

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión







Enero 2011

Conclusiones







- Todas las cadenas nacionales privadas, excepto Cuatro, descienden su porcentaje de Resto de Emisión en el primer mes del año, siendo Antena 3 quien más lo ha reducido con 0,9 puntos porcentuales, anotando un porcentaje de 17,8%. La Sexta con un 23,2% de Resto de Emisión siendo la cadena que mayor porcentaje presenta. Esta tendencia de La Sexta se mantiene desde Abril del año pasado.
- El Promedio Mensual de Resto de Emisión de las cadenas nacionales comerciales anota este mes un 20,1%, siendo un 7,4% menos que en el mismo periodo del año anterior. Además este valor es el más bajo de los últimos 12 meses.
- El descenso generalizado que se ha producido en el Resto de Emisión, viene motivado fundamentalmente por una reducción en el tiempo de Publicidad, esto es especialmente evidente en Telecinco y Antena 3.
- La Sexta, a pesar de disminuir su Publicidad diaria en 2 minutos, sigue siendo la cadena que más Publicidad emite con un total de 3 horas y 41 minutos, seguida de Cuatro con 3 horas y 31 minutos y Telecinco con 3 horas y 19 minutos.

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

 laSexta	23,2%
	21,3%
	18,1%
	17,8%
	3,0%
	3,0%







MAÑANA 7:00-13:59

 laSexta	24,0%
	18,2%
	18,1%
	17,6%
	3,5%
	3,1%







SOBREMESA 14:00-16:59

	24,3%
	23,9%
 laSexta	22,6%
	22,4%
	4,4%
	3,5%







TARDE 17:00-20:29

	26,2%
	25,6%
 laSexta	22,7%
	21,1%
	4,4%
	3,1%







NOCHE 20:30-23:59

	26,3%
	26,2%
	25,4%
 laSexta	23,3%
	3,7%
	3,0%

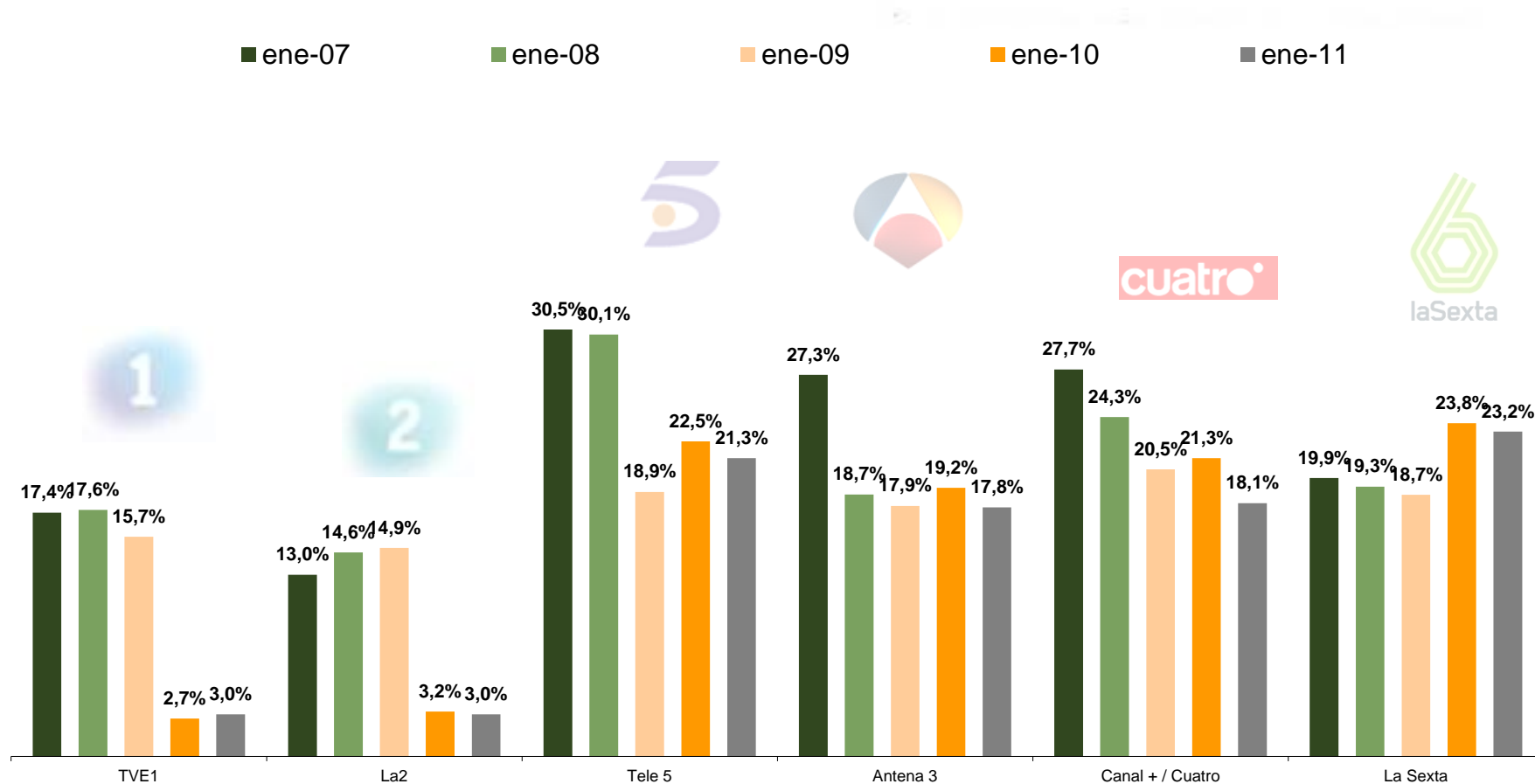
MADRUGADA 1 24:00-2:29

 laSexta	21,9%
	18,2%
	18,0%
	16,1%
	2,8%
	2,6%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

 laSexta	23,2%
	20,8%
	7,2%
	1,9%
	0,5%
	0,4%

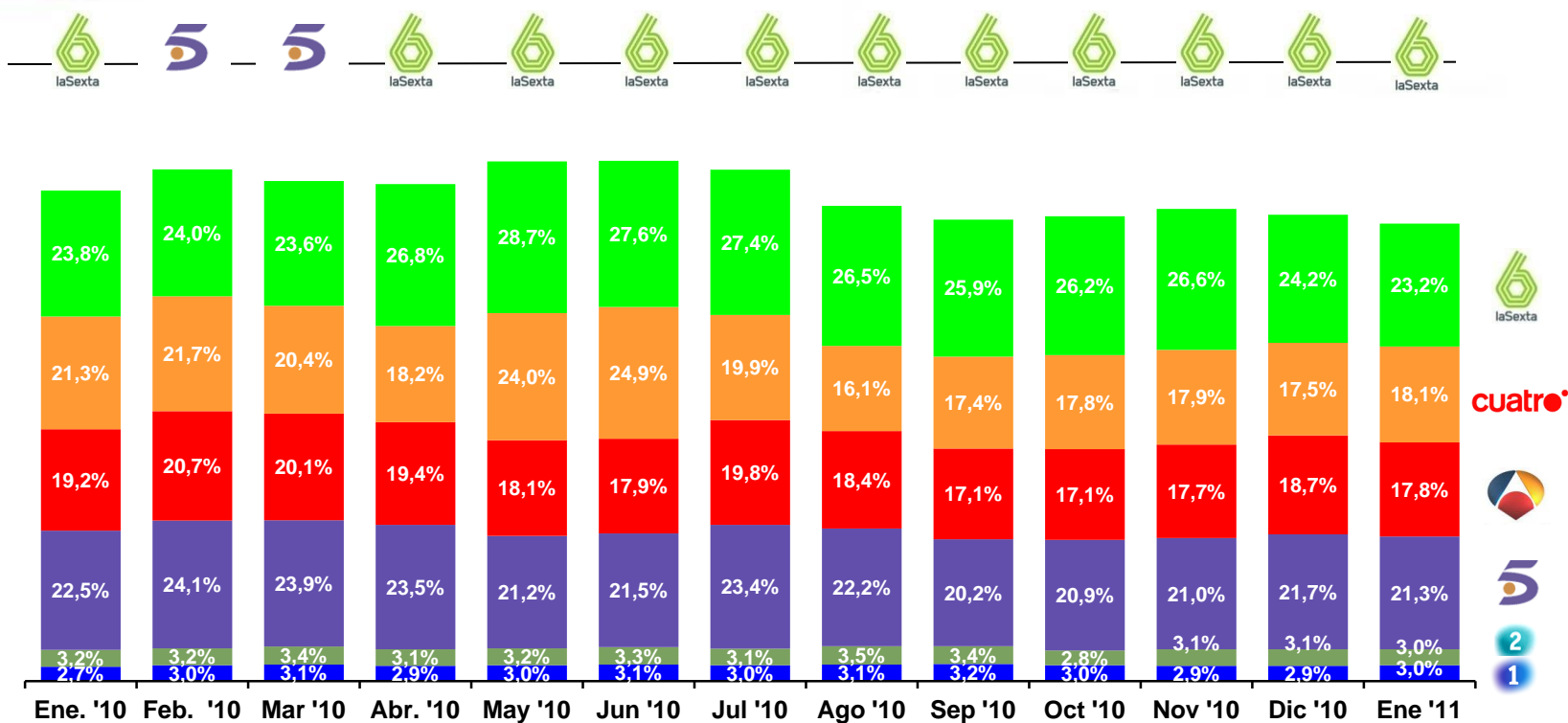
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Enero 2011

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

15,4% 16,1% 15,7% 15,6% 16,4% 16,4% 16,1% 15,0% 14,5% 14,6% 14,9% 14,7% 14,4%

Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

21,7% 22,6% 22,0% 22,0% 23,0% 23,0% 22,6% 20,8% 20,2% 20,5% 20,8% 20,5% 20,1%

Acumulado 2010 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero

Cadenas Nacionales

27.358

27.617

31.645

38.630

40.489

36.227

29.568

26.962

Cadenas Nacionales Privadas

15.916

16.610

20.163

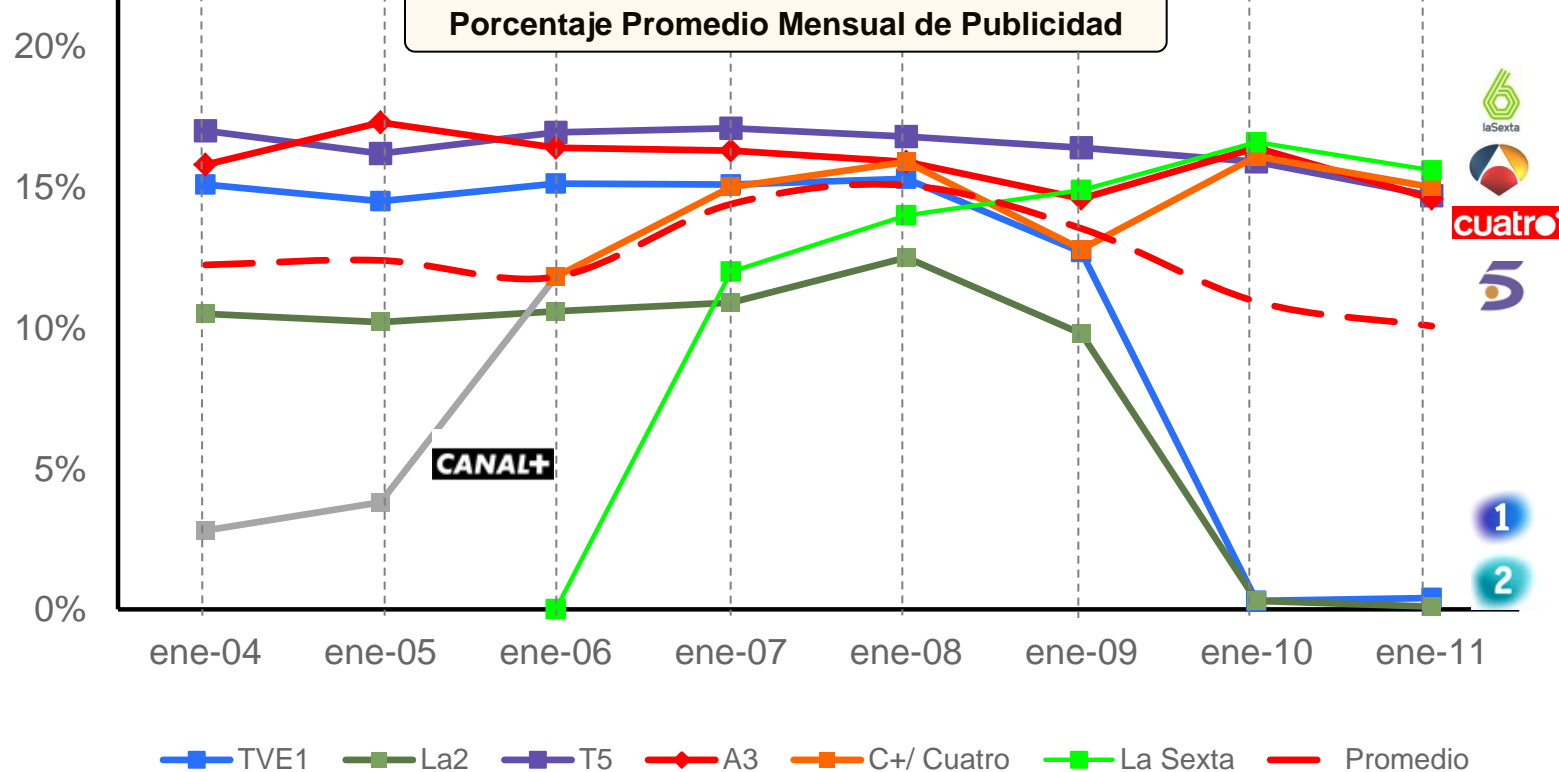
26.974

28.008

26.215

29.359

26.731









Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Enero 2011.







Enero 2011

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	23,2%
	21,3%
	18,1%
	17,8%
	3,0%
	3,0%







PUBLICIDAD

	15,3%
	14,7%
	13,8%
	13,4%
	0,4%
	0,1%







TELETIENDAS

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







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	2,6%
	2,6%
	2,4%
	2,0%
	1,9%
	1,3%







PATROCINIOS

	0,5%
	0,4%
	0,2%
	0,2%
	0,0%
	0,0%

TELEPROMOCIONES

	0,8%
	0,5%
	0,1%
	0,1%
	0,0%
	0,0%

OTROS

	0,8%
	0,7%
	0,7%
	0,6%
	0,3%
	0,2%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

1		Diciembre '10	Enero '11
	PROGRAMACION	1394	1391
	Autoprom / Av. Prog.	29	34
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	9	5
	Patrocinios	1	1
	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
403	170	203	204	146	265
10	6	5	5	3	5
0	0	0	0	0	0
2	1	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	1	1	0	0	0

2		Noviembre '10	Enero '11
	PROGRAMACION	1391	1391
	Autoprom / Av. Prog.	33	37
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	6	2
	Patrocinios	0	0
	Telepromociones	0	0
	Otros	5	5

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
404	174	198	202	145	269
13	5	8	7	3	1
0	0	0	0	0	0
0	0	0	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	1	1	1

5		Diciembre '10	Enero '11
	PROGRAMACION	1127	1133
	Autoprom / Av. Prog.	29	30
	Teletienda	49	55
	Publicidad*	205	199
	Patrocinios	7	6
	Telepromociones	11	7
	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
346	137	155	155	126	214
9	3	6	6	5	0
0	0	0	0	0	55
58	36	43	44	17	0
2	1	1	2	0	0
1	1	4	1	1	0
4	2	2	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Enero 2011

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Diciembre '10	Enero '11
	PROGRAMACION	1171	1183
	Autoprom / Av. Prog.	39	38
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	201	192
	Patrocinios	9	7
	Telepromociones	11	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
344	136	156	155	123	269
14	6	7	6	5	1
0	0	0	0	0	0
54	33	40	43	21	0
1	2	1	2	0	0
4	1	4	3	0	0
3	1	2	2	1	0

		Diciembre '10	Enero '11
	PROGRAMACION	1188	1179
	Autoprom / Av. Prog.	23	19
	Teletienda	15	17
	Publicidad*	199	211
	Patrocinios	5	3
	Telepromociones	2	1
	Otros	8	10

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
344	140	166	157	123	250
7	1	4	3	3	1
0	0	0	0	0	17
66	36	37	48	23	1
1	1	1	1	0	0
0	1	0	0	0	0
3	1	2	2	1	1

		Diciembre '10	Enero '11
	PROGRAMACION	1091	1106
	Autoprom / Av. Prog.	33	28
	Teletienda	74	70
	Publicidad*	223	221
	Patrocinios	6	3
	Telepromociones	2	1
	Otros	11	12

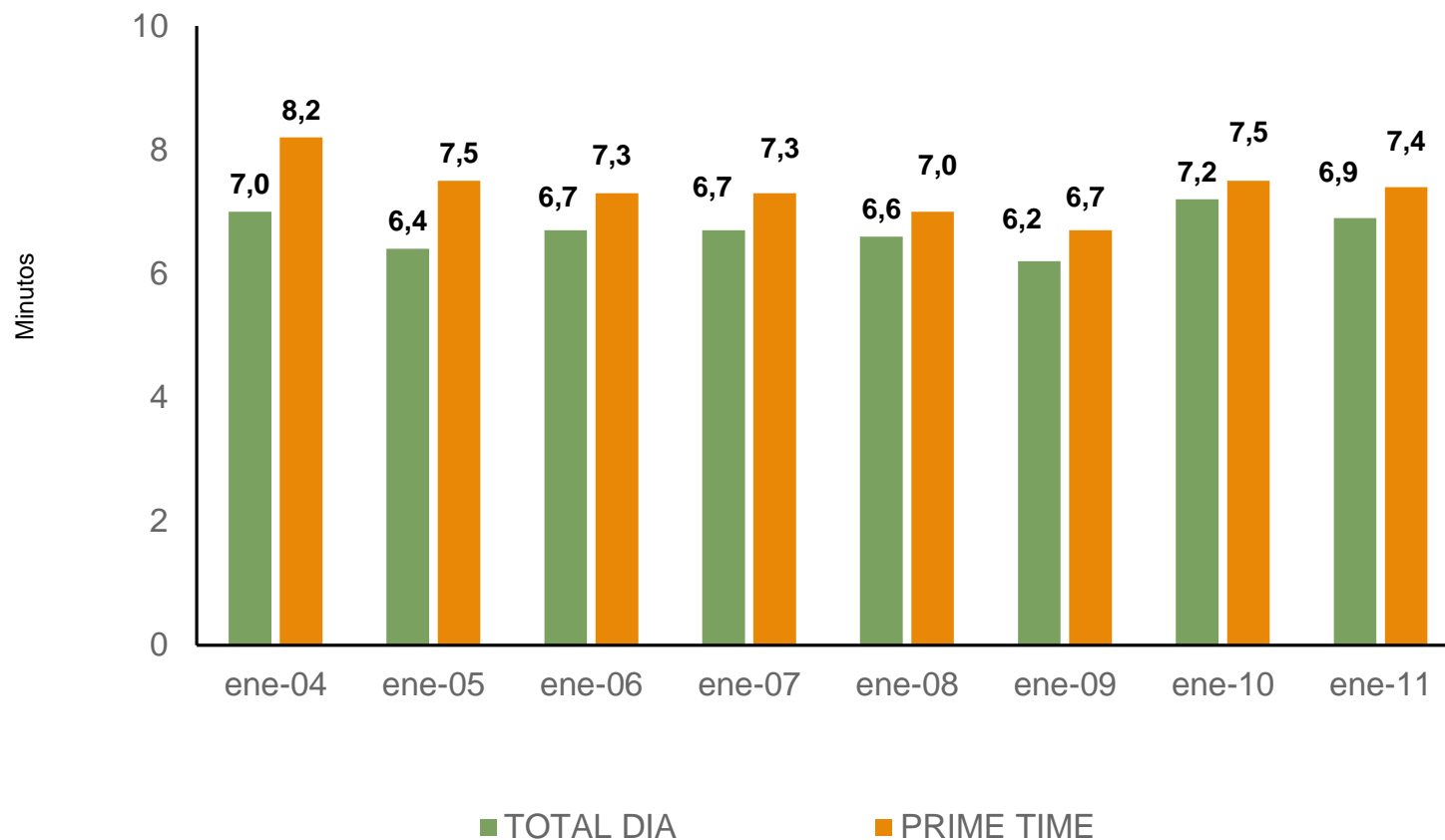
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
319	139	162	161	117	207
10	2	6	4	4	0
9	0	0	0	0	61
77	36	39	41	26	2
0	1	0	1	0	0
0	0	0	1	0	0
5	2	2	2	2	0

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

Fuente: Kantar Media

Enero 2011

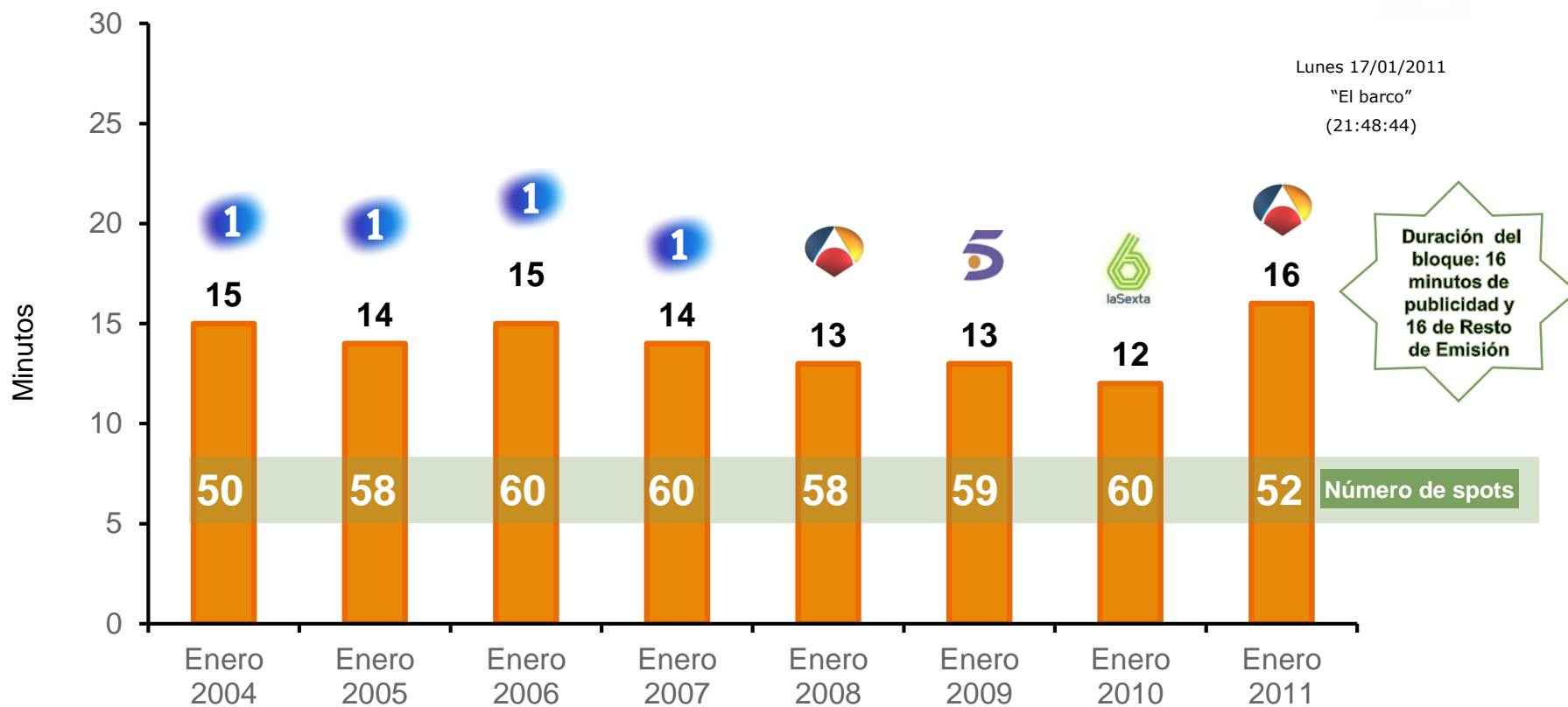
Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (*)



(*) Ámbito: Madrid TVE1, La2, T5, A3 excepto Enero 2011, incluido también CUATRO y LA SEXTA.
Sólo se han contemplado los bloques con 5 y más spots.
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)
Fuente: TNS Audiencia de Medios

Enero 2011

Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots



(*) Ámbito: Madrid TVE1, La2, T5 y A3 excepto Enero 2011, incluido también CUATRO y LA SEXTA.

No se han contemplado las desconexiones regionales.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios

Enero 2011

Ranking de Canales Autonómicos de Resto de Emisión por Total Día

Mapa de Comunidades con Televisiones Autonómicas



- 1 TV. Autónoma
- 2 TV. Autónomas
- Sin TV. Autónoma

Posición	Cadena	Comunidad	% Resto
1	 CMT	Castilla la Mancha	16,1%
2	 ETB2	País Vasco	15,7%
3	 C. SUR	Andalucía	13,2%
4	 C9	C. Valenciana	12,9%
5	 TVM	Madrid	12,5%
6	 IB3	I. Baleares	11,4%
7	 TV3	Cataluña	11,1%
8	 TVG	Galicia	10,7%
9	 TPA	Asturias	6,8%
10	 ATV	Aragón	6,1%

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.

Enero 2011

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Enero 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)
	CUENTAME COMO PASO	27/01/2011	22:19:54	23:29:39	1:09:45	4.889	11,6	0,0	00:00
	PELICULA DE LA SEMANA / HARRY POTTER Y LA ORDEN DEL FENIX	02/01/2011	22:14:29	24:17:47	2:03:18	4.530	10,8	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)
	CLASICAS	26/01/2011	22:04:08	24:10:25	2:06:17	1.571	3,7	0,0	00:00
	SABER Y GANAR	11/01/2011	15:38:01	16:08:43	0:30:42	1.539	3,7	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)
	PASAPALABRA	31/01/2011	20:11:31	20:57:53	0:46:22	2.945	7,0	19,2	08:55
	C.S.I.NUEVA YORK	03/01/2011	22:49:10	23:45:33	0:56:23	2.664	6,4	27,9	15:45

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


Enero 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)
	EL BARCO	17/01/2011	22:12:38	23:32:03	1:19:25	4.588	10,9	1,8	01:25
	HISPANIA, LA LEYENDA	11/01/2011	22:36:33	24:18:15	1:41:42	3.285	7,8	28,4	28:56

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	HERMANO MAYOR	28/01/2011	21:37:16	22:41:48	1:04:32	1.879	4,5	16,0	10:19
	EL HORMIGUERO	25/01/2011	21:38:05	22:39:44	1:01:39	1.808	4,3	18,5	11:26

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	THE WALKING DEAD	18/01/2011	22:18:58	23:09:18	0:50:20	3045	7,3	15,1	07:35
	EL CLUB DE LA COMEDIA	30/01/2011	21:27:17	22:24:56	0:57:39	2080	5,0	11,9	06:53

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

Enero 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)
	EL BARCO	17/01/2011	22:12:38	23:32:03	1:19:25	4588	10,9	1,8	01:25
	HISPANIA, LA LEYENDA	11/01/2011	22:36:33	24:18:15	1:41:42	3285	7,8	28,4	28:56
	LOS PROTEGIDOS	23/01/2011	22:13:09	23:39:58	1:26:49	3151	7,5	16,5	14:17
	THE WALKING DEAD	18/01/2011	22:18:58	23:09:18	0:50:20	3045	7,3	15,1	07:35
	PASAPALABRA	31/01/2011	20:11:31	20:57:53	0:46:22	2945	7,0	19,2	08:55
	C.S.I.NUEVA YORK	03/01/2011	22:49:10	23:45:33	0:56:23	2664	6,4	27,9	15:45
	OPERACION TRIUNFO	16/01/2011	21:55:15	25:31:59	3:36:44	2624	6,2	20,1	43:33
	CINE EN FAMILIA / LA BELLA Y LA BESTIA	09/01/2011	15:58:34	17:38:51	1:40:17	2546	6,1	23,4	23:29
	GRAN HERMANO	27/01/2011	21:58:24	25:45:36	3:47:12	2545	6,1	20,3	46:07
	C.S.I.MIAMÍ	10/01/2011	21:58:33	22:46:18	0:47:45	2513	6,0	14,6	06:58

(**) 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

Enero 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 (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			

Enero 2011