



01 noviembre 2018

# Noviembre en 5 minutos



## Noviembre en 5 minutos

El mes de noviembre finaliza con una nueva ola del Estudio General de Medios, del cual se extrae que el consumo televisivo continúa siendo el rey y se mantiene estable respecto al mismo momento del año pasado. A pesar de que los minutos de consumo totales de televisión tradicional disminuyen, el consumo audiovisual entendido como un ecosistema en el que se incluye el mundo digital y las nuevas OTTs (Netflix, HBO, etc...), aumenta y se refuerza en nuestro país. Netflix, por ejemplo, consigue llegar a más de 7,4 millones de personas en este último acumulado, dato que supera (por primera vez) al número de personas que reciben Movistar +. Si analizamos los datos de Netflix, HBO y Amazon Prime Video, las principales OTTs, consiguen aumentar en un 42% (respecto al segundo acumulado de 2018) el número de personas que reciben dicho servicio.

Pasando al análisis publicitario, en los spots más vistos del mes, destaca que los 20 primeros del ranking fueron emitidos en La 1 durante el partido de la UEFA Nations League que enfrentó a España contra Croacia y en GH VIP. El 15 de noviembre, El Corte Inglés y Seat Ibiza consiguieron el oro con 12,3 Grp's a formato con sendos anuncios emitidos en La 1 a las 21:32. La tónica Nordic Mist ocupó la segunda posición con 11,3 Grp's gracias a un spot emitido el mismo día y en la misma cadena a las 22:38. Y El Corte Inglés consigue también el bronce con un pase de 10 Grp's emitido a las 22:46. En cuanto a las campañas más activas (sin tener en cuenta los anunciantes puramente digitales), Dentix repite una vez más en primera posición con 2.356 Grp's a 20'' acumulados, seguido por Casa Tarradellas que consigue 2.033 puntos de presión publicitaria con su campaña de pizzas. El bronce es para Lidl que consigue acumular 1.874 Grp's a 20''. Si hacemos foco en la actividad de aquellos anunciantes que han nacido, crecido y viven en el entorno digital, Amazon consigue acumular 3.696 Grp's a 20'' con todas sus campañas activas durante el mes de noviembre. La plata es para la aplicación de ecommerce Joom.es con 2.014 Grp's a 20'', y el bronce, a bastante distancia, se lo lleva compramostucoche.es con 728 puntos de presión publicitaria a 20 segundos.

Analizando la televisión en los entornos sociales, el mes de noviembre nos deja datos bastante robustos en relación al tirón de los realities shows en redes sociales. 'Gran Hermano VIP' de Tele 5 y 'Operación Triunfo' de La 1, son los espacios televisivos más comentados en Twitter con diferencia. El reality de Tele 5 acumula más de 8,8 millones de comentarios, mientras que el talent de La 1 llega a los 6,2 millones. Tras estos espacios, se queda Sálvame de Tele 5 con un acumulado de 347.000 menciones.

Por lo que respecta a los Grp's, el mes de noviembre finaliza con un notable descenso en la actividad publicitaria respecto al mismo mes de 2017. En términos generales, la presión global del mercado disminuye un 9% versus noviembre de 2017. Analizando los resultados de las principales cadenas, todas pierden volumen en comparación con el año pasado destacando el acusado descenso de Cuatro. Realizando la misma lectura con Grp's en 20'' la actividad cae un 8%. Y comparando los resultados acumulados este año hasta noviembre con los acumulados el año pasado en el mismo periodo, el año 2018 anota más de 2.500.000 Grp's a formato que suponen un 7% menos que en 2017 tanto a formato como en 20''.

Tele 5 pierde un 4% de su actividad en Grp's a formato y en 20'', mientras que Antena 3 pierde un 6% a formato y un 4% a 20''. El descenso de La Sexta está alineado con el registrado por Antena 3, -7% a formato y -5% en 20'', mientras que Cuatro es con diferencia la cadena con peores resultados entre las principales, cayendo cerca de un 20% tanto a formato como en 20''.

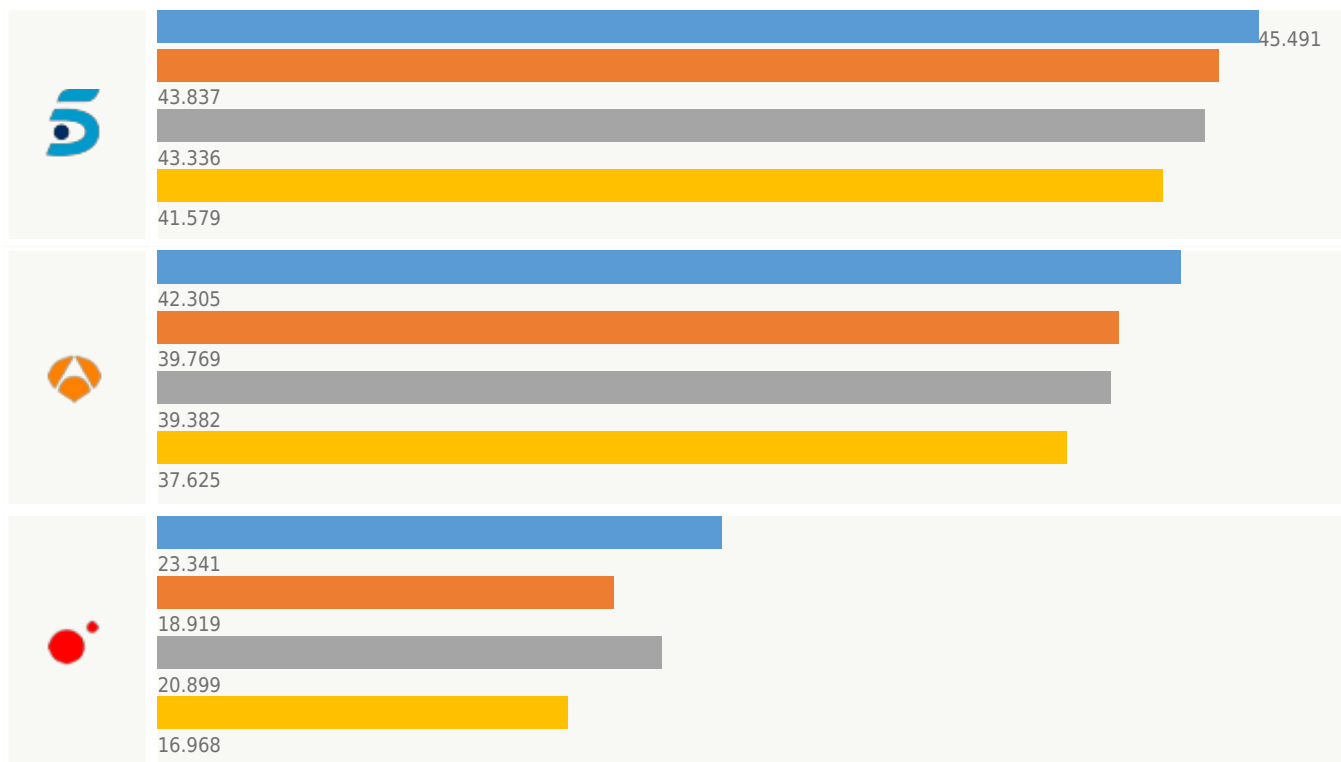
En cuanto a la ocupación, el mes de octubre todas las cadenas nacionales (a excepción de TVE y Tele 5) superan el límite de 12 minutos por hora durante la franja del prime time siendo La Sexta la que más se excede llegando a un 117% de ocupación.

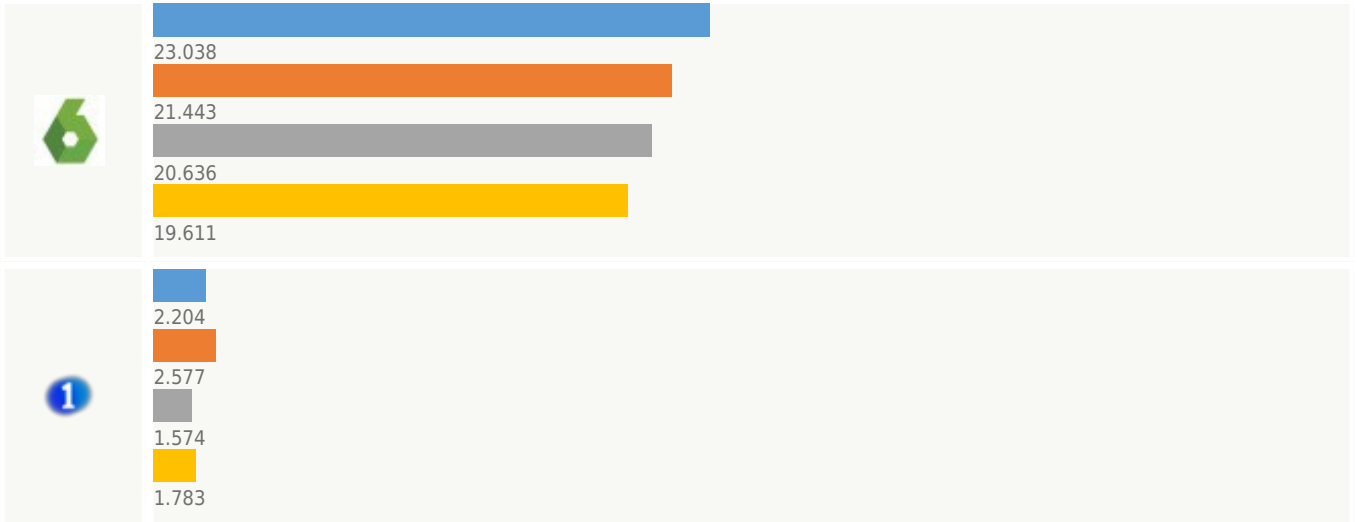
Si tenemos en cuenta la audiencia de las cadenas, Tele 5 consigue la misma cuota del mes de octubre y repite como cadena líder seguida de Antena 3 con un 12,6% de share (gana una décima respecto al mes anterior). La 1 ocupa la tercera posición con un 10,1% de cuota. La cadena pública pierde 5 décimas versus octubre. Entre Cuatro y La Sexta, se mantiene la gran distancia entre ellas con un 7,4% de cuota de La Sexta y un 5,6% de Cuatro.

En cuanto a las emisiones más vistas, destaca en primer lugar el partido de la UEFA emitido por La 1 que enfrentó el pasado 15 de noviembre a las selecciones de España y Croacia. El encuentro tuvo una audiencia media de 5.131.000 espectadores. En segundo lugar, se situó el reality 'GH VIP' cuyas 5 galas del mes de noviembre promediaron 3.077.000 espectadores. En tercera posición, volvemos a encontrar un partido de fútbol también emitido en la cadena pública. Se trata del encuentro amistoso disputado entre España y Bosnia-Herzegovina que alcanzó a una audiencia media de 3.021.000 espectadores. La cuarta posición es para otro reality de famosos. Hablamos de 'Masterchef Celebrity' que impactó de media a 2.948.000 individuos. Por lo demás, destacamos 'El Hormiguero 3.0' que como es habitual se cuela en el ranking de los más vistos y 'Cuéntame cómo Pasó' que fue el programa de ficción más visto del mes de noviembre.

## GRP's por Cadenas

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





■ Grp's a formato Noviembre 2017  
 ■ Grp's a formato Noviembre 2018  
 ■ Grp's 20" Noviembre 2017  
 ■ Grp's 20" Noviembre 2018

## 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. EL CORTE INGLES/MODA	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:32	12,3
2. SEAT/IBIZA	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:32	12,3
3. NORDIC MIST/GAMA	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	22:38	11,3
4. EL CORTE INGLES/MODA	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:46	10,0
5. CAIXABANK/FAMILY ILUSIONES	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:45	9,8
6. BET365.ES	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:45	9,8
7. SEAT/IBIZA	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:45	9,8
8. CAIXABANK/BANCO	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:44	9,6
9. BP/ULTIMATE/CARBURANTES	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:44	9,6
10. NORDIC MIST/GAMA	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:44	9,6
11. RENFE	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:44	9,6
12. PATROCINADORES OFICIALES FUTBOL UEFA NATIONS LEAGUE	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:44	9,6
13. BP/ULTIMATE/CARBURANTES	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:33	9,6
14. CAIXABANK/FAMILY ILUSIONES	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:33	9,6
15. MOVISTAR+/TELEVISION POR CABLE	T5	2018-11-08	GH VIP	23:09	9,4
16. APPLE/WATCH SERIES 4/RELOJ	T5	2018-11-01	GH VIP	23:28	9,1
17. EL CORTE INGLES/MODA	T5	2018-11-01	GH VIP	23:28	9,1
18. IPHONE X/TELEFONO MOVIL	T5	2018-11-08	GH VIP	23:28	9,1
19. APPLE/MACBOOK AIR	T5	2018-11-29	GH VIP	23:09	9,0
20. NORDIC MIST/GAMA	LA1	2018-11-15	UEFA NATIONS LEAGUE	21:34	8,9

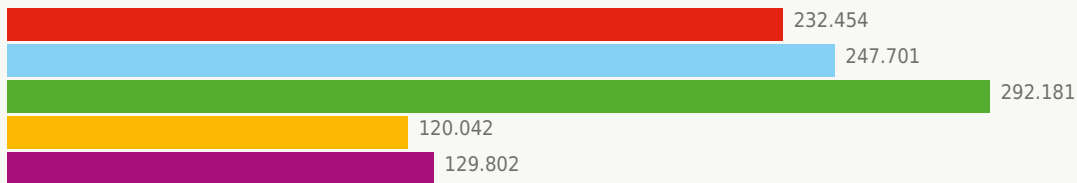
Spot de oro

## GRP's por target

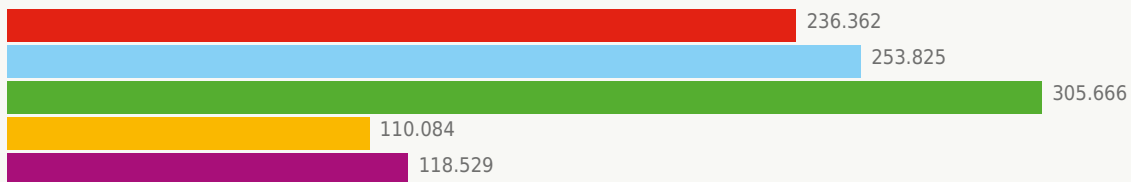
Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

### Lunes a Domingo

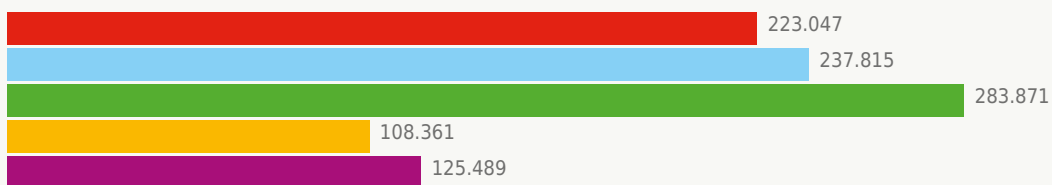
Noviembre 2017



Octubre 2018



Noviembre 2018



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	
DENTIX/CLINICA DENTAL	2.356,0
CASA TARRADELLAS/PIZZ	2.033,0
JOOM.ES	2.014,0
LIDL/SUPERMERCADO	1.874,0
LAE/SOR.EXTRA.NAVIDAD	1.771,0
RENAULT/GAMA LIMITED	1.715,0
PEUGEOT/508	1.662,0
OCASO/SEGUROS	1.614,0
MOVISTAR+/FUSION+	1.471,0
JAZZTEL/FIBRA OPTICA	1.416,0
MUTUA MADRILEÑA AUTOMOVILISTA	1.288,0
REPSOL/ELECTRICIDAD Y GAS	1.271,0
COFIDIS/CREDITOS	1.239,0
IBERDROLA	1.205,0
CEPSA/CEPSA HOGAR/GAS Y ELECTRICIDAD	1.149,0

## % 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	0,6	0	0	0	0	0
Mañana	2,2	0,9	45,9	46,4	47,8	37,2
Sobremesa	2,5	1,3	78,7	75,6	82	79,5
Tarde	2,4	2,5	53,1	60,7	80,2	62,4
Prime Time	1,7	2,4	83,9	104,3	107,5	116,6
Late Night	1	1,6	44,7	41	43,6	36

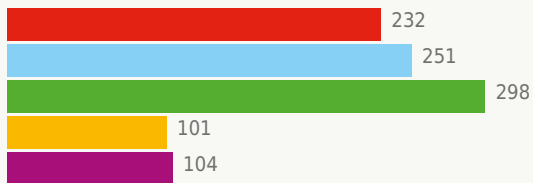


## Consumo de TV

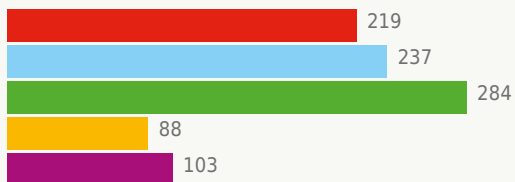
Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

### Lunes a Viernes

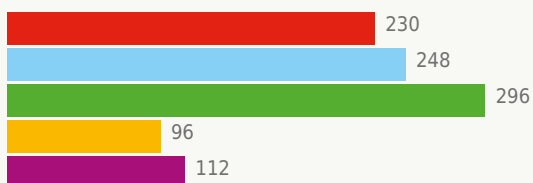
Noviembre 2017



Octubre 2018

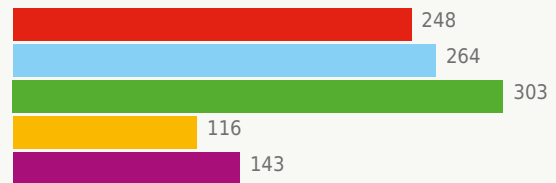


Noviembre 2018

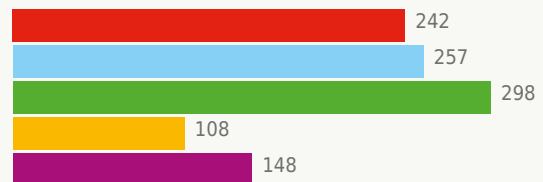


### Sábado a domingo

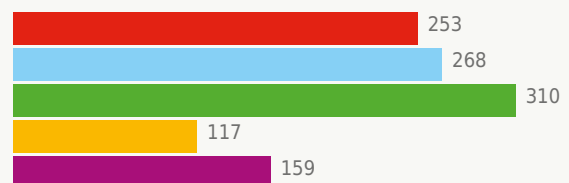
Noviembre 2017



Octubre 2018



Noviembre 2018

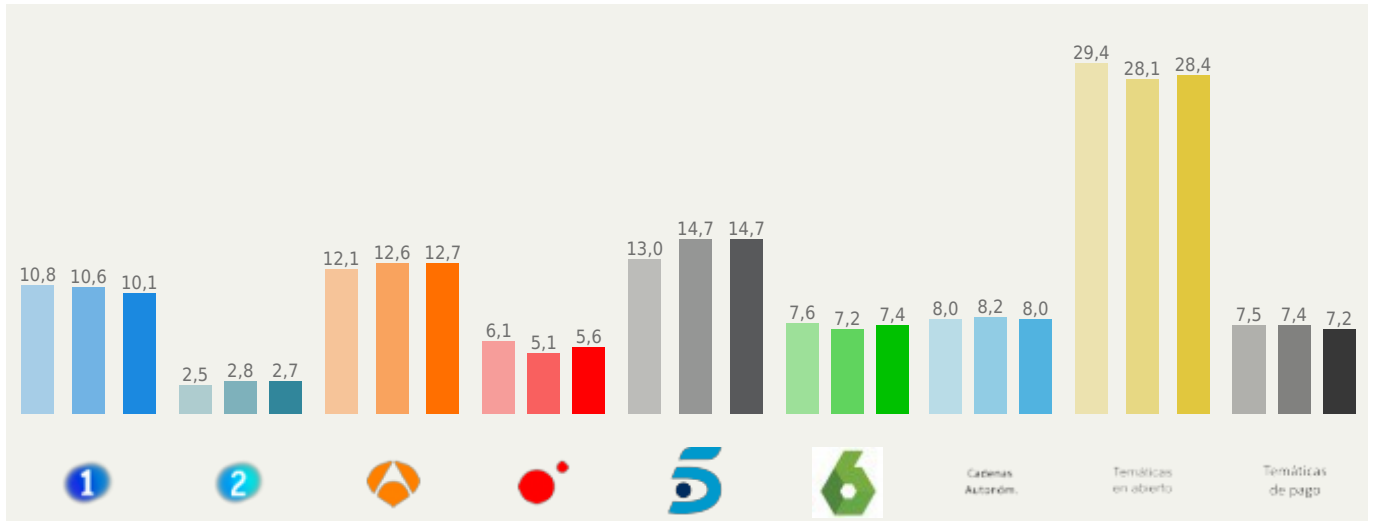


Ind 4+   Adultos   Amas de casa   13 a 24   4 a 12

## Cuota de las cadenas

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






















Noviembre 2017 - Octubre 2018 - Noviembre 2018



■ Noviembre 2017 ■ Octubre 2018 ■ Noviembre 2018

## Cuota de las cadenas por franjas

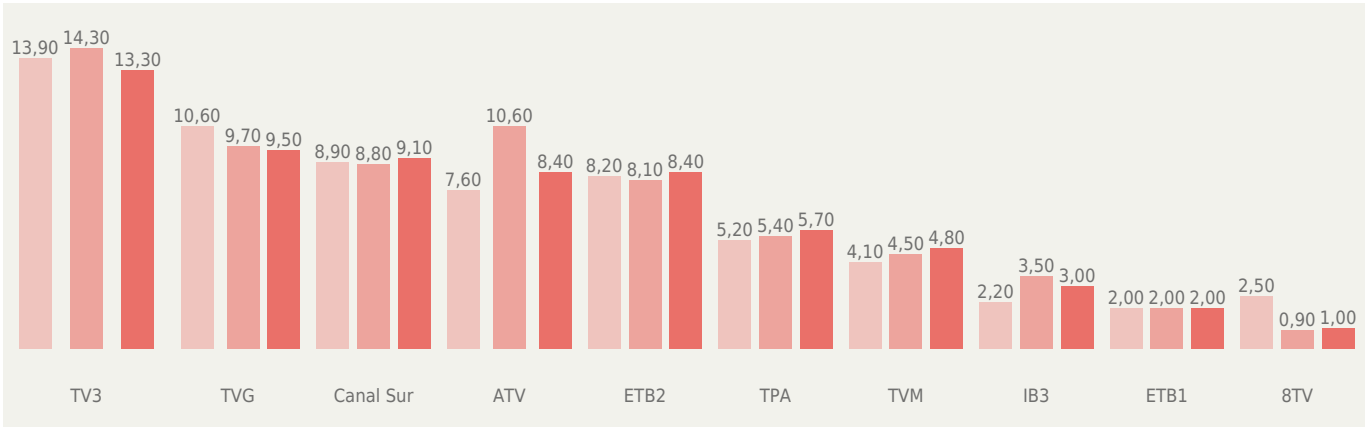
Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

Cadenas nacionales	Noviembre 2017	Octubre 2018	Noviembre 2018
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: 8.00%**

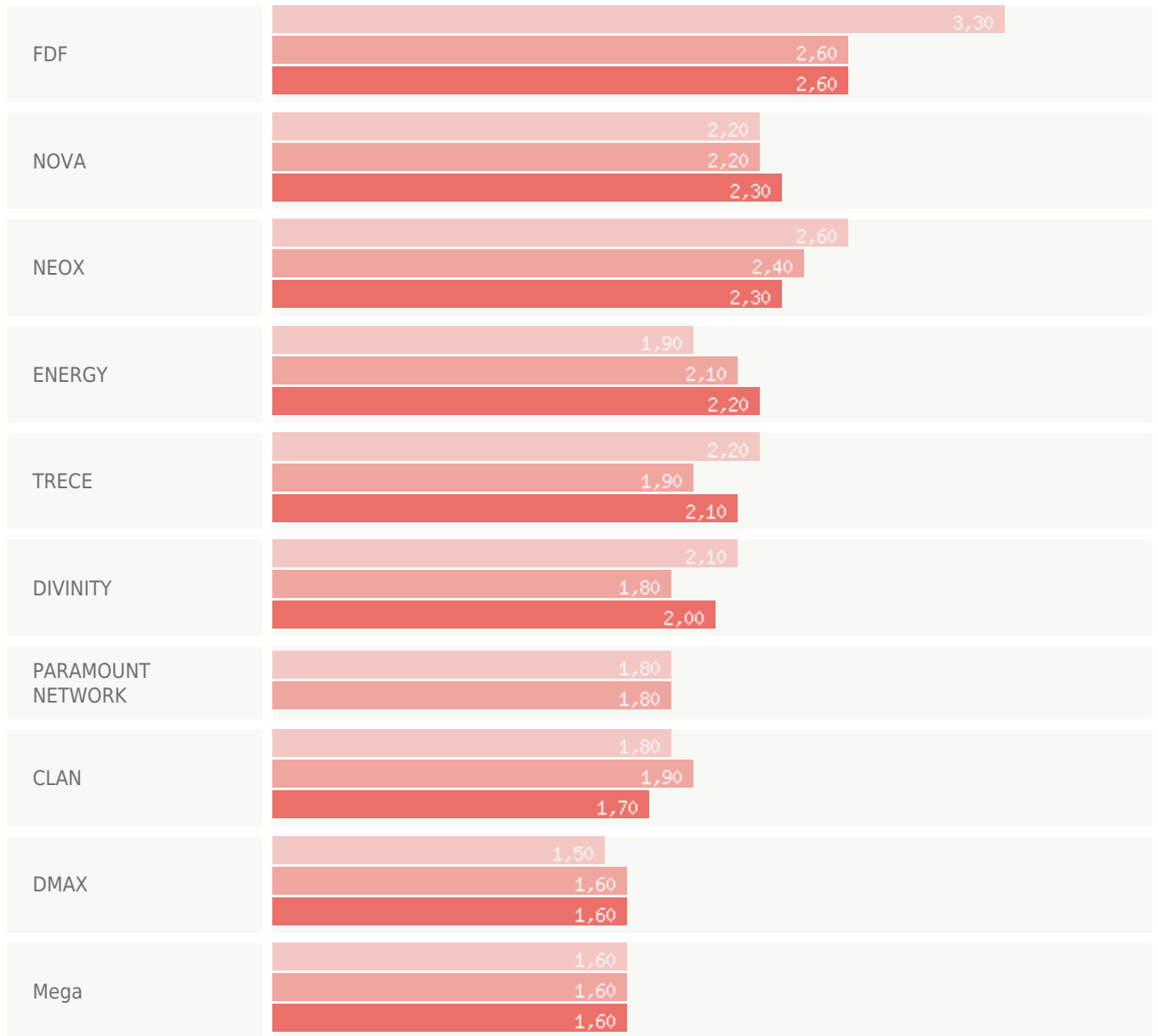


■ Noviembre 2017 ■ Octubre 2018 ■ Noviembre 2018

## Cuota de las temáticas en abierto

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

**Cuota media temáticas en abierto: 28.40%**

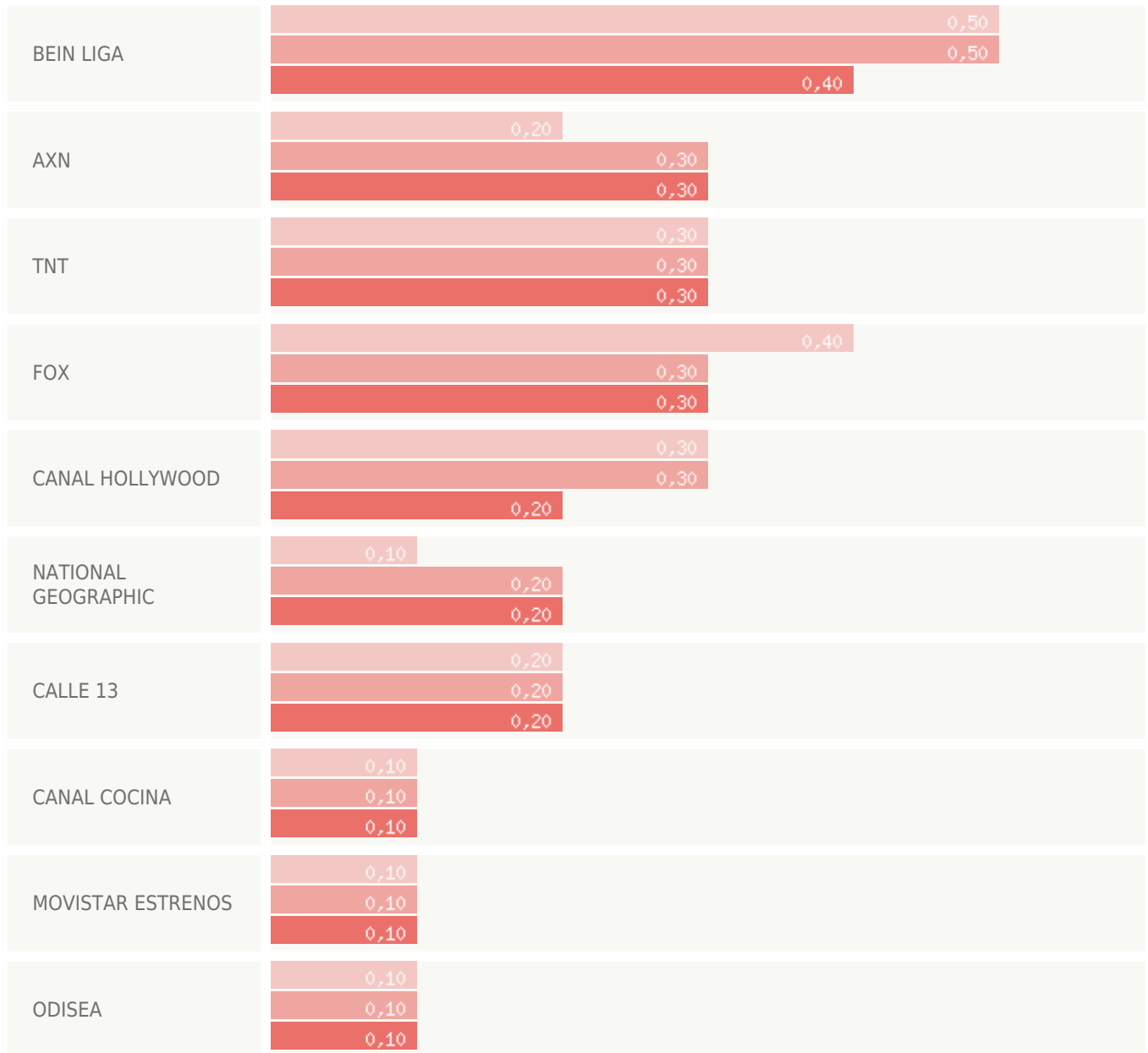


■ Noviembre 2017 ■ Octubre 2018 ■ Noviembre 2018

## Cuota de las temáticas de pago

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

**Cuota media temáticas de pago: 7.20%**



■ Noviembre 2017 
 ■ Octubre 2018 
 ■ Noviembre 2018

## 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. FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE	LA1	Prime Time	1	5.131	29,5
2. GH VIP	T5	Prime Time	5	3.077	30,5
3. FUTBOL:AMISTOSO	LA1	Prime Time	1	3.021	16,5
4. MASTERCHEF CELEBRITY	LA1	Prime Time	3	2.948	21,2
5. GH VIP:LIMITE 48 HORAS	T5	Prime Time	4	2.584	26,4
6. EL HORMIGUERO 3.0	A3	Prime Time	17	2.526	14,3
7. CUENTAME COMO PASO	LA1	Prime Time	4	2.509	17,1
8. VIVIR SIN PERMISO	T5	Prime Time	4	2.500	18,2
9. ¡BOOM!	A3		21	2.403	18,2
10. INFORMATIVOS T5 21:00	T5	Prime Time	30	2.395	15,3
11. PASAPALABRA	T5		22	2.306	17,1
12. EL TIEMPO 2	LA1	Prime Time	20	2.284	13,5
13. GH VIP:EL DEBATE	T5	Prime Time	4	2.245	18,8
14. ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	Sobremesa	22	2.176	18,2
15. ANTENA 3 NOTICIAS 2	A3	Prime Time	22	2.155	13,9
16. FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE	T5	Sobremesa	1	2.023	14,0
17. ANTENA 3 NOTICIAS 2 FIN DE SEMANA	A3	Prime Time	8	1.926	12,6
18. ANTENA 3 NOTICIAS 1 FIN DE SEMANA	A3	Sobremesa	8	1.898	15,4
19. TELEDIARIO 2	LA1	Prime Time	21	1.893	11,8
20. TELED. FIN SEMANA 2	LA1	Prime Time	7	1.893	12,0



## 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:UEFA NATIONS LEAGUE	Prime Time	1	5.131	29,5
	2. FUTBOL:AMISTOSO	Prime Time	1	3.021	16,5
	3. MASTERCHEF CELEBRITY	Prime Time	3	2.948	21,2
	4. CUENTAME COMO PASO	Prime Time	4	2.509	17,1
	5. EL TIEMPO 2	Prime Time	20	2.284	13,5
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
2	1. SABER Y GANAR	Sobremesa	22	981	8,3
	2. CHIQUITO.EL CANTAOR DE ATRAS	Prime Time	1	690	3,8
	3. CACHITOS DE HIERRO Y CROMO	Prime Time	4	649	3,7
	4. DIAS DE CINE CLASICO:PELICULA	Prime Time	4	633	4,2
	5. DIAS DE CINE CLASICO:PRESENTACION	Prime Time	4	624	4,2
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
3	1. EL HORMIGUERO 3.0	Prime Time	17	2.526	14,3
	2. iBOOM!		21	2.403	18,2
	3. ANTENA 3 NOTICIAS 1	Sobremesa	22	2.176	18,2
	4. ANTENA 3 NOTICIAS 2	Prime Time	22	2.155	13,9
	5. ANTENA 3 NOTICIAS 2 FIN DE SEMANA	Prime Time	8	1.926	12,6
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
4	1. VOLANDO VOY	Prime Time	1	1.539	8,3
	2. HOME CINEMA	Sobremesa	10	1.475	11,5
	3. PLANETA CALLEJA	Prime Time	3	1.381	7,6
	4. EL BLOCKBUSTER	Prime Time	7	1.053	8,4
	5. FIRST DATES	Prime Time	22	1.035	6,2



Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
	1. GH VIP	Prime Time	5	3.077	30,5
	2. GH VIP:LIMITE 48 HORAS	Prime Time	4	2.584	26,4
	3. VIVIR SIN PERMISO	Prime Time	4	2.500	18,2
	4. INFORMATIVOS T5 21:00	Prime Time	30	2.395	15,3
	5. PASAPALABRA		22	2.306	17,1
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
	1. ¿TE LO VAS A COMER?	Prime Time	3	1.886	12,9
	2. SALVADOS	Prime Time	4	1.723	9,3
	3. EL INTERMEDIO	Prime Time	16	1.719	9,8
	4. LA SEXTA NOTICIAS 14H		30	1.226	12,9
	5. SALVADOS:PREVIO	Prime Time	4	1.196	6,7