

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Mayo 2011







Conclusiones

- Descenso generalizado del Resto de Emisión en todas las cadenas nacionales privadas respecto al mes de Abril. Telecinco es la cadena que más lo reduce con 3,5 puntos porcentuales y La Sexta la que menos, con 0,9 puntos porcentuales. La Sexta además es la única cadena que supera el 20% de Resto de Emisión, siendo un mes más la cadena que presenta un mayor porcentaje, 21,7%.
- El promedio mensual de Resto de Emisión de las cadenas nacionales y de las cadenas comerciales ha sido este mes el más bajo desde Mayo de 2010.
- Esta disminución de Resto de Emisión ha venido propiciada por el gran descenso de la publicidad en las cadenas privadas, que han reducido su tiempo diario de publicidad en 15 minutos La Sexta, 25 minutos Antena 3, 27 minutos Cuatro y 46 minutos Telecinco respectivamente.
- La Sexta es la cadena que más publicidad presenta con una media diaria de 201 minutos de publicidad. Comparando este dato con el anotado en Mayo de 2010 por la cadena que más publicidad emitió (La Sexta), este mes se han emitido 27 minutos menos de publicidad.
- En cuanto al total de minutos de publicidad emitidos en Mayo de 2011 respecto a Mayo de 2010, este mes se han emitido 20.309 minutos de publicidad menos al mes. Si nos fijamos solamente en las cadenas comerciales esta cifra es de 19.050 minutos menos al mes.







Mayo 2011

Resto de Emisión por franjas







TOTAL DÍA

 laSexta	21,7%
	17,5%
	17,0%
	15,6%
	3,2%
	3,0%







MAÑANA 7:00-13:59

 laSexta	22,3%
	15,6%
	15,1%
	15,0%
	3,8%
	3,2%







SOBREMESA 14:00-16:59

	24,8%
	21,5%
 laSexta	21,2%
	18,2%
	4,4%
	3,8%







TARDE 17:00-20:29

 laSexta	20,3%
	19,8%
	17,7%
	17,6%
	4,8%
	3,9%







NOCHE 20:30-23:59

	25,3%
	24,9%
 laSexta	21,3%
	19,7%
	3,4%
	2,3%

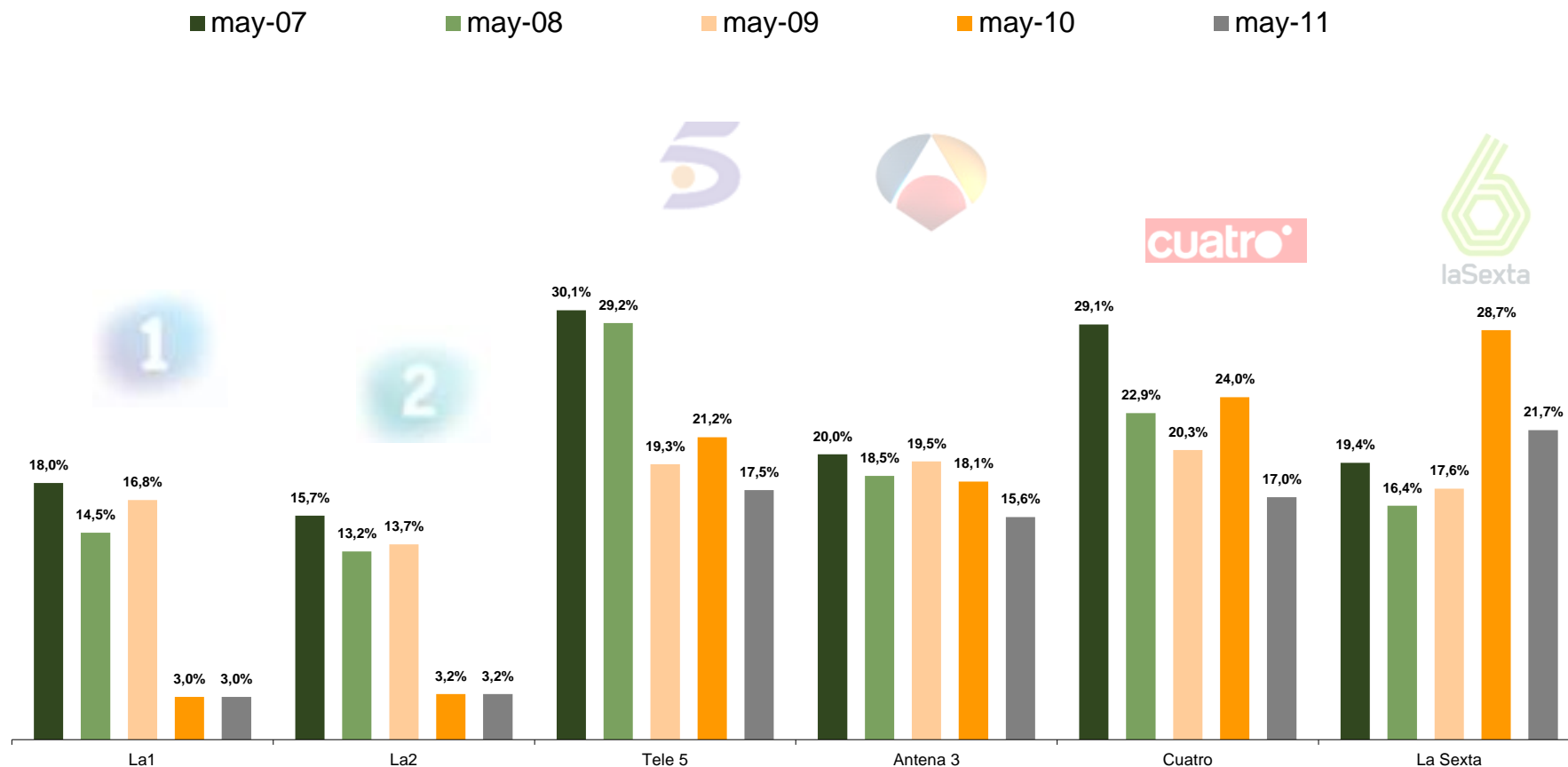
MADRUGADA 1 24:00-2:29

 laSexta	18,6%
	17,0%
	15,8%
	11,4%
	3,3%
	2,0%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

 laSexta	24,1%
	22,4%
	8,3%
	2,0%
	0,6%
	0,5%

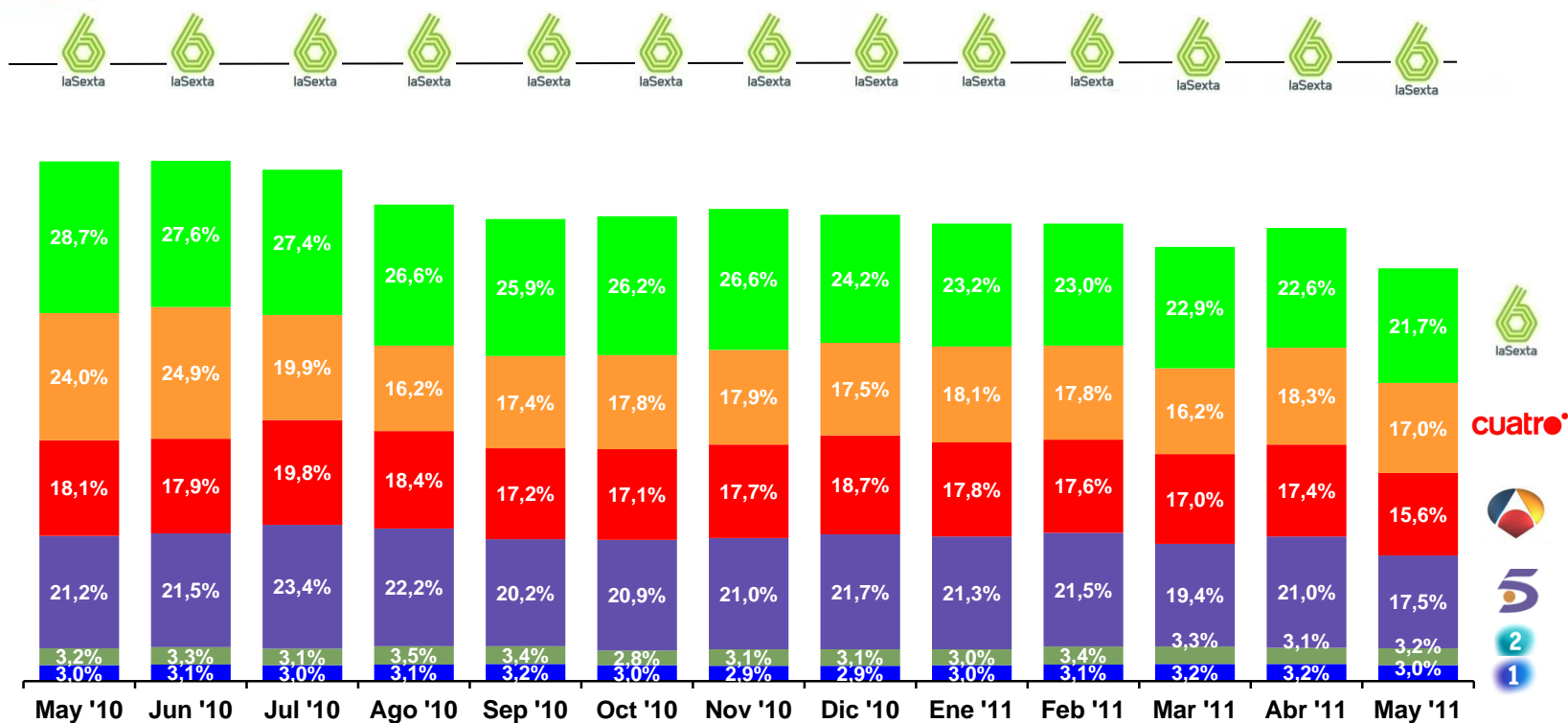
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Mayo 2011

Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales

16,4%	16,4%	16,1%	15,0%	14,5%	14,6%	14,9%	14,7%	14,4%	14,4%	13,7%	14,3%	13,0%
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

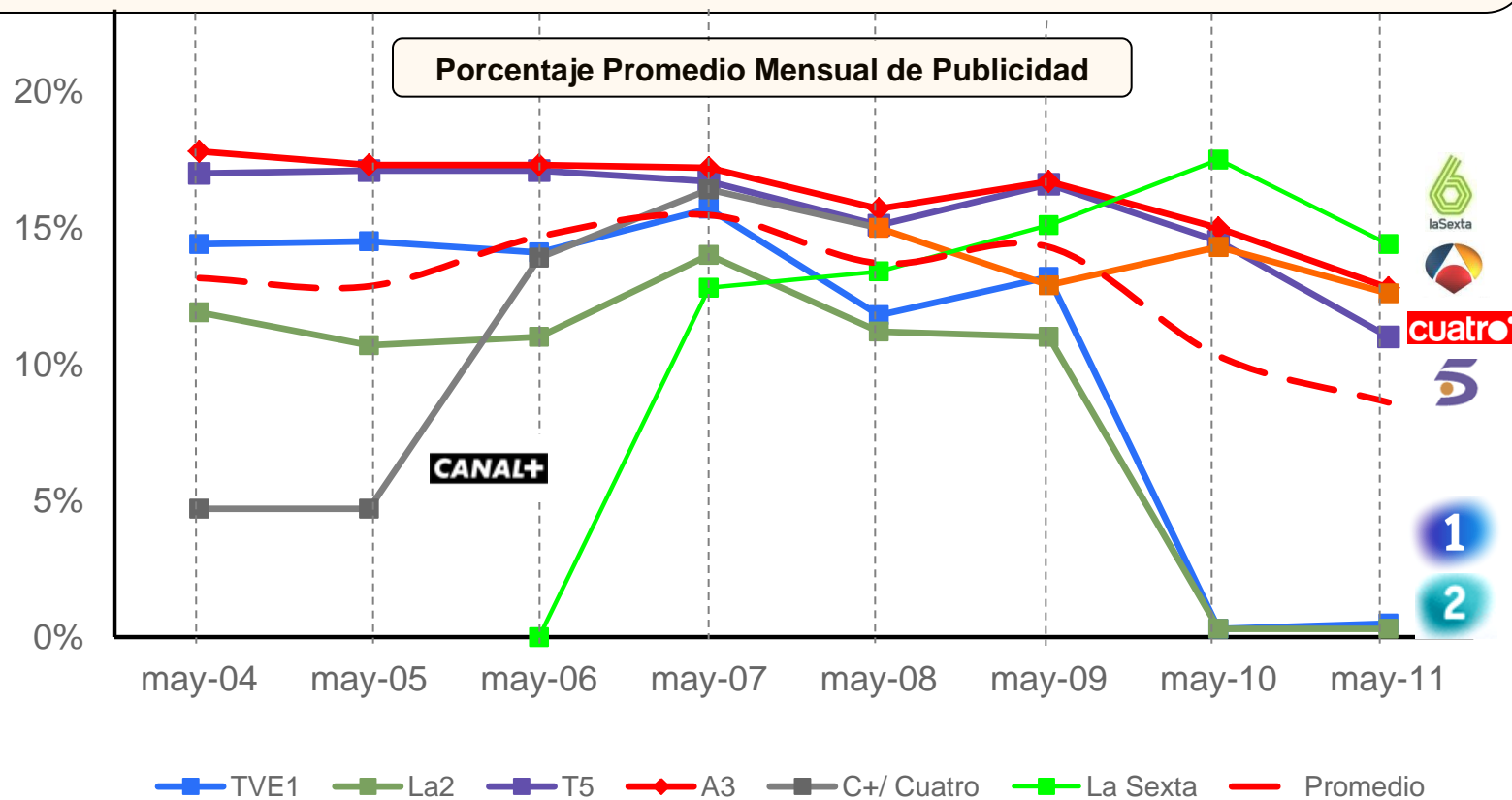
Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales

23,0%	23,0%	22,6%	20,8%	20,2%	20,5%	20,8%	20,5%	20,1%	20,0%	18,9%	19,8%	17,9%
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Acumulado 2011 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero - Mayo '11

Cadenas Nacionales	139.401	138.079	162.056	196.358	190.014	182.456	143.353	123.044
Cadenas Nacionales Privadas	83.079	84.471	105.975	135.545	134.179	132.080	141.710	122.660









Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Mayo 2011.







Mayo 2011

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

	21,7%
	17,5%
	17,0%
	15,6%
	3,2%
	3,0%







PUBLICIDAD

	13,9%
	12,0%
	11,6%
	9,6%
	0,4%
	0,2%







TELETIENDAS

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







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

	2,6%
	2,3%
	2,2%
	2,0%
	1,8%
	1,7%







PATROCINIOS

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

TELEPROMOCIONES

	0,9%
	0,8%
	0,3%
	0,2%
	0,0%
	0,0%

OTROS

	0,9%
	0,8%
	0,6%
	0,6%
	0,4%
	0,2%

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

1		Abril '11	Mayo '11
	PROGRAMACION	1389	1392
	Autoprom / Av. Prog.	32	32
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	7	6
	Patrocinios	2	0
	Telepromociones	0	0
	Otros	4	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	170	202	204	146	265
10	6	6	3	3	4
0	0	0	0	0	0
2	2	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1	0	1	0	0	1

2		Abril '11	Mayo '11
	PROGRAMACION	1391	1387
	Autoprom / Av. Prog.	35	37
	Teletienda	0	0
	Publicidad*	3	4
	Patrocinios	1	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
403	173	197	203	144	268
13	5	8	5	4	1
0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
2	0	1	1	1	1

5		Abril '11	Mayo '11
	PROGRAMACION	1138	1189
	Autoprom / Av. Prog.	27	24
	Teletienda	60	60
	Publicidad*	185	139
	Patrocinios	8	6
	Telepromociones	13	13
	Otros	10	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
357	147	173	169	133	210
8	3	5	4	4	0
0	0	0	0	0	60
46	25	24	32	12	0
2	1	1	2	0	0
3	2	5	2	0	0
3	2	1	2	1	0

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









Fuente: Kantar Media

Mayo 2011









Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

		Abril '11		Mayo '11
	PROGRAMACION	1189		1215
	Autoprom / Av. Prog.	35		32
	Teletienda	0		0
	Publicidad*	191		166
	Patrocinios	6		5
	Telepromociones	9		12
	Otros	9		8

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
357	135	173	157	125	269
11	6	3	6	5	1
0	0	0	0	0	0
44	34	28	41	19	0
1	1	1	1	0	0
5	1	3	3	0	0
2	1	2	2	1	0

		Abril '11		Mayo '11
	PROGRAMACION	1176		1196
	Autoprom / Av. Prog.	26		29
	Teletienda	19		21
	Publicidad*	200		173
	Patrocinios	3		5
	Telepromociones	4		4
	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
355	141	168	158	126	248
10	3	6	5	4	0
0	0	0	0	0	21
48	31	32	43	18	0
1	1	1	1	0	0
1	2	0	1	0	0
6	1	2	2	1	1

		Abril '11		Mayo '11
	PROGRAMACION	1114		1128
	Autoprom / Av. Prog.	25		26
	Teletienda	66		67
	Publicidad*	216		201
	Patrocinios	4		4
	Telepromociones	3		3
	Otros	12		12

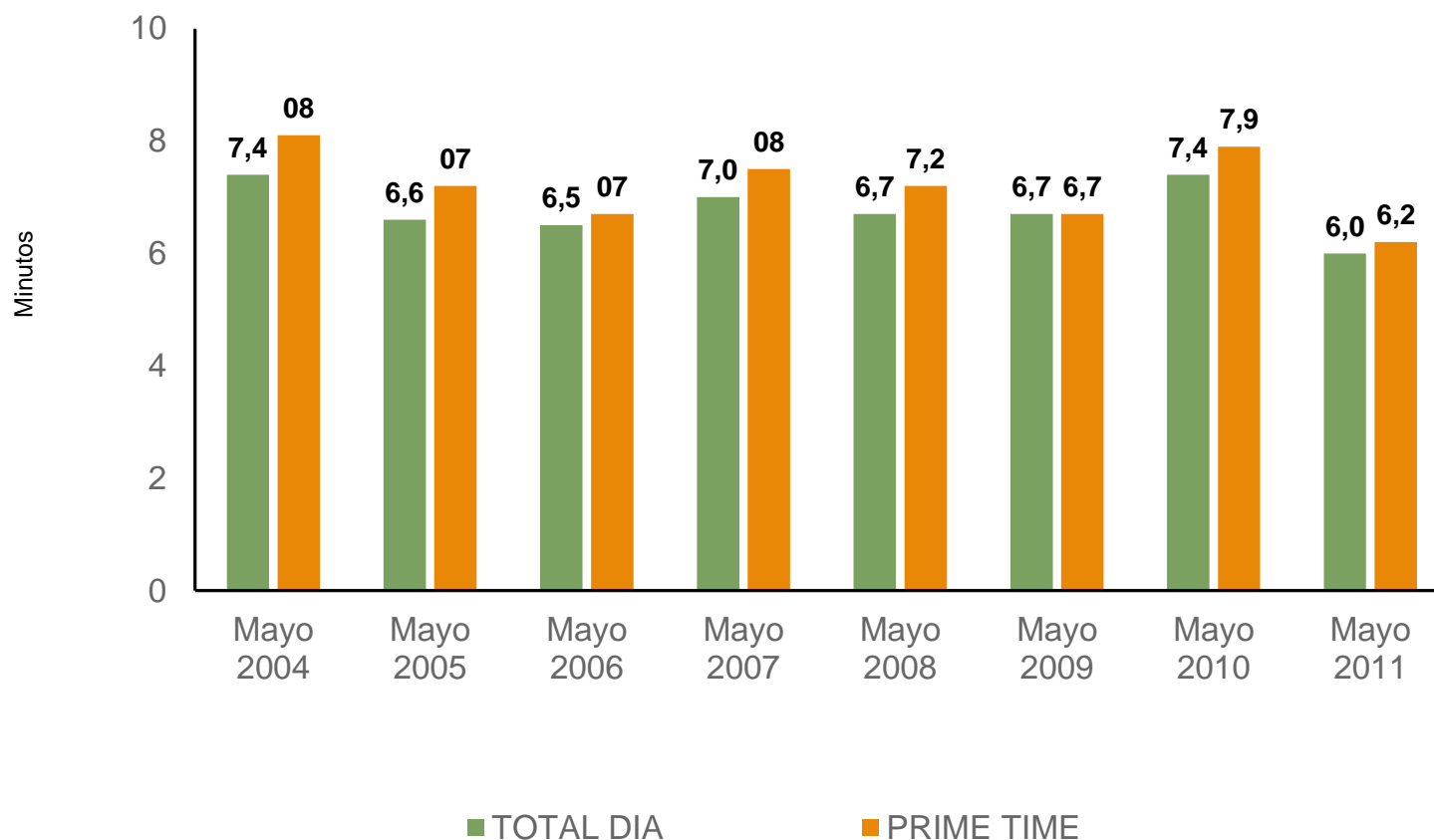
mañanas	sobremesa	tarde	noche	madrug1	madrug2
7:00-13:59	14:00 -16:59	17:00-20:29	20:31-23:59	24:00-2:29	2:31-6:59
326	142	167	165	122	205
9	2	6	4	4	0
6	0	0	0	0	62
74	33	34	36	21	3
1	1	1	1	0	0
0	1	0	1	1	0
5	1	2	2	1	0

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

Fuente: Kantar Media

Mayo 2011

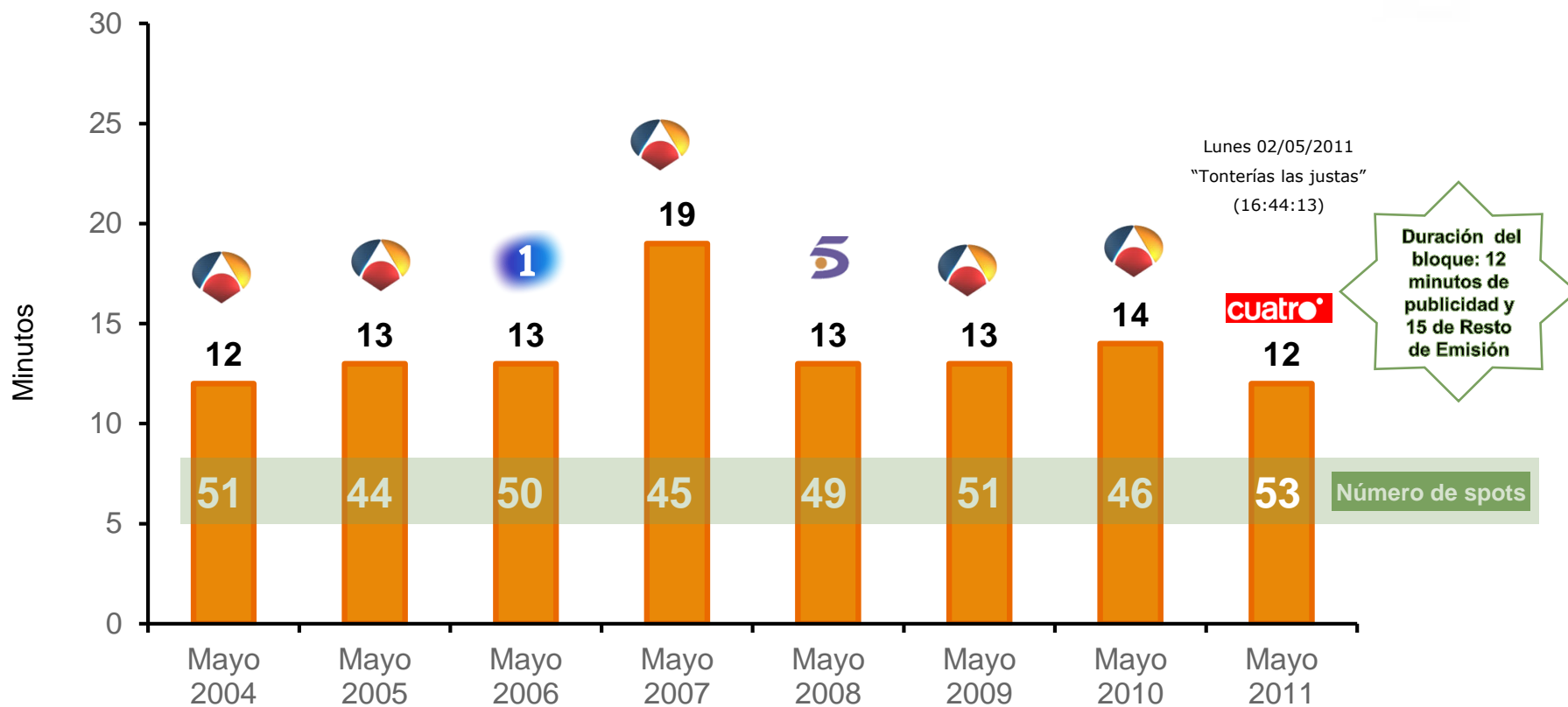
Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (*)



(*) Ámbito: Madrid (TVE1, La2, T5, A3, 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

Mayo 2011

Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots



(*) Ámbito: Madrid (TVE1, La2, T5, A3, CUATRO y LA SEXTA.
No se han contemplado las desconexiones regionales.
Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)
Fuente: TNS Audiencia de Medios


Mayo 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	 C9	C. Valenciana	12,6%
2	 C. SUR	Andalucía	12,0%
3	 CL7	Castilla y León	10,3%
4	 TVM	Madrid	9,9%
5	 CMT	Castilla la Mancha	9,7%
6	 ETB2	País Vasco	9,3%
7	 TVG	Galicia	8,7%
8	 TV3	Cataluña	8,1%
9	 IB3	I. Baleares	7,1%
10	 TPA	Asturias	7,0%

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.

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Mayo 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)
	DESTINO EUROVISION	14/05/2011	19:59:36	24:41:53	4:42:17	3.761	9,0	0,0	00:00
	GRAN RESERVA / CAPITULO 22	26/05/2011	22:18:12	23:27:32	1:09:20	3.517	8,4	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	23/05/2011	15:44:44	16:15:58	0:31:14	1.499	3,6	0,0	00:00
	CLASICAS / DOCE DEL PATIBULO	11/05/2011	22:02:15	24:25:31	2:23:16	1.279	3,0	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)
	SUPERVIVIENTES	05/05/2011	21:56:14	25:55:27	3:59:13	3.568	8,5	14,0	33:28
	PIRATAS / COMO NACE UNA LEYENDA	09/05/2011	22:10:42	23:35:17	1:24:35	3.303	7,9	19,3	16:20

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


Mayo 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)
	LOS QUIEN	02/05/2011	22:10:55	23:06:16	0:55:21	3.207	7,6	1,3	00:44
	HISPANIA, LA LEYENDA / CAPITULO 11	17/05/2011	22:16:59	23:45:49	1:28:50	3.065	7,3	21,2	18:52

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL HORMIGUERO	04/05/2011	21:36:49	22:38:18	1:01:29	2.187	5,2	18,7	11:31
	PERDIDOS EN LA CIUDAD	08/05/2011	22:26:29	23:55:09	1:28:40	2.124	5,1	13,9	12:19

	Título/Descripción	Fecha	Hora de Inicio	Hora de Fin	Duración Total Programa	AM(000)	AM%	Ocu%	Duración de los bloques (mm:ss)
	EL TAQUILLAZO / EL DÍA DE MAÑANA (THE DAY AFTER TOMORROW)	03/05/2011	22:33:12	24:36:33	2:03:21	2242	5,3	9,9	12:15
	BONES / EL DESCUBRIDOR	30/05/2011	22:25:48	23:14:15	0:48:27	1807	4,3	14,5	07:01

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

Mayo 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)
	SUPERVIVIENTES	05/05/2011	21:56:14	25:55:27	3:59:13	3568	8,5	14,0	33:28
	PIRATAS / COMO NACE UNA LEYENDA	09/05/2011	22:10:42	23:35:17	1:24:35	3303	7,9	19,3	16:20
	LOS QUIEN	02/05/2011	22:10:55	23:06:16	0:55:21	3207	7,6	1,3	00:44
	HISPANIA, LA LEYENDA / CAPITULO 11	17/05/2011	22:16:59	23:45:49	1:28:50	3065	7,3	21,2	18:52
	LA QUE SE AVECINA / UNA EX-MUJER, UN EX-PRESIDENTE Y	01/05/2011	22:07:57	23:26:10	1:18:13	2888	6,9	10,0	07:48
	ATRAPA UN MILLON	20/05/2011	22:11:58	23:47:18	1:35:20	2545	6,1	13,0	12:23
	HOSPITAL CENTRAL / MORIR DE PIE	11/05/2011	22:45:53	24:12:07	1:26:14	2533	6,0	14,5	14:43
	CINE / AGORA	18/05/2011	22:02:57	24:18:02	2:15:05	2530	6,0	15,3	20:41
	SUPERVIVIENTES: ULTIMA HORA	23/05/2011	21:53:18	22:34:29	0:41:11	2404	5,7	22,9	09:26
	EL TAQUILLAZO / EL DIA DE MAÑANA (THE DAY AFTER TOMO	03/05/2011	22:33:12	24:36:33	2:03:21	2242	5,3	9,9	12:15

(**) 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

Mayo 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			

Mayo 2011