

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Noviembre 2011







Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales disminuyen su porcentaje de Resto de Emisión respecto a Octubre, salvo La Sexta que lo mantiene.
- La Sexta mantiene su posición de cadena con más Resto de emisión con un 22,4%. Es la única cadena que supera el 20% de Resto de emisión.
- En Noviembre todas las cadenas disminuyen el tiempo dedicado a Publicidad. Cuatro y Telecinco son las que más lo reducen.
- La Sexta sigue siendo la cadena que más publicidad emite, con una media de 3 h y 32 minutos de publicidad diaria. Comparando este dato con el de Noviembre de 2010, este año ha emitido 14 minutos menos de publicidad.
- Cuatro es la segunda cadena con más publicidad, con una media de 3h., y es, junto con La Sexta, la cadena que menos disminuye el tiempo de publicidad respecto al mismo mes del año pasado.
- En Enero-Noviembre 2011 las cadenas nacionales privadas han emitido 24.740 minutos de publicidad menos que en el mismo período de 2010, un 8% menos.







Noviembre 2011

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

	22,4%
	19,5%
	17,0%
	15,0%
	3,6%
	3,6%







MAÑANA 7:00-13:59

	23,2%
	19,1%
	16,7%
	16,5%
	4,1%
	3,8%







SOBREMESA 14:00-16:59

	22,1%
	21,8%
	21,6%
	20,7%
	4,9%
	4,6%







TARDE 17:00-20:29

	21,8%
	19,7%
	18,5%
	17,5%
	5,3%
	3,9%







NOCHE 20:30-23:59

	24,8%
	23,2%
	22,4%
	22,1%
	4,1%
	2,7%

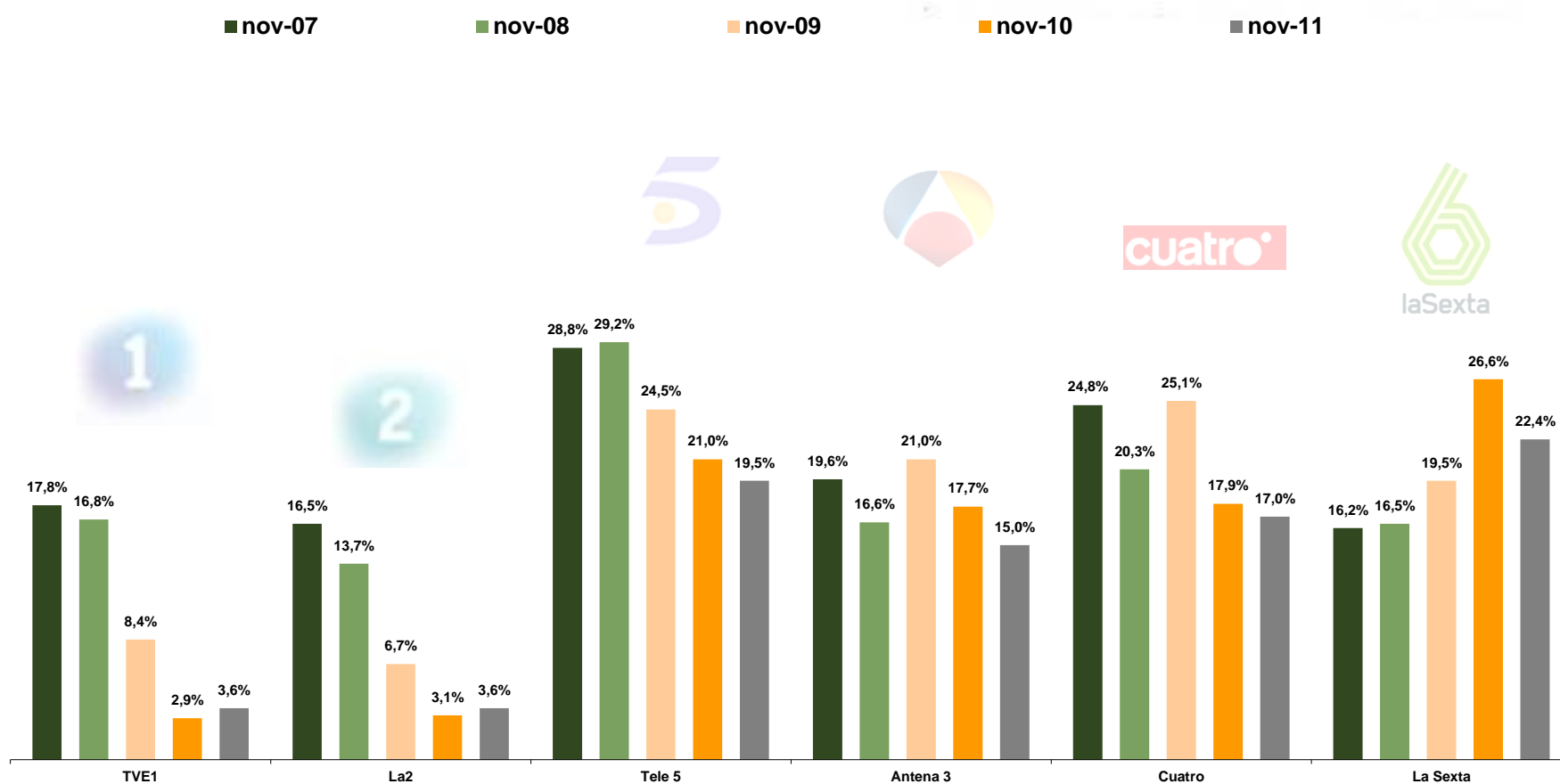
MADRUGADA 1 24:00-2:29

	18,3%
	15,0%
	13,8%
	12,2%
	3,6%
	2,3%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

	23,5%
	22,3%
	8,4%
	3,1%
	1,0%
	0,4%

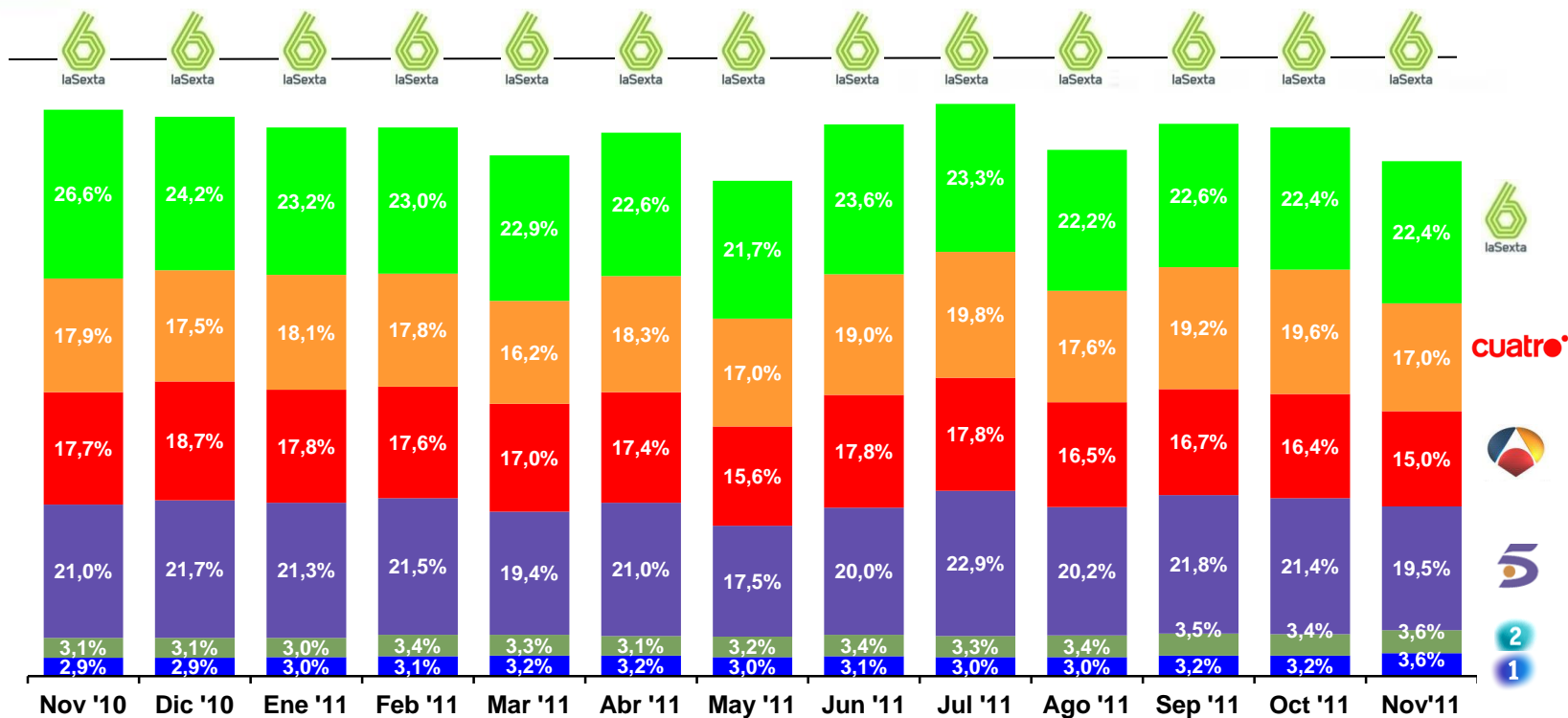
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: Kantar Media

Noviembre 2011

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

14,9%	14,7%	14,4%	14,4%	13,7%	14,3%	13,0%	14,5%	15,0%	13,8%	14,5%	14,4%	13,5%
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

20,8%	20,5%	20,1%	20,0%	18,9%	19,8%	17,9%	20,1%	21,0%	19,2%	20,1%	20,0%	18,5%
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Acumulado 2011 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero – Noviembre

Cadenas Nacionales

307.646

302.540

381.249

438.602

412.248

413.764

302.791

278.051

Cadenas Nacionales Privadas

182.850

183.627

253.924

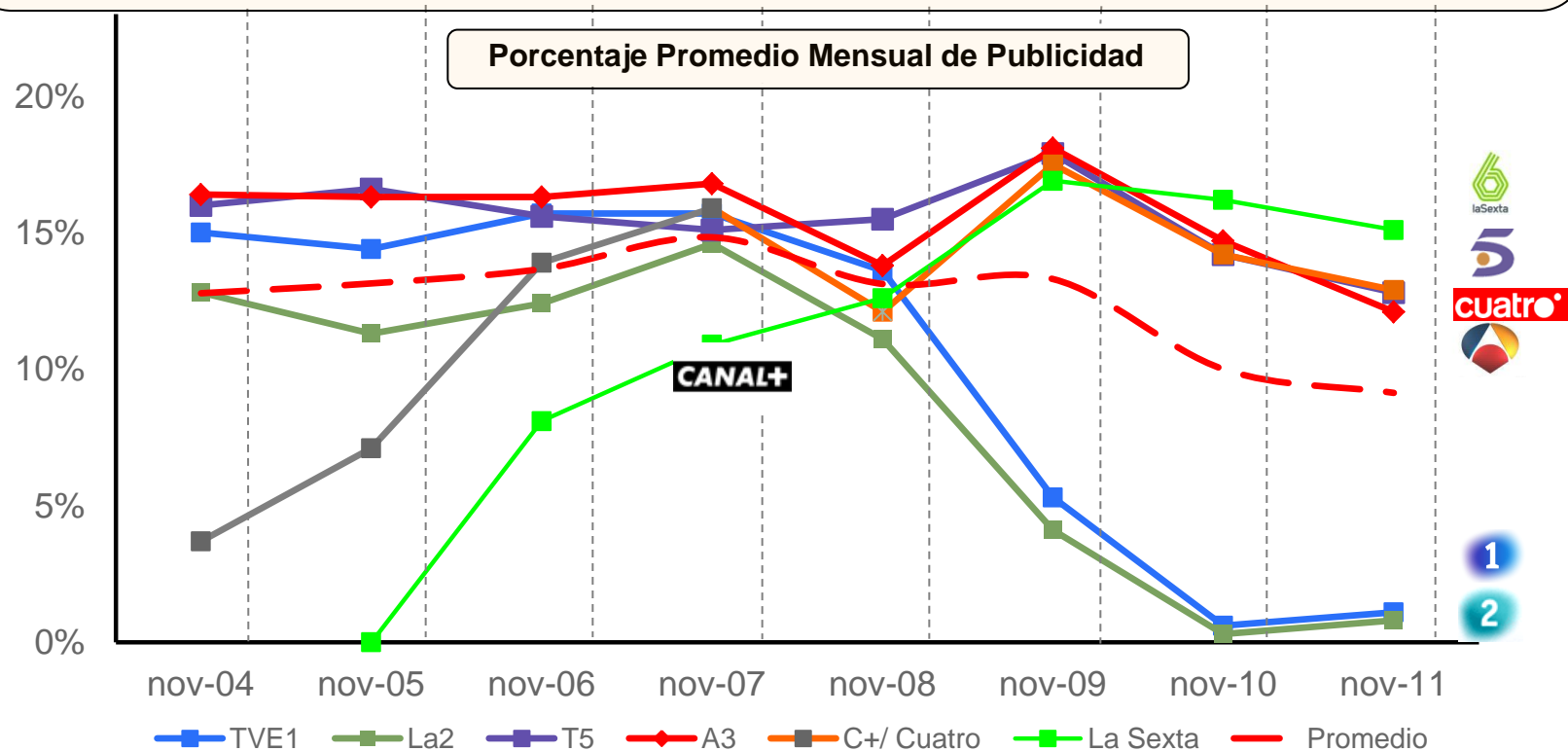
300.444

289.038

310.415

299.305

275.731









Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Noviembre 2011.







Noviembre 2011

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	22,4%
	19,5%
	17,0%
	15,0%
	3,6%
	3,6%







PUBLICIDAD

	14,7%
	12,5%
	11,5%
	10,8%
	1,0%
	0,7%







TELETIENDAS

	4,6%
	4,5%
	1,5%
	0,0%
	0,0%
	0,0%







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	2,6%
	2,3%
	2,3%
	1,9%
	1,8%
	1,8%







PATROCINIOS

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

TELEPROMOCIONES

	0,9%
	0,8 %
	0,2%
	0,1%
	0,0%
	0,0%

OTROS

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

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Octubre'11		Noviembre'11
1	PROGRAMACION	1408	↑	1409
	Autoprom / Av. Prog.	36	↓	34
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	8	↑	15
	Patrocinios	2	↓	0
	Telepromociones	0	≡	0
	Otros	2	≡	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
408	184	202	204	147	264
11	6	5	3	2	6
0	0	0	0	0	0
5	3	2	2	1	2
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0

		Octubre'11		Noviembre'11
2	PROGRAMACION	1394	↓	1391
	Autoprom / Av. Prog.	41	↓	38
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	4	↑	10
	Patrocinios	0	≡	0
	Telepromociones	0	≡	0
	Otros	2	↑	3

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
405	172	200	203	145	267
13	5	8	5	4	2
0	0	0	0	0	0
2	2	3	3	1	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	1	0	0

		Octubre'11		Noviembre'11
5	PROGRAMACION	1132	↑	1159
	Autoprom / Av. Prog.	27	↑	28
	Teletienda	60	≡	60
	Publicidad*	193	↓	166
	Patrocinios	4	↑	6
	Telepromociones	14	↓	13
	Otros	11	↓	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
340	141	173	164	132	210
10	4	5	4	5	0
0	0	0	0	0	60
62	29	25	38	12	0
2	1	1	2	0	0
3	2	5	1	0	0
4	2	1	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Noviembre 2011

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Octubre'11		Noviembre'11
	PROGRAMACION	1203		1223
	Autoprom / Av. Prog.	34		33
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	176		156
	Patrocinios	6		7
	Telepromociones	10		12
	Otros	9		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
351	143	169	163	129	269
11	5	7	5	4	1
0	0	0	0	0	0
47	27	30	36	15	0
2	2	1	2	0	0
6	1	2	2	0	0
3	2	2	2	1	0

		Octubre'11		Noviembre'11
	PROGRAMACION	1158		1195
	Autoprom / Av. Prog.	26		25
	Teletienda	24		22
	Publicidad*	214		180
	Patrocinios	2		3
	Telepromociones	4		3
	Otros	13		12

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
350	141	171	158	127	247
11	3	4	5	3	0
0	0	0	0	0	22
53	33	33	43	18	0
0	1	0	1	0	0
0	2	0	1	0	0
5	2	2	2	1	0

		Octubre'11		Noviembre'11
	PROGRAMACION	1118		1118
	Autoprom / Av. Prog.	23		26
	Teletienda	64		66
	Publicidad*	217		212
	Patrocinios	5		5
	Telepromociones	1		1
	Otros	13		12

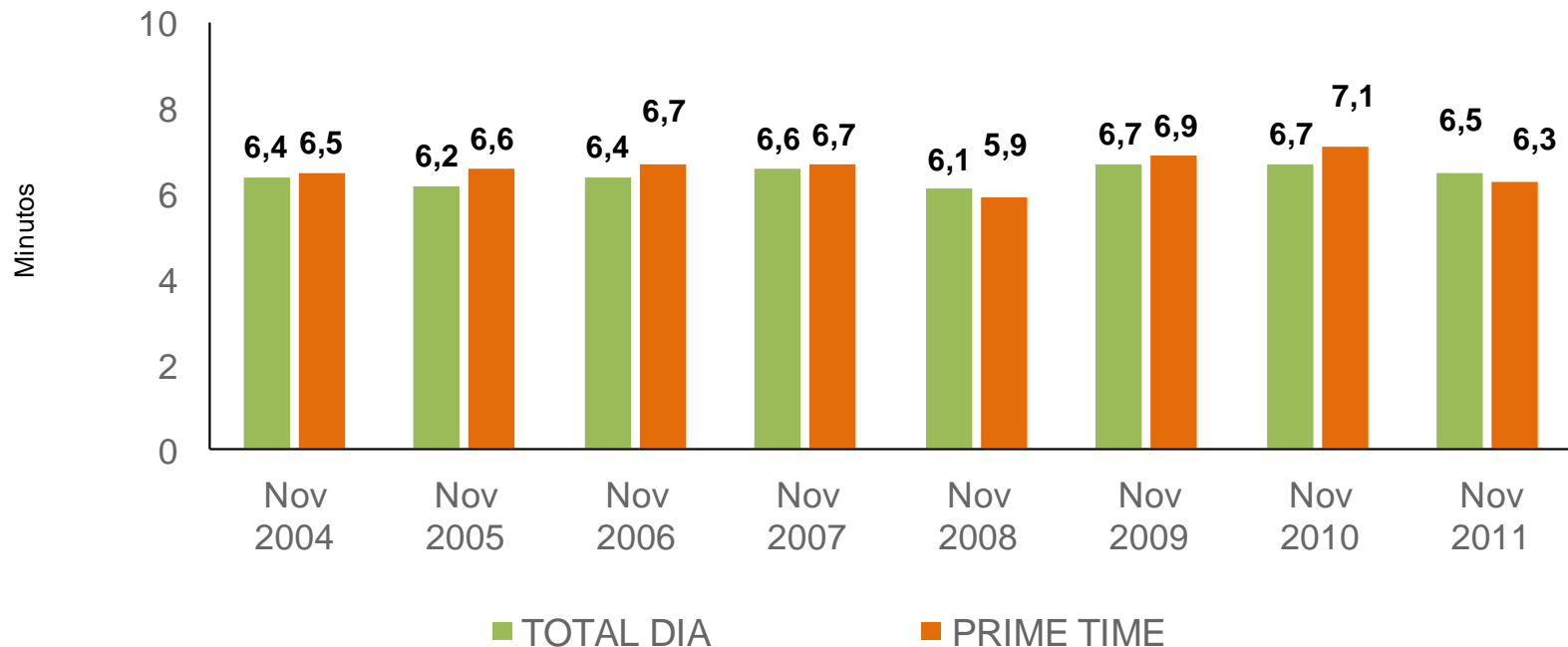
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00-16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
323	140	164	161	123	207
9	3	6	4	4	0
6	0	0	0	0	61
78	34	36	40	21	2
0	1	1	2	0	0
0	0	0	1	0	0
4	2	2	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Noviembre 2011

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.

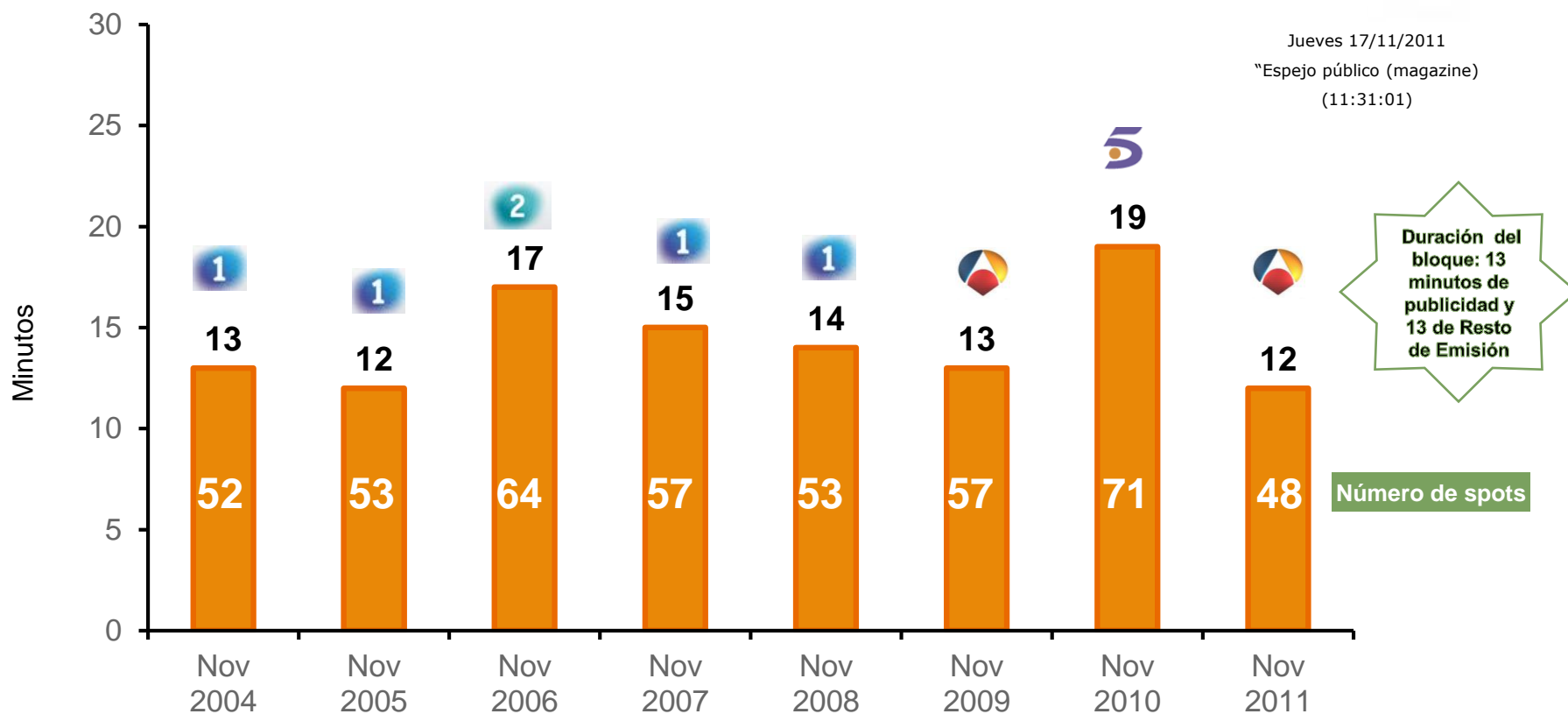
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

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

Fuente: Kantar Media

Noviembre 2011

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 2011

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	 CMT	Castilla la Mancha	12,7%
2	 C. SUR	Andalucía	12,6%
3	 C9	C. Valenciana	12,3%
4	 TVM	Madrid	11,6%
5	 ETB2	País Vasco	11,1%
6	 TV3	Cataluña	9,0%
7	 TVG	Galicia	7,9%
8	 IB3	I. Baleares	7,5%
9	 ATV	Aragón	6,5%
10	 TPA	Asturias	6,5%

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 2011

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Noviembre 2011

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)
	AGUILA ROJA	14/11/2011	22:18:58	23:31:07	1:12:09	6.047	14,4	0,0	00:00
	2011 EL DEBATE / RUBALCABA-RAJOY	07/11/2011	21:46:11	23:50:25	2:04:14	5.315	12,7	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	18/11/2011	15:38:13	16:12:12	0:33:59	1.611	3,8	0,0	00:00
	DOCUMENTALES DE LA 2	30/11/2011	22:00:39	23:51:22	1:50:43	1.287	3,1	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	06/11/2011	22:05:28	23:04:10	0:58:42	3.569	8,5	12,5	07:22
	TIERRA DE LOBOS	16/11/2011	22:32:03	23:59:57	1:27:54	2.935	7,0	17,1	15:02

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


Noviembre 2011

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)
	TU CARA ME SUENA	30/11/2011	22:35:48	25:16:16	2:40:28	3.729	8,9	20,9	33:32
	GRAN HOTEL / LA CARTA ROBADA	22/11/2011	22:36:24	24:07:45	1:31:21	3.473	8,3	18,6	17:02

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	SUPERNANNY	25/11/2011	22:39:30	23:48:05	1:08:35	1.515	3,6	14,0	09:36
	DESAFIO EXTREMO / BAHAMAS, EL TIGRE BAJO EL AGU	13/11/2011	21:30:29	22:24:24	0:53:55	1.479	3,5	2,7	01:27

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	SALVADOS	06/11/2011	22:30:13	23:25:30	0:55:17	1.787	4,3	12,1	06:42
	PERSON OF INTEREST	16/11/2011	22:31:18	23:13:40	0:42:22	1.880	4,5	1,8	00:46

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 2011

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)
	TU CARA ME SUENA	30/11/2011	22:35:48	1:16:16	2:40:28	3.729	8,9	20,9	0:33:32
	GRAN HOTEL / LA CARTA ROBADA	22/11/2011	22:36:24	0:07:45	1:31:21	3.473	8,3	18,6	0:17:02
	EL BARCO / UNA DE FANTASMAS	17/11/2011	22:43:51	0:21:30	1:37:39	2.936	7	19,3	0:18:52
	TIERRA DE LOBOS	16/11/2011	22:32:03	23:59:57	1:27:54	2.935	7	17,1	0:15:02
	AIDA	06/11/2011	22:05:28	23:04:10	0:58:42	3.569	8,5	12,5	0:07:22
	ESPECIAL DELUXE / ROMINA:LA MADRE DE YLENIA	04/11/2011	21:58:16	2:29:59	4:31:43	2.906	6,9	14,3	0:38:55
	TU SI QUE VALES	22/11/2011	22:35:15	1:43:42	3:08:27	2.667	6,4	16,5	0:31:07
	EL HORMIGUERO 3.0	16/11/2011	21:43:42	22:31:24	0:47:42	3.204	7,6	12,9	0:06:10
	ACORRALADOS:AVENTURA EN EL BOSQUE	10/11/2011	21:58:00	1:48:53	3:50:53	2.836	6,8	11,9	0:34:41
	PASAPALABRA	28/11/2011	20:08:29	21:00:20	0:51:51	2.619	6,2	26,1	0:13:33

(**) Se han eliminado del Ranking los programas que pertenecen a la parrilla de programación de La1 y La2 de TVE, cadenas que ya no emiten 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 2011

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 (AEACP)	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			

Noviembre 2011