

Análisis mensual de TV: Claves

Septiembre 2013



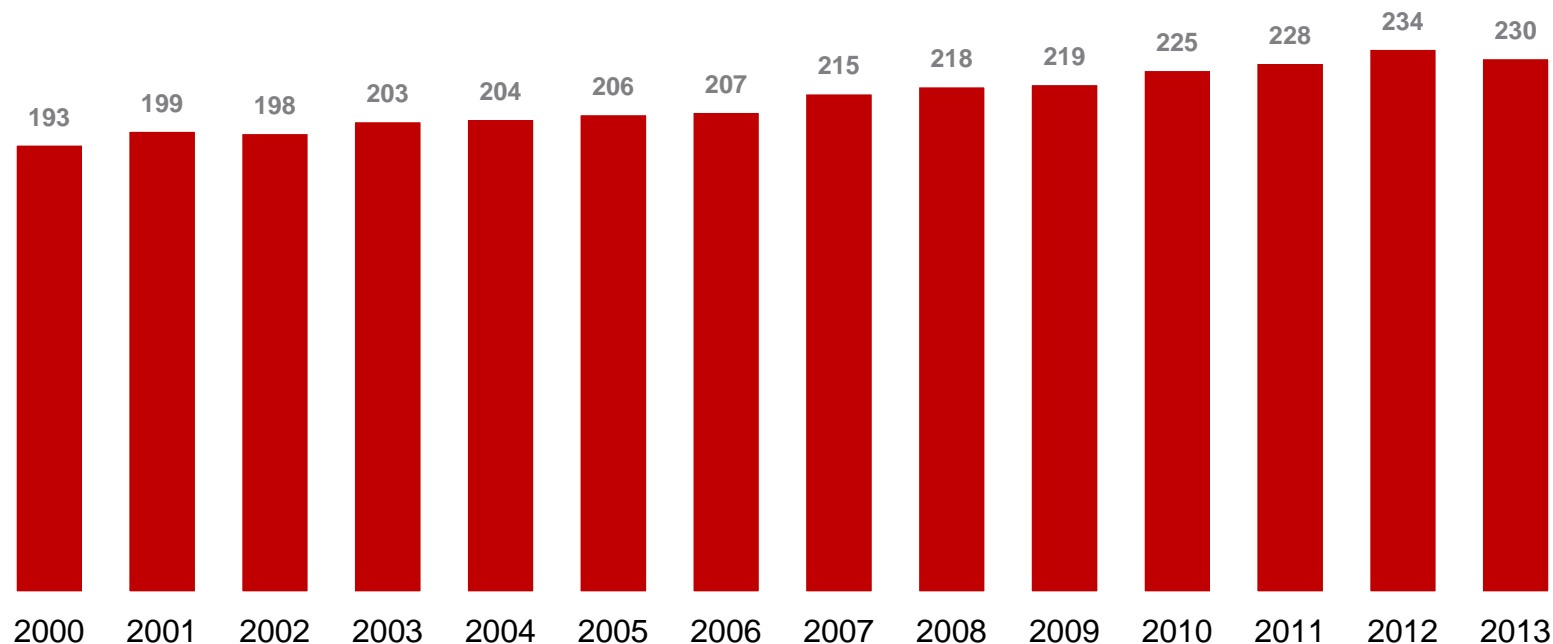
Claves

1. El verano ha llegado a su fin y con septiembre se vuelve a la normalidad. Recuperamos el tiempo frente a la televisión subiendo el **consumo** a **230 minutos por persona al día**, 37 más que en agosto pero cuatro menos que en septiembre del 2012.
2. **Mediaset** (29,5%), repite liderazgo frente al **Grupo Atresmedia** (29%). Con un 36.4% **Mediaset** gana también en el **share comercial**. Por cadenas sin embargo es **A3** quien continúa la buena racha que ha tenido en verano y por tercer mes consecutivo consigue el primer puesto del ranking subiendo a un **13.5%**.
3. **RTVE** es líder de la **TV en internet** en usuarios únicos aunque en páginas vistas gana T5.
4. A nivel de **presión**, **Mediaset** representa el **42,5%** y **Atresmedia** el **39,2%**, pero mientras el primero decrece respecto a septiembre del año anterior Atresmedia incrementa su nivel de Grp's en un mes en el que el total mercado crece un 1%.
5. Se recupera la **ocupación** tras los meses estivales con bajada de La Sexta, que había subido mucho en verano

Evolución anual consumo TTV. Septiembre

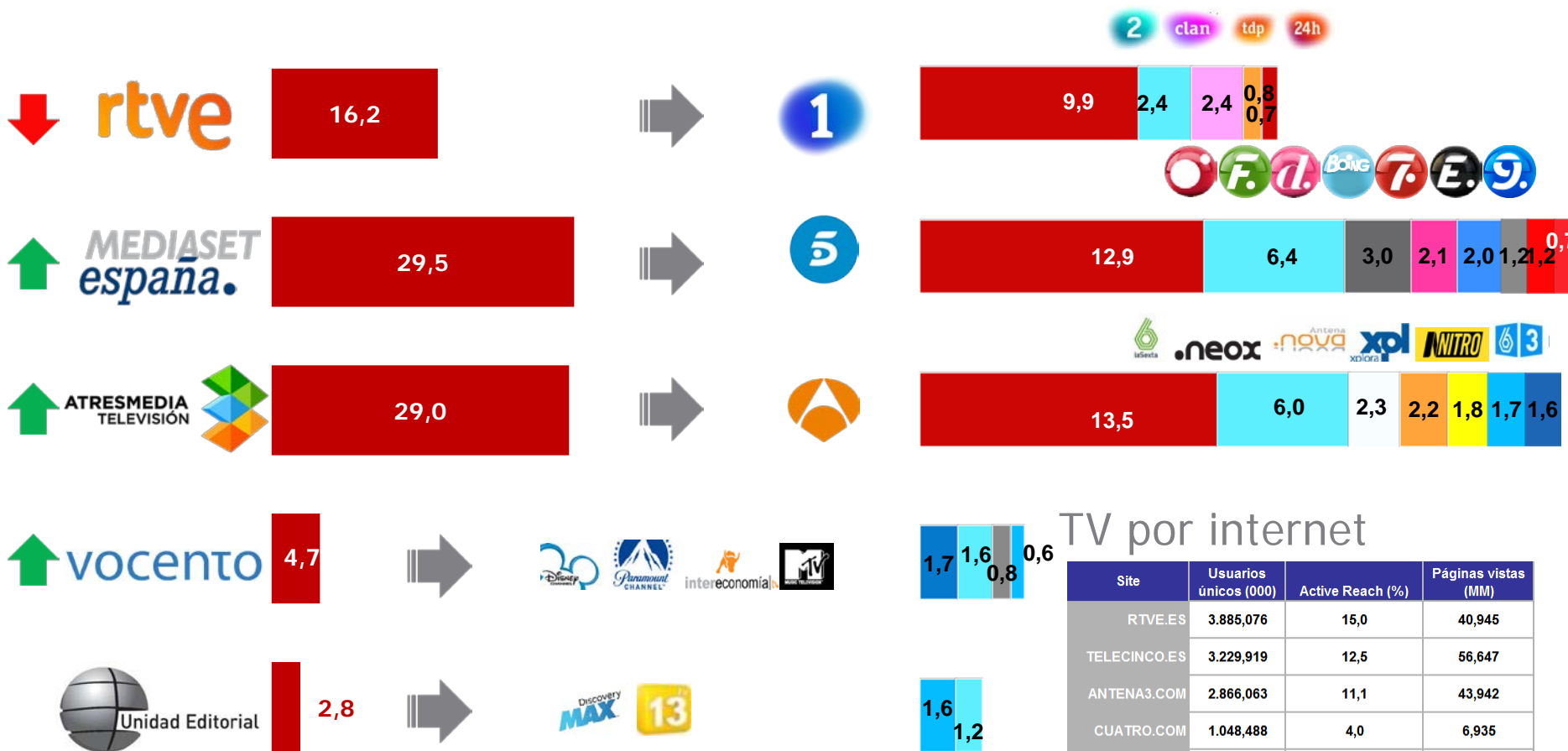


Minutos de Consumo



El **consumo** televisivo vuelve a subir tras el descanso veraniego con una media de **230 minutos por persona al día**, cuatro menos que en el mismo mes del 2012, año que sigue manteniendo récords mensuales.

Share por grupos de cadenas. Septiembre 2013



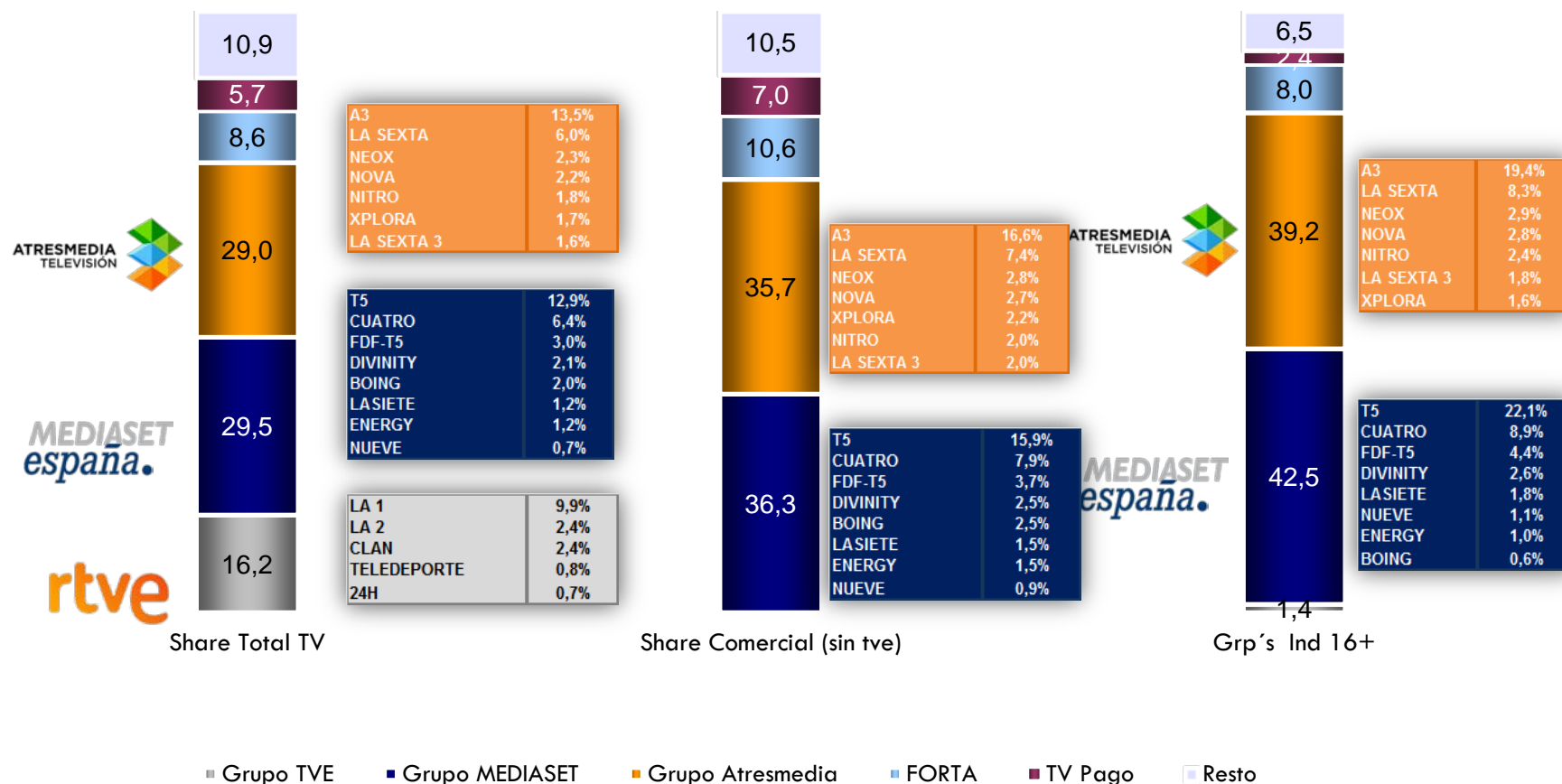
Mediaset vuelve a liderar con un 29.5% manteniendo la misma distancia, medio punto, con el Grupo Atresmedia.

En los grupos de cadenas sólo se consideran cadenas en abierto, no de pago
 Fuente: Kantar Media - Target: 4 y+ (España)

Fuente: Comscore, Total España. Agosto 2013

Share/Share comercial/Grp´s 20". Septiembre 2013

Tomando en consideración el share comercial, es decir sin tener en cuenta RTVE, Mediaset también lidera sobre Atresmedia con un 36,3%. La distancia aumenta a nivel de GRP´s donde Mediaset concentra el 42,5% a más de 3 puntos de su competidor.

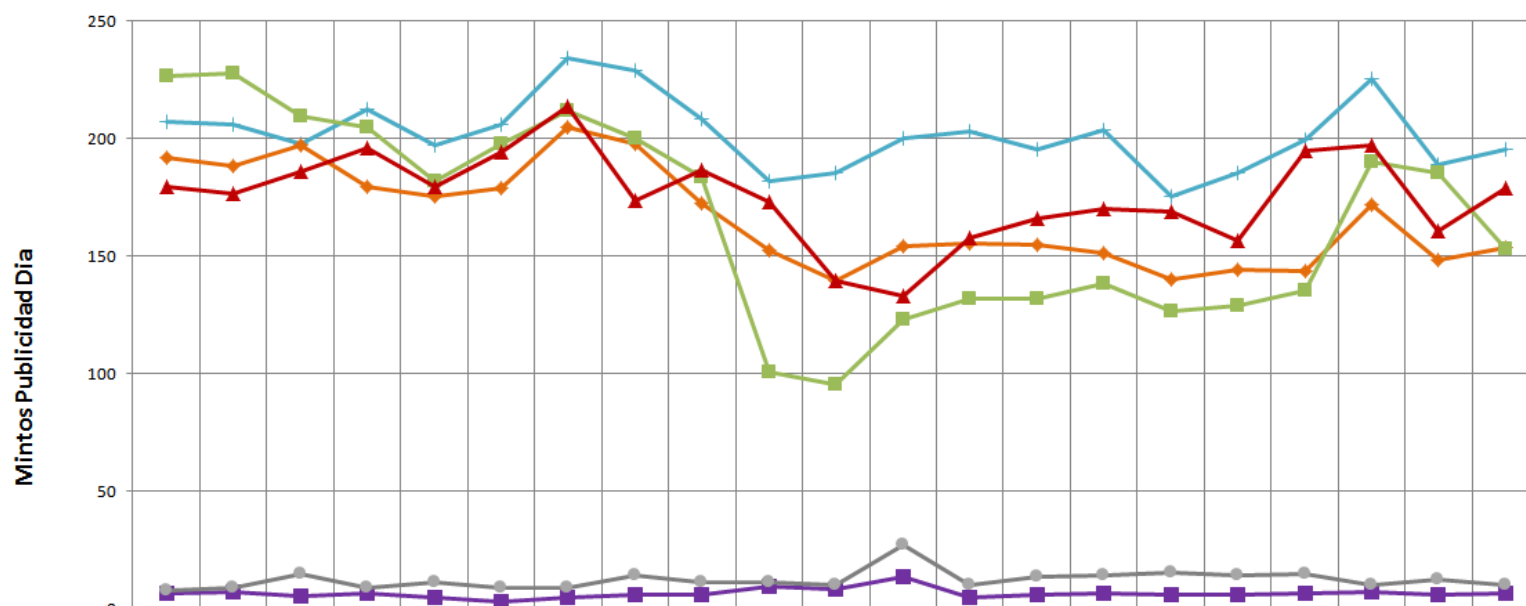


En share comercial tampoco se incluyen las cadenas no identificadas por Kantar

Fuente: Kantar Media - Target: 4 y+ (España)

Ocupación por cadenas. Evolución mensual

Las cadenas pueden emitir un máximo de 12 minutos por hora de publicidad (288 día). El nivel de ocupación publicitaria actual queda por debajo de ese límite liderado por los 196 de **Tele 5**, con bajada de La Sexta tras el subidón del verano.



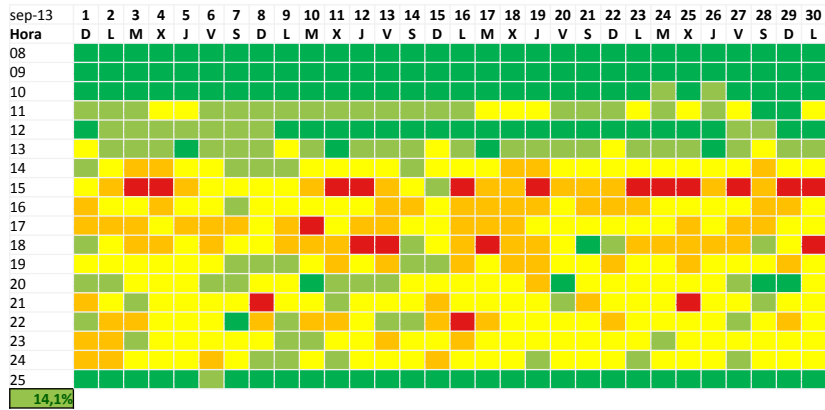
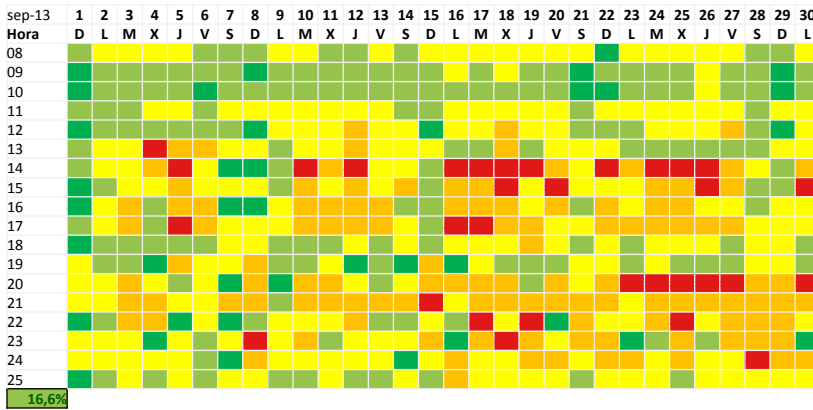
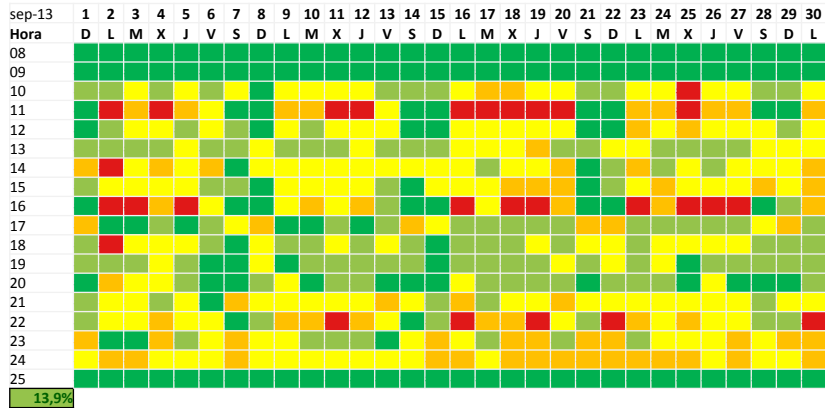
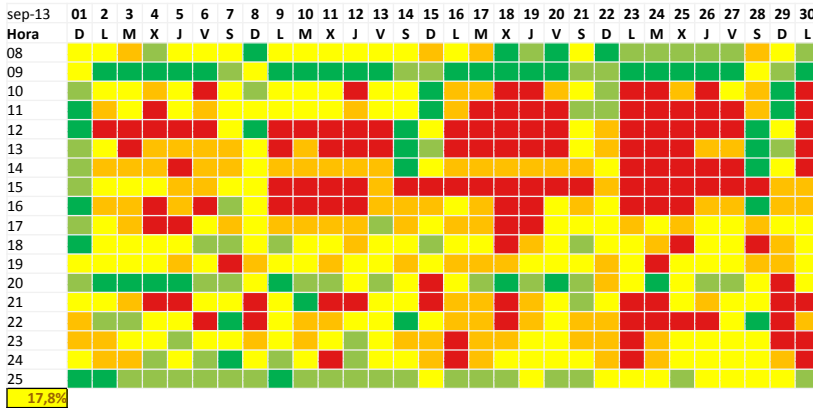
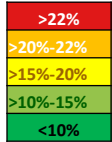
	ene-12	feb-12	mar-12	abr-12	may-12	jun-12	jul-12	ago-12	sep-12	oct-12	nov-12	dic-12	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	jul-13	ago-13	sep-13
T5 (195)	207	206	198	212	197	206	234	229	209	182	186	200	203	196	204	176	186	199	226	189	196
A3 (151)	192	188	197	180	175	179	205	198	173	152	140	154	155	155	151	140	144	144	172	149	154
LA SEXTA (137)	227	228	209	205	182	198	212	200	184	101	96	123	132	132	138	127	129	135	190	185	153
CUATRO (166)	180	177	186	196	180	194	214	174	187	173	140	133	158	166	170	169	157	195	197	161	179
La2 (7)	7	7	6	7	5	3	5	6	6	10	8	14	5	6	7	6	6	7	7	6	7
La1 (14)	8	9	15	9	11	9	9	14	11	12	10	27	10	14	14	16	15	15	10	13	10

(*) Promedio últ.12 meses

Fuente: Kantar Media, A.M. Target: Adultos +16 (PY&GEN)

Mapas de Ocupación publicitaria por horas. Sept.13

El máximo del 20% de publicidad por hora es superado por todas las cadenas en algunas franjas pero **Tele 5** sigue por delante con diferencia.



Fuente: Elaborado con datos de Kantar Media, A.M