

# Observatorio **aea** de la Publicidad

## Informe Televisión

Noviembre 2012

# Conclusiones


- Continúa descendiendo el Resto de Emisión de La Sexta y Cuatro, ambas con 2,7 puntos menos que en Octubre. La Sexta anota el dato más bajo de su historia, mientras que Cuatro se mantiene como la cadena con mayor porcentaje de Resto de emisión a pesar del descenso. Telecinco y Antena3 lo incrementan ligeramente.
- Telecinco es la única cadena que incrementa la publicidad emitida, con 5 minutos más que en Octubre, mes en el que fue la cadena con mayor descenso de publicidad. El resto de cadenas continúan descendiendo el tiempo de publicidad emitida. Cuatro es la cadena que más lo reduce, al emitir 33 minutos diarios menos que en Octubre. Antena 3 lo reduce en 11 minutos y La Sexta en 4 minutos diarios.
- La Sexta sigue el ejemplo de Telecinco y suprime la Teletienda de su parrilla. Cuatro es la única cadena que emite dicho formato, reduciéndolo a su vez.
- Telecinco arrebató a Cuatro el puesto de ser la cadena que más Publicidad ha emitido, con una media diaria de 2h y 46 minutos. Por el contrario La Sexta ha pasado de ser la cadena que hace un año emitía más Publicidad (3h y 37 minutos) a ser la cadena que menos publicidad emite en Noviembre de 2012, con 1 hora y 31 minutos.


Noviembre 2012


## Resto de Emisión por franjas


### TOTAL DÍA


 18,1%

 15,5%


 13,7%

 10,7%


 3,2%


 2,8%


### MAÑANA 7:00-13:59

 17,5%

 14,0%


 12,9%


 8,8%


 3,7%


 3,3%

### SOBREMESA 14:00-16:59

 23,7%

 19,4%


 19,4%


 16,5%

 3,8%

 3,7%


### TARDE 17:00-20:29

 18,7%

 17,9%


 14,7%


 12,7%

 5,1%


 3,2%

### NOCHE 20:30-23:59

 21,9%

 21,4%


 21,0%

 17,7%


 3,3%


 2,7%

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


 16,6%

 15,3%

 14,9%

 12,2%

 3,1%


 2,9%

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

 27,5%

 1,4%

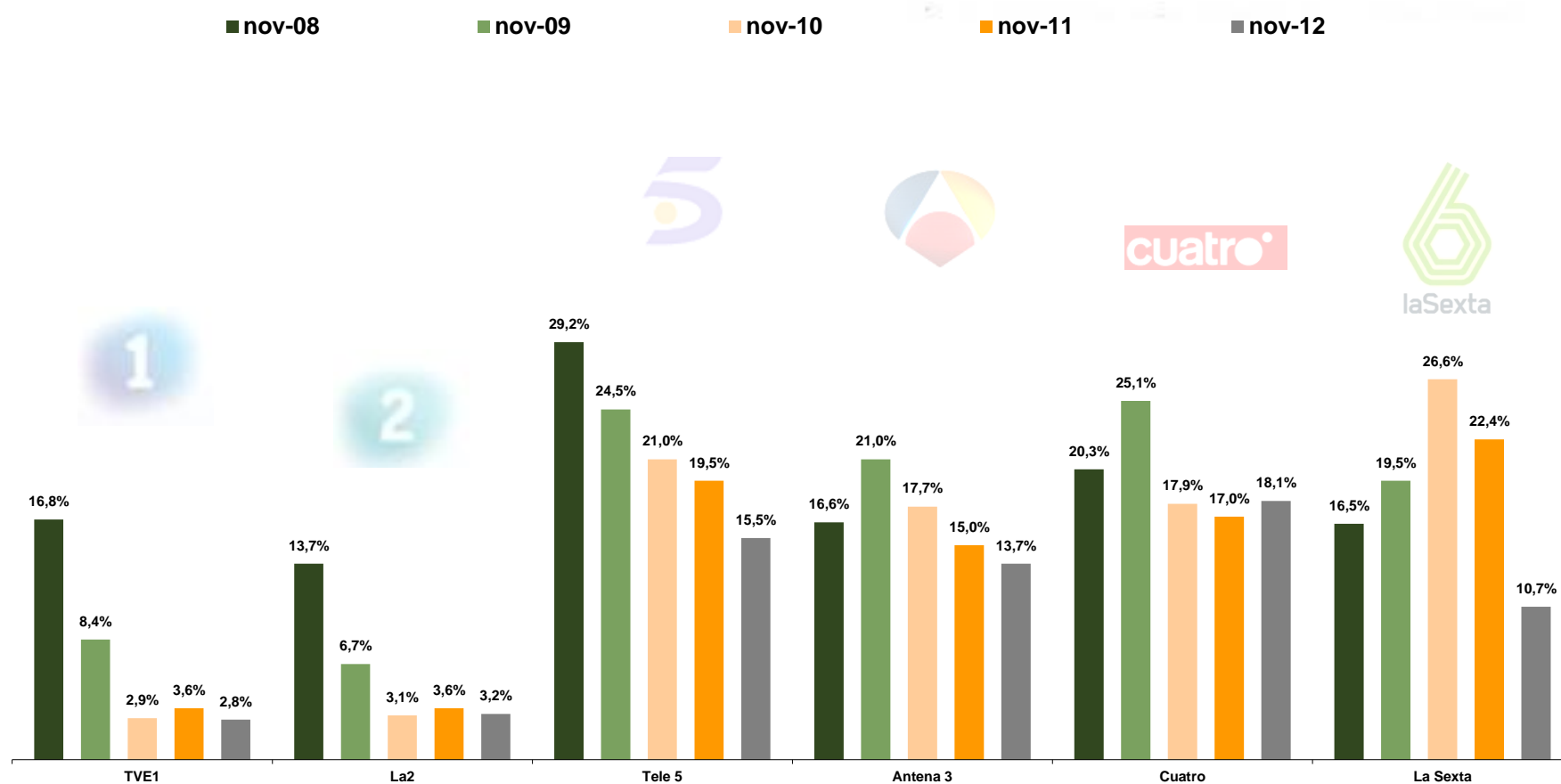
 0,8%

 0,1%

 0,1%

 0,1%

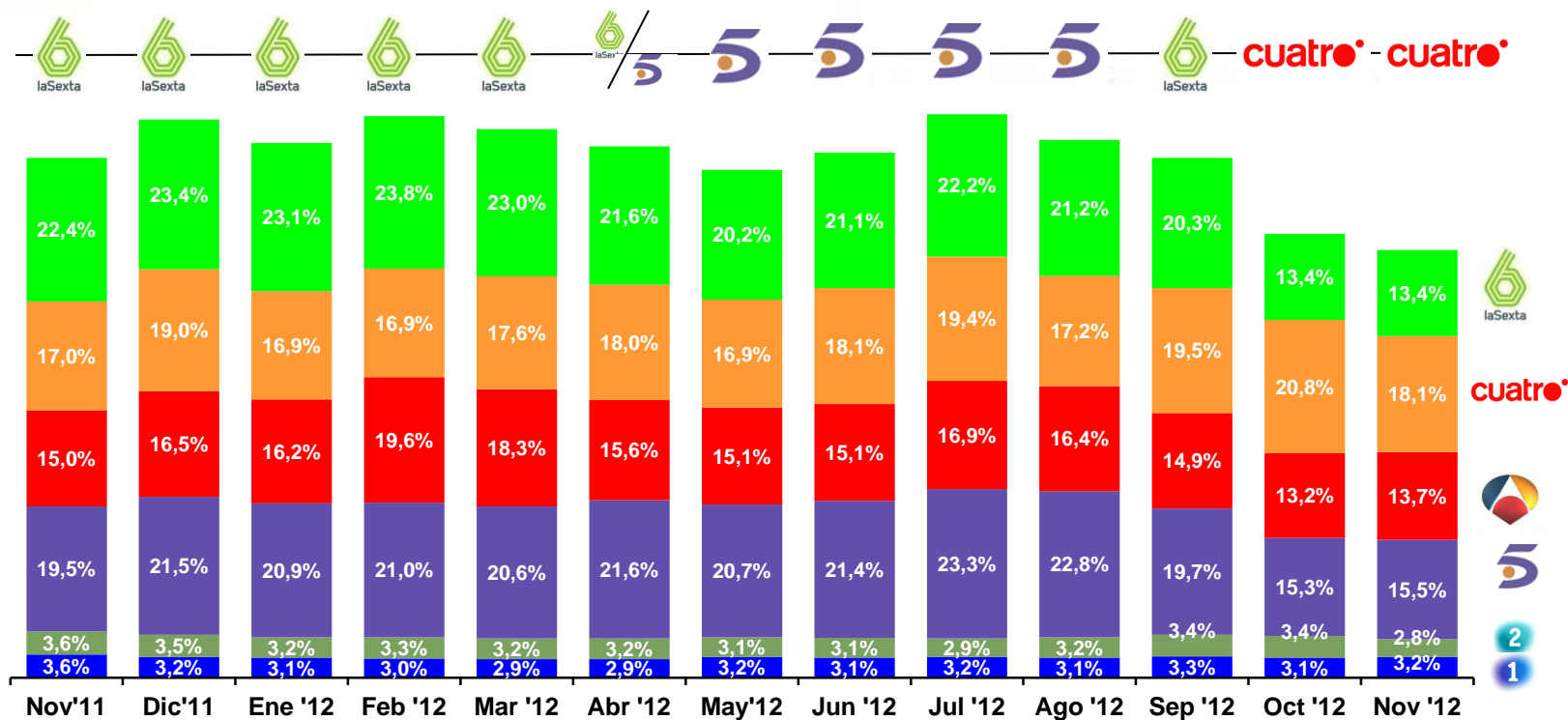
## Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: Kantar Media

Noviembre 2012

## Evolución Resto de Emisión



### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

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

### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

18,5% 20,1% 19,2% 20,3% 19,8% 19,2% 17,4% 18,9% 20,4% 19,4% 18,6% 15,6% 15,2%

## Acumulado 2012 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero – Noviembre

Cadenas Nacionales

302.540

381.249

438.602

412.248

413.764

302.791

278.051

257.824

Cadenas Nacionales Privadas

183.627

253.924

300.444

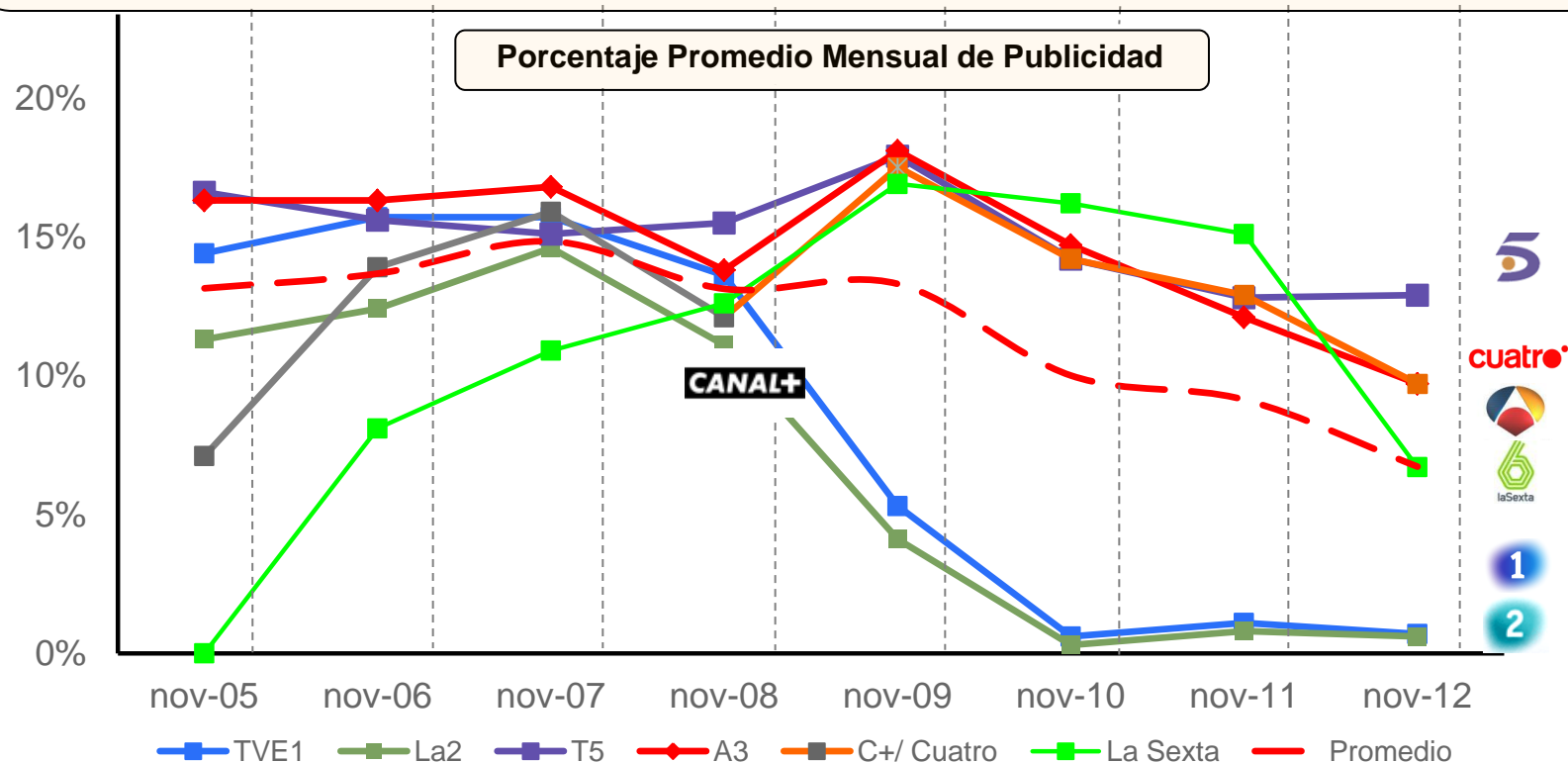
289.038

310.415

299.305

275.731

252.417








Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Noviembre 2012.







Noviembre 2012

## Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







### TOTAL DÍA

	18,1%
	15,5%
	13,7%
	10,7%
	3,2%
	2,8%







### PUBLICIDAD

	11,5%
	9,3%
	8,6%
	6,3%
	0,6%
	0,4%







### TELETIENDAS

	5,2%
	0,0%
	0,0%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







### AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	3,8%
	3,7%
	2,5%
	2,4%
	2,1%
	2,0%







### PATROCINIOS

	0,3%
	0,3%
	0,2%
	0,2%
	0,2%
	0,1%

### TELEPROMOCIONES

	1,1%
	0,8%
	0,2%
	0,1%
	0,0%
	0,0%

### OTROS

	0,8%
	0,6%
	0,3%
	0,3%
	0,1%
	0,1%

## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Octubre'12		Noviembre'12
1	<b>PROGRAMACION</b>	1388	↑	1392
	Autoprom / Av. Prog.	31	↓	29
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	10	↓	8
	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
403	171	203	204	145	266
10	5	4	4	3	3
0	0	0	0	0	0
2	1	2	1	1	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0

		Octubre'12		Noviembre'12
2	<b>PROGRAMACION</b>	1387	↑	1388
	Autoprom / Av. Prog.	37	↓	36
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	8	↑	9
	Patrocinios	2	↓	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
403	173	198	201	145	268
13	5	8	5	3	2
0	0	0	0	0	0
2	2	1	2	1	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0

		Octubre'12		Noviembre'12
5	<b>PROGRAMACION</b>	1220	↓	1216
	Autoprom / Av. Prog.	30	≡	30
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	161	↑	166
	Patrocinios	7	↓	4
	Telepromociones	14	↑	15
	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
347	137	172	165	125	270
10	4	6	4	5	0
0	0	0	0	0	0
54	34	25	35	18	0
2	1	1	1	0	0
5	2	4	3	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

Noviembre 2012




## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Octubre'12		Noviembre'12
 <b>PROGRAMACION</b>	1250	↓	1242
Autoprom / Av. Prog.	33	↑	53
Teletienda	0	==	0
Publicidad*	135	↓	124
Patrocinios	7	↓	5
Telepromociones	11	==	11
Otros	5	==	5

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
366	145	171	164	127	270
17	8	12	9	7	0
0	0	0	0	0	0
29	24	24	32	15	0
1	1	1	1	1	0
6	2	1	2	0	0
1	1	1	1	1	0

	Octubre'12		Noviembre'12
 <b>PROGRAMACION</b>	1141	↑	1179
Autoprom / Av. Prog.	32	↑	35
Teletienda	82	↓	75
Publicidad*	167	↓	134
Patrocinios	3	==	3
Telepromociones	3	==	3
Otros	11	==	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
361	145	183	166	128	196
13	5	6	6	5	0
1	0	0	0	0	74
39	26	20	34	16	0
1	1	0	1	0	0
0	2	0	1	0	0
5	2	1	2	1	0

	Octubre'12		Noviembre'12
 <b>PROGRAMACION</b>	1247	↑	1287
Autoprom / Av. Prog.	40	↑	54
Teletienda	49	↓	0
Publicidad*	95	↓	91
Patrocinios	4	↓	3
Telepromociones	2	==	2
Otros	4	↓	3

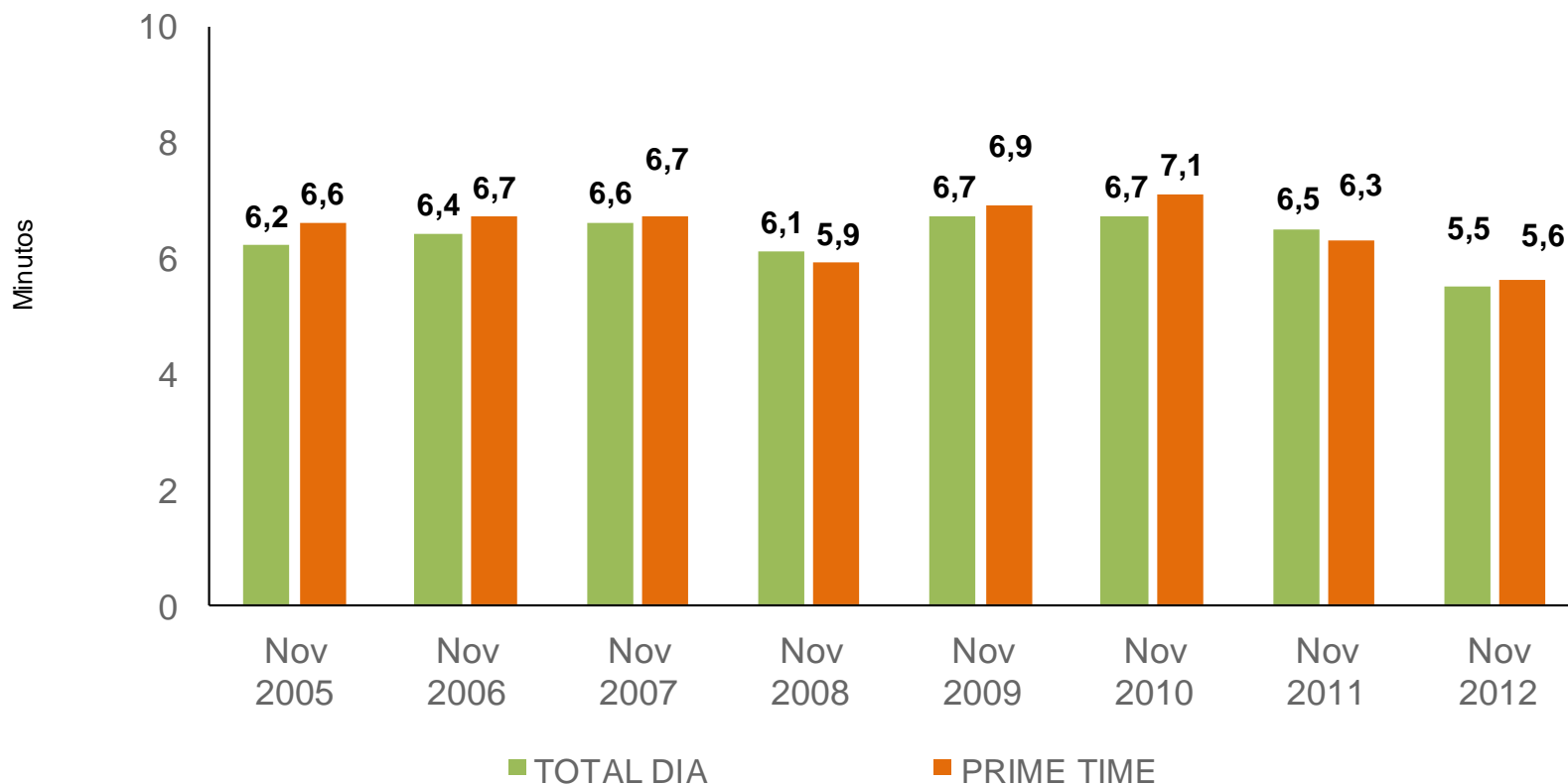
mañana	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00-16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
383	150	179	173	132	270
19	8	9	11	7	0
0	0	0	0	0	0
17	20	20	23	11	0
0	0	1	1	1	0
0	1	0	1	0	0
1	1	1	1	0	0

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

Fuente: Kantar Media

Noviembre 2012

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



(\*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT) excepto 2007 y 2008, incluido también CUATRO(AT) y LA SEXTA(AT).

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

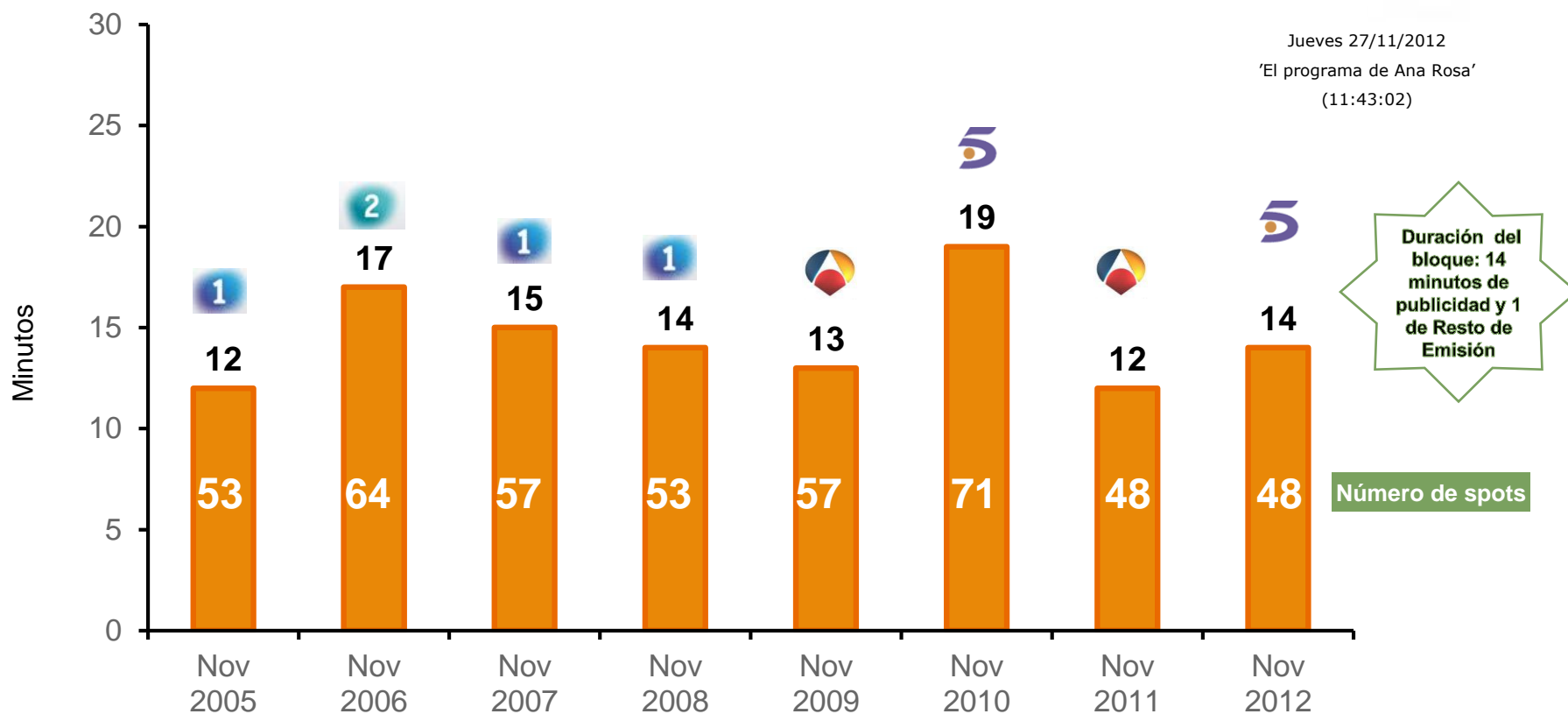
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Total Día: 07:00 – 24:30 Prime Time: 20:30 – 24:30

Fuente: Kantar Media

Noviembre 2012

## Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots



(\*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT) excepto 2007 y 2008, incluido también CUATRO(AT) y LA SEXTA(AT).  
 Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)  
 Horario analizado: 07:00 – 24:30  
 Fuente: Kantar Media











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

## 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.

Noviembre 2012

# Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**  
de la Publicidad

Noviembre 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.

Noviembre 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)
	ISABEL	05/11/2012	22:33:38	23:52:24	1:18:46	4.579	10,9		
	AMAR EN TIEMPOS REVUELTOS	15/11/2012	22:32:32	23:24:52	0:52:20	3.515	8,4		

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	14/11/2012	15:38:11	16:13:08	0:34:57	1.435	3,4		
	SABER Y GANAR:FIN DE SEMANA	24/11/2012	15:38:13	16:18:50	0:40:37	790	1,9		

5	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	LA VOZ:COMIENZAN LAS ULTIMAS BATALLAS	07/11/2012	21:59:05	22:30:13	0:31:08	4.003	9,5	23,3	07:15
	LA QUE SE AVECINA / UN SABLAZO,UN ULTIMATUM...	05/11/2012	22:52:45	24:40:36	1:47:51	3.794	9,0	21,3	22:59

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

Noviembre 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)
	FENOMENOS	27/11/2012	22:40:21	23:58:43	0078:22	3.942	9,4	8,4	06:34
	TU CARA ME SUENA	26/11/2012	22:42:01	25:29:22	23:21:00	3.389	8,1	16,0	26:44

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	PERDIDOS EN LA CIUDAD / BIENVENIDOS A LA JUNGLA	29/11/2012	22:28:53	23:58:09	0089:16	2.058	4,9	39,9	11:40
	¿QUIEN QUIERE CASARSE CON MI HIJO?	15/11/2012	22:31:57	24:10:48	0098:51	2.050	4,9	13,1	12:58

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	PESADILLA EN LA COCINA	22/11/2012	22:35:02	23:35:46	0060:44	2906	6,9	5,8	03:30
	EL TAQUILLAZO / CONAN EL BARBARO(2011)	13/11/2012	22:31:23	24:31:33	0:10:00	1816	4,3	17,2	20:37

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

Noviembre 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)
	LA VOZ:COMIENZAN LAS ULTIMAS BATALLAS	07/11/2012	21:59:05	22:30:13	0:31:08	4.003	9,5	23,3	07:15
	FENOMENOS	27/11/2012	22:40:21	23:58:43	1:18:22	3.942	9,4	8,4	06:34
	LA QUE SE AVECINA / UN SABLAZO,UN ULTIMATUM...	05/11/2012	22:52:45	24:40:36	1:47:51	3.794	9,0	21,3	22:59
	TU CARA ME SUENA	26/11/2012	22:42:01	25:29:22	2:47:21	3.389	8,1	16,0	26:44
	GRAN HOTEL / EL CAMAROGRAFO	21/11/2012	22:39:05	24:13:02	1:33:57	2.879	6,9	11,9	11:12
	EL BARCO / 100 METROS DE TIERRA FIRME	08/11/2012	22:42:07	24:06:36	1:24:29	3.031	7,2	15,6	13:11
	AIDA	04/11/2012	22:09:53	23:32:06	1:22:13	3.587	8,6	20,8	17:04
	HAY UNA COSA QUE TE QUIERO DECIR	13/11/2012	22:20:48	25:50:42	3:29:54	3.000	7,2	12,0	25:17
	EL PELICULON / QUANTUM OF SOLACE	03/11/2012	22:00:15	23:52:26	1:52:11	3.214	7,7	13,2	14:50
	PESADILLA EN LA COCINA	22/11/2012	22:35:02	23:35:46	1:00:44	2.906	6,9	5,8	03:30

(\*\*) Se han eliminado del Ranking 2 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

Noviembre 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			
Leo Farache	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			

Noviembre 2012