

Ocupación publicitaria y promocional de las televisiones

Abril 2010

De acuerdo con el informe del Observatorio AEA de la publicidad correspondiente al mes de abril, La Sexta ha recuperado su posición de enero como la cadena con mayor ocupación publicitaria y promocional (Resto de Emisión), con un 26,8%, de su tiempo total de emisión. Ninguna cadena nacional registraba un porcentaje tan elevado desde noviembre de 2008. LA SEXTA es, además, la única que incrementa esa ocupación con respecto a marzo.

TELE 5 se sitúa en segundo lugar (tras liderar el ranking en febrero y marzo) con un 23,5%, seguida de ANTENA 3 (19,4%) y CUATRO (18,2%). Entre las autonómicas la mayor ocupación se registra en CANAL SUR (14,3%), TELEMADRID (14,0%), ETB2 (13,8%) y CMT (13,6%).

Por franjas del día, LA SEXTA lidera la ocupación publicitaria y promocional por las mañanas y por la madrugada; ANTENA 3 en la sobremesa y noche, y TELE 5 por la tarde. Globalmente, los mayores niveles de ocupación se registran en la madrugada tardía de LA SEXTA (32,1%) debido sobre todo a las teletiempos, tal y como puede verse en el siguiente detalle por tipo de formato publicitario/promocional:

	TVE-1	LA 2	ANTENA 3	TELE 5	CUATRO	LA SEXTA
Publicidad	0,4	0,3	16,3	16,4	13,8	17,0
Teletienda	0,0	0,0	0,0	4,2	1,4	6,4
Avances	2,0	2,0	2,2	1,9	2,1	2,2
Autopromoción	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3
Telepromoción	0,0	0,0	0,2	0,2	0,1	0,2
Otros	0,3	0,5	0,6	0,8	0,8	0,6
TOTAL	2,9	3,1	19,4	23,5	18,2	26,8

Tras la desaparición de la publicidad en TVE, se observa un incremento global de la misma en las cadenas comerciales del 9,4%, al pasar de 105.785 a 115.710 minutos entre enero y abril. En este último mes se observa un descenso de la publicidad en TELE 5, en ANTENA 3 y en CUATRO, mientras sube en LA SEXTA. Las autopromociones y los avances de programación aumentan su presencia en TELE 5 y ANTENA 3, mientras desciende TVE-1, LA 2 y CUATRO.

Puede accederse al informe completo en:

<http://www.anunciantes.com/downloads/observatorio/InformeEjecutivoAbril2010.pdf>