

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Febrero 2013



Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales privadas aumentan su porcentaje de Resto de Emisión en Febrero, salvo Telecinco que lo reduce 6 décimas. Destaca el aumento de Antena 3, con 8,4 puntos más, es la cadena con mayor porcentaje de Resto de emisión, con un 21,5%.
- El Promedio Mensual de Resto de Emisión de las cadenas nacionales comerciales anota este mes un 16,9%, siendo un 17% menos que en el mismo período del año anterior.
- Antena 3 aumenta el porcentaje de Resto de emisión en todas las franjas. Noche es la franja donde menos lo aumenta. Por el contrario Telecinco lo reduce en todas las franjas, siendo la franja de Tarde donde más baja su porcentaje de Resto de emisión.
- El aumento de Resto de emisión de Antena 3 se debe al descenso de programación (2 horas 39 minutos menos al día), junto con el aumento de las Autopromociones/avances de programación, que pasan de media hora diaria en Enero a 2 horas 24 minutos en Febrero.
- Todas las cadenas reducen la Publicidad emitida, salvo Cuatro que lo aumenta 2 minutos promedio diarios. Telecinco sigue siendo la cadena que más Publicidad emite, con una media diaria de 2 horas y 50 minutos, a pesar de ser la que más ha reducido el tiempo de publicidad, con 19 minutos diarios menos que en Enero.







Febrero 2013

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

	21,5%
	18,4%
	16,1%
	11,8%
	3,7%
	3,5%







MAÑANA 7:00-13:59

	22,8%
	18,4%
	15,2%
	10,1%
	4,6%
	3,9%







SOBREMESA 14:00-16:59

	27,7%
	24,2%
	19,9%
	19,0%
	5,1%
	4,1%



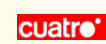



TARDE 17:00-20:29

	28,1%
	17,7%
	17,0%
	16,6%
	5,6%
	4,7%







NOCHE 20:30-23:59

	29,8%
	22,2%
	21,6%
	17,5%
	4,0%
	3,0%

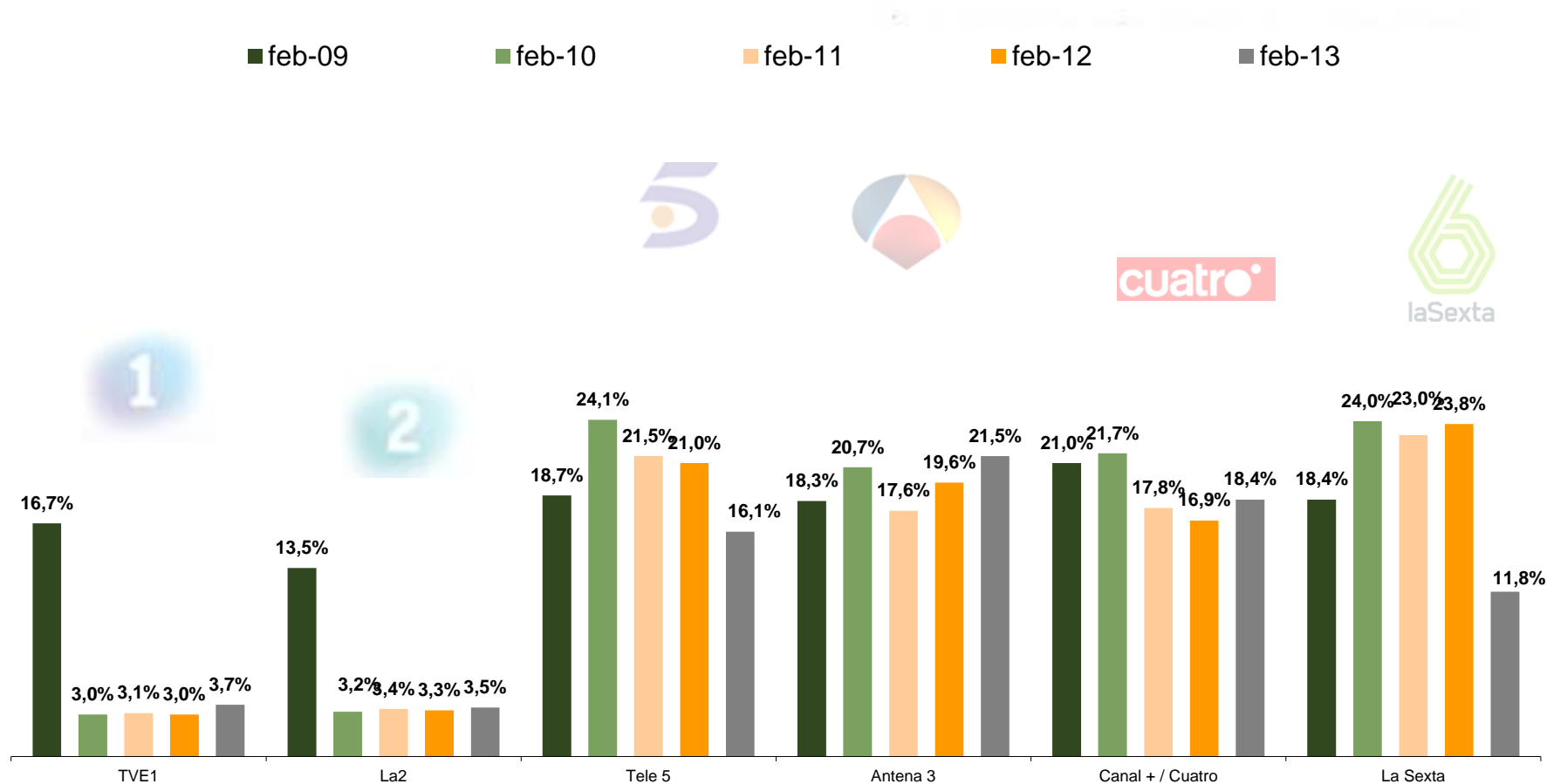
MADRUGADA 1 24:00-2:29

	26,3%
	17,7%
	14,4%
	12,8%
	2,9%
	3,3%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

	23,4%
	1,3%
	0,9%
	0,7%
	0,7%
	0,2%

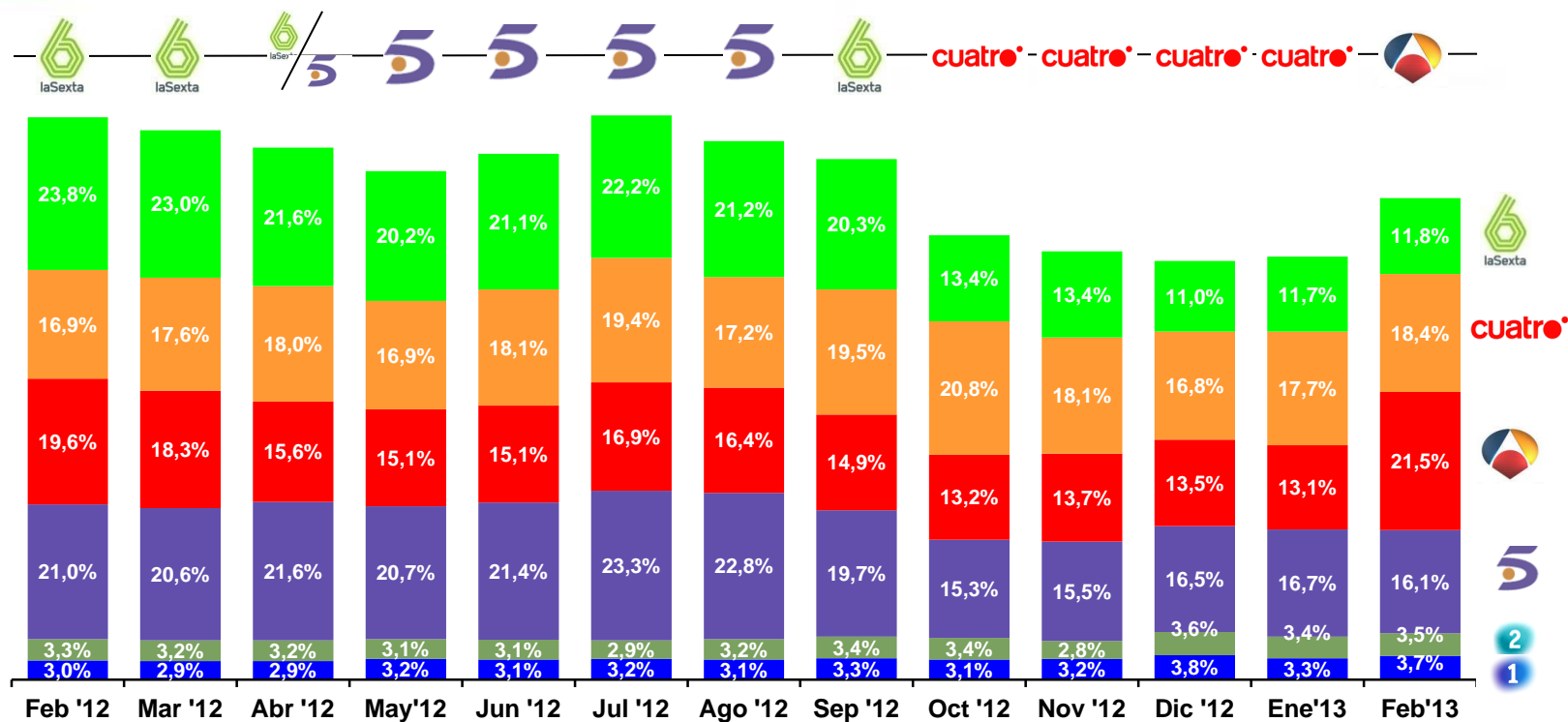
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Febrero 2013

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

14,6% 14,2% 13,9% 13,2% 13,6% 14,6% 13,9% 13,5% 11,5% 11,1% 10,8% 10,9% 12,5%

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

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

Acumulado 2013 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero-Febrero 2013

Cadenas Nacionales

60.704

75.236

78.012

69.830

57.639

50.865

49.061

39.154

Cadenas Nacionales Privadas

38.744

52.261

54.037

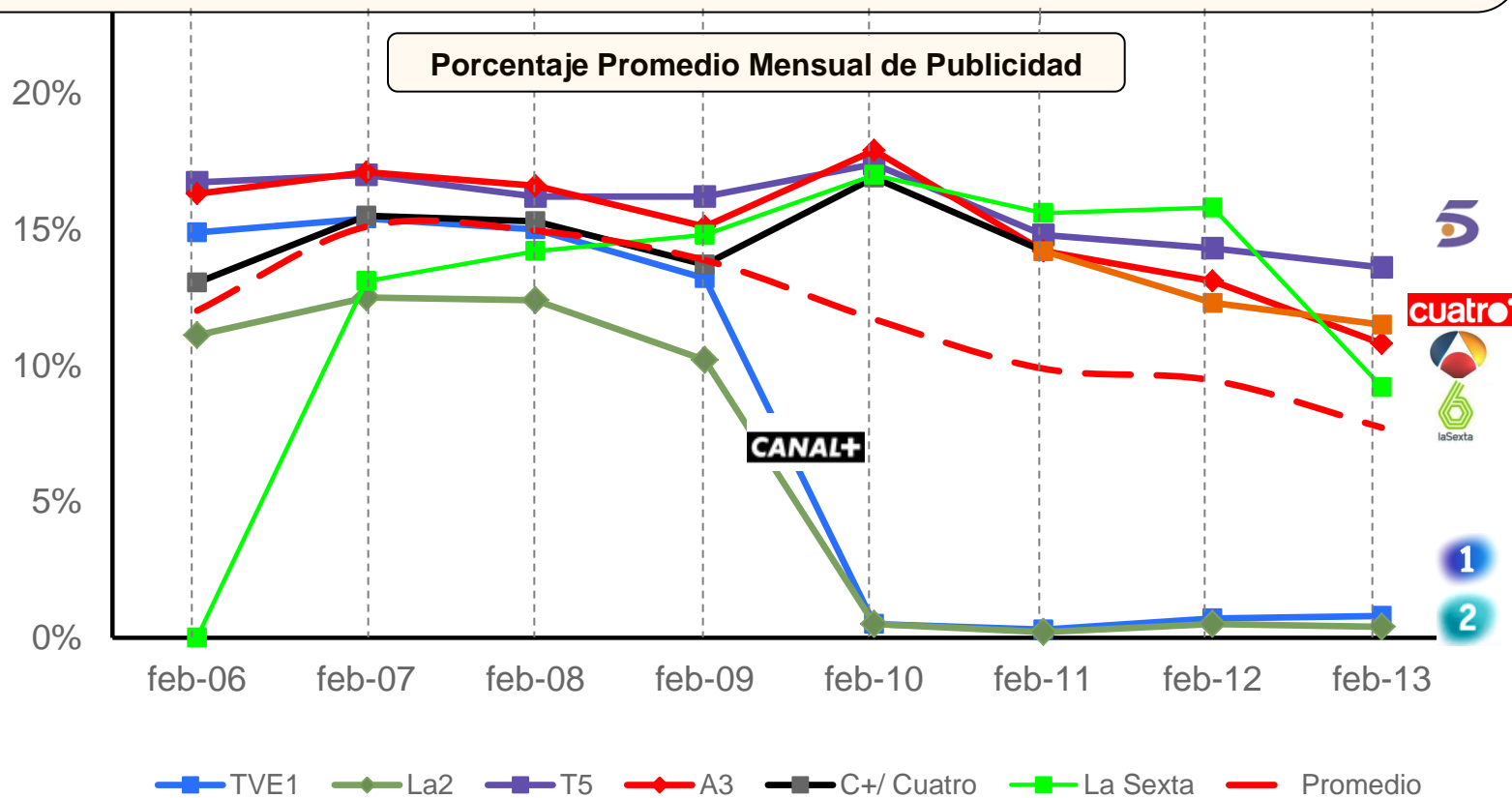
50.314

56.975

50.444

48.139

38.257





Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Febrero 2012







Febrero 2013

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	21,5%
	18,4%
	16,1%
	11,8%
	3,7%
	3,5%







PUBLICIDAD

	12,2%
	11,1%
	9,7%
	8,7%
	0,6%
	0,2%







TELETIENDAS

	4,3%
	0,0%
	0,0%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	10,4%
	3,0%
	2,8%
	2,2%
	1,9%
	1,8%







PATROCINIOS

	0,4%
	0,3%
	0,3%
	0,2%
	0,2%
	0,2%

TELEPROMOCIONES

	1,0%
	0,7%
	0,2%
	0,2%
	0,0%
	0,0%

OTROS

	0,7%
	0,6%
	0,5%
	0,3%
	0,1%
	0,1%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Enero'13		Febrero'13
1	PROGRAMACION	1388	↓	1336
	Autoprom / Av. Prog.	37	↑	38
	Teletiendas	0	≡	0
	Publicidad*	7	↑	8
	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
386	163	193	197	140	257
15	7	6	4	3	3
0	0	0	0	0	0
3	1	2	2	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0

		Enero'13		Febrero'13
2	PROGRAMACION	1386	↓	1337
	Autoprom / Av. Prog.	42	↓	41
	Teletiendas	0	≡	0
	Publicidad*	3	↑	4
	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
389	167	190	193	140	259
14	6	10	6	4	2
0	0	0	0	0	0
1	0	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0

		Enero'13		Febrero'13
5	PROGRAMACION	1199	↓	1167
	Autoprom / Av. Prog.	29	↓	27
	Teletiendas	0	≡	0
	Publicidad*	189	↓	170
	Patrocinios	3	↑	5
	Telepromociones	11	↑	14
	Otros	8	≡	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
331	132	167	158	119	260
10	3	4	4	5	0
0	0	0	0	0	0
56	33	26	36	19	0
2	1	0	1	0	0
4	3	4	2	1	0
3	2	1	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Febrero 2013


Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Enero'13		Febrero'13
 PROGRAMACION	1251	↓	1092
Autoprom / Av. Prog.	30	↑	144
Teletienda	0	==	0
Publicidad*	143	↓	134
Patrocinios	4	↑	6
Telepromociones	8	↑	10
Otros	4	==	4

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
313	126	146	142	107	259
45	19	34	25	20	1
0	0	0	0	0	0
40	26	19	31	17	1
1	1	1	1	0	0
5	1	1	2	0	0
1	1	1	1	0	0

	Enero'13		Febrero'13
 PROGRAMACION	1186	↓	1135
Autoprom / Av. Prog.	25	==	25
Teletienda	61	↓	60
Publicidad*	152	↑	154
Patrocinios	3	==	3
Telepromociones	3	==	3
Otros	10	==	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
344	139	169	159	124	200
11	2	3	4	3	0
0	0	0	0	0	60
46	28	28	35	16	0
0	1	0	1	0	0
0	2	0	1	0	0
4	2	2	2	1	0

	Enero'13		Febrero'13
 PROGRAMACION	1272	↓	1226
Autoprom / Av. Prog.	32	↓	31
Teletienda	0	==	0
Publicidad*	128	↓	121
Patrocinios	3	↑	4
Telepromociones	1	↑	3
Otros	4	↑	6

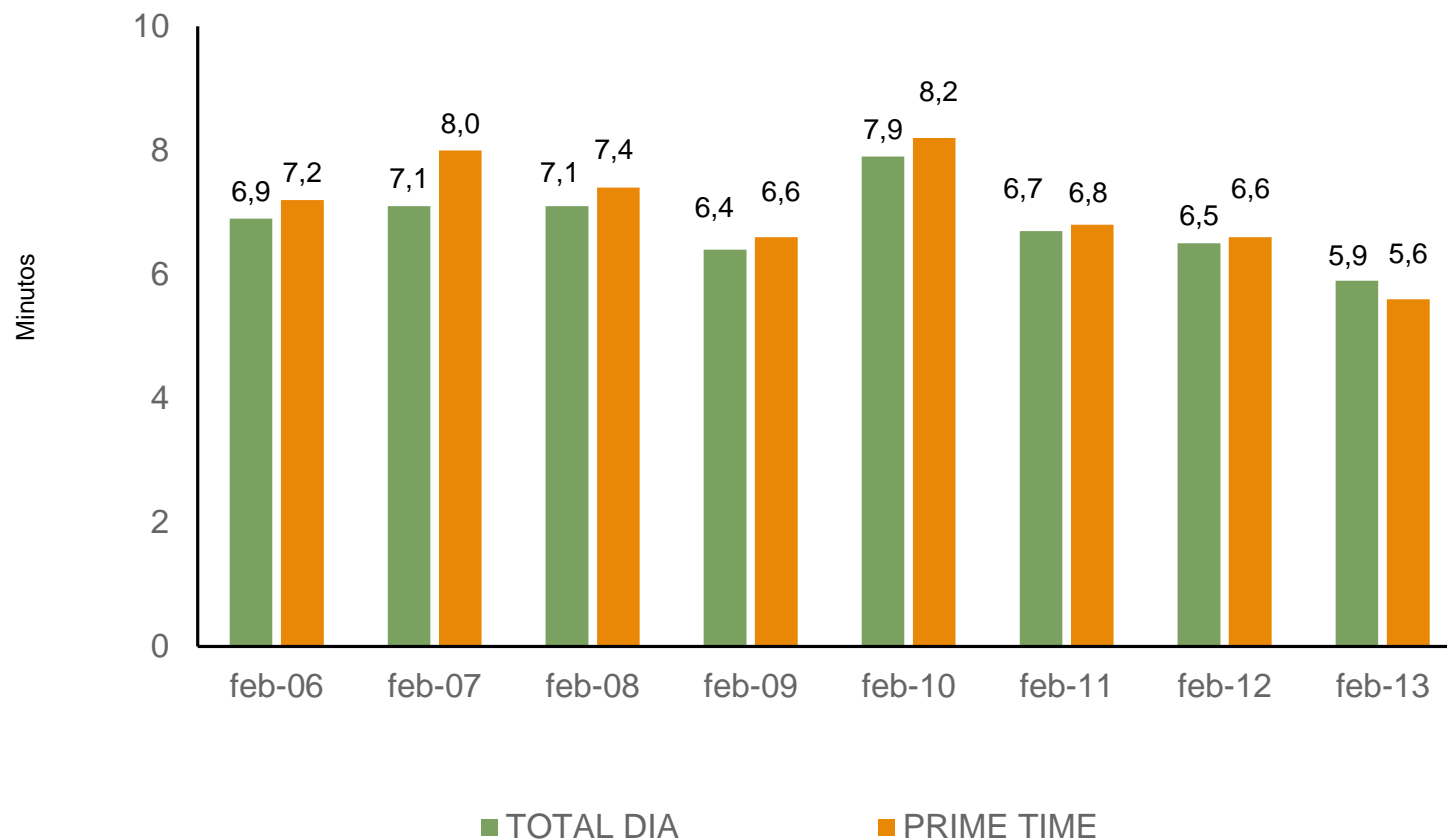
mañana	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
365	141	168	167	126	258
10	5	5	7	5	0
0	0	0	0	0	0
29	26	28	25	13	0
0	1	1	1	0	0
0	1	0	2	0	0
2	1	1	1	0	2

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

Fuente: Kantar Media

Febrero 2013

Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (*)



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT), CUATRO(AT) y LA SEXTA(AT)).

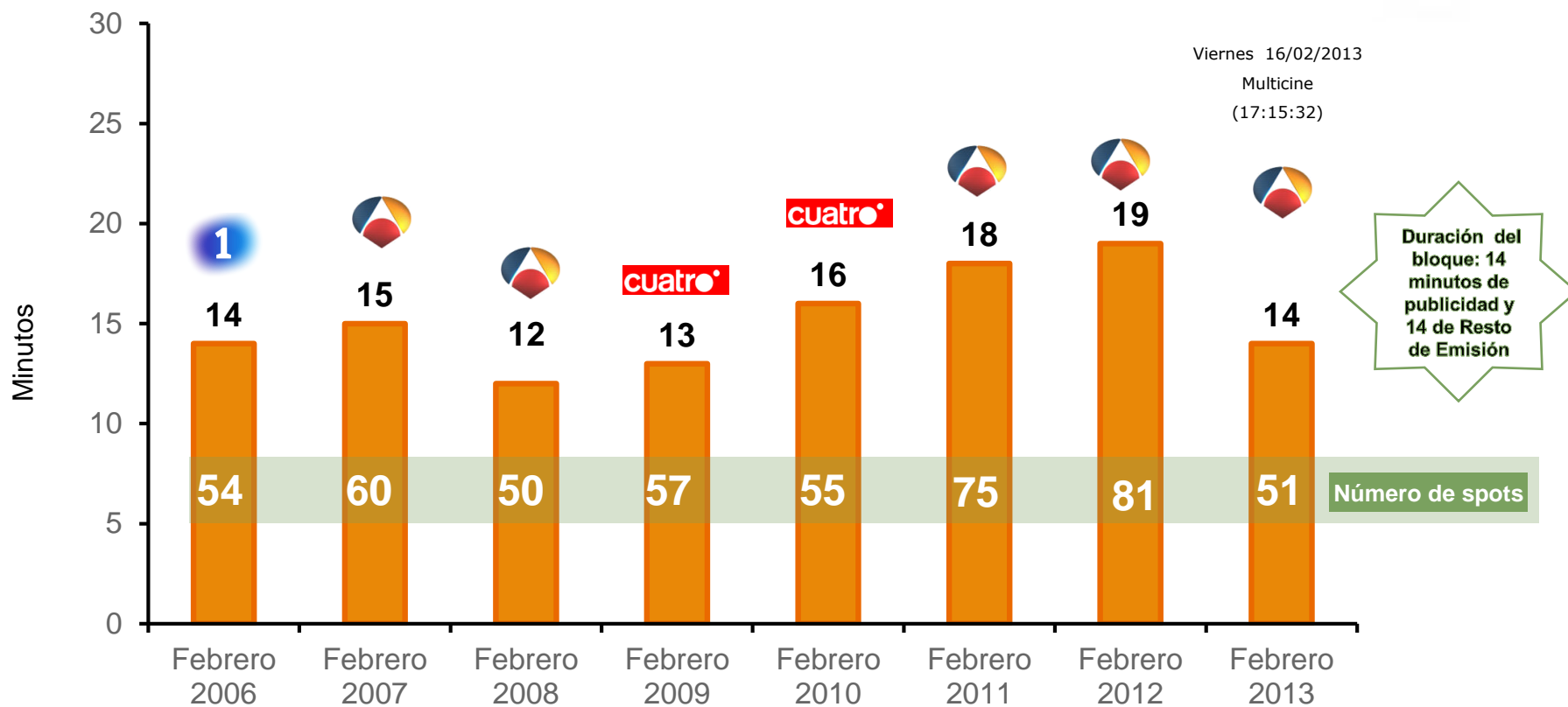
Sólo se han contemplado los bloques con 5 y más spots.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios

Febrero 2013

Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT), CUATRO (AT) y LA SEXTA(AT).

No se han contemplado las desconexiones regionales.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios

Febrero 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	26,1%
2	 CL7	Castilla y León	16,7%
3	 IB3	I. Baleares	15,7%
4	 C9	C. Valenciana	12,0%
5	 TVM	Madrid	10,6%
6	 CMT	Castilla la Mancha	10,5%
7	 TV3	Cataluña	8,2%
8	 TVG	Galicia	8,2%
9	 C. SUR	Andalucía	7,8%
10	 ETB2	País Vasco	7,0%

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.

Febrero 2013

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Febrero 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.

Febrero 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 / ROBIN HOOD	24/02/2013	22:15:46	24:21:10	2:05:24	4.475	10,7	0,0	00:00
	CUENTAME COMO PASO	28/02/2013	22:33:52	23:44:06	1:10:14	4.172	9,9	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	11/02/2013	15:38:02	16:13:02	0:35:00	1.468	3,5	0,0	00:00
	SABER Y GANAR:FIN DE SEMANA	02/02/2013	15:38:03	16:12:59	0:34:56	897	2,1	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 NOCHE DE JOSE MOTA	07/02/2013	22:26:08	23:41:16	1:15:08	3.448	8,2	13,5	10:08
	PASAPALABRA	19/02/2013	20:15:54	21:04:11	0:48:17	3.102	7,4	11,6	05:35

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


Febrero 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)
	TU CARA ME SUENA	11/02/2013	22:40:26	25:42:51	3:02:25	3.893	9,3	13,8	25:05
	EL PELICULON / LA JUNGLA 4.0	17/02/2013	22:08:16	24:28:22	2:20:06	3.204	7,6	15,0	21:05

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	PALABRA DE GITANO	10/02/2013	21:36:07	22:35:08	0:59:01	2.110	5,0	15,9	09:24
	HERMANO MAYOR	08/02/2013	21:37:12	22:35:01	0:57:49	2.025	4,8	13,7	07:55

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL INTERMEDIO	07/02/2013	21:33:50	22:45:19	1:11:29	2746	6,5	0,0	00:00
	EL MENTALISTA / ROJO CEREZA	18/02/2013	22:30:05	23:17:38	0:47:33	1794	4,3	14,5	06:55

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

Febrero 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)
	TU CARA ME SUENA	11/02/2013	22:40:26	25:42:51	3:02:25	3.893	9,3	13,8	25:05
	LA NOCHE DE JOSE MOTA	07/02/2013	22:26:08	23:41:16	1:15:08	3.448	8,2	13,5	10:08
	EL PELICULON / LA JUNGLA 4.0	17/02/2013	22:08:16	24:28:22	2:20:06	3.204	7,6	15,0	21:05
	PASAPALABRA	19/02/2013	20:15:54	21:04:11	0:48:17	3.102	7,4	11,6	05:35
	MULTICINE / UN ASESINO ENTRE NOSOTROS	23/02/2013	15:59:26	17:39:58	1:40:32	2.938	7,0	15,7	15:47
	MULTICINE 2 / EL PLACER DE LA VENGANZA	10/02/2013	17:43:43	19:36:56	1:53:13	2.933	7,0	18,1	20:29
	GRAN HERMANO	11/02/2013	22:23:06	25:48:26	3:25:20	2.886	6,9	13,5	27:38
	EL HORMIGUERO 3.0	11/02/2013	21:45:41	22:30:11	0:44:30	2.792	6,7	15,9	07:04
	INCREIBLES, EL GRAN DESAFIO	08/02/2013	22:07:05	24:13:51	2:06:46	2.787	6,6	15,9	06:15
	EL INTERMEDIO	07/02/2013	21:33:50	22:45:19	1:11:29	2.746	6,5	0,0	00:00

(**) 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

Febrero 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 (AEAP)	91-5232508	91-5914432	concha@thebridge.es
Gabinete de Prensa: The Bridge			
Luis Petit	91-2948811	91-2948719	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			

Febrero 2013