

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Marzo 2013

Conclusiones


- Todas las cadenas nacionales privadas aumentan su porcentaje de Resto de Emisión en Marzo salvo Antena 3, que lo reduce 8 puntos debido principalmente a la reducción de 106 minutos diarios de autopromociones y avances de programación.
- La cadena que presenta un mayor Resto de Emisión es Cuatro con un 19,2%. Nuevamente ninguna cadena supera el 20% de Resto de Emisión, algo que viene ocurriendo desde Noviembre de 2012, exceptuando el pasado mes en el que Antena lo superó por la mínima.
- A pesar de no superar estas cadenas el 20% de Resto de Emisión en el Total día, si nos fijamos en el Prime Time todas lo superan, incluso Telecinco y Cuatro anotan valores por encima del 23%. Además estas dos cadenas en la franja de Sobremesa se mueven en los mismos valores que el Prime Time.
- En cuanto a publicidad se refiere todas las cadenas aumentan su tiempo de publicidad. Telecinco lo hace en 16 minutos diarios, Cuatro en 10 minutos, La Sexta en 11 minutos y Antena 3 en 2 minutos. La cadena con mayor publicidad es Telecinco, con una media diaria de 3 horas y 6 minutos de publicidad.


Marzo 2013


Resto de Emisión por franjas

TOTAL DÍA


 19,2%

 16,9%


 13,5%


 12,5%


 3,6%


 3,5%


MAÑANA 7:00-13:59


 19,1%

 16,3%


 13,8%

 10,1%


 5,1%

 3,7%

NOCHE 20:30-23:59

 24,1%

 23,3%

 20,5%

 20,4%

 3,8%


 2,8%


SOBREMESA 14:00-16:59

 23,4%

 20,0%


 19,6%

 19,1%

 5,3%


 4,2%


MADRUGADA 1 24:00-2:29

 17,2%

 16,1%


 14,2%


 14,2%

 3,3%


 2,9%


TARDE 17:00-20:29


 20,3%

 18,2%


 16,3%

 15,3%


 5,3%

 3,5%


MADRUGADA 2 2:30-6:59


 25,3%

 1,5%

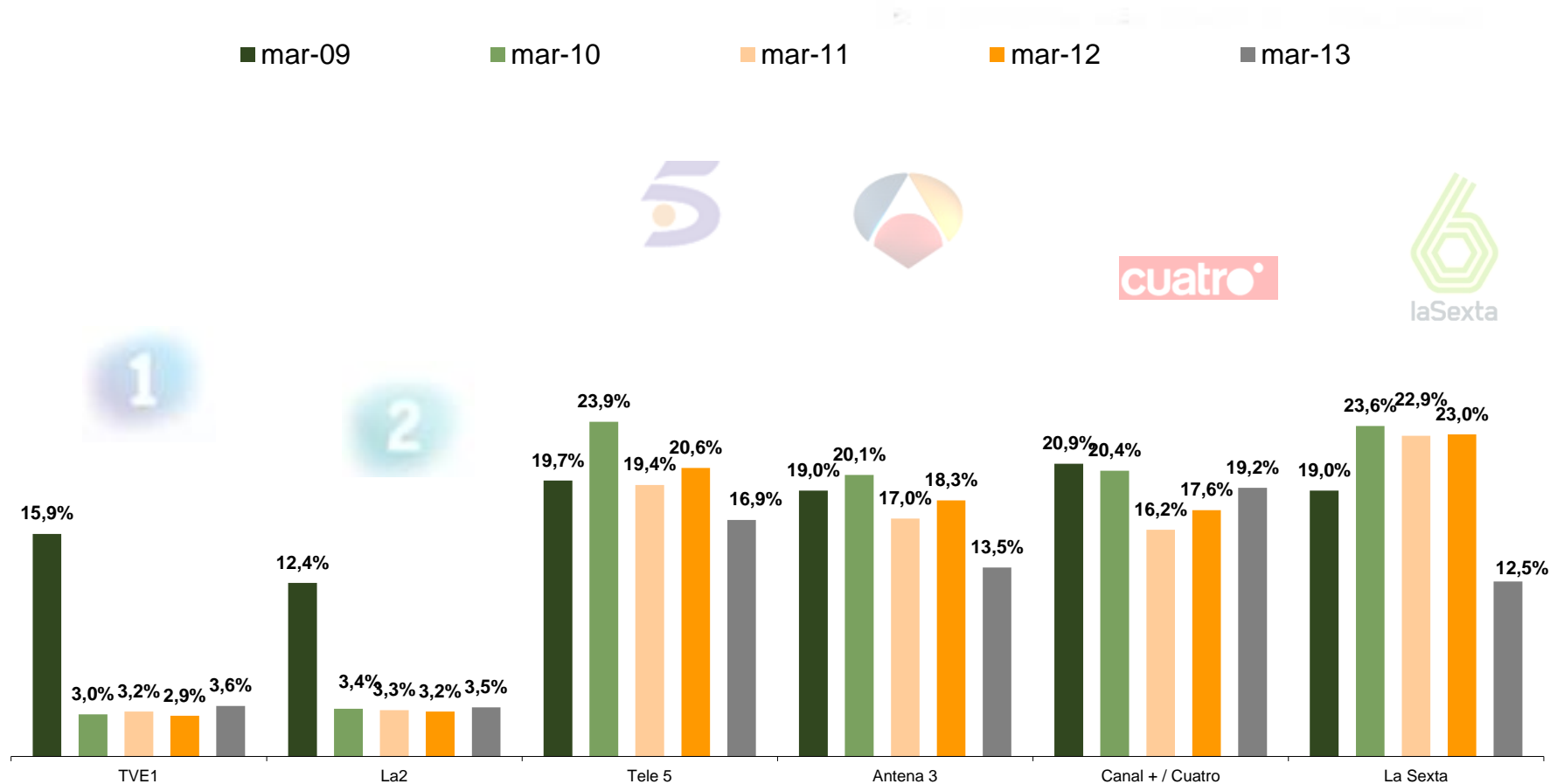
 1,2%

 0,4%

 0,4%

 0,1%

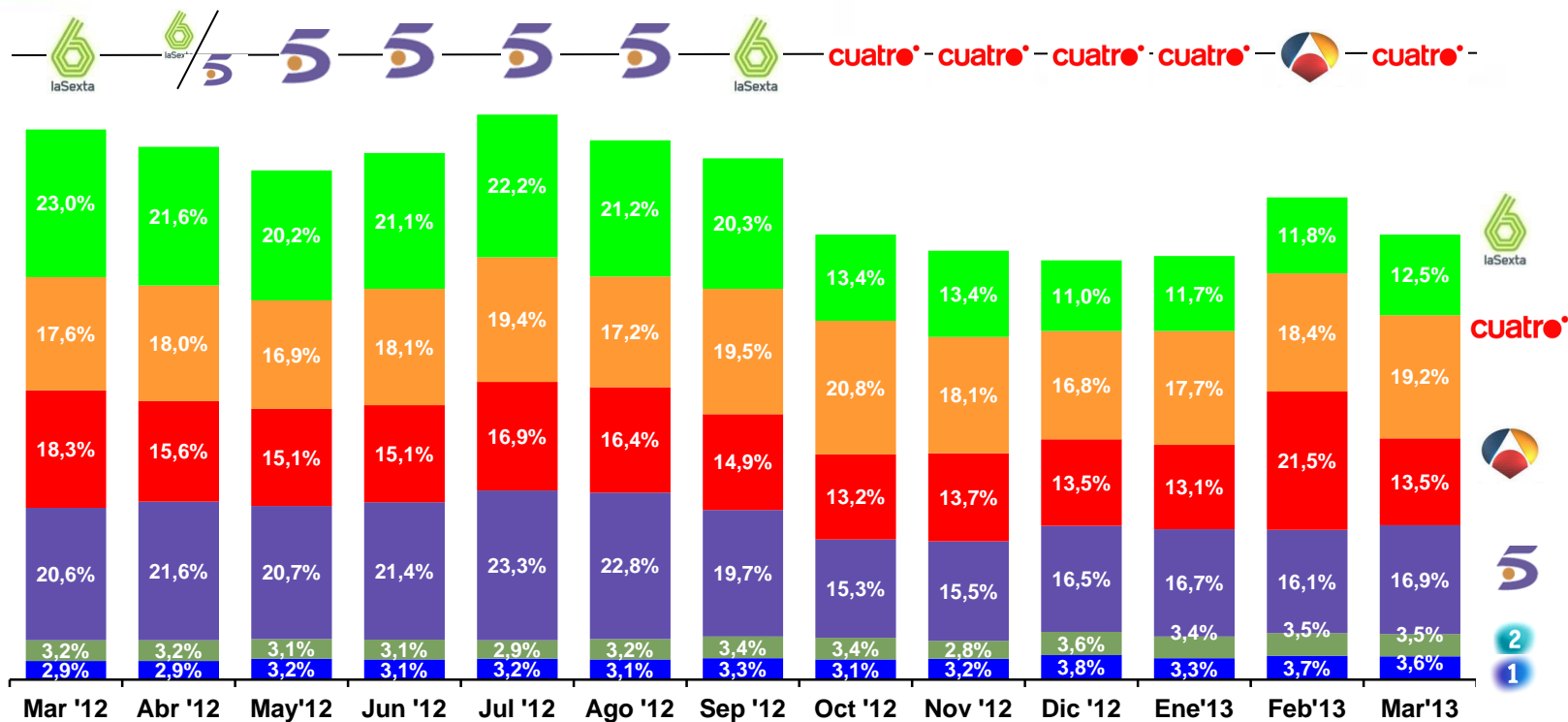
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Marzo 2013

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

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

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

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

Acumulado 2013 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero-Marzo 2013

Cadenas Nacionales

82.242

93.401

115.926

116.740

107.624

87.742

75.526

73.971

Cadenas Nacionales Privadas

50.044

59.550

80.316

81.357

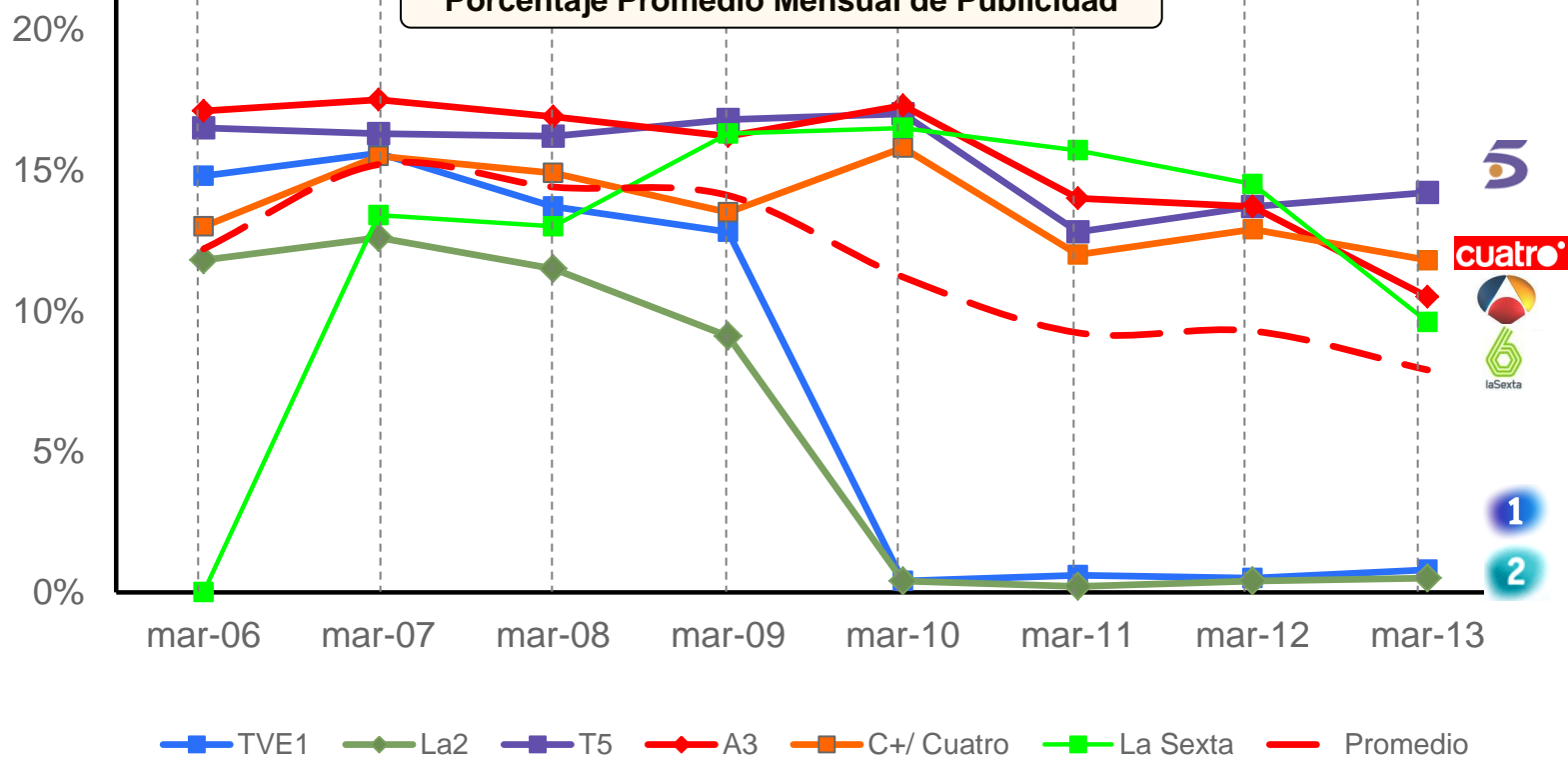
78.346

86.719

74.772

72.641

Porcentaje Promedio Mensual de Publicidad



Fuente: TNS Audiencia de Medios


Datos Marzo 2013


Marzo 2013


Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías

TOTAL DÍA

 19,2%

 16,9%

 13,5%


 12,5%


 3,6%


 3,5%

PUBLICIDAD

 12,9%

 11,4%

 9,5%


 9,1%

 0,7%

 0,4%

TELETIENDAS


 4,7%

 0,0%


 0,0%

 0,0%

 0,0%


 0,0%


AVANC. PROG & AUTOPROMOS


 2,9%

 2,7%


 2,7%

 2,6%


 2,1%

 2,0%

PATROCINIOS


 0,4%

 0,4%


 0,3%

 0,3%

 0,1%

 0,1%


TELEPROMOCIONES

 0,9%

 0,6%

 0,2%

 0,2%

 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

		Febrero'13		Marzo'13
1	PROGRAMACION	1336	↑	1383
	Autoprom / Av. Prog.	38	↑	39
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	12	↓	10
	Patrocinios	0	==	0
	Telepromociones	0	==	0
	Otros	1	↑	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
398	168	203	204	145	266
15	7	6	4	4	3
0	0	0	0	0	0
5	2	1	1	1	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	0

		Febrero'13		Marzo'13
2	PROGRAMACION	1337	↑	1386
	Autoprom / Av. Prog.	41	↑	42
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	7	↓	5
	Patrocinios	0	↑	2
	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
403	172	198	201	145	267
14	6	9	6	4	3
0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	0	0
1	0	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	0

		Febrero'13		Marzo'13
5	PROGRAMACION	1167	↑	1197
	Autoprom / Av. Prog.	27	↑	30
	Teletienda	0	==	0
	Publicidad*	170	↑	186
	Patrocinios	5	==	5
	Telepromociones	14	↓	13
	Otros	8	↑	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
340	138	167	159	124	269
12	3	5	5	5	0
0	0	0	0	0	0
61	35	31	41	18	0
3	1	0	1	0	0
3	2	4	2	1	1
3	2	1	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Marzo 2013


Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Febrero'13	Marzo'13
	PROGRAMACION	1092	1246
	Autoprom / Av. Prog.	144	38
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	134	136
	Patrocinios	6	6
	Telepromociones	10	9
	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
361	145	178	167	126	269
12	5	7	7	6	1
0	0	0	0	0	0
39	27	21	31	17	1
2	2	1	1	0	0
4	1	2	2	0	0
1	1	1	1	0	0

		Febrero'13	Marzo'13
	PROGRAMACION	1135	1163
	Autoprom / Av. Prog.	25	28
	Teletienda	60	68
	Publicidad*	154	164
	Patrocinios	3	4
	Telepromociones	3	3
	Otros	10	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
351	144	176	161	129	202
12	3	4	5	4	0
0	0	0	0	0	68
52	29	28	39	16	0
0	1	1	2	0	0
0	1	1	1	0	0
5	2	1	2	1	0

		Febrero'13	Marzo'13
	PROGRAMACION	1226	1260
	Autoprom / Av. Prog.	31	37
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	121	130
	Patrocinios	4	6
	Telepromociones	3	2
	Otros	6	4

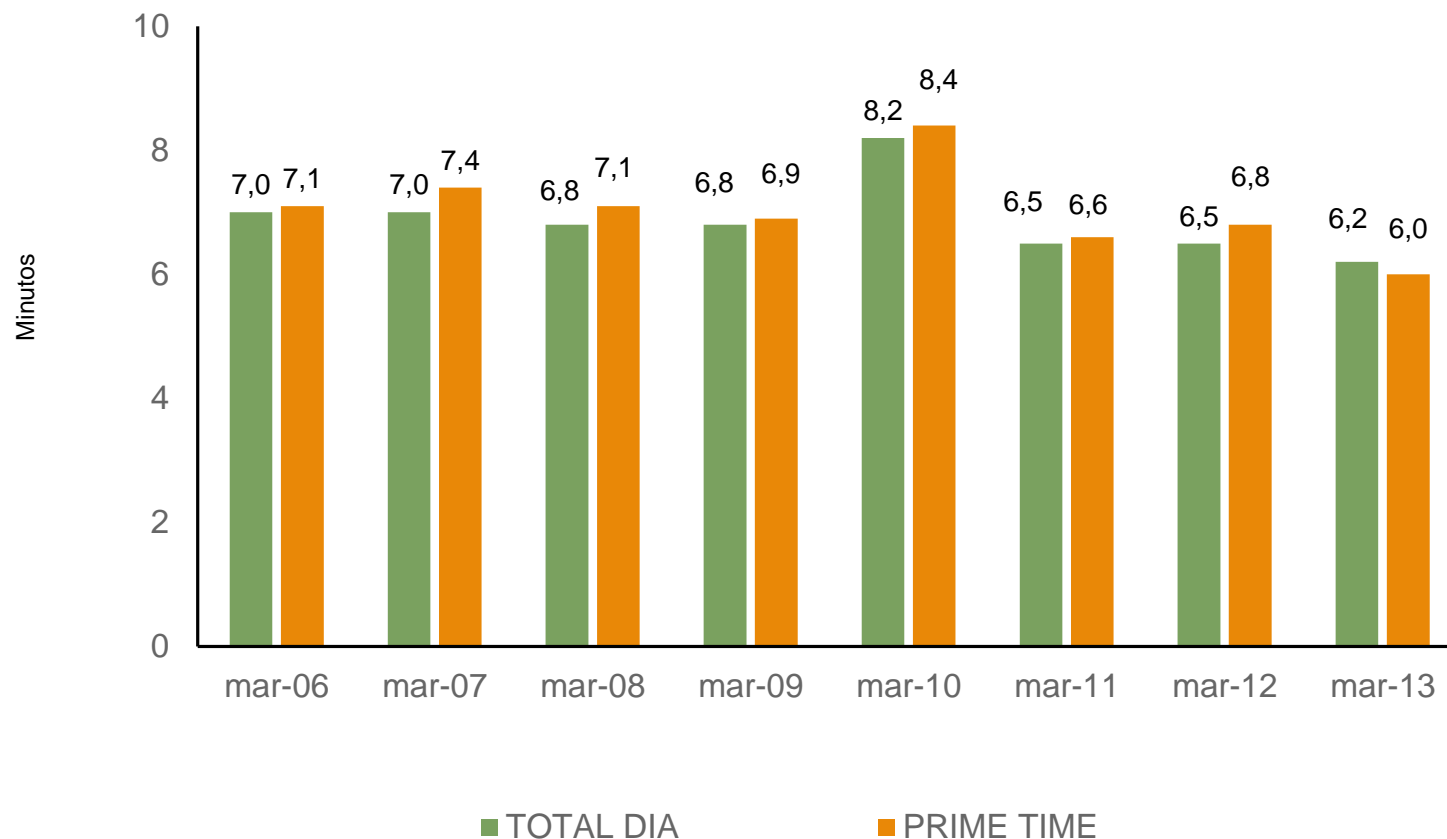
mañana	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
376	146	172	167	129	270
11	5	5	10	6	0
0	0	0	0	0	0
30	26	31	28	15	0
2	2	1	1	0	0
0	1	0	1	0	0
1	1	1	1	0	0

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

Fuente: Kantar Media

Marzo 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

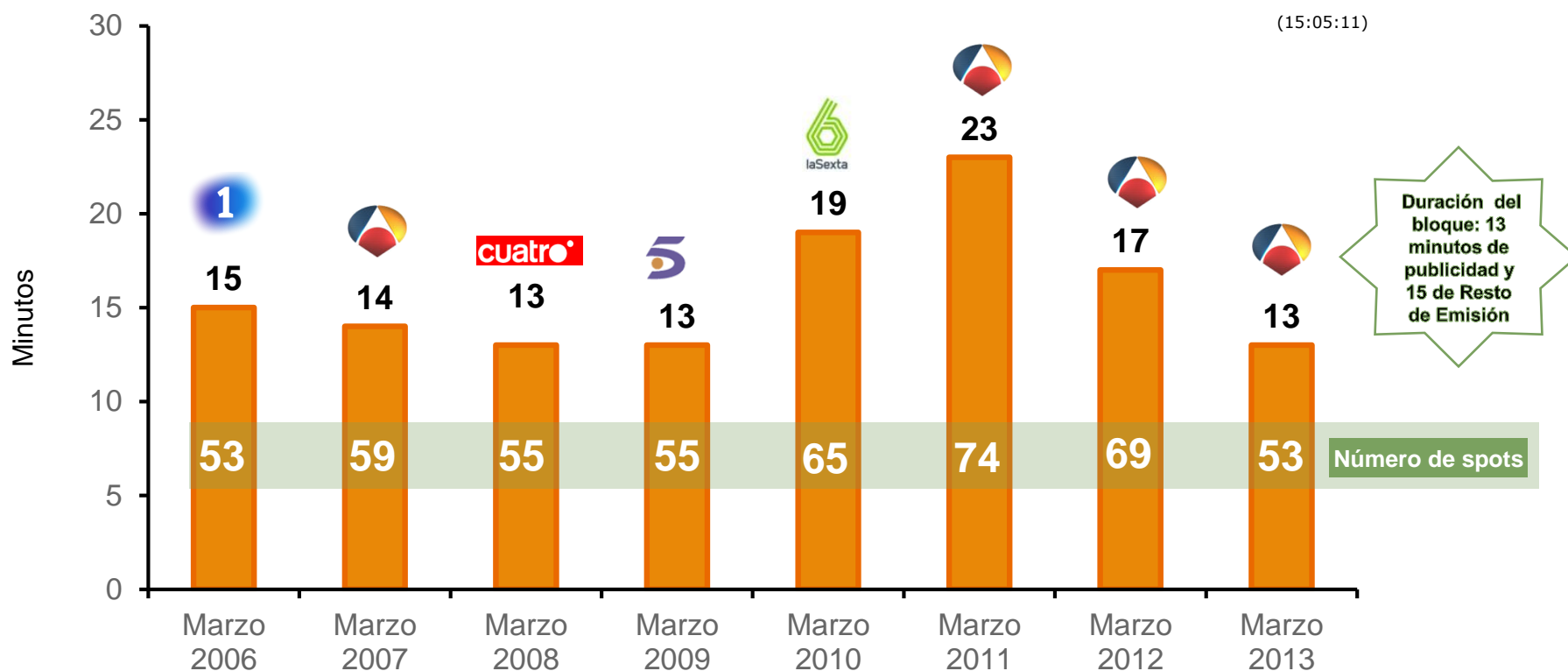
Marzo 2013

Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots

Viernes 16/03/2013

Multicine: Mas allá

(15:05:11)



(*) 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


Marzo 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	24,5%
2	 IB3	I. Baleares	16,2%
3	 CL7	Castilla y León	13,6%
4	 C9	C. Valenciana	12,0%
5	 CMT	Castilla la Mancha	10,3%
6	 TVM	Madrid	9,2%
7	 C. SUR	Andalucía	8,6%
8	 TV3	Cataluña	8,2%
9	 TVG	Galicia	7,6%
10	 ETB2	País Vasco	7,1%

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.

Marzo 2013

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Marzo 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.

Marzo 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)
	CUENTAME COMO PASO	07/03/2013	22:32:46	23:45:23	1:12:37	4.149	9,9	0,0	00:00
	PELICULA DE LA SEMANA	24/03/2013	22:15:58	23:51:38	1:35:40	3.403	8,1	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	04/03/2013	15:38:02	16:10:44	0:32:42	1.393	3,3	0,0	00:00
	EL CINE DE LA 2:PELIC	06/03/2013	22:02:45	23:31:25	1:28:40	946	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)
	¡MIRA QUIEN SALTA!	13/03/2013	22:26:50	25:38:24	3:11:34	3.142	7,5	16,7	31:55
	LA NOCHE DE JOSE MOTA	07/03/2013	22:30:41	23:41:12	1:10:31	2.884	6,9	11,3	07:57

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


Marzo 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)
	SPLASHIFAMOSOS AL AGUA	04/03/2013	22:41:28	25:11:01	2:29:33	4.279	10,2	7,0	10:30
	LA BIBLIA	25/03/2013	22:03:45	25:14:03	3:10:18	3.751	8,9	13,5	25:42

	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	10/03/2013	21:40:41	22:47:55	1:07:14	2.316	5,5	19,5	13:07
	HERMANO MAYOR	01/03/2013	21:38:23	22:37:52	0:59:29	2.291	5,5	12,1	07:13

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL INTERMEDIO	19/03/2013	21:30:05	22:28:38	0:58:33	2331	5,6	10,1	05:56
	EL MENTALISTA	11/03/2013	22:27:33	23:15:33	0:48:00	1734	4,1	17,8	08:33

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

Marzo 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)
	SPLASH! FAMOSOS AL AGUA	04/03/2013	22:41:28	25:11:01	2:29:33	4.279	10,2	7,0	10:30
	LA BIBLIA	25/03/2013	22:03:45	25:14:03	3:10:18	3.751	8,9	13,5	25:42
	¡MIRA QUIEN SALTA!	13/03/2013	22:26:50	25:38:24	3:11:34	3.142	7,5	16,7	31:55
	LA NOCHE DE JOSE MOTA	07/03/2013	22:30:41	23:41:12	1:10:31	2.884	6,9	11,3	07:57
	EL HORMIGUERO 3.0	04/03/2013	21:46:11	22:32:04	0:45:53	2.845	6,8	13,5	06:13
	MULTICINE 2	03/03/2013	17:43:32	19:28:35	1:45:03	2.771	6,6	13,7	14:26
	GRAN HOTEL	12/03/2013	22:35:35	24:13:32	1:37:57	2.674	6,4	15,4	15:03
	PASAPALABRA	04/03/2013	20:09:25	21:04:12	0:54:47	2.541	6,1	26,2	14:20
	MULTICINE	17/03/2013	15:59:42	17:30:42	1:31:00	2.522	6,0	7,0	06:22
	EL PELICULON	02/03/2013	21:59:27	23:56:02	1:56:35	2.494	5,9	15,8	18:28

(**) 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

Marzo 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			
Leo Farache	91 524 57 33	91 524 57 34	am@agenciasdemedios.com
Asociación de Agencias de Medios (AM)			
Jose Antonio Lombardo (AGEP)	91-5479458	91-5591308	asoc.publicidad@agep.es
Ángel del Pino (FNEP)			
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			

Marzo 2013