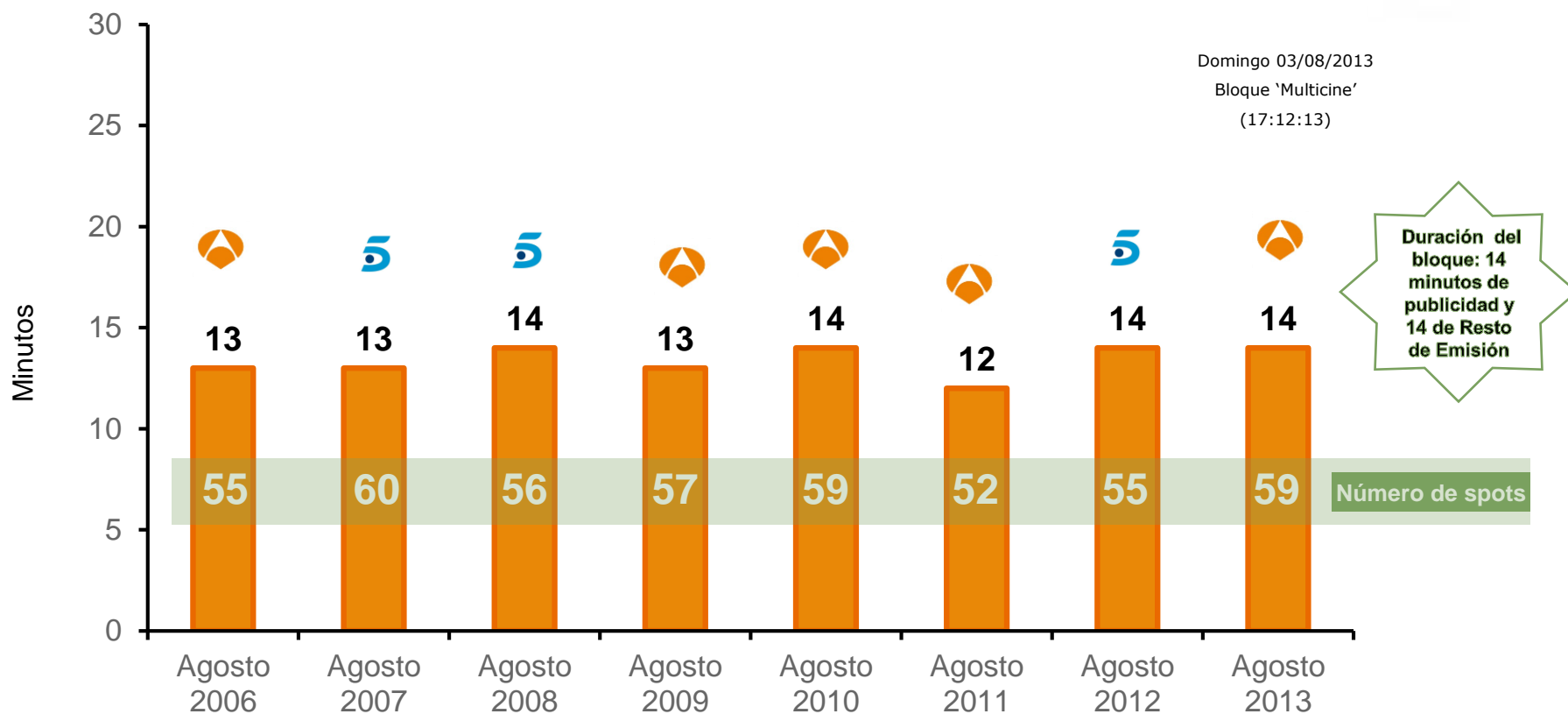
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Agosto 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

Agosto 2013

## Ranking de Canales Autonómicos de Resto de Emisión por Total Día

Mapa de Comunidades con Televisiones Autonómicas



- 1 TV. Autónoma
- 2 TV. Autónomas
- Sin TV. Autónoma

Posición	Cadena	Comunidad	% Resto
1	 TPA	Asturias	27,6%
2	 CL7	Castilla y León	16,5%
3	 IB3	I. Baleares	15,3%
4	 C9	C. Valenciana	14,4%
5	 TVM	Madrid	11,8%
6	 C. SUR	Andalucía	10,7%
7	 CMT	Castilla la Mancha	10,4%
8	 TV3	Cataluña	9,2%
9	 ETB2	País Vasco	8,4%
10	 TVG	Galicia	6,9%

## 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.

Agosto 2013

# Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**  
de la Publicidad

Agosto 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.

Agosto 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)
	PELICULA DE LA SEMANA / EL AMERICANO(2010)	04/08/2013	22:15:35	23:50:32	1:34:57	2.502	6,0	0,0	00:00
	ISABEL	26/08/2013	23:43:57	24:55:23	1:11:26	1.506	3,6	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	26/08/2013	15:38:03	16:14:45	0:36:42	1.065	2,5	0,0	00:00
	CINEFILIA / LOS VISITANTES. ¿NO NACIERON AYER!	12/08/2013	22:02:43	23:42:28	1:39:45	711	1,7	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	05/08/2013	22:21:19	22:53:23	0:32:04	1.506	3,6	0,0	00:00
	SALVAME:DIARIO	26/08/2013	16:12:08	20:09:21	3:57:13	1.652	3,9	16,4	39:01

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

Agosto 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)
	VIKINGOS	06/08/2013	23:20:00	24:10:12	0:50:12	2.268	5,4	13,2	06:38
	ARROW	01/08/2013	23:16:55	24:06:57	0:50:02	2.239	5,3	21,8	10:55

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	CINE CUATRO / CAOS	26/08/2013	22:31:01	24:30:53	1:59:52	1.567	3,7	12,0	14:25
	BELLA Y BESTIA / TERRENO PELIGROSO	05/08/2013	23:24:21	24:09:29	0:45:08	1.063	2,5	13,0	05:53

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL MENTALISTA / SANGRE POR SANGRE	19/08/2013	23:25:18	24:13:43	0:48:25	989	2,4	16,2	07:52
	EL TAQUILLAZO / CITY OF EMBER:EN BUSCA DE LA LUZ	20/08/2013	22:34:24	24:21:56	1:47:32	839	2,0	20,1	21:35

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

Agosto 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)
	VIKINGOS	06/08/2013	23:20:00	24:10:12	0:50:12	2.268	5,4	13,2	06:38
	ARROW	01/08/2013	23:16:55	24:06:57	0:50:02	2.239	5,3	21,8	10:55
	EL SECRETO DE PUENTE VIEJO	01/08/2013	17:35:15	18:34:00	0:58:45	1.892	4,5	13,6	07:58
	CAMPAMENTO DE VERANO:ULTIMA HORA	05/08/2013	22:21:19	22:53:23	0:32:04	1.506	3,6	0,0	00:00
	MULTICINE / LUNA DE MIEL MORTAL	31/08/2013	15:59:11	17:43:42	1:44:31	2.080	5,0	19,6	20:29
	SALVAME:DIARIO	26/08/2013	16:12:08	20:09:21	3:57:13	1.652	3,9	16,4	39:01
	EL PELICULON / SOUL SURFER	11/08/2013	22:09:06	23:59:48	1:50:42	2.438	5,8	11,2	12:27
	SALVAME DELUXE:PREVIO	30/08/2013	22:09:05	23:32:34	1:23:29	1.436	3,4	27,5	22:58
	MULTICINE 2 / TIEMPO PARA PERDONAR	25/08/2013	17:37:47	19:17:22	1:39:35	1.764	4,2	11,5	11:26
	SALVAME DELUXE:EXPRESS	02/08/2013	22:16:23	23:13:39	0:57:16	1.377	3,3	12,0	06:51

(\*\*) Se han eliminado del Ranking 1 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

Agosto 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			

Agosto 2013