

# Observatorio **aea** de la Publicidad

## Informe Televisión

Abril 2012






## Conclusiones

- Después de muchos meses siendo La Sexta la cadena que más Resto de Emisión presentaba en su parrilla, en Abril comparte esta posición con Telecinco, que ha incrementado su porcentaje de Resto de emisión en un 4,8% respecto Marzo.
- Este mes tanto La Sexta como Antena 3 han descendido su porcentaje de Resto de Emisión, en concreto La Sexta lo ha hecho en un 6% y Antena 3 en un 14,7%. Este descenso ha provocado que el Promedio Mensual de Resto de Emisión de las cadenas comerciales haya sido el más bajo desde Septiembre de 2011.
- Destacar Antena 3, que ha descendido su Resto de Emisión en un 14,7% respecto a Marzo situándose en un 15,6%. Este descenso ha sido debido principalmente a la reducción de las Transiciones en su franja de madrugada 2 y de los Spots Normales de su parrilla de emisión.
- En cuanto a Publicidad se refiere, las cadenas de Mediaset, Telecinco y Cuatro, han sido las cadenas que más han aumentado su Publicidad respecto Marzo, con una media diaria de 14 minutos en Telecinco y 7 minutos en Cuatro. Sin embargo las cadenas del grupo Antena 3, han disminuido su Publicidad diaria en 7 minutos en La Sexta y en 18 minutos en Antena 3.
- Si comparamos el total de minutos de Publicidad emitidos en el periodo Enero – Abril 2011 versus 2012, se observa que en lo que llevamos de año se ha emitido un 3,5% menos de tiempo de publicidad que el año pasado.







Abril 2012

## Resto de Emisión por franjas







### TOTAL DÍA

	21,6%
	21,6%
	18,0%
	3,2%
	2,9%







### MAÑANA 7:00-13:59

	23,0%
	20,1%
	18,8%
	15,6%
	3,7%
	3,4%







### SOBREMESA 14:00-16:59

	24,6%
	22,7%
	21,6%
	21,4%
	5,0%
	3,6%







### TARDE 17:00-20:29

	21,8%
	21,4%
	18,9%
	18,8%
	4,6%
	1,8%







### NOCHE 20:30-23:59

	26,9%
	25,0%
	24,4%
	23,1%
	4,1%
	2,4%

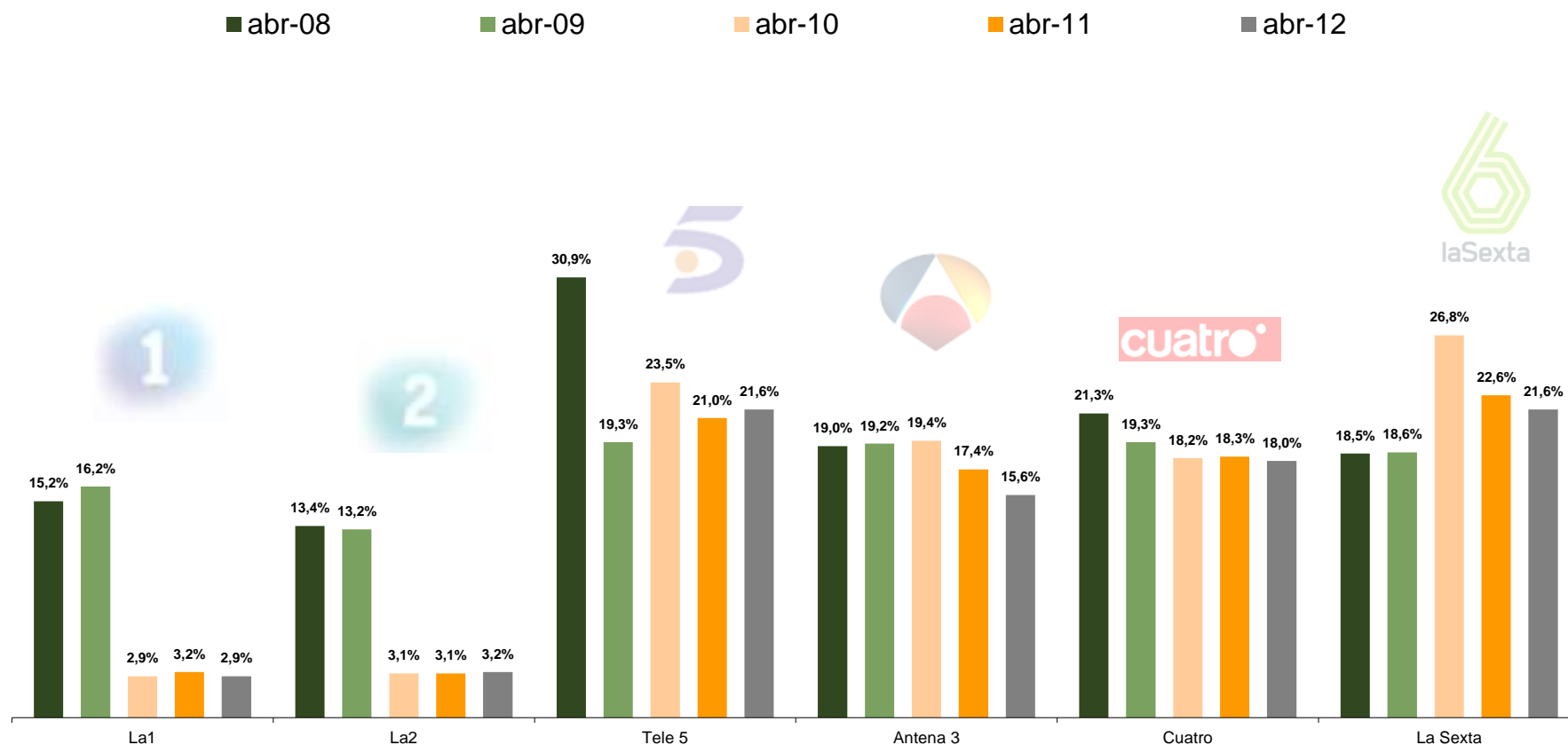
### MADRUGADA 1 24:00-2:29

	17,9%
	16,8%
	15,1%
	14,7%
	3,3%
	2,8%

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

	22,5%
	22,3%
	8,5%
	1,2%
	0,6%
	0,2%

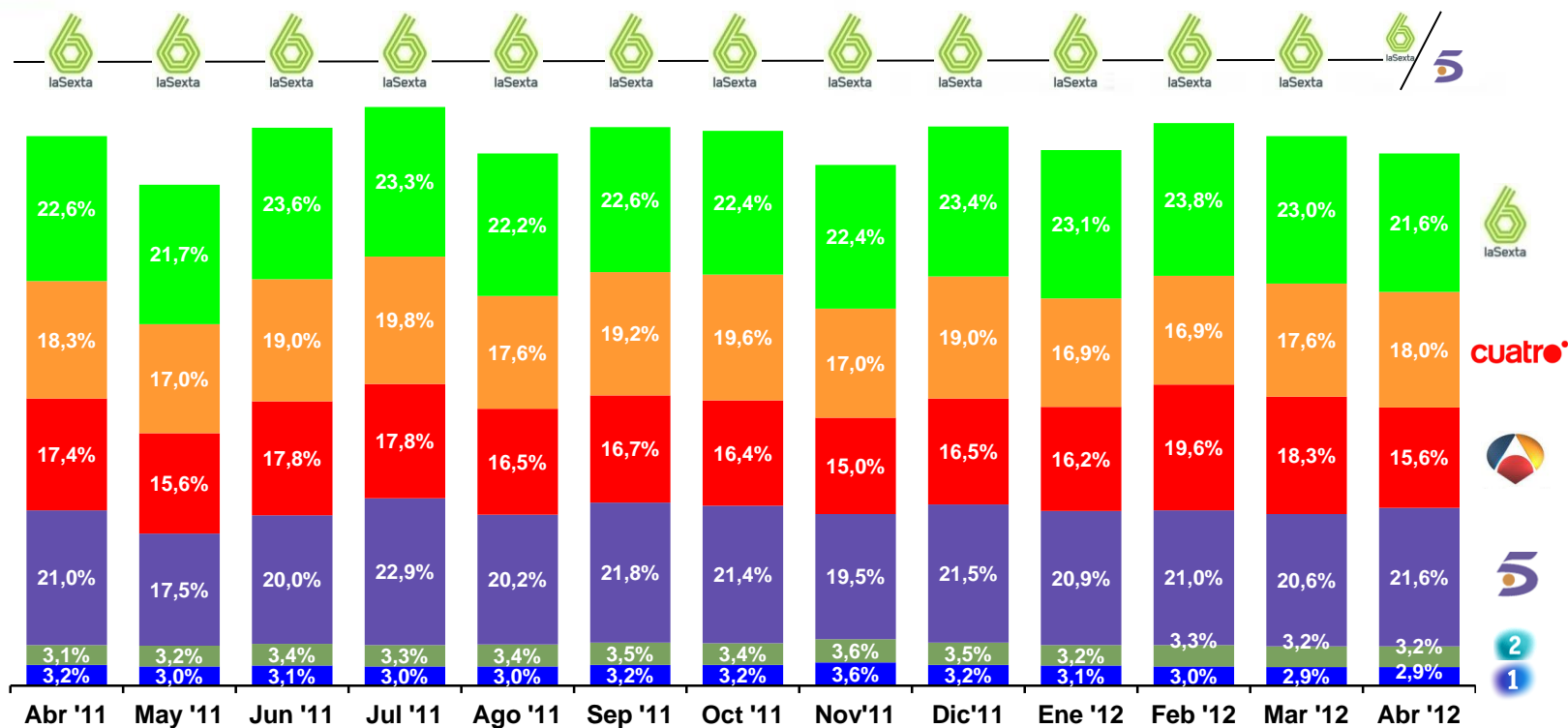
## Resto de Emisión sobre Total Emisión



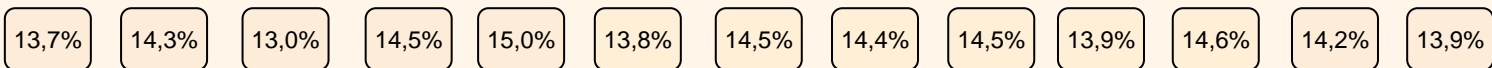
Fuente: TNS Audiencia de Medios

Abril 2012

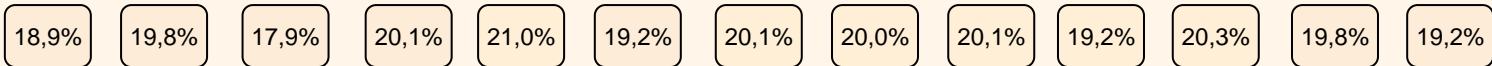
## Evolución Resto de Emisión



### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales



### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales



## Acumulado 2012 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero-Abril'2011

Cadenas Nacionales

109.392

126.912

154.811

153.402

144.227

115.710

101.161

98.218

Cadenas Nacionales Privadas

67.021

82.034

107.388

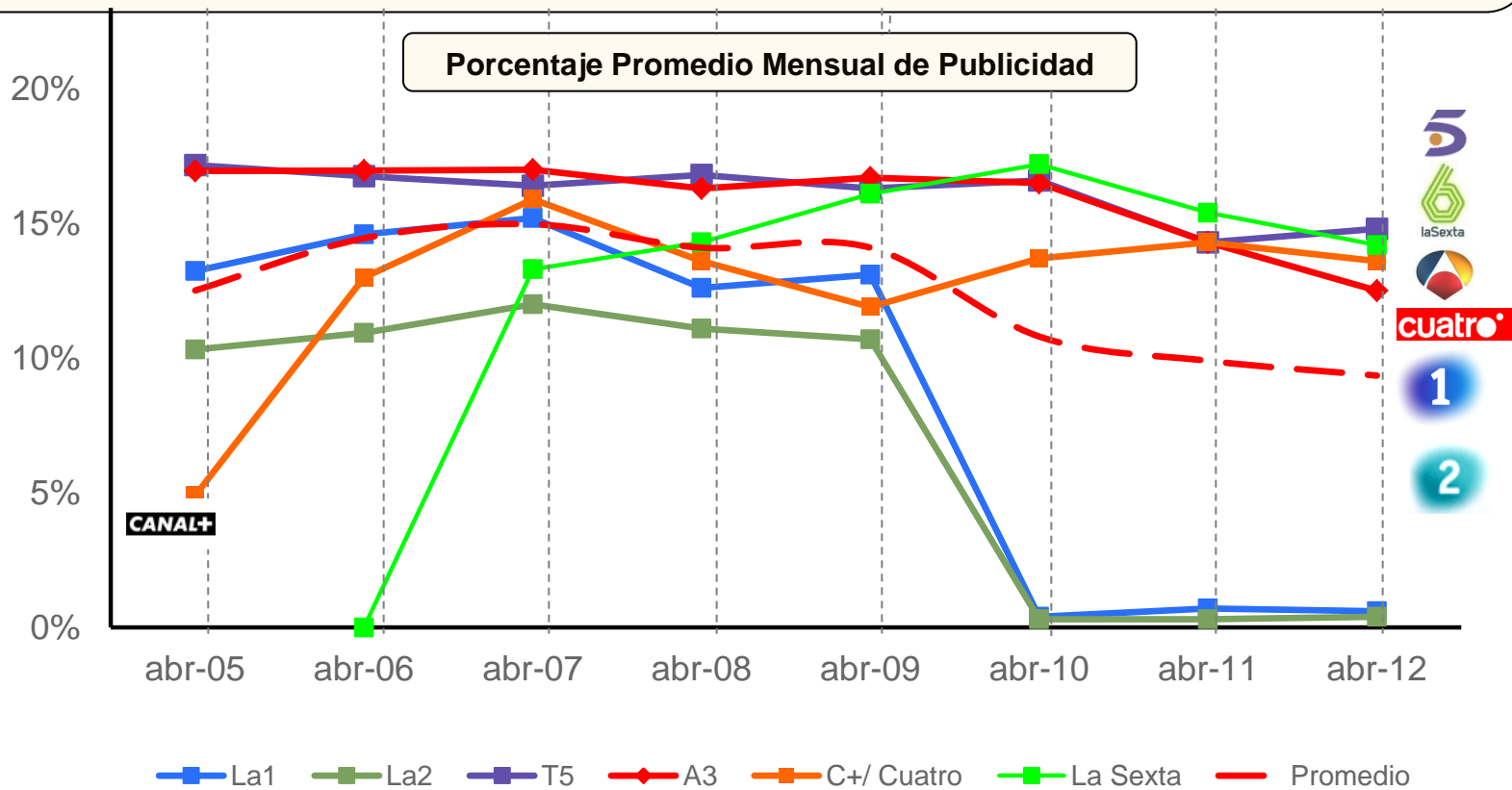
107.737

104.676

114.365

100.002

96.446








Fuente: Kantar Media

Datos Abril 2012.







Abril 2012

## Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







### TOTAL DÍA

	21,6%
	21,6%
	18,0%
	3,2%
	2,9%







### PUBLICIDAD

	13,8%
	13,6%
	13,0%
	11,4%
	0,4%
	0,3%







### TELETIENDAS

	4,7%
	4,2%
	1,6%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







### AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	2,6%
	2,6%
	2,1%
	2,0%
	1,9%
	1,9%







### PATROCINIOS

	0,5%
	0,4%
	0,4%
	0,3%
	0,1%
	0,1%

### TELEPROMOCIONES

	0,7%
	0,5%
	0,2%
	0,1%
	0,0%
	0,0%

### OTROS

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

## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

1		Marzo'12		Abril'12
	PROGRAMACION	1413	↑	1415
	Autoprom / Av. Prog.	32	↓	31
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	6	↑	7
	Patrocinios	0	≡	0
	Telepromociones	0	≡	0
	Otros	3	↓	2

mañanas	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
406	184	206	205	147	267
12	7	3	3	3	3
0	0	0	0	0	0
2	2	0	1	1	1
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	0

2		Marzo'12		Abril'12
	PROGRAMACION	1395	↑	1396
	Autoprom / Av. Prog.	38	↑	37
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	3	↑	4
	Patrocinios	0	≡	0
	Telepromociones	0	≡	0
	Otros	3	↓	2

mañanas	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
406	173	201	202	145	269
13	5	8	6	4	1
0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	0	0
0	1	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	0	0	0

5		Marzo'12		Abril'12
	PROGRAMACION	1144	↓	1129
	Autoprom / Av. Prog.	27	↑	28
	Teletienda	60	≡	60
	Publicidad*	182	↑	196
	Patrocinios	4	↑	6
	Telepromociones	11	↓	10
	Otros	11	≡	11

mañanas	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
335	136	164	159	125	210
9	4	5	4	6	0
0	0	0	0	0	60
66	35	35	42	18	0
3	1	1	1	0	0
3	2	4	1	0	0
4	2	2	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Abril 2012



## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Marzo'12		Abril'12
	<b>PROGRAMACION</b>	1176		1215
	Autoprom / Av. Prog.	29		37
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	183		165
	Patrocinios	6		8
	Telepromociones	8		8
	Otros	37		9

mañanas	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
354	139	171	158	123	270
13	7	6	5	6	0
0	0	0	0	0	0
43	30	30	42	20	0
2	2	1	2	1	0
4	1	1	2	0	0
2	1	2	2	2	0

		Marzo'12		Abril'12
	<b>PROGRAMACION</b>	1187		1181
	Autoprom / Av. Prog.	32		27
	Teletienda	22		23
	Publicidad*	180		187
	Patrocinios	3		6
	Telepromociones	3		3
	Otros	13		14

mañanas	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	141	170	154	127	248
12	2	4	4	5	0
0	0	0	0	0	23
60	31	33	46	17	0
1	1	2	2	0	0
0	2	0	1	0	0
6	2	2	3	1	0

		Marzo'12		Abril'12
	<b>PROGRAMACION</b>	1109		1129
	Autoprom / Av. Prog.	28		29
	Teletienda	68		67
	Publicidad*	206		199
	Patrocinios	3		5
	Telepromociones	1		2
	Otros	25		11

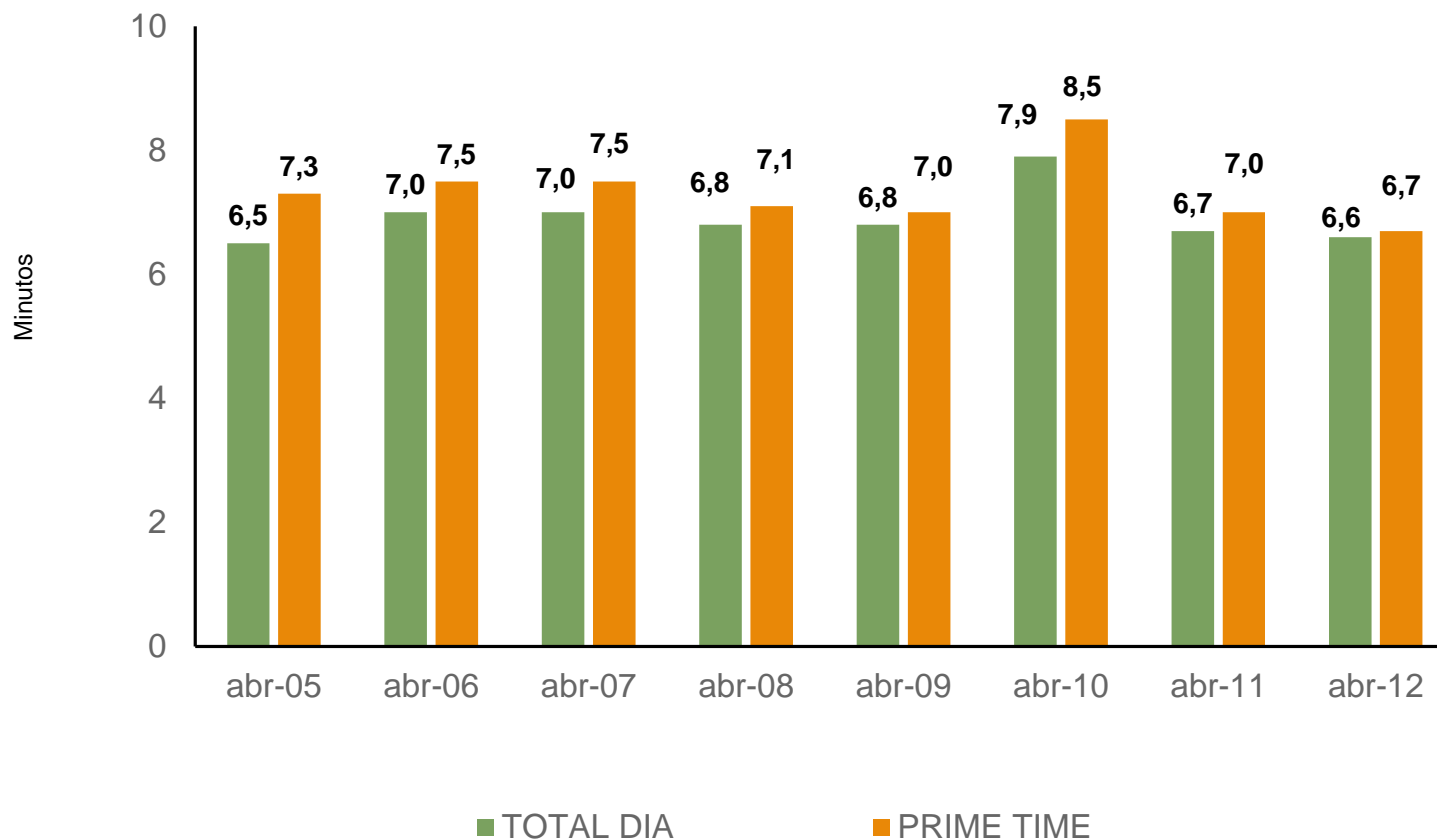
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00-16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
323	141	165	162	128	210
11	3	7	5	3	0
6	0	0	0	0	61
75	33	35	39	17	0
0	2	1	2	0	0
0	0	0	1	1	0
5	1	2	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Abril 2012

## Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (\*)



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

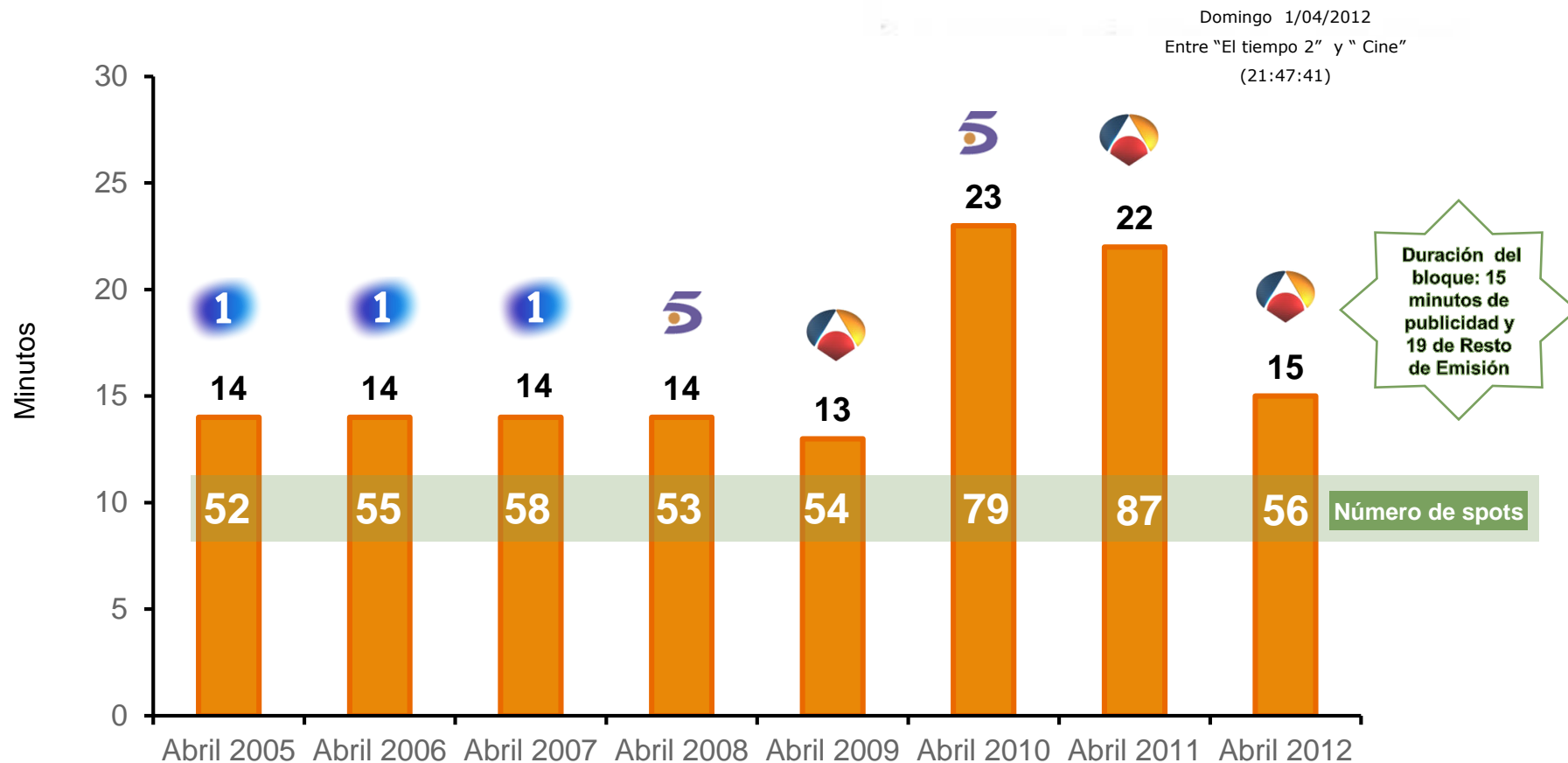
Sólo se han contemplado los bloques con 5 y más spots.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios

Abril 2012

## 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

Abril 2012

## 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	22,7%
2		CL7	Castilla y León	13,9%
3		C. SUR	Andalucía	11,8%
4		C9	C. Valenciana	10,6%
5		TVM	Madrid	9,5%
6		CMT	Castilla la Mancha	9,2%
7		TV3	Cataluña	9,0%
8		ETB2	País Vasco	7,2%
9		IB3	I. Baleares	6,9%
10		TVG	Galicia	6,4%

## 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.

Abril 2012

# Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**  
de la Publicidad

Abril 2012

# 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.

Abril 2012

# 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)
	LA EXTRAÑA QUE HAY EN TI	22/04/2012	22:18:25	24:11:15	1:52:50	4.043	9,6	0,0	00:00
	EL CASO BOURNE	30/04/2012	22:22:09	24:09:07	1:46:58	3.133	7,5	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	13/04/2012	15:38:10	16:17:26	0:39:16	1.607	3,8	0,0	00:00
	LA CASA DE BERNARDA ALBA	03/04/2012	22:00:02	24:14:40	2:14:38	569	1,4	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)
	AIDA	22/04/2012	22:08:26	23:30:15	1:21:49	3.249	7,7	18,4	15:02
	CARMINA	18/04/2012	22:36:58	24:04:46	1:27:48	2.938	7,0	14,3	12:35

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

Abril 2012




# 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)
	LUNA, EL MISTERIO DE CALEDA	10/04/2012	22:43:18	24:15:36	1:32:18	3.464	8,3	9,9	09:06
	CON EL CULO AL AIRE	18/04/2012	22:41:30	24:09:12	1:27:42	2.843	6,8	17,1	15:00

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	CINE CUATRO / EL REY LEON	29/04/2012	21:42:21	23:23:10	1:40:49	2.646	6,3	20,6	20:48
	HERMANO MAYOR	20/04/2012	21:40:26	22:40:57	1:00:31	1.952	4,7	12,7	07:41

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	SALVADOS	22/04/2012	21:30:39	22:25:50	0:55:11	1790	4,3	15,6	08:35
	EL MENTALISTA / MEJILLAS SONROSADAS	09/04/2012	22:27:56	23:15:34	0:47:38	1642	3,9	15,5	07:22

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

Abril 2012

# 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)
	LUNA, EL MISTERIO DE CALEDA	10/04/2012	22:43:18	24:15:36	1:32:18	3.464	8,3	9,9	09:06
	AIDA	22/04/2012	22:08:26	23:30:15	1:21:49	3.249	7,7	18,4	15:02
	CARMINA	18/04/2012	22:36:58	24:04:46	1:27:48	2.938	7,0	14,3	12:35
	GRAN HERMANO	12/04/2012	21:58:11	25:42:02	3:43:51	2.922	7,0	21,1	47:15
	CON EL CULO AL AIRE	18/04/2012	22:41:30	24:09:12	1:27:42	2.843	6,8	17,1	15:00
	BUENAS NOCHES Y BUENAFUENTE	15/04/2012	22:09:09	23:43:17	1:34:08	2.753	6,6	2,1	01:56
	CINE CUATRO / EL REY LEON	29/04/2012	21:42:21	23:23:10	1:40:49	2.646	6,3	20,6	20:48
	AVANTI, ¿QUE PASE EL SIGUIENTE!	27/04/2012	22:13:30	24:06:04	1:52:34	2.511	6,0	6,4	07:14
	MULTICINE / LA EXTRAÑA	22/04/2012	16:00:09	17:38:34	1:38:25	2.422	5,8	14,1	13:52
	LOS SIMPSONS	14/04/2012	14:41:11	14:59:42	0:18:31	2.384	5,7	1,7	00:19

(\*\*) Se han eliminado del Ranking 6 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

Abril 2012

## 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			

Abril 2012