

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Enero 2013

Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales privadas, aumentan su porcentaje de Resto de Emisión en el primer mes del año, salvo Antena 3, que lo reduce 4 décimas. Cuatro es la cadena que más lo aumenta, con 9 décimas más, siendo además la que mayor porcentaje presenta alcanzando un porcentaje de 17,7% de Resto de Emisión.
- El Promedio Mensual de Resto de Emisión de las cadenas nacionales comerciales anota este mes un 14,8%, siendo un 23% menos que en el mismo periodo del año anterior.
- En la franja de Mañana todas las cadenas aumentan el Resto de Emisión, mientras que en Noche todas las cadenas lo reducen, excepto Cuatro que lo aumenta casi un punto. Cuatro es la única cadena que aumenta su porcentaje de Resto de Emisión en todas las franjas.
- Todas las cadenas incrementan la Publicidad emitida. Telecinco es la cadena que más Publicidad emite, con una media diaria de 3 horas y 9 minutos, aunque es Cuatro la cadena que más incrementa la emisión de Publicidad, con 27 minutos diarios más que en Diciembre.
- Continúa descendiendo el tiempo de emisión del resto de formatos publicitarios.

Resto de Emisión por franjas

TOTAL DÍA

cuatro 17,7%

5 16,7%

6 13,1%

laSexta 11,7%

2 3,4%

1 3,3%

MAÑANA 7:00-13:59

5 18,9%

cuatro 14,6%

6 13,7%

laSexta 9,4%

1 4,1%

2 3,8%

NOCHE 20:30-23:59

5 23,1%

cuatro 21,4%

6 20,0%

laSexta 17,6%

2 3,7%

1 2,6%

SOBREMESA 14:00-16:59

5 24,4%

cuatro 20,1%

laSexta 19,4%

6 18,9%

2 4,7%

1 3,9%

MADRUGADA 1 24:00-2:29

5 18,4%

6 14,6%

cuatro 13,4%

laSexta 11,9%

1 2,9%

2 3,1%

TARDE 17:00-20:29

5 19,7%

laSexta 18,7%

6 15,9%

cuatro 14,3%

2 5,4%

1 3,6%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

cuatro 22,9%

1 1,5%

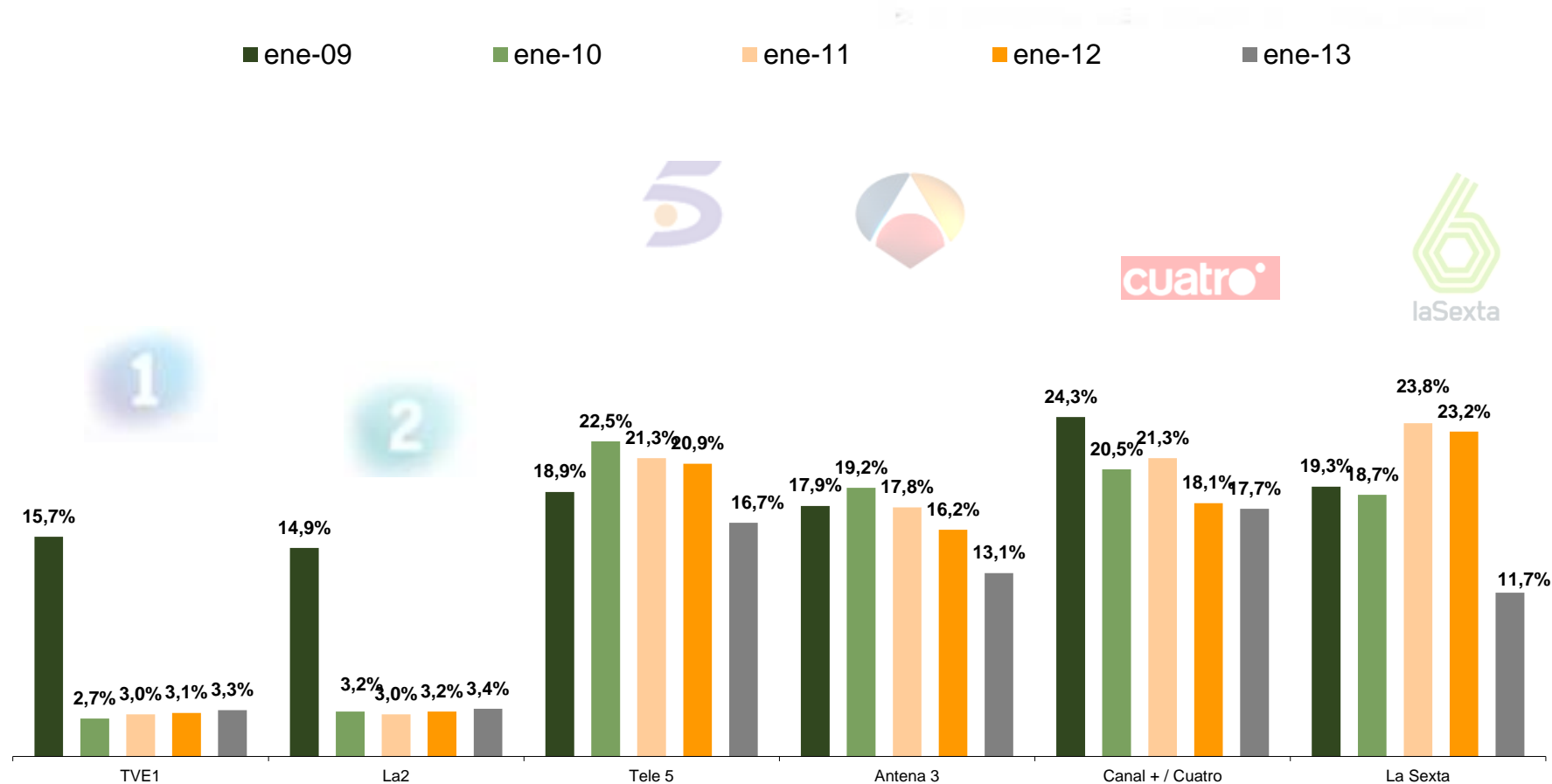
2 0,8%

6 0,2%

laSexta 0,1%

5 0,1%

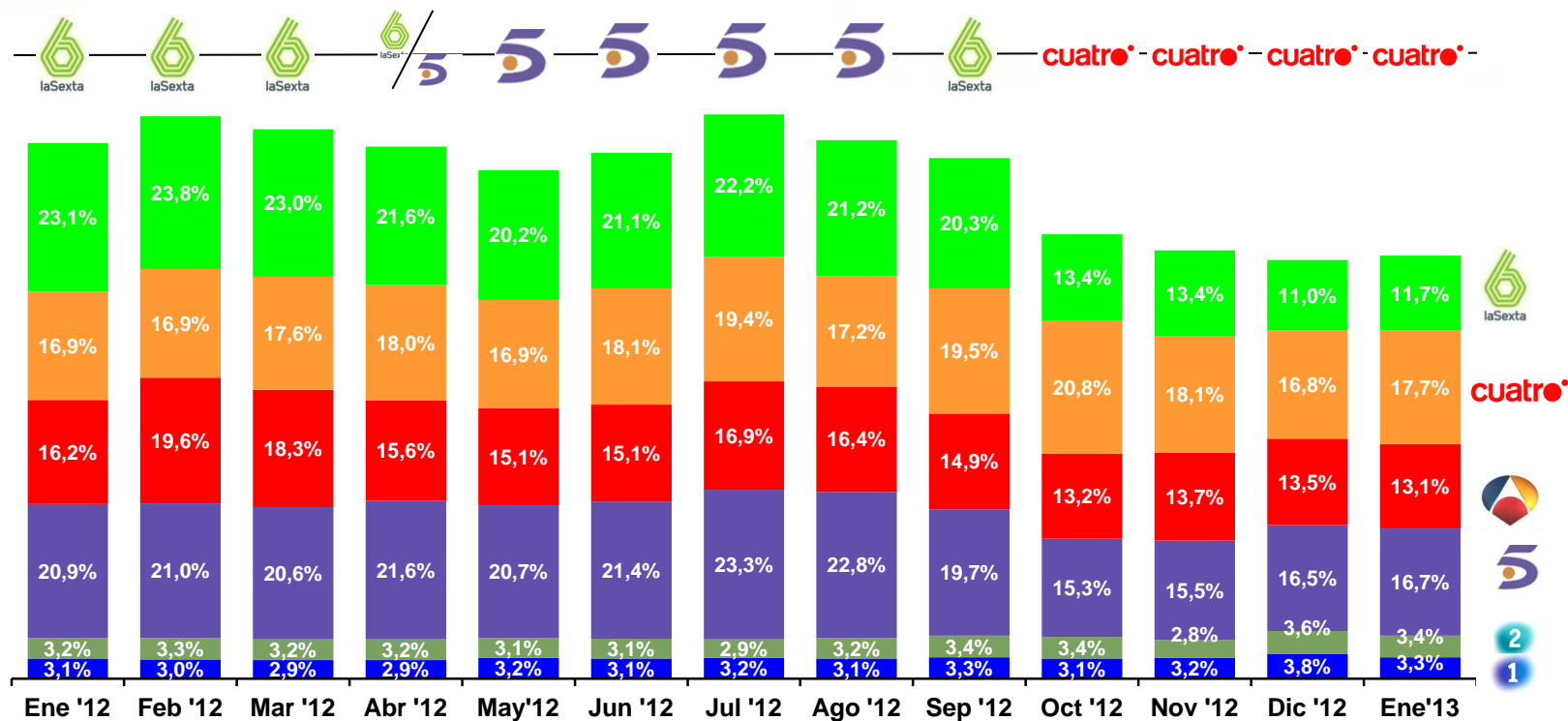
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Enero 2013

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

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

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

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

Acumulado 2010 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero

Cadenas Nacionales

31.645

38.630

40.489

36.227

29.568

26.962

25.409

20.517

Cadenas Nacionales Privadas

20.163

26.974

28.008

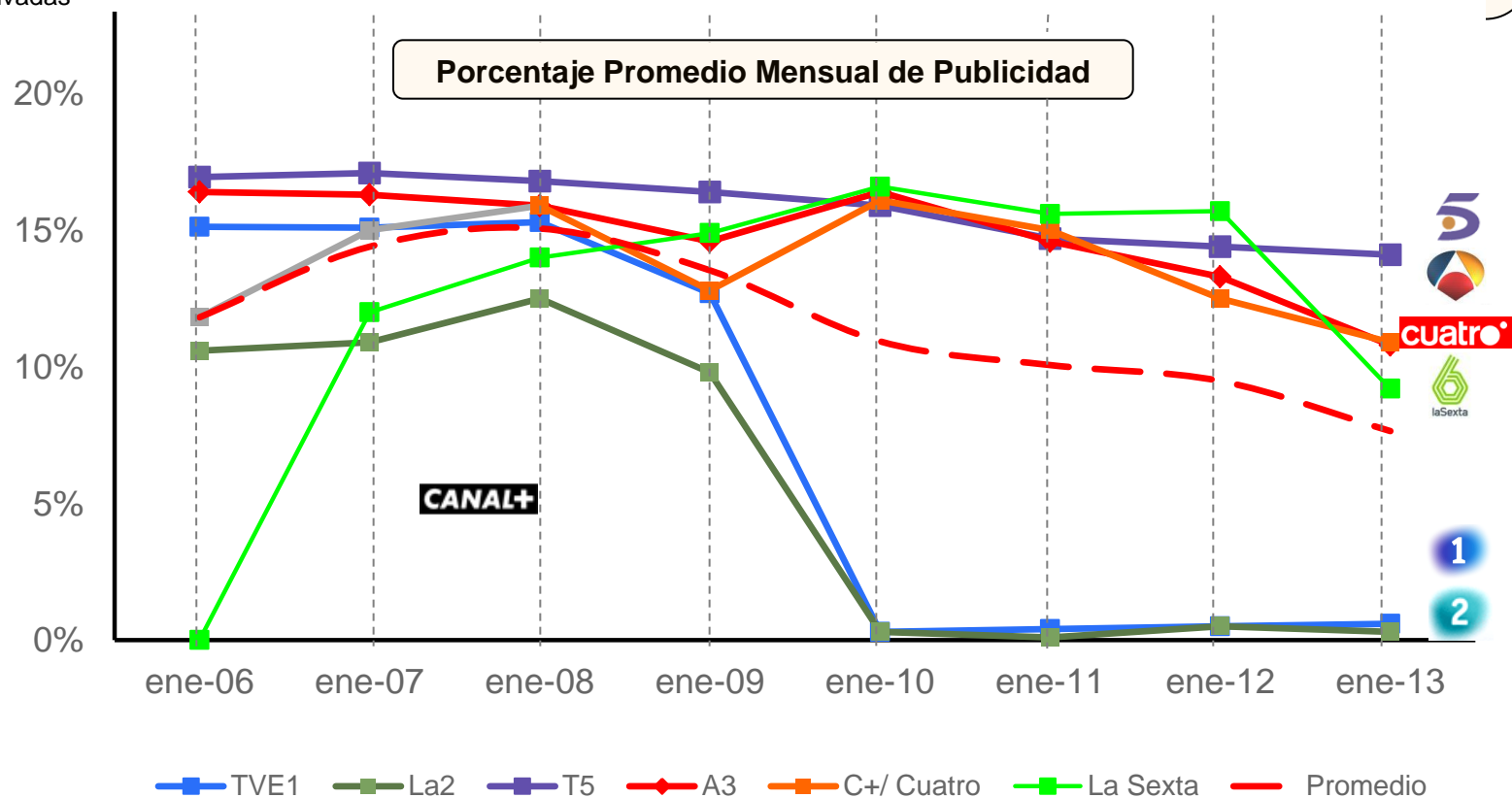
26.215

29.359

26.731

24.966


20.101





Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías


TOTAL DÍA


 17,7%

 16,7%

 13,1%


 11,7%


 3,4%

 3,3%

PUBLICIDAD


 13,1%

 10,5%

 10,0%


 8,9%


 0,5%


 0,2%


TELETIENDAS


 4,3%

 0,0%


 0,0%

 0,0%


 0,0%

 0,0%

AVANC. PROG & AUTOPROMOS

 2,9%

 2,6%

 2,2%


 2,1%


 2,0%

 1,8%

PATROCINIOS


 0,3%

 0,2%


 0,2%


 0,2%

 0,1%

 0,1%


TELEPROMOCIONES

 0,7%

 0,5%

 0,2%


 0,1%

 0,0%

 0,0%


OTROS

 0,7%

 0,6%

 0,3%

 0,3%

 0,1%

 0,1%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Diciembre'12		Enero'13
1	PROGRAMACION	1380	↑	1388
	Autoprom / Av. Prog.	32	↑	37
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	14	↓	7
	Patrocinios	0	==	0
	Telepromociones	6	↓	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	169	202	205	145	266
13	6	6	4	4	4
0	0	0	0	0	0
3	1	1	2	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0

		Diciembre'12		Enero'13
2	PROGRAMACION	1385	↑	1386
	Autoprom / Av. Prog.	35	↑	42
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	10	↓	3
	Patrocinios	0	==	0
	Telepromociones	1	==	1
	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
403	173	197	201	145	268
14	6	10	6	4	2
0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0
1	0	1	0	0	0

		Diciembre'12		Enero'13
5	PROGRAMACION	1202	↓	1199
	Autoprom / Av. Prog.	29	==	29
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	181	↑	189
	Patrocinios	5	↓	3
	Telepromociones	14	↓	11
	Otros	9	↓	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
341	136	168	162	122	270
10	4	4	5	6	0
0	0	0	0	0	0
63	36	32	39	20	0
1	1	0	1	0	0
3	2	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

Enero 2013








Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Diciembre'12		Enero'13
 PROGRAMACION	1246		1251
Autoprom / Av. Prog.	35		30
Teletienda	0		0
Publicidad*	139		143
Patrocinios	6		4
Telepromociones	8		8
Otros	5		4

	mañana 7:00-13:59	sobremesa 14:00 -16:59	tarde 17:00-20:29	noche 20:31-23:59	madrug1 24:00-2:29	madrug2 2:31-6:59
5	363	146	177	168	128	270
-5	10	5	5	5	4	0
0	0	0	0	0	0	0
4	40	27	25	34	17	0
-2	1	1	1	1	0	0
0	4	1	1	2	0	0
-1	1	1	1	1	0	0

	Diciembre'12		Enero'13
 PROGRAMACION	1198		1186
Autoprom / Av. Prog.	30		25
Teletienda	69		61
Publicidad*	125		152
Patrocinios	5		3
Telepromociones	3		3
Otros	10		10

	mañana 7:00-13:59	sobremesa 14:00 -16:59	tarde 17:00-20:29	noche 20:31-23:59	madrug1 24:00-2:29	madrug2 2:31-6:59
-12	359	144	180	165	130	208
-5	11	3	3	5	3	0
-8	0	0	0	0	0	61
27	46	29	25	36	16	0
-2	0	1	1	1	0	0
0	0	1	0	2	0	0
0	4	2	1	2	1	0

	Diciembre'12		Enero'13
 PROGRAMACION	1281		1272
Autoprom / Av. Prog.	32		32
Teletienda	0		0
Publicidad*	119		128
Patrocinios	3		3
Telepromociones	1		1
Otros	4		4

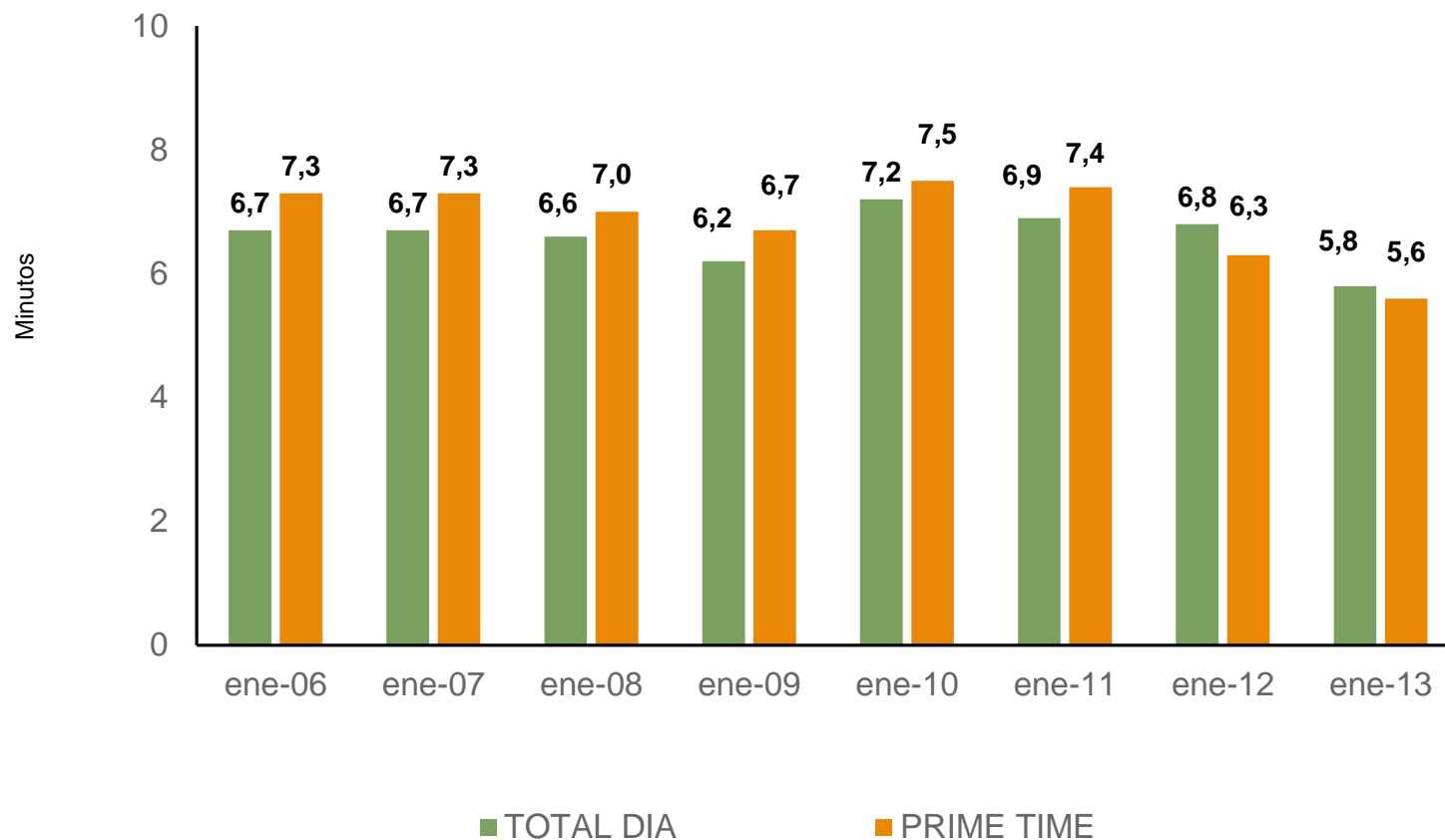
	mañana 7:00-13:59	sobremesa 14:00 -16:59	tarde 17:00-20:29	noche 20:31-23:59	madrug1 24:00-2:29	madrug2 2:31-6:59
-9	381	145	171	173	132	270
0	10	6	6	6	4	0
0	0	0	0	0	0	0
9	28	27	32	28	13	0
0	0	1	1	1	0	0
0	0	0	0	1	0	0
0	1	1	1	1	0	0

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

Fuente: Kantar Media

Enero 2013

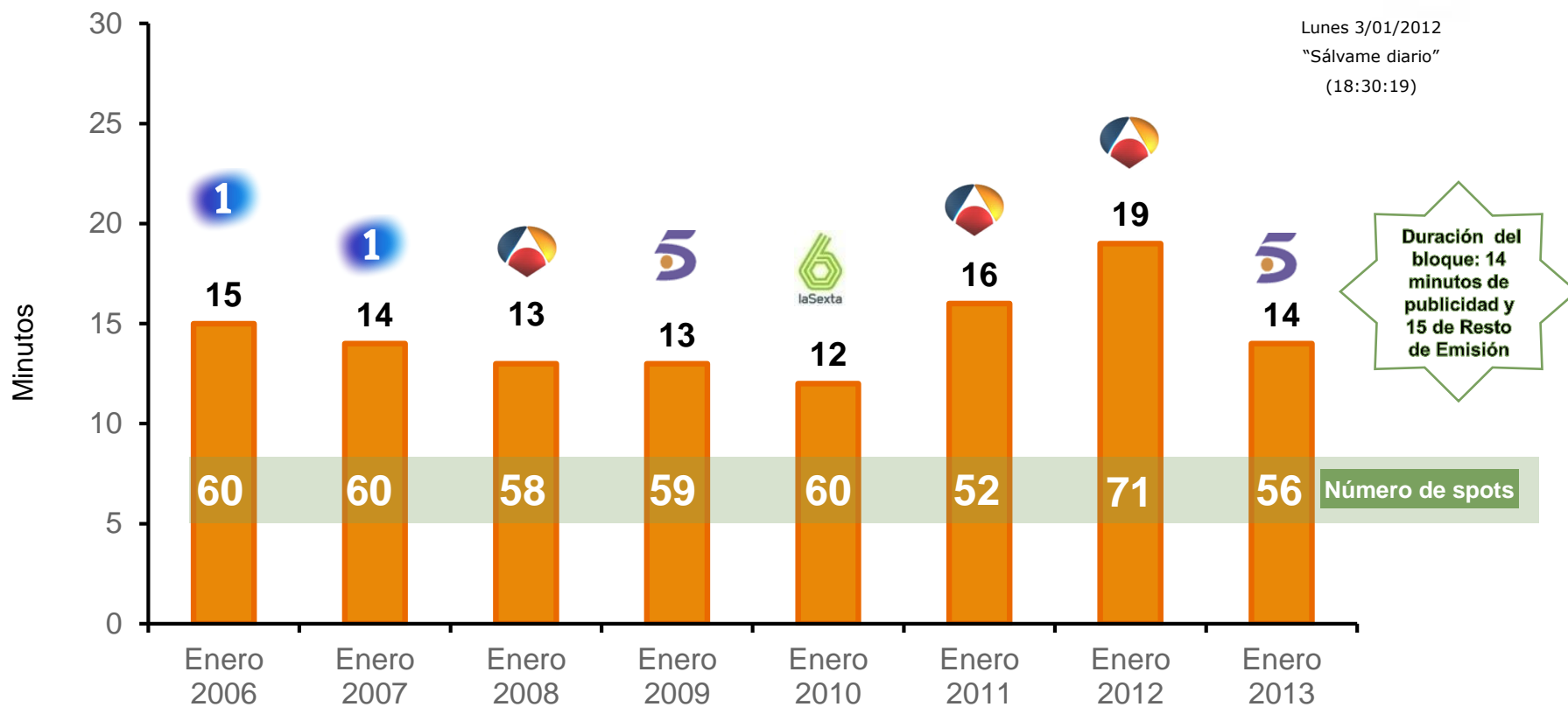
Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (*)



(*) Ámbito: Madrid TVE1, La2, T5, A3 excepto Enero 2011, incluido también CUATRO y LA SEXTA.
Sólo se han contemplado los bloques con 5 y más spots.
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)
Fuente: TNS Audiencia de Medios

Enero 2013

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 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	26,2%
2	 CL7	Castilla y León	16,4%
3	 IB3	I. Baleares	15,0%
4	 C9	C. Valenciana	11,1%
5	 CMT	Castilla la Mancha	10,4%
6	 TV3	Cataluña	8,2%
7	 SUR	Andalucía	7,6%
8	 TVG	Galicia	7,6%
9	 ETB2	País Vasco	7,3%
10	 ATV	Aragón	4,9%

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.

Enero 2013

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Enero 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.

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)
	CUENTAME COMO PASO	10/01/2013	22:31:35	23:39:56	1:08:21	4.202	10,0	0,0	00:00
	GRAN RESERVA	21/01/2013	22:31:58	23:46:24	1:14:26	2.905	6,9	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	30/01/2013	15:38:06	16:14:35	0:36:29	1.465	3,5	0,0	00:00
	SABER Y GANAR:FIN DE SEMANA	19/01/2013	15:38:12	16:14:37	0:36:25	948	2,3	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	14/01/2013	22:36:19	24:27:41	1:51:22	3.973	9,5	21,3	23:41
	LA QUE SE AVECINA:TOMAS FALSAS	14/01/2013	22:07:45	22:36:00	0:28:15	2.904	6,9	32,0	09:02

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 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 PELICULON / ANGELES Y DEMONIOS(2009)	27/01/2013	22:09:00	24:53:41	2:44:41	3.775	9,0	19,9	32:43
	TU CARA ME SUENA	28/01/2013	22:40:17	25:27:20	2:47:03	3.490	8,3	13,2	22:08

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	HERMANO MAYOR / JUAN CARLOS	18/01/2013	22:42:07	23:43:18	1:01:11	2.417	5,8	6,3	03:52
	ELEMENTARY	29/01/2013	23:17:05	24:01:43	0:44:38	1.642	3,9	2,8	01:14

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL TAQUILLAZO / COLOMBIANA	22/01/2013	22:29:53	24:27:29	1:57:36	2880	6,9	18,1	21:18
	PESADILLA EN LA COCINA	20/01/2013	21:46:47	22:46:15	0:59:28	2236	5,3	9,9	05:52

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 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)
	LA QUE SE AVECINA	14/01/2013	22:36:19	24:27:41	1:51:22	3.973	9,5	21,3	23:41
	EL PELICULON / ANGELES Y DEMONIOS(2009)	27/01/2013	22:09:00	24:53:41	2:44:41	3.775	9,0	19,9	32:43
	TU CARA ME SUENA	28/01/2013	22:40:17	25:27:20	2:47:03	3.490	8,3	13,2	22:08
	MULTICINE / VIDAS TRUNCADAS(2012)	20/01/2013	15:59:57	17:52:10	1:52:13	3.000	7,2	20,1	22:31
	LA QUE SE AVECINA:TOMAS FALSAS	14/01/2013	22:07:45	22:36:00	0:28:15	2.904	6,9	32,0	09:02
	EL HORMIGUERO 3.0	14/01/2013	21:45:29	22:31:27	0:45:58	2.748	6,6	12,6	05:48
	GRAN HOTEL / PROPOSITO DE ENMIENDA	29/01/2013	22:41:08	24:03:02	1:21:54	2.732	6,5	8,3	06:47
	PASAPALABRA	23/01/2013	20:15:10	21:04:39	0:49:29	2.727	6,5	14,9	07:22
	HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR	29/01/2013	22:25:09	25:49:36	3:24:27	2.491	5,9	21,4	43:45
	TU CARA ME SUENA:GRANDES EXITOS	07/01/2013	22:38:29	25:01:22	2:22:53	2.326	5,5	13,6	19:26

(**) 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

Enero 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			

Enero 2013