

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Mayo 2007

Conclusiones







- Telecinco es la única cadena que supera el 30% de Resto de Emisión en Mayo, situándose en valores similares a los de principio de año. Por su parte, Cuatro vuelve a incrementar su porcentaje de Resto de Emisión consolidándose como la segunda cadena de mayor Resto de Emisión.
- Todas las cadenas nacionales a excepción de La Sexta, han aumentado los minutos de publicidad emitidos durante el mes de Mayo, en concreto una media de 9 minutos por día.
- Este mes, La2 ha sido la cadena que más ha aumentado su tiempo dedicado a publicidad, en concreto 30 minutos diarios, debido sobretodo al aumento de 19 minutos en la franja de mañana. Tanto TVE1 como La 2 alcanzan este mes el Porcentaje de Publicidad más alto desde el comienzo del año, situándose en un 15,7% y 14% respectivamente.

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

	30.1%
	29.1%
	20.1%
	19.4%
	18.0%
	15.7%







MAÑANA 7:00-13:59

	22.5 %
	22.0 %
	21.8 %
	20.1 %
	19.2 %
	16.7 %







SOBREMESA 14:00-16:59

	29.9 %
	25.9 %
	25.4 %
	23.1 %
	21.8 %
	21.6 %







TARDE 17:00-20:29

	30.6 %
	27.2 %
	26.1 %
	25.1 %
	23.8 %
	21.8 %







NOCHE 20:30-23:59

	26.3 %
	26.2 %
	25.4 %
	25.4 %
	23.4 %
	19.7 %

MADRUGADA 1 24:00-2:29

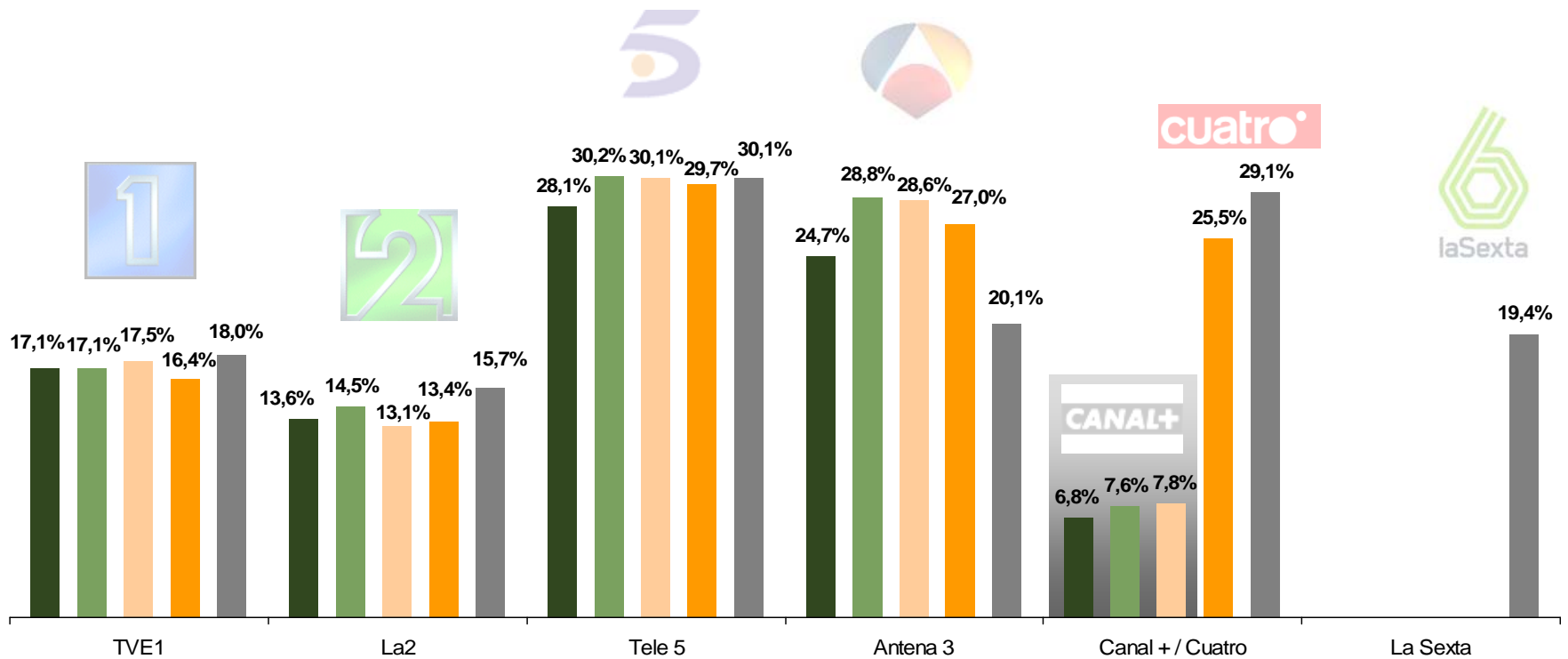
	23.8 %
	22.3 %
	21.9 %
	21.5 %
	19.1 %
	17.9 %

MADRUGADA 2 2:30-6:59

	61.5 %
	43.9 %
	3.0 %
	1.9 %
	1.2 %
	1.1 %

Resto de Emisión sobre Total Emisión

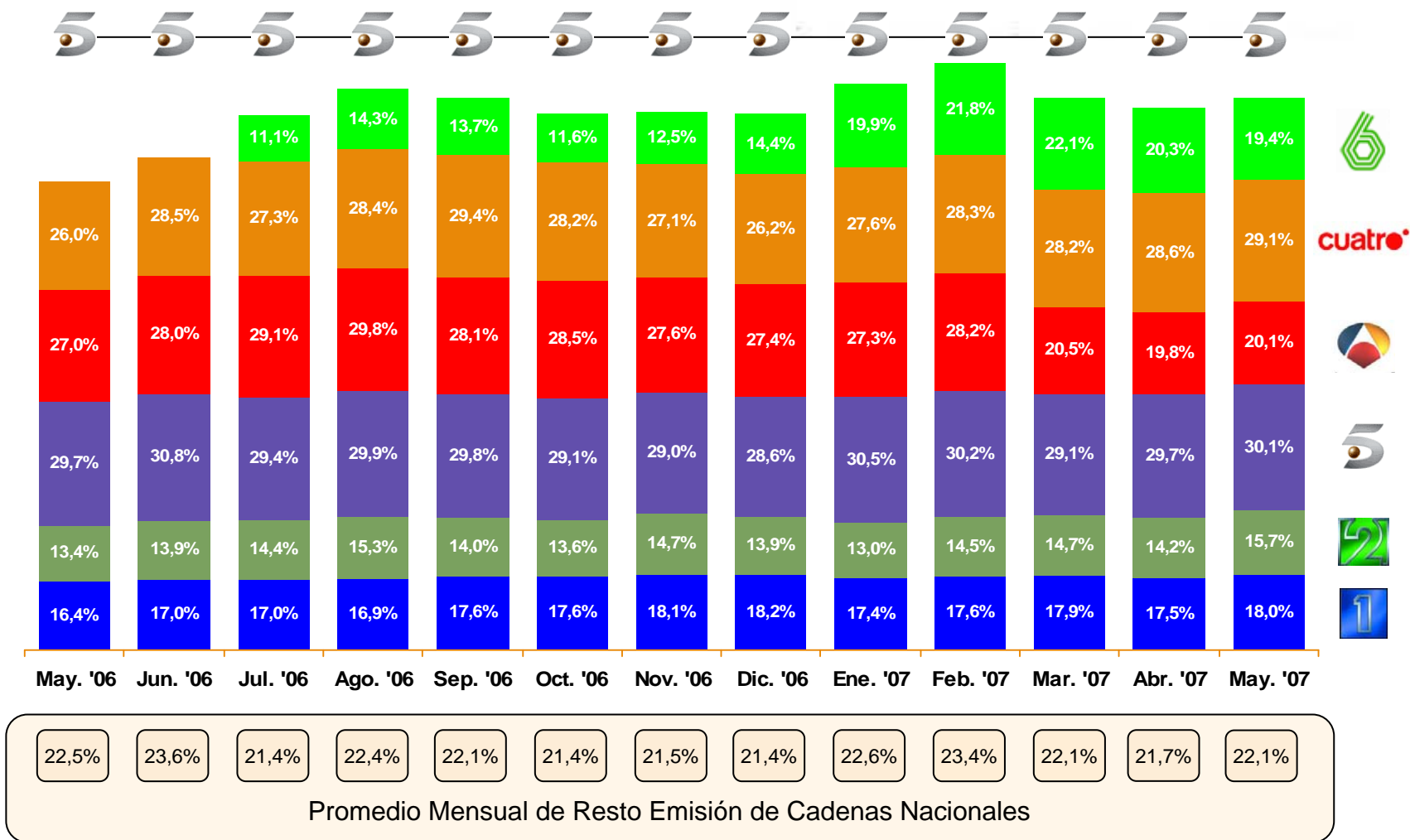
■ may-03 ■ may-04 ■ may-05 ■ may-06 ■ may-07



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Mayo 2007

Evolución Resto de Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Mayo 2007

Acumulado 2007 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero - Mayo 07

104.528

107.848

120.996

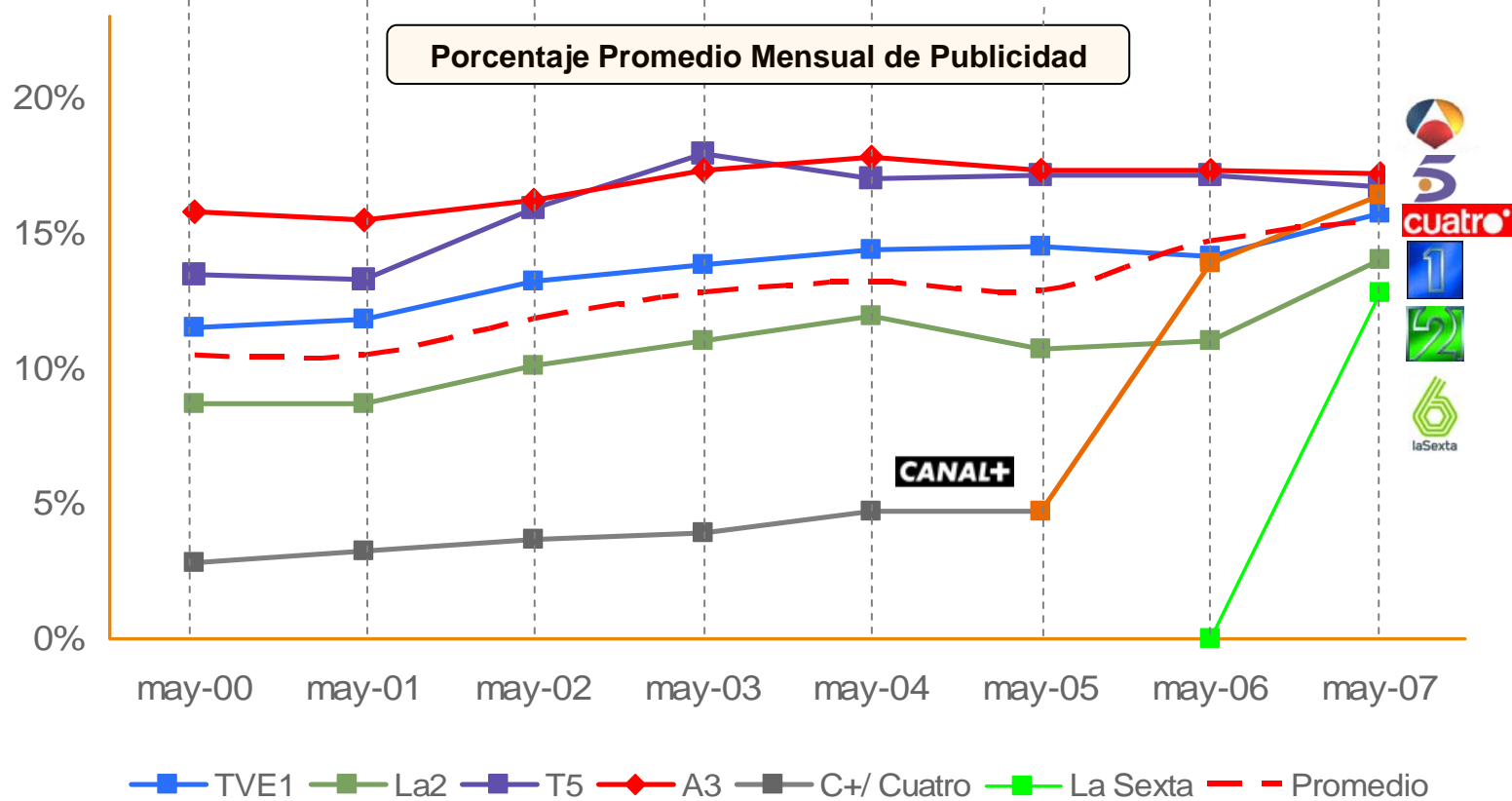
134.261

139.401

138.079

162.056

196.358

































Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Mayo 2007.

Mayo 2007

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías

TOTAL DÍA	
	30.1%
	29.1%
	20.1%
	19.4%
	18.0%
	15.7%

PUBLICIDAD		TELETIENDAS		AVANC. PROGRAM	
	17.2 %		11.3 %		3.2 %
	16.7 %		8.0 %		2.6 %
	16.4 %		3.0 %		2.2 %
	15.7 %		0 %		1.8 %
	14.0 %		0 %		1.5 %
	12.8 %		0 %		1.4 %
AUTOPROMOCIONES		OTROS			
	0.7 %		0.8 %		
	0.2 %		0.7 %		
	0.2 %		0.6 %		
	0.1 %		0.5 %		
	0.1 %		0.4 %		
	0.1 %		0.3 %		

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Abril '07		Mayo '07
1	PROGRAMACION	1194		1196
	Autoprom / Av. Prog.	28		27
	Teletienda	0		0
	Publicidad	220		229
	Otros	5		6

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:30-23:59	24:00-2:29
345	144	157	164	124
8	5	6	5	3
0	0	0	0	0
73	35	45	44	26
1	1	2	1	0

		Abril '07		Mayo '07
2	PROGRAMACION	1241		1220
	Autoprom / Av. Prog.	27		21
	Teletienda	0		0
	Publicidad	173		203
	Otros	4		4

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:30-23:59	24:00-2:29
352	141	166	171	123
6	3	5	4	2
0	0	0	0	0
64	35	41	37	24
1	1	1	1	0

		Abril '07		Mayo '07
5	PROGRAMACION	1013		1007
	Autoprom / Av. Prog.	24		22
	Teletienda	159		162
	Publicidad	236		240
	Otros	8		8

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:30-23:59	24:00-2:29
336	138	155	157	117
7	3	4	5	3
0	0	0	0	0
75	37	49	47	29
2	1	2	2	1

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Abril '07		Mayo '07
	PROGRAMACION	1154	↓	1151
	Autoprom / Av. Prog.	33	↑	35
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad	245	↑	247
	Otros	8	↓	7

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:30-23:59	24:00-2:29
328	133	153	155	118
13	5	6	5	4
0	0	0	0	0
77	40	49	49	27
2	1	1	1	1

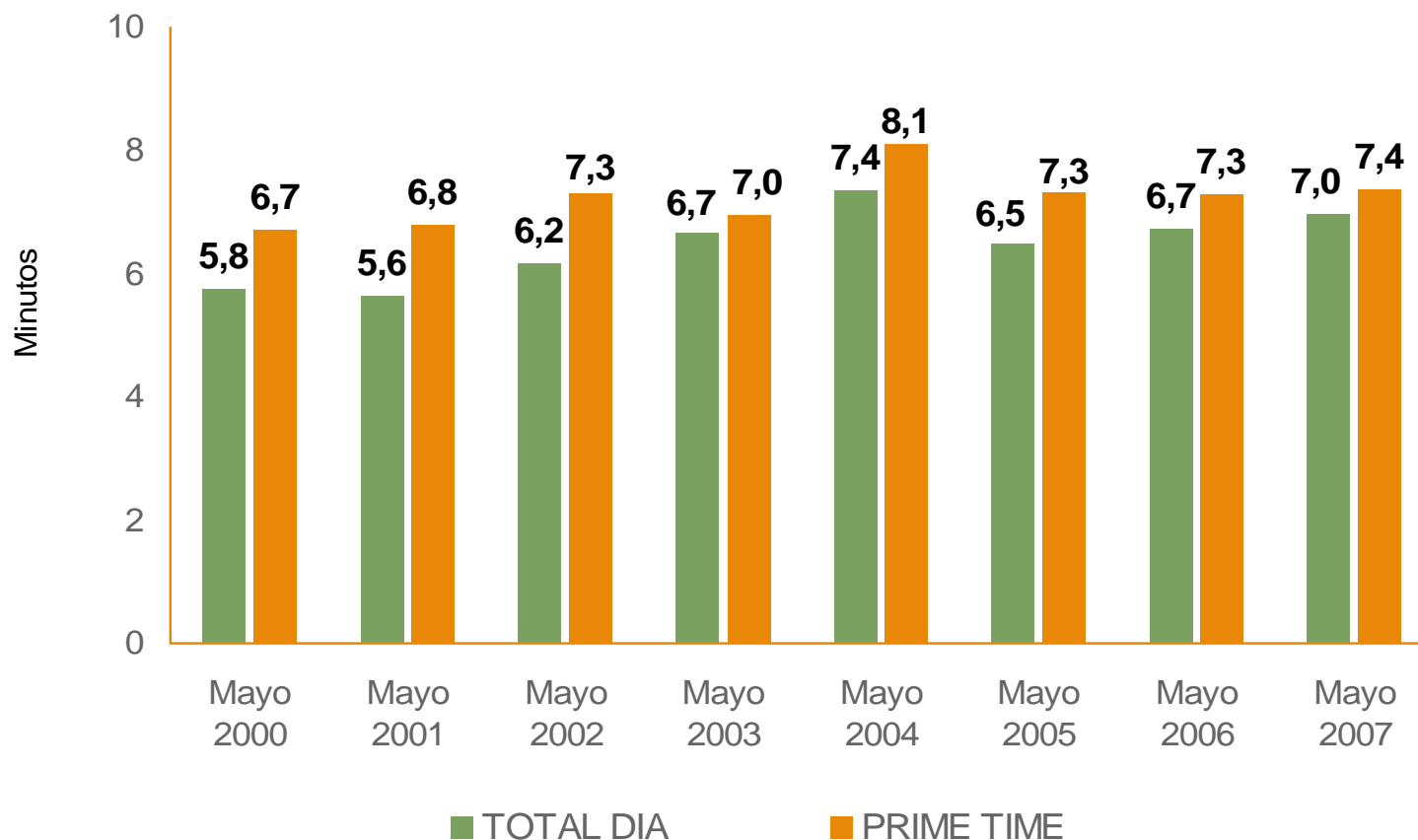
		Abril '07		Mayo '07
	PROGRAMACION	1028	↓	1020
	Autoprom / Av. Prog.	51	↑	56
	Teletienda	120	↓	115
	Publicidad	229	↑	237
	Otros	12	≡	12

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:30-23:59	24:00-2:29
325	126	146	155	117
16	12	12	9	6
5	0	0	0	0
69	40	50	44	26
4	2	2	2	1

		Abril '07		Mayo '07
	PROGRAMACION	1148	↑	1161
	Autoprom / Av. Prog.	51	↓	41
	Teletienda	38	↑	44
	Publicidad	193	↓	185
	Otros	10	≡	10

mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:30-23:59	24:00-2:29
328	134	160	157	114
14	5	9	6	5
44	0	0	0	0
31	39	39	46	29
3	2	2	1	1

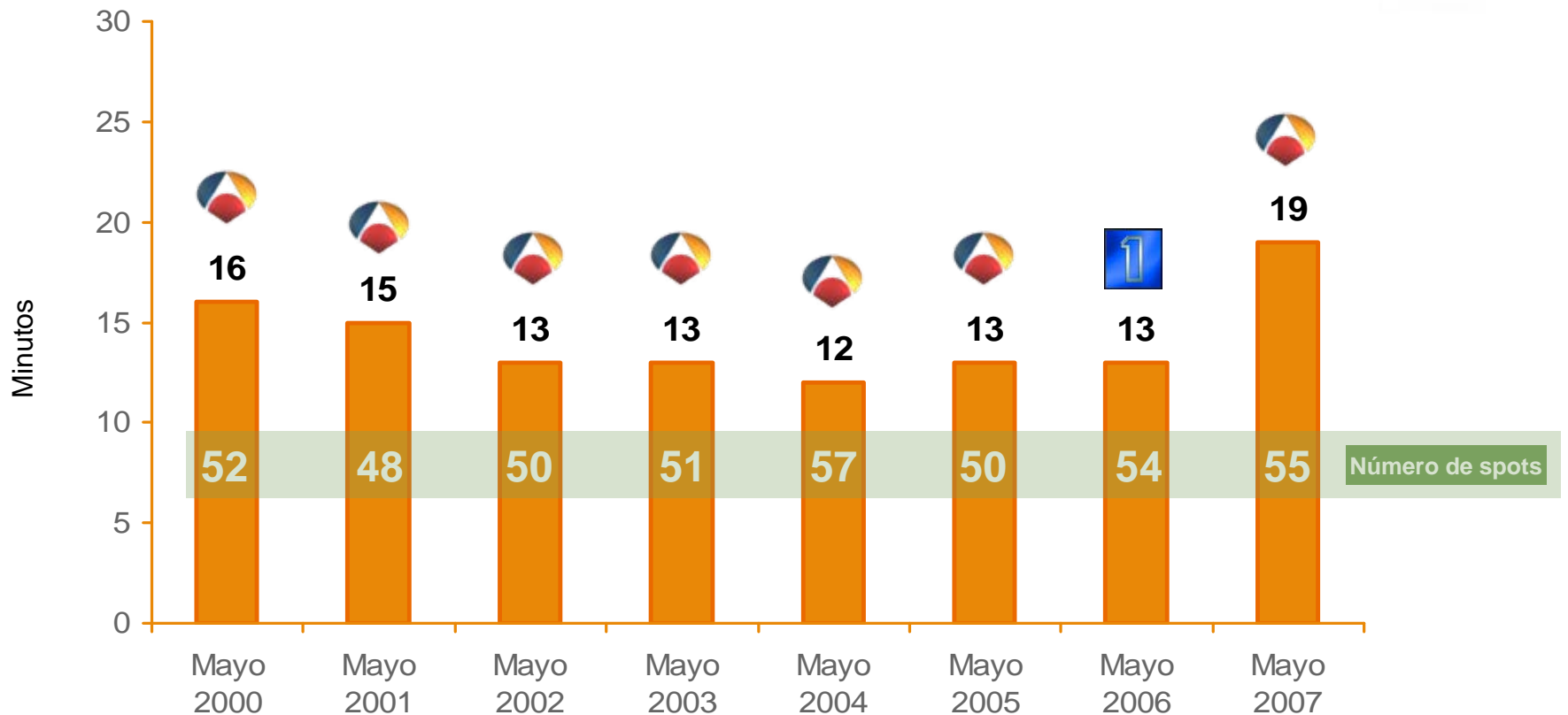
Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (*)



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT) excepto Mayo 2007, 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)
 Fuente: TNS Audiencia de Medios

Mayo 2007

Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT) y A3(AT) excepto Mayo 2007, incluido también 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

Mayo 2007

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	 Canal Sur Televisión	Andalucía	19,9%
2	 Telemadrid	Madrid	14,5%
3	 Canal 9	Valencia	11,9%
4	 ETB2	País Vasco	11,1%
5	 TVG Galicia	Galicia	10,8%
6	 Castilla la Mancha	C. Mancha	10,7%
7	 TV3	Cataluña	10,3%
8	 Punt 2	Valencia	8,7%
9	 ATV	Aragón	7,3%
10	 TPA	Asturias	7,3%

Ficha Técnica

Características del Estudio

- Este informe ha sido elaborado por Mediaedge:cia con datos suministrados por Taylor Nelson Sofres.
- 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 y Telepromociones
 - Spots Convencionales
 - Otras nuevas formas publicitarias
- Periodicidad mensual.
- Análisis de los diferentes periodos horarios.

Mayo 2007

Teléfonos y Personas de Contacto

NOMBRE	TEL.	FAX	E-mail
Juan Ramón Plana / Lidia Sanz (AEA)	91-5560351	91-5970483	lsanz@anunciantes.com
Carlos Rubio (AEAP)	91-5232508	91-5914432	concha@cmequipo.com
Gabinete de Prensa: CMEquipo			
Luis Petit	91-2948811	91-2948719	am@agenciasdemedios.com
Asociación de Agencias de Medios (AM)			
Ángel del Pino (AGEP)	91-5479458	91-5591308	asoc.publicidad@agep.es
Alejandro Perales	91-4310551	91-4315249	auc@auc.es
Consejo de Consumidores y Usuarios			
Ramón Taix (Promarca)	91-5221008	91-5227156	voriguela@aschisyasoc.com
Gabinete de Prensa: Pablo Nogueroles			

Mayo 2007