



01 junio 2019

# Junio en 5 minutos



## Junio en 5 minutos

El mes de junio se despiden en medio de una intensa ola de calor y nos arroja los siguientes resultados en relación al comportamiento del mercado publicitario. La campaña de supermercados Lidl se postula como la más activa del mes alcanzando un total de 2.294 Grp's a 20'' seguido muy de cerca por la cerveza Damn con 2.286 Grp's a 20'' y por Dentix que vuelve a quedar relegado a la tercera posición con una actividad muy similar a la de mayo. Analizando spot a spot, los diez spots de mayor relevancia del mes se emitieron durante la final de la Eurocopa Sub 21 que se emitió en La 1 el pasado día 30 y en 'Supervivientes' en Tele 5. Seat Tarraco repite como anuncio más visto del mes consiguiendo 13 Grps a formato en la final de la Sub 21. Otra campaña de coches, Volkswagen/My Renting iguala sus resultados y empatan con Seat en la primera posición. Les sigue de nuevo un spot de una marca de automoción, BMW/X1 que alcanza 11,4 Grps. Martini y Toyota Corolla consiguen la tercera posición del mes alcanzando 10,3 Grps esta vez con sendos anuncios emitidos en 'Supervivientes'. Analizando la presión publicitaria durante el pasado mes de mayo comprobamos que se emitieron un total de 207.040 Grp's a formato y 187.447 a 20''. Estas cifras suponen un descenso del 6,6% respecto a junio de 2018 en lo que respecta al volumen de Grp's a 20'' lanzados al mercado. En lo que respecta al acumulado anual se han emitido desde enero hasta junio un total de 1.270.303 Grp's a formato y 1.157.974 a 20''. Estas cifras representan un descenso del 5,9% de los Grps emitidos a 20'' aunque en este último mes se han suavizado las pérdidas que se han venido produciendo todos los meses de la primera mitad del año. En medio de este descenso generalizado, en lo que respecta a los resultados por cadenas, las cadenas principales consiguen mantener el tipo, especialmente Antena 3 que ha sido capaz de incrementar un 7% la presión publicitaria en 20''. Mientras que las cadenas secundarias de los grandes grupos (Cuatro, La Sexta) experimentan descensos muy bruscos, sobre todo Cuatro que reduce su presión un 41%. Tele 5 sigue manteniendo el liderazgo llegando a los 44.456 puntos de presión publicitaria a formato y a 40.079 a 20''. En lo que respecta a La 1 de TVE experimenta una caída inferior a la media del mercado (-4% en Grps a 20''). Analizando los resultados acumulados por cadenas, los principales grupos comercializadores están en peores condiciones respecto al año anterior. Fuera de esta tendencia a la baja, TVE aumenta un 6% sus Grps' a 20'' mientras que Movistar mantiene resultados y se salva de los números rojos. Las cadenas autonómicas son las más afectadas por la caída del mercado con unas pérdidas que rondan el 14%

En cuanto a la ocupación publicitaria, el análisis de los datos muestra que en términos generales respetan los límites legales. El prime time es con diferencia la franja más saturada del día.

Pasamos ahora al análisis de las audiencias televisivas. Tele 5 sube una décima respecto a mayo y supera la barrera del 15% obteniendo un 15,4% de share. La principal cadena de Mediaset también lidera el acumulado anual con una cuota del 14,5%. En segunda posición se sitúa la grande de Atresmedia con un 11,7% de share seguida por la cadena pública que cae por debajo del 9% alcanzando un 8,8% de cuota de pantalla. Entre Cuatro y La Sexta, la cadena de Atresmedia sigue superando con bastante amplitud a Cuatro con un 6,7% de share frente al 5,9% de la de Mediaset. Entre las temáticas en abierto, FDF gana una décima respecto a mayo y vuelve a repetir como líder de su categoría con un 3% de cuota, mientras que Neox se queda en segunda posición con un 2,5% de share seguida de Energy con un 2,4%. En lo que respecta a los canales autonómicos, TV3 pierde dos décimas respecto a mayo, pero sigue liderando el ranking con una diferencia muy amplia respecto a sus competidores. La catalana anota un 13,9% de share seguida por TVG con un 9,7% y ATV con un 8,5%. Finalmente, entre las cadenas de pago, Fox lidera nuevamente con una cuota del 0,4% seguida por AXN y TNT con un 0,3% de share.

Para finalizar el análisis, hacemos un repaso por los programas más vistos del mes. Haciendo un resumen de los principales resultados podemos concluir que 'Supervivientes' y el fútbol han sido los contenidos preferidos de la audiencia. La primera posición del ranking la ocupa la gala de 'Supervivientes'. Tele 5 sigue sacándole partido a Isabel Pantoja. Su reality estrella ocupa la primera posición del ranking de programas más vistos de junio. De media, 3.294.000 individuos han seguido el programa que registra una cuota del 34%. En segunda posición, encontramos a un sucedáneo del programa. 'Supervivientes: Tierra de Nadie', la versión del reality programada para la noche de los martes. Sus resultados son ligeramente inferiores: 2.946.000 espectadores de media que representan al 18.3% de la audiencia. Y en tercer puesto, encontramos el partido disputado entre la selección española y la sueca para clasificarse para la Eurocopa de 2020 que estuvo muy cerca de alcanzar los 2.900.000 televidentes concentrando al 21.6% de la audiencia global de su franja.

Por lo demás, destacamos la buena acogida de la nueva ficción de Tele 5. 'Señoras del Hampa' se ha estrenado este mes de junio con buenos resultados. Cerca de dos millones y medio de espectadores han seguido la nueva serie de Tele 5 que encabeza la lista de programas de ficción más vistos del mes.

Finalmente analizando el consumo de televisión del mes de junio, se registran importantes caídas para todos los targets respecto al mismo periodo del año pasado. Es muy probable que las altas temperaturas registradas en el último mes hayan empujado a los españoles a salir de casa para combatir el calor provocando un retroceso del consumo. Revisando los datos del acumulado anual, los resultados son similares en todos los casos. En lo que respecta a la población general, en lo que llevamos de año su tiempo al frente del televisor ha bajado un total de 16 minutos. Como nota positiva podemos afirmar que la caída de los targets más jóvenes se está suavizando respecto a periodos anteriores.

## Top 20 Anuncios más vistos

Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

Spot	Cadena	Fecha	Programa	Hora	GRP a formato
1. SEAT/TARRACO	CUATRO	2019-06-30	POST FUTBOL:EUROCOPIA SUB 21	22:37	13,0
2. VOLKSWAGEN/MY RENTING	CUATRO	2019-06-30	POST FUTBOL:EUROCOPIA SUB 21	22:37	13,0
3. BMW/X1	CUATRO	2019-06-30	FUTBOL:EUROCOPIA SUB 21	21:32	11,4
4. MARTINI	T5	2019-06-20	SUPERVIVIENTES	23:14	10,3
5. TOYOTA/COROLLA HYBRID	T5	2019-06-20	SUPERVIVIENTES	23:14	10,3
6. OPPO/RENO SERIES/TELEFONOS MOVILES	T5	2019-06-06	SUPERVIVIENTES	23:10	10,0
7. OPEL/LA TEMPERATURA OPEL	T5	2019-06-13	SUPERVIVIENTES	23:52	10,0
8. HEINEKEN/0.0/CERVEZA SIN ALCOHOL	T5	2019-06-20	SUPERVIVIENTES	23:50	9,8
9. NISSAN/QASHQAI-(TECH DAYS)	T5	2019-06-20	SUPERVIVIENTES	23:50	9,8
10. BBVA/APLICACION	CUATRO	2019-06-30	POST FUTBOL:EUROCOPIA SUB 21	22:38	9,8
11. KIA MOTORS/NIRO HIBRIDO	CUATRO	2019-06-30	POST FUTBOL:EUROCOPIA SUB 21	22:38	9,8
12. NISSAN/QASHQAI-(TECH DAYS)	T5	2019-06-13	SUPERVIVIENTES	23:30	9,7
13. NISSAN/X-TRAIL-(GAMA SUV)	T5	2019-06-06	SUPERVIVIENTES EXPRES	22:50	9,6
14. EXPEDIA.ES	T5	2019-06-06	SUPERVIVIENTES	23:29	9,5
15. IPHONE X R/TELEFONO MOVIL	T5	2019-06-20	SUPERVIVIENTES	23:28	9,4
16. VODAFONE/BANDA ANCHA MOVIL 5G	T5	2019-06-13	SUPERVIVIENTES	23:15	9,4
17. TOYOTA/COROLLA HYBRID	T5	2019-06-13	SUPERVIVIENTES	23:15	9,4
18. IPHONE X R/TELEFONO MOVIL	CUATRO	2019-06-27	POST FUTBOL:EUROCOPIA SUB 21	22:56	9,3
19. VODAFONE/BANDA ANCHA MOVIL 5G	CUATRO	2019-06-30	POST FUTBOL:EUROCOPIA SUB 21	22:39	9,2
20. MAPFRE/SEG.AUTOMOVIL	CUATRO	2019-06-30	POST FUTBOL:EUROCOPIA SUB 21	22:39	9,2

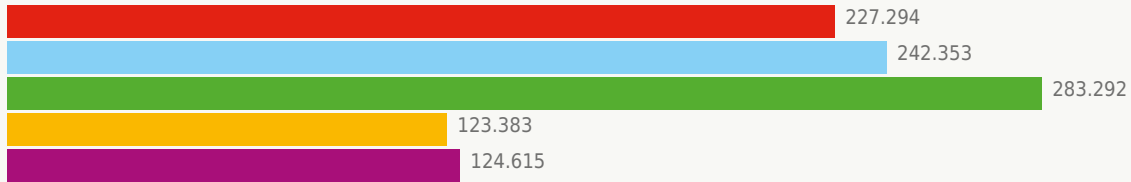
Spot de oro

## GRP's por target

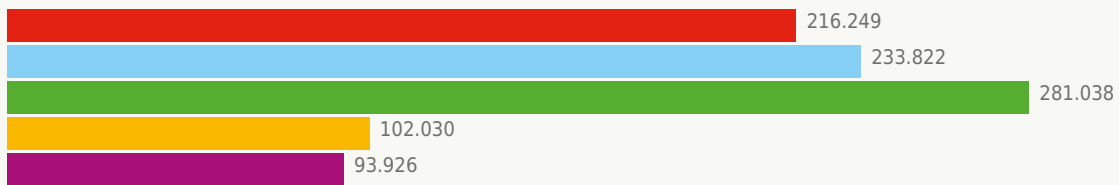
Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

### Lunes a Domingo

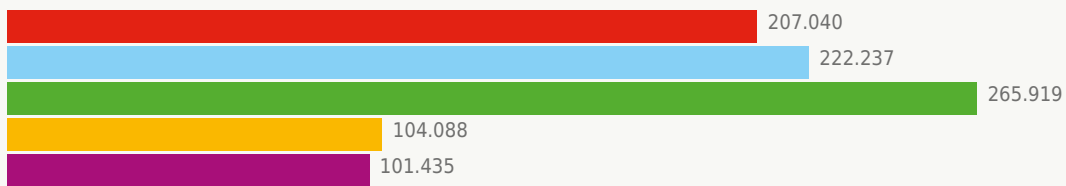
Junio 2018



Mayo 2019



Junio 2019



Ind 4+ Adultos Amas de casa 13 a 24 4 a 12

## Campañas más activas

Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

Campañas más activas	
LIDL/SUPERMERCADO	2.294,0
DAMM/ESTRELLA/CERVEZA	2.286,0
DENTIX/CLINICA DENTAL	1.715,0
MAHOU/CINCO ESTRELLAS	1.687,0
CASA TARRADELLAS/PIZZ	1.587,0
VODAFONE/BANDA ANCHA MOVIL 5G	1.513,0
COMPRAMOSTUCOCHES.ES	1.480,0
TRIVAGO.ES	1.468,0
MUTUA MADRILEÑA AUTOMOVILISTA	1.295,0
VOLKSWAGEN/ID.	1.212,0
MAPFRE/SEG.AUTOMOVIL	1.123,0
PLATANO DE CANARIAS	1.122,0
SECURITAS DIRECT/ALARMAS	1.062,0
MEDIOLANUM/BANCO	1.057,0
NATURGY/SUPER PACK/PROVEEDOR ENERGIA	1.049,0

## % Ocupación publicitaria por cadenas

Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

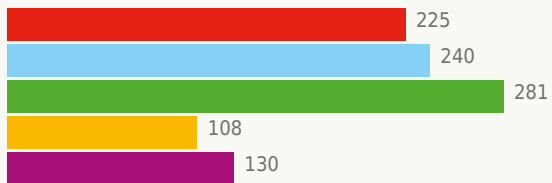
Por cadenas	LA1	LA2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA
Madrugada	0,4	0	0	0	0	0,1
Mañana	1,6	0,6	47,8	57,5	53,9	46,5
Sobremesa	2	1,5	75,1	90,8	78,1	86,6
Tarde	2,1	1,6	52,5	74,1	78,8	64,8
Prime Time	2,3	2,3	87,7	116,2	103,9	119,9
Late Night	1,3	2	50,5	46,6	42,9	37,8

## Consumo de TV

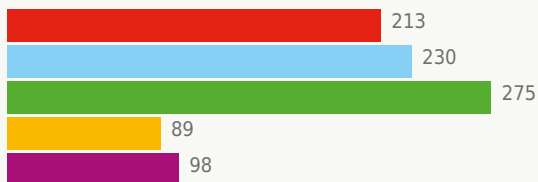
Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

### Lunes a Viernes

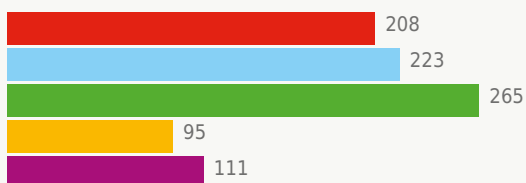
Junio 2018



Mayo 2019

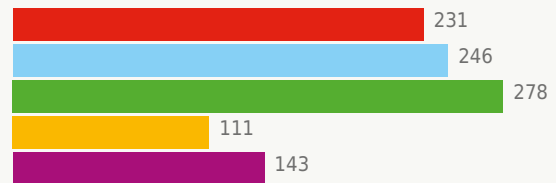


Junio 2019

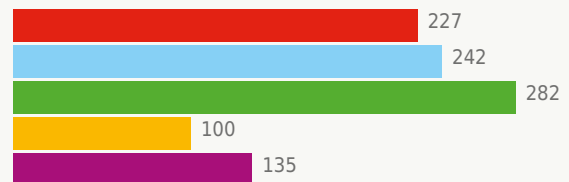


### Sábado a domingo

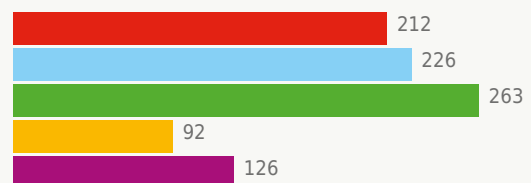
Junio 2018



Mayo 2019



Junio 2019



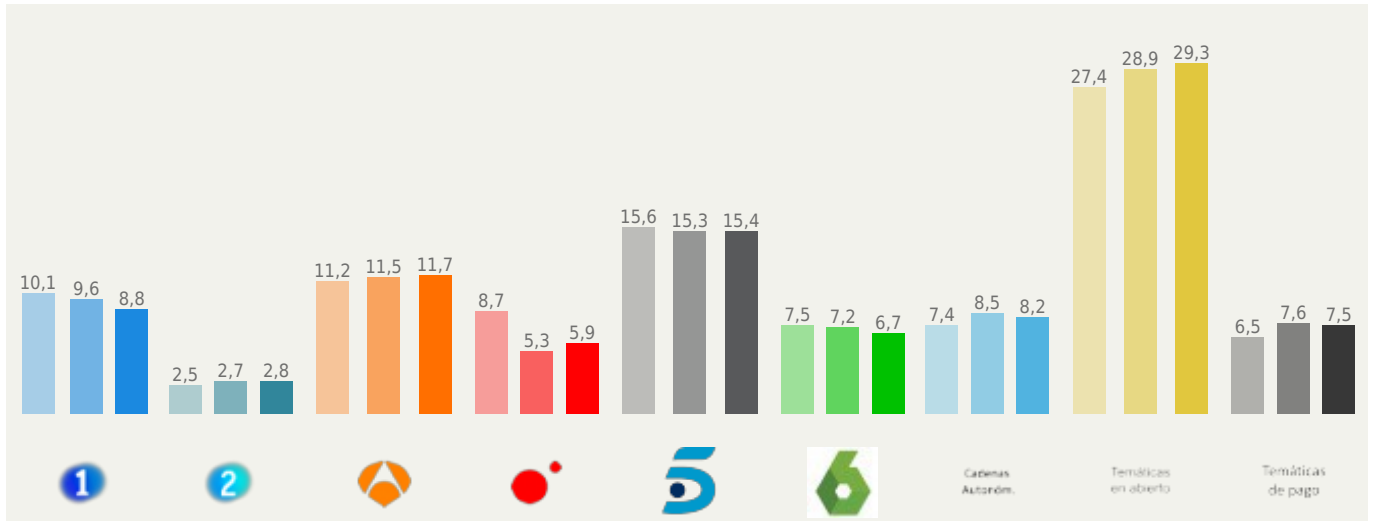
Ind 4+   Adultos   Amas de casa   13 a 24   4 a 12



## Cuota de las cadenas

Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

Junio 2018 - Mayo 2019 - Junio 2019



Junio 2018 Mayo 2019 Junio 2019

## Cuota de las cadenas por franjas

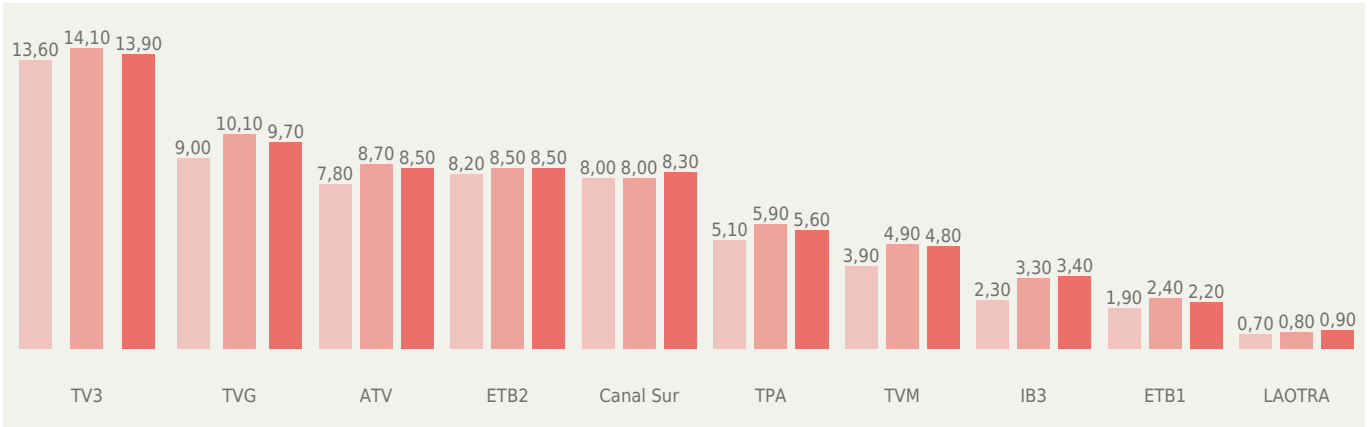
Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

Cadenas nacionales	Junio 2018	Mayo 2019	Junio 2019
Total Día			
Madrugada			
Mañana			
Sobremesa			
Tarde			
Prime Time			
Late Night			

## Cuota de las cadenas autonómicas

Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

**Cuota Media de las autonómicas: 8.20%**

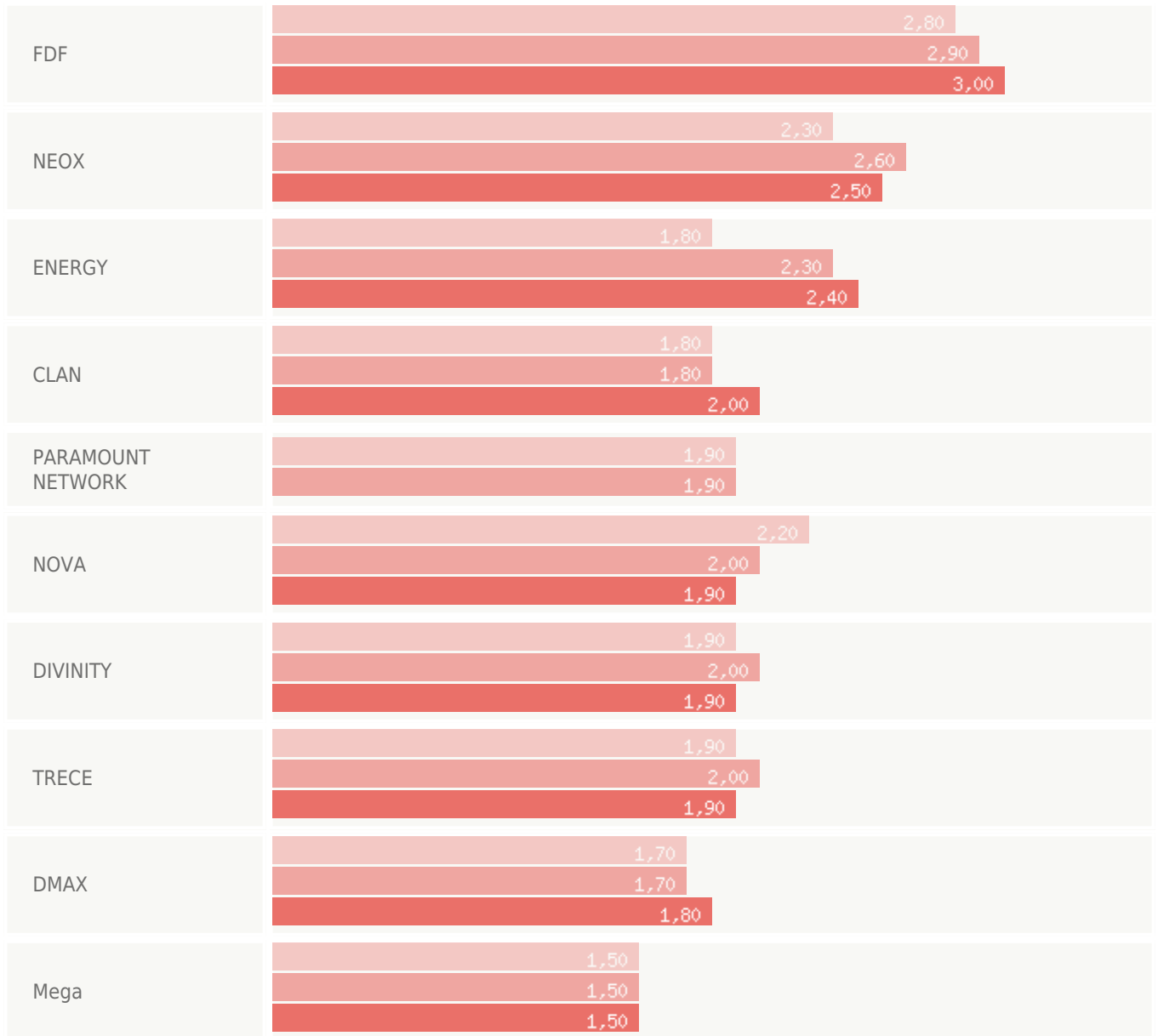


Junio 2018 Mayo 2019 Junio 2019

## Cuota de las temáticas en abierto

Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

**Cuota media temáticas en abierto: 29.30%**

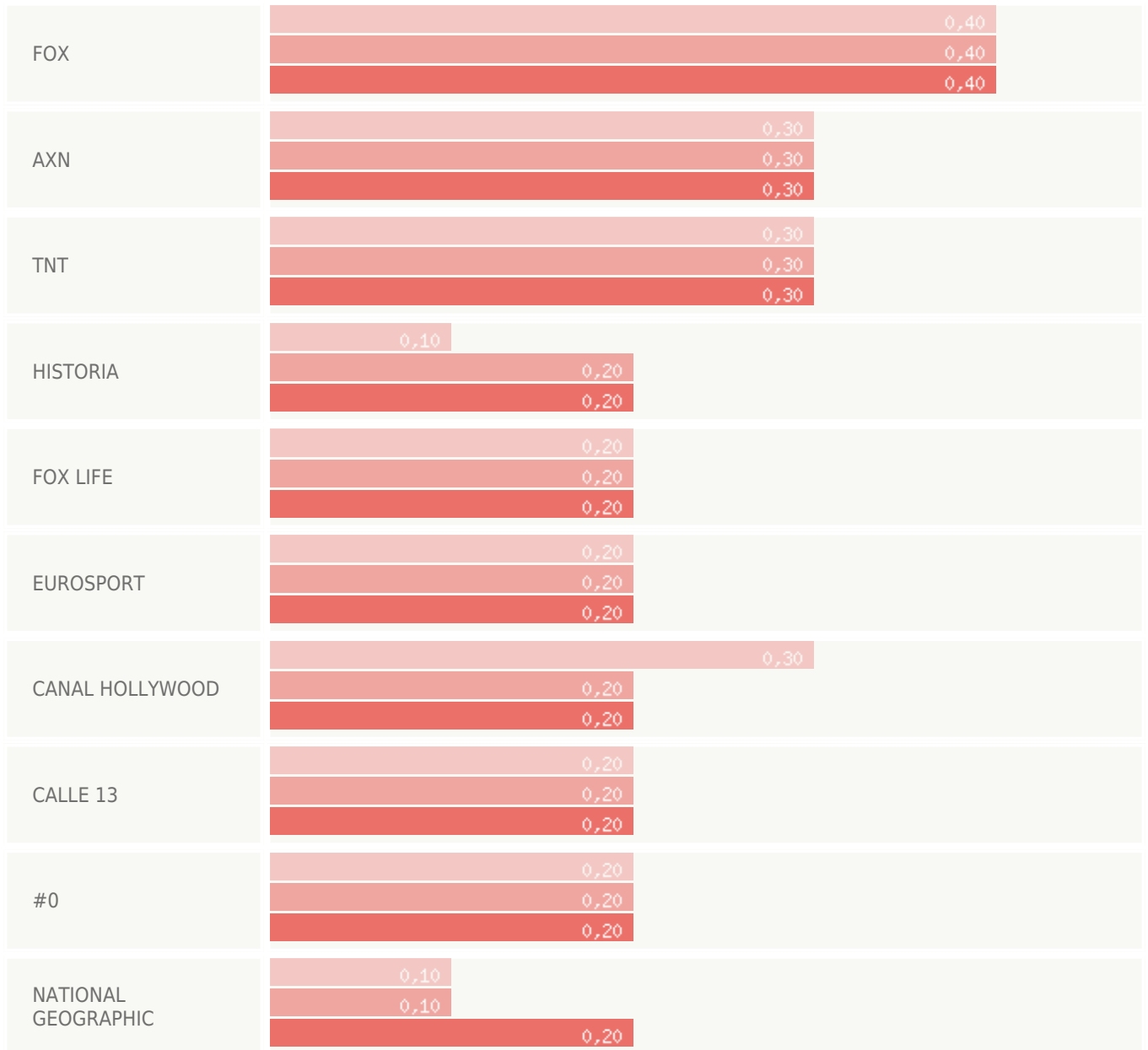


Junio 2018 Mayo 2019 Junio 2019

## Cuota de las temáticas de pago

Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

**Cuota media temáticas de pago: 7.50%**



■ Junio 2018 
 ■ Mayo 2019 
 ■ Junio 2019

## Ranking de programas

### Top 20

Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

Top 20	Cadena	Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
1. SUPERVIVIENTES	T5	Prime Time	4	3.294	34,0
2. SUPERVIVIENTES:TIERRA DE NADIE	T5	Prime Time	4	2.946	18,3
3. FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA	LA1	Prime Time	2	2.896	21,6
4. EUROPEAN QUALIFIERS	LA1		2	2.585	20,1
5. SUPERVIVIENTES:CONEXION HONDURAS	T5	Prime Time	5	2.478	23,7
6. SEÑORAS DEL HAMPA	T5	Prime Time	2	2.428	18,4
7. SUPERVIVIENTES:TIERRA DE NADIE	CUATRO	Prime Time	4	2.360	22,8
8. SUPERVIVIENTES:ULTIMA HORA	T5	Prime Time	8	2.305	14,5
9. EL HORMIGUERO 3.0	A3	Prime Time	16	2.161	14,0
10. ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	Sobremesa	20	2.102	17,9
11. INFORMATIVOS T5 21:00	T5	Prime Time	30	1.882	16,0
12. DEPORTES	A3	Sobremesa	14	1.816	15,2
13. PASAPALABRA	T5		20	1.815	18,3
14. FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE	LA1	Prime Time	1	1.749	12,3
15. ¡BOOM!	A3		20	1.737	17,9
16. LA VOZ SENIOR:ULTIMO ASALTO	A3	Prime Time	2	1.711	13,8
17. ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	Prime Time	20	1.701	14,4
18. SALVAME NARANJA	T5	Sobremesa	20	1.690	18,5
19. LA VOZ SENIOR	A3	Prime Time	1	1.676	14,1
20. LA VOZ SENIOR:FINAL	A3	Prime Time	1	1.648	13,5

## Ranking de programas

### Cadenas nacionales

Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
1	1. FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA	Prime Time	2	2.896	21,6
	2. EUROPEAN QUALIFIERS		2	2.585	20,1
	3. FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE	Prime Time	1	1.749	12,3
	4. EL TIEMPO 2	Prime Time	18	1.624	11,6
	5. TELEDIARIO 1	Sobremesa	20	1.529	12,9
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
2	1. SABER Y GANAR	Sobremesa	20	972	8,3
	2. LOS BOSQUES OLVIDADOS DE MALASIA	Sobremesa	1	607	5,4
	3. CACHITOS DE HIERRO Y CROMO	Prime Time	8	585	3,9
	4. HISTORIAS PARA RECORDAR	Prime Time	1	566	3,6
	5. DIAS DE CINE CLASICO:PELICULA	Prime Time	4	545	3,9
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
3	1. EL HORMIGUERO 3.0	Prime Time	16	2.161	14,0
	2. ANTENA 3 NOTICIAS 1	Sobremesa	20	2.102	17,9
	3. DEPORTES	Sobremesa	14	1.816	15,2
	4. ¡BOOM!		20	1.737	17,9
	5. LA VOZ SENIOR:ULTIMO ASALTO	Prime Time	2	1.711	13,8
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
4	1. SUPERVIVIENTES:TIERRA DE NADIE	Prime Time	4	2.360	22,8
	2. FUTBOL:EUROCOPA SUB 21		18	1.096	9,6
	3. INFORME TEM:LAS CLOACAS DEL PERIODISMO	Prime Time	1	1.074	6,9
	4. LA SAGA AL COMPLETO	Prime Time	2	951	7,0
	5. LOS GIPSY KINGS	Prime Time	1	905	7,2
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota

	1. SUPERVIVIENTES	Prime Time	4	3.294	34,0
	2. SUPERVIVIENTES:TIERRA DE NADIE	Prime Time	4	2.946	18,3
	3. SUPERVIVIENTES:CONEXION HONDURAS	Prime Time	5	2.478	23,7
	4. SEÑORAS DEL HAMPA	Prime Time	2	2.428	18,4
	5. SUPERVIVIENTES:ULTIMA HORA	Prime Time	8	2.305	14,5
<b>Top 5</b>		<b>Franja</b>	<b>Emisiones</b>	<b>Aud*</b>	<b>Cuota</b>
	1. EL INTERMEDIO	Prime Time	16	1.366	9,2
	2. EL TAQUILLAZO	Prime Time	4	1.248	10,0
	3. LA SEXTA NOTICIAS 14H		30	1.118	12,2
	4. LASEXTA COLUMNA	Prime Time	4	970	8,1
	5. AL ROJO VIVO	Mañana	20	829	14,6