

# Observatorio **aea** de la Publicidad

## Informe Televisión

Marzo 2012







## Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales descienden su Resto de Emisión respecto a Febrero, siendo Antena 3 quien más lo reduce con 1,3 puntos porcentuales. A pesar de este descenso de Antena 3, el 18,3% de este mes es el segundo dato más alto desde Marzo de 2011.
- La Sexta se mantiene un mes más como la cadena con mayor porcentaje de Resto de Emisión.
- Analizando el Resto de Emisión por franjas horarias, se observa que La Sexta se sitúa entre las 2 primeras posiciones, en 4 de las 6 franjas estudiadas, en concreto en "mañana", "tarde", "madrugada 1" y "madrugada 2", siendo en la franja de "mañana" donde anota el valor más alto con un 26,3%.
- En la franja de "noche" Antena 3 con un 26% de Resto de Emisión es la cadena con un mayor porcentaje, sin embargo en "total día" presenta un 18,3%. Al igual que Cuatro, que en la franja de "noche" presenta un 25,4% y en el resto de las franjas se sitúa en torno al 21% ó menos.
- En cuanto a publicidad se refiere, Antena 3 y Cuatro son las únicas cadenas que aumentan su tiempo de publicidad respecto a Febrero, ambas cadenas lo hacen en 9 minutos diarios. La Sexta con 3 horas y 26 minutos diarios, es la cadena que más publicidad emite.
- En lo que llevamos de año las cadenas nacionales comerciales han emitido un 2,8% menos de publicidad que en el mismo periodo del año anterior.







Marzo 2012

## Resto de Emisión por franjas







### TOTAL DÍA

 laSexta	23,0%
	20,6%
	18,3%
	17,6%
	3,2%
	2,9%







### MAÑANA 7:00-13:59

 laSexta	26,3%
	19,9%
	19,1%
	16,1%
	3,6%
	3,4%







### SOBREMESA 14:00-16:59

	24,1%
	23,8%
 laSexta	22,3%
	21,7%
	5,1%
	3,6%







### TARDE 17:00-20:29

 laSexta	22,2%
	20,0%
	19,8%
	18,3%
	4,7%
	2,2%







### NOCHE 20:30-23:59

	26,0%
	25,4%
 laSexta	23,6%
	22,5%
	4,1%
	2,8%

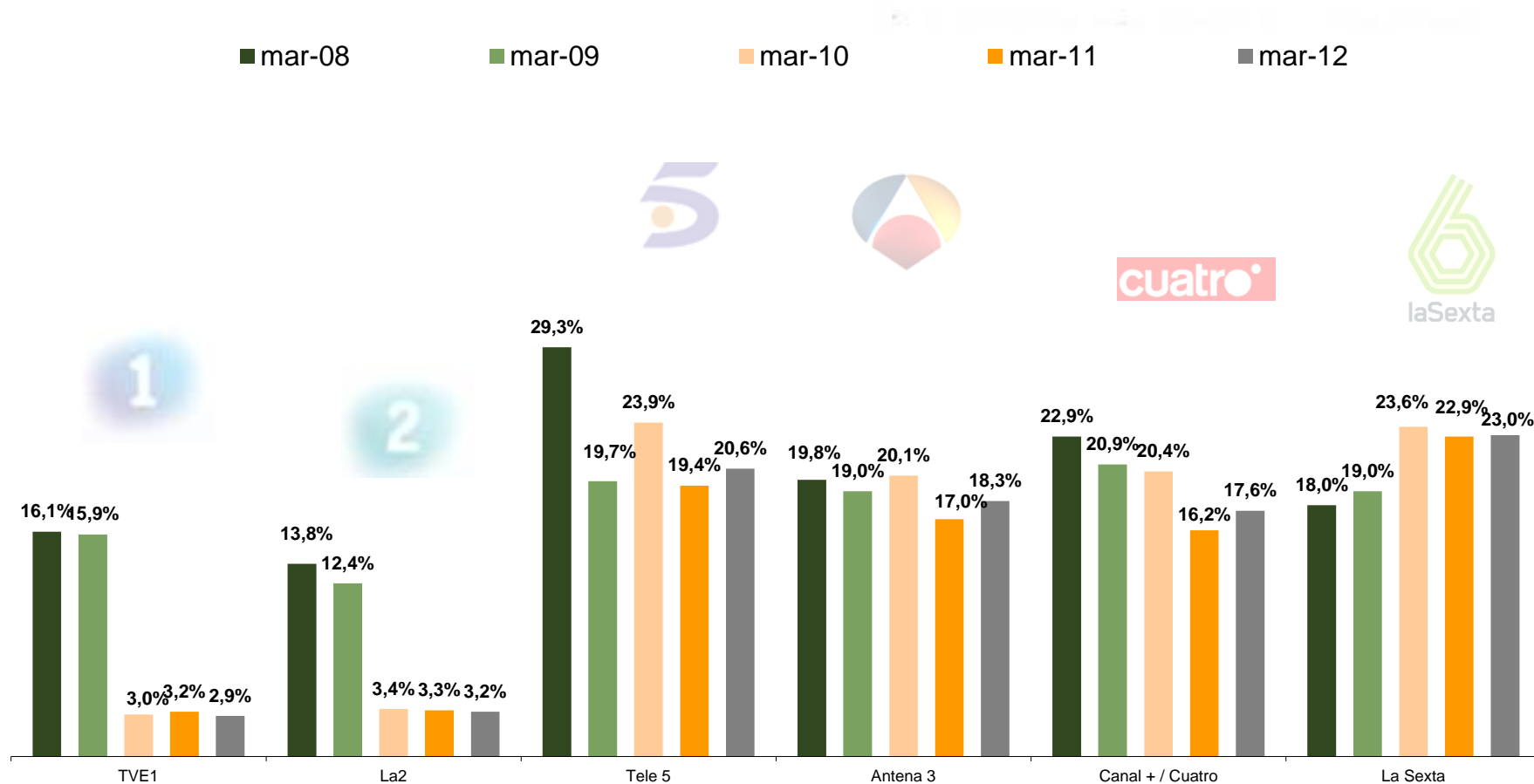
### MADRUGADA 1 24:00-2:29

	20,1%
 laSexta	15,1%
	13,2%
	12,9%
	2,8%
	2,8%

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

 laSexta	22,7%
	22,5%
	10,0%
	8,2%
	1,5%
	0,8%

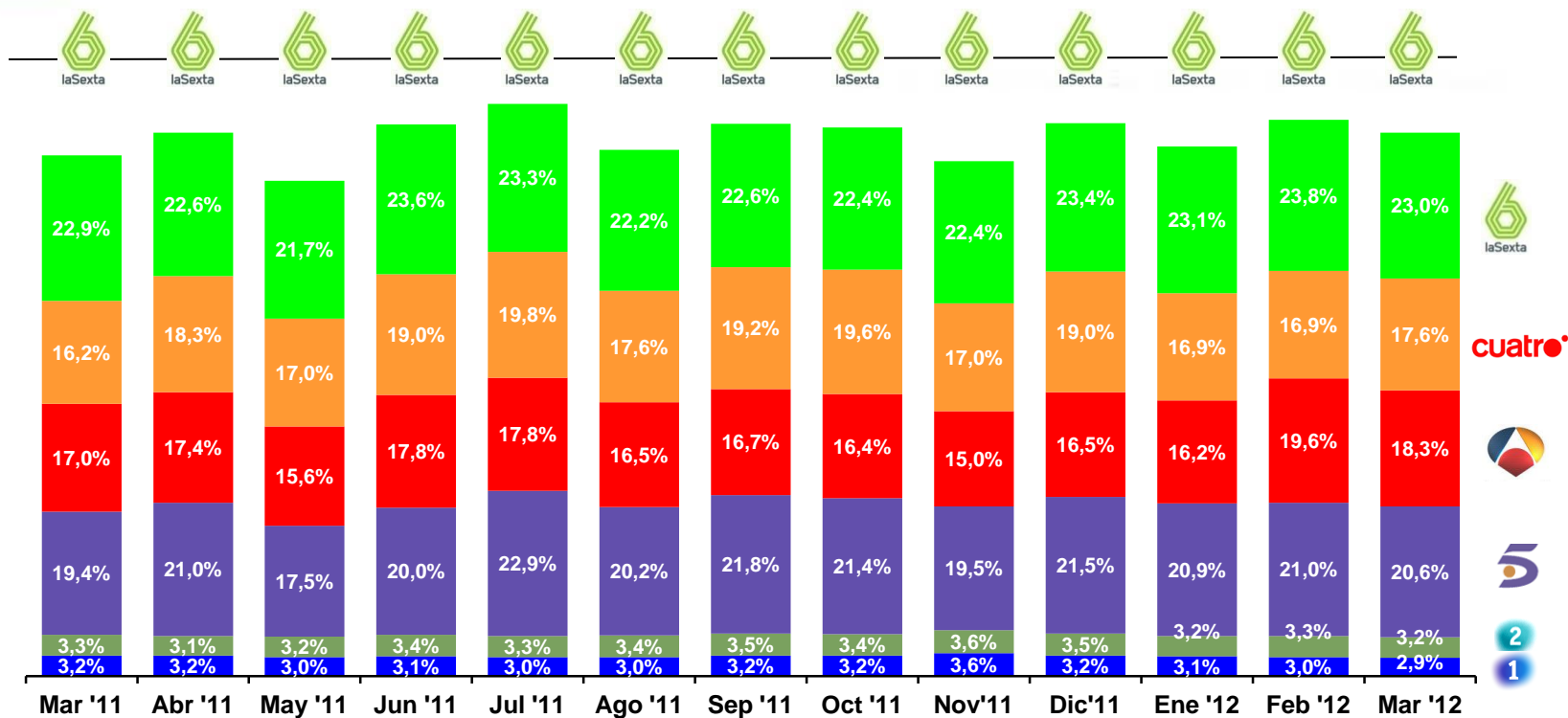
## Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Marzo 2012

## Evolución Resto de Emisión



### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

14,4% 13,7% 14,3% 13,0% 14,5% 15,0% 13,8% 14,5% 14,4% 14,5% 13,9% 14,6% 14,2%

### Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

20,0% 18,9% 19,8% 17,9% 20,1% 21,0% 19,2% 20,1% 20,0% 20,1% 19,2% 20,3% 19,8%

## Acumulado 2012 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero-Marzo 2011

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

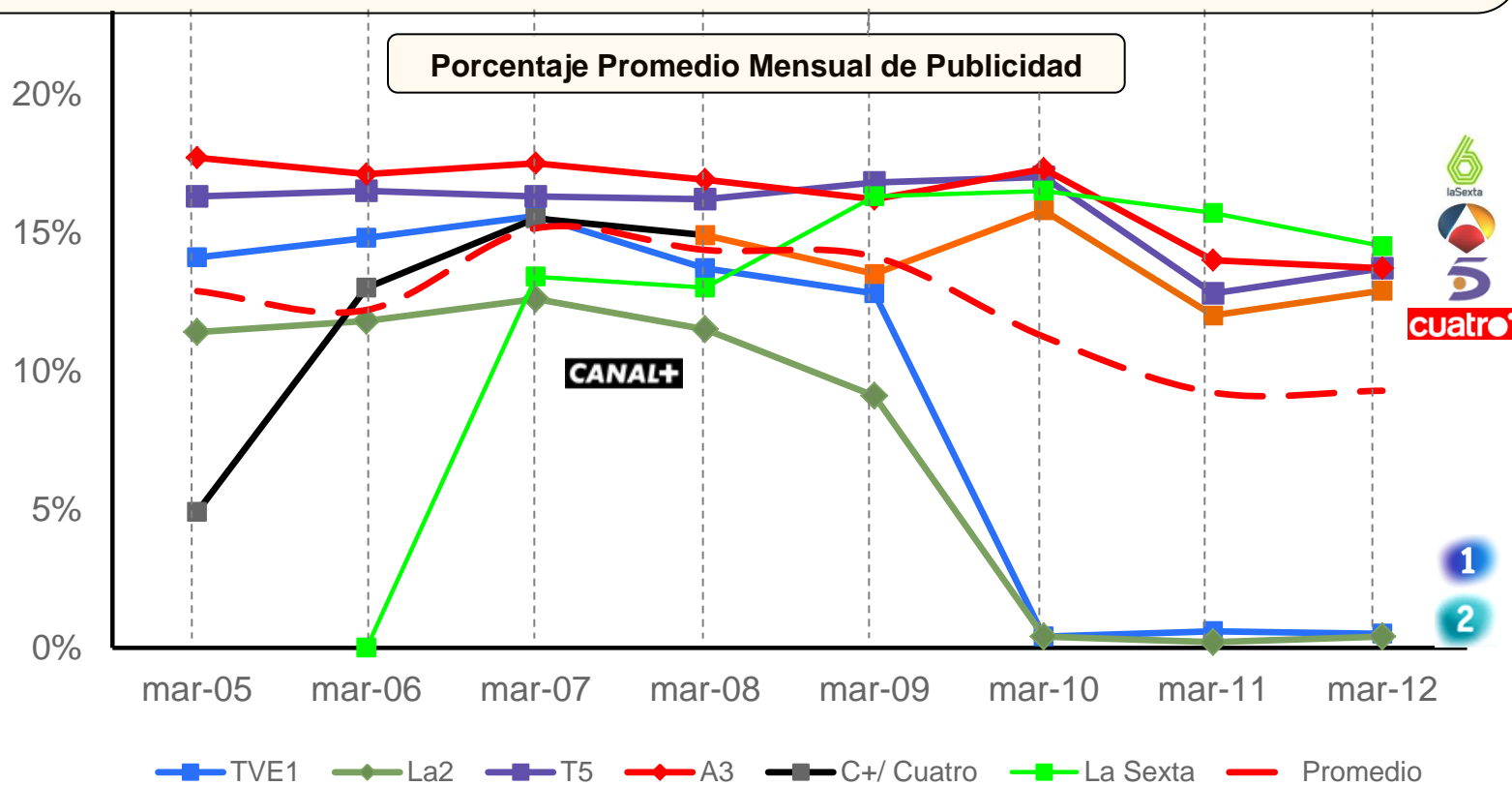
81.357

78.346

86.719

74.772

72.641









Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Marzo 2012.







Marzo 2012

## Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







### TOTAL DÍA

	23,0%
	20,6%
	18,3%
	17,6%
	3,2%
	2,9%







### PUBLICIDAD

	14,3%
	12,7%
	12,6%
	12,5%
	0,4%
	0,2%







### TELETIENDAS

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







### AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	2,7%
	2,2%
	2,2%
	2,0%
	2,0%
	1,9%







### PATROCINIOS

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

### TELEPROMOCIONES

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

### OTROS

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

## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Febrero'12		Febrero'12
1	PROGRAMACION	1414	↓	1413
	Autoprom / Av. Prog.	33	↓	32
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	7	↓	6
	Patrocinios	2	↓	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
407	183	206	204	146	267
11	7	4	4	3	3
0	0	0	0	0	0
2	2	0	1	0	1
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	1

		Febrero'12		Febrero'12
2	PROGRAMACION	1394	↑	1395
	Autoprom / Av. Prog.	38	≡	38
	Teletienda	0	≡	0
	Publicidad*	5	↓	3
	Patrocinios	0	≡	0
	Telepromociones	0	≡	0
	Otros	3	≡	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	173	201	202	146	268
13	5	8	7	4	1
0	0	0	0	0	0
1	0	1	1	0	0
0	1	1	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	1

		Febrero'12		Febrero'12
5	PROGRAMACION	1137	↑	1144
	Autoprom / Av. Prog.	25	↑	27
	Teletienda	60	≡	60
	Publicidad*	190	↓	182
	Patrocinios	5	↓	4
	Telepromociones	11	≡	11
	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
336	137	168	163	131	209
9	4	5	4	5	0
0	0	0	0	0	60
66	34	31	38	13	0
2	1	0	1	0	0
3	2	4	2	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

Marzo 2012



## Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

	Febrero'12	Marzo'12
 <b>PROGRAMACION</b>	1158	1176
Autoprom / Av. Prog.	32	29
Teletienda	0	0
Publicidad*	174	183
Patrocinios	6	6
Telepromociones	9	8
Otros	62	37

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
352	137	168	155	120	243
10	5	4	4	5	1
0	0	0	0	0	0
48	34	34	46	21	0
2	1	1	1	1	0
4	1	1	2	0	0
3	1	1	2	4	26

	Febrero'12	Marzo'12
 <b>PROGRAMACION</b>	1197	1187
Autoprom / Av. Prog.	33	32
Teletienda	21	22
Publicidad*	171	180
Patrocinios	4	3
Telepromociones	2	3
Otros	12	13

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	172	157	130	248
12	3	5	6	5	0
0	0	0	0	0	22
62	31	31	42	14	0
0	1	1	1	0	0
0	2	0	1	0	0
6	2	2	3	0	0

	Febrero'12	Marzo'12
 <b>PROGRAMACION</b>	1097	1109
Autoprom / Av. Prog.	26	28
Teletienda	66	68
Publicidad*	223	206
Patrocinios	3	3
Telepromociones	2	1
Otros	23	25

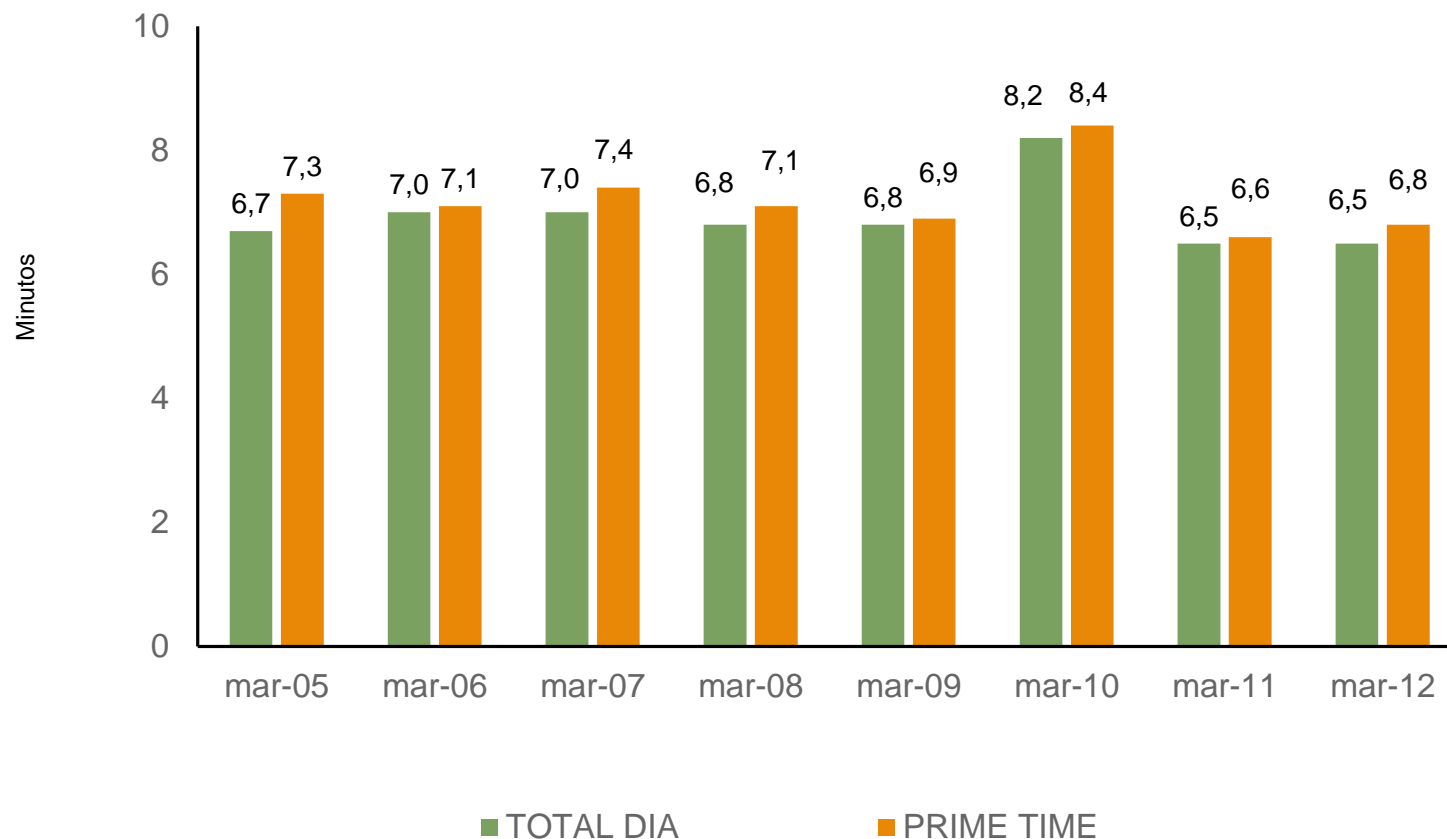
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
310	140	163	160	127	209
10	3	6	5	4	0
7	0	0	0	0	61
75	35	37	41	17	0
0	1	1	1	0	0
0	0	0	1	0	0
18	1	2	2	2	0

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

Fuente: Kantar Media

Marzo 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).

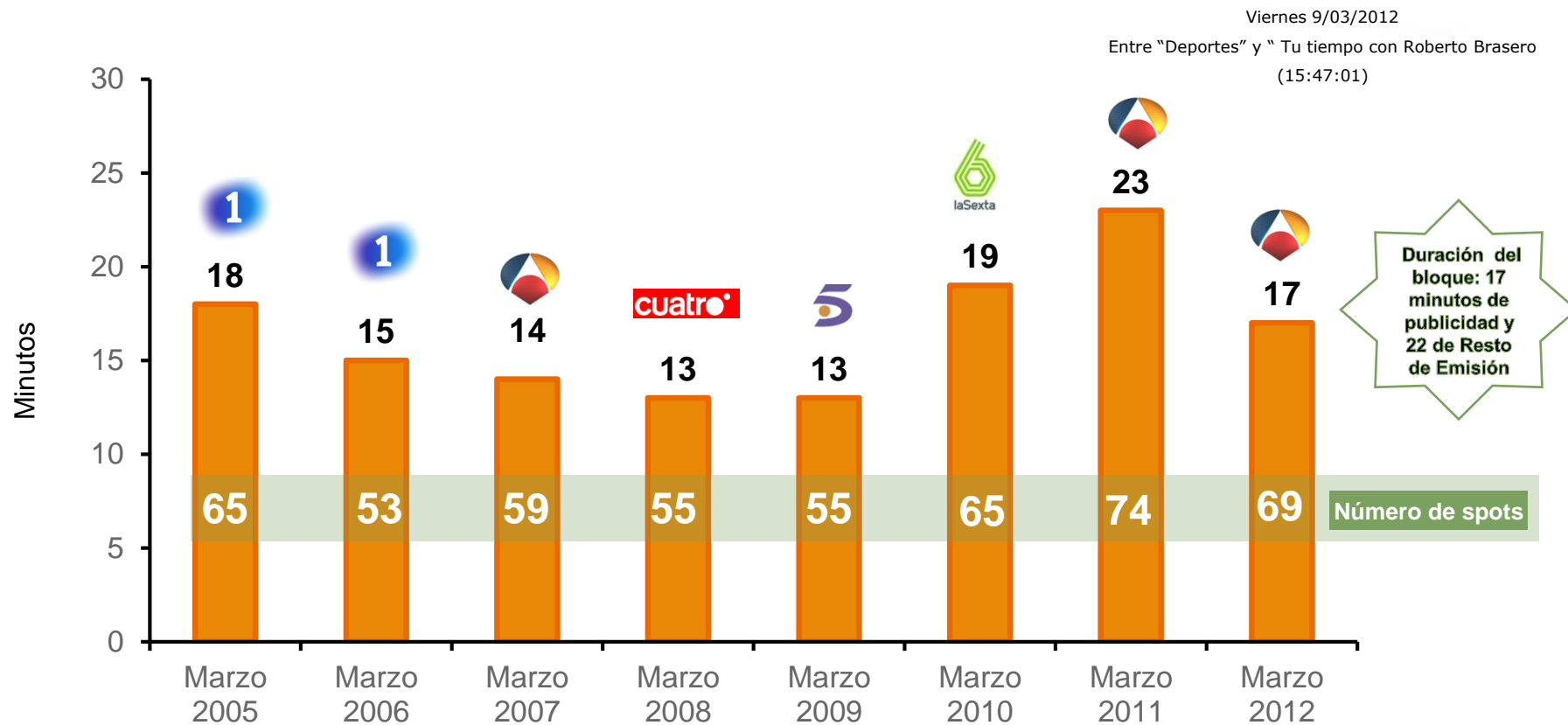
Sólo se han contemplado los bloques con 5 y más spots.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios

Marzo 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

Marzo 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	 C9	C. Valenciana	13,4%
4	 TVM	Madrid	13,3%
2	 C. SUR	Andalucía	13,1%
3	 ETB2	País Vasco	12,3%
5	 CMT	Castilla la Mancha	11,6%
6	 CL7	Castilla y León	10,3%
7	 TV3	Cataluña	9,9%
8	 TVG	Galicia	7,7%
9	 ATV	Aragón	7,0%
10	 TPA	Asturias	6,9%

## 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 2012

# Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**  
de la Publicidad

Marzo 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.

Marzo 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)
	PELICULA DE LA SEMANA / MISION IMPOSIBLE 3	18/03/2012	22:16:07	24:10:07	1:54:00	3.221	7,7	0,0	00:00
	LA HORA DE JOSE MOTA	09/03/2012	22:17:51	22:58:10	0:40:19	3.054	7,3	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	29/03/2012	15:38:10	16:13:33	0:35:23	1.567	3,7	0,0	00:00
	SABER Y GANAR:FIN DE SEMANA	03/03/2012	15:38:12	16:18:29	0:40:17	874	2,1	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	11/03/2012	22:08:49	23:27:34	1:18:45	3.749	8,9	17,4	13:40
	MI GITANA	05/03/2012	22:33:41	23:56:40	1:22:59	3.601	8,6	9,6	07:59

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

Marzo 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)
	CON EL CULO AL AIRE	28/03/2012	22:36:02	24:05:25	1:29:23	3.357	8,0	17,9	15:58
	EL HORMIGUERO 3.0	13/03/2012	21:46:54	22:33:25	0:46:31	2.687	6,4	13,6	06:19

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	HERMANO MAYOR	09/03/2012	21:42:11	22:41:48	0:59:37	2.373	5,7	23,1	13:45
	HOUSE / LA CONFESION	01/03/2012	22:28:30	23:10:00	0:41:30	2.042	4,9	0,0	00:00

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL TAQUILLAZO / RESACON EN LAS VEGAS	06/03/2012	22:28:11	24:21:30	1:53:19	2166	5,2	17,0	19:16
	EL MENTALISTA / BURDEOS BARATO	19/03/2012	22:28:23	23:17:25	0:49:02	1905	4,5	16,9	08:18

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 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)
	AIDA	11/03/2012	22:08:49	23:27:34	1:18:45	3749	8,9	17,4	13:40
	MI GITANA	05/03/2012	22:33:41	23:56:40	1:22:59	3601	8,6	9,6	07:59
	CON EL CULO AL AIRE	28/03/2012	22:36:02	24:05:25	1:29:23	3357	8,0	17,9	15:58
	PASAPALABRA	20/03/2012	20:16:35	21:03:51	0:47:16	2779	6,6	18,9	08:56
	GRAN HERMANO	22/03/2012	21:58:35	25:51:09	3:52:34	2697	6,4	19,2	44:36
	EL HORMIGUERO 3.0	13/03/2012	21:46:54	22:33:25	0:46:31	2687	6,4	13,6	06:19
	TU SI QUE VALES	13/03/2012	22:08:54	25:35:45	3:26:51	2648	6,3	18,7	38:43
	LOS PROTEGIDOS:EL ORIGEN / LA HUIDA	08/03/2012	22:37:03	24:10:08	1:33:05	2520	6,0	15,6	14:30
	LA NOCHE DE MI GITANA	12/03/2012	21:55:39	22:37:48	0:42:09	2518	6,0	29,4	12:24
	HERMANO MAYOR	09/03/2012	21:42:11	22:41:48	0:59:37	2373	5,7	23,1	13:45

(\*\*) 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

Marzo 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			

Marzo 2012