



01 septiembre 2018

Septiembre en 5 minutos



Septiembre en 5 minutos

Finaliza el mes de septiembre con descensos en la presión publicitaria, descensos menos acusados que los anotados en agosto pero igualmente preocupantes. El mes cierra con 218.638 Grp's a formato, un 11% menos que en septiembre de 2017, y 193.425 puntos de presión publicitaria a 20'', un -10% versus 2017.

Si calculamos el acumulado del año, estos primeros nueve meses de 2018 nos dejan poco más de 2 millones de Grp's a formato, lo que supone un 6% menos que de enero a septiembre de 2017. Con Grp's a 20'', en cambio, la caída en presión es del 7% respecto al mismo período de 2017.

Por cadenas, Tele 5 vuelve a ser la líder aunque este mes pierde un 6% en Grp's a formato y un 7% a 20'' si lo comparamos con septiembre de 2017. En segunda posición se queda Antena 3 que también marca descensos (-9% y -6% a formato y a 20'').

Por lo que respecta a Cuatro y La Sexta, la cadena de Mediaset es la que peores datos de presión publicitaria anota y la que marca descensos más acusados respecto a septiembre de 2017 (-21% en Grp's a formato y -23% a 20'').

En cuanto a los spots más vistos del mes, los primeros puestos los ocupan los pases emitidos durante el partido entre España y Croacia de la competición 'UEFA Nations League'. Caixabank, Seat Arona y BP carburantes ocupan los primeros puestos con 13, 12,1 y 11,8 Grp's a formato respectivamente. Por campañas es Dentix de nuevo el que ocupa la primera posición con más de 2.300 Grp's a 20''. Mahou Cinco Estrellas y Jazztel ocupan la plata y el bronce con 2.006 y 1.740 Grp's a 20'' respectivamente.

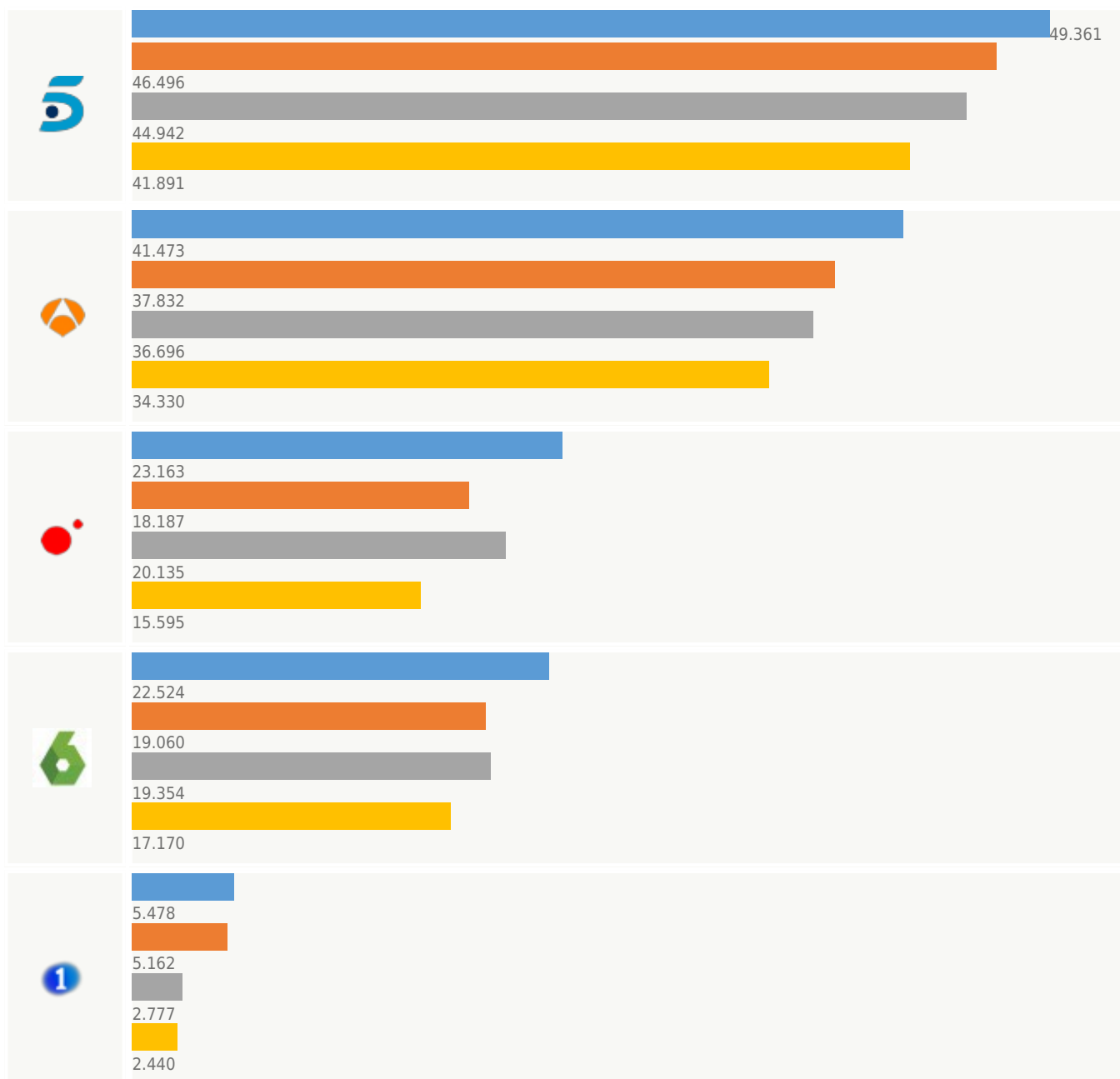
Por lo que respecta a la ocupación publicitaria, este mes todas las cadenas nacionales (a excepción de TVE) superan el límite de 12 minutos por hora durante la franja del prime time siendo La Sexta la que más se excede.

Tele 5 logra ser la cadena con mayor cuota de pantalla con un 13,7% de share aunque no es su grupo comercial el que está en primera posición. Atres Cobertura es el que logra la primera posición en el ranking de grupos comerciales con un 17,5% de share.

Para finalizar, en el ranking de emisiones más vistas del día destacan los partidos de fútbol de la 'UEFA Nations League' en La 1, pero tras el deporte, se encuentran estrenos de realidades y ficciones. 'GH VIP' llena la parrilla de Tele 5 y explota al máximo la participación de un Pantoja en su reality. 'MasterChef Celebrity' y 'OT' en La1 como programas de tele realidad. Y 'Vivir sin permiso' en Tele 5, 'Cuéntame cómo pasó' en La 1 y 'Presunto Culpable' en Antena 3.

GRP's por Cadenas

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



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

En cuanto a los datos por cadenas, nuevamente Tele 5 es el canal con mayor número de puntos de presión publicitaria, tanto a formato como a 20''. La cadena insignia de Mediaset roza los 46.500 Grp's a formato y los 41.900 a 20''. Dichos datos suponen una diferencia negativa de -6% y -7% respecto a septiembre de 2017. Por detrás se queda Antena 3 que también marca datos más bajos que el año anterior (-9% en Grp's a formato y -6% en 20'').

La Sexta y Cuatro son las cadenas que más bajan su presión publicitaria, siendo la última la que peores resultados obtiene en

septiembre, -21% en Grp's a formato y -23% en 20''.

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. CAIXABANK/FAMILY SEGUROS	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:34	13,0
2. CAIXABANK/FAMILY SEGUROS	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	22:39	12,1
3. SEAT/ARONA	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	22:39	12,1
4. BP/ULTIMATE/CARBURANTES	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:35	11,8
5. SEAT/ARONA	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:35	11,8
6. PATROCINADORES OFICIALES FUTBOL UEFA NATIONS LEAGUE	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:36	11,2
7. CAIXABANK/BANCO	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:36	11,2
8. ORANGE/ORANGE TV	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:36	11,2
9. SEAT/ARONA	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:48	11,1
10. ORANGE/ORANGE TV	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:48	11,1
11. BET365.ES	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:48	11,1
12. CAIXABANK/BANCO	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:47	11,0
13. BP/ULTIMATE/CARBURANTES	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:47	11,0
14. PATROCINADORES OFICIALES FUTBOL UEFA NATIONS LEAGUE	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:47	11,0
15. BOSCH/PLACAS INDUCCIO	LA1	2018-09-11	UEFA NATIONS LEAGUE	21:46	11,0
16. CAIXABANK/FAMILY SEGUROS	LA1	2018-09-08	UEFA NATIONS LEAGUE	22:44	9,6
17. PATROCINADORES OFICIALES FUTBOL UEFA NATIONS LEAGUE	LA1	2018-09-08	UEFA NATIONS LEAGUE	22:44	9,6
18. BP/ULTIMATE/CARBURANTES	LA1	2018-09-08	UEFA NATIONS LEAGUE	21:31	9,1
19. CAIXABANK/FAMILY SEGUROS	LA1	2018-09-08	UEFA NATIONS LEAGUE	21:31	9,1
20. TOYOTA/YARIS HIBRIDO	T5	2018-09-17	THE GOOD DOCTOR	22:50	8,7

Spot de oro

Se retoman las competiciones futbolísticas y en ese entorno es donde se enmarcan los anuncios más vistos del mes. Caixabank, con su spot de Seguros Familia durante el partido de España-Croacia en La1, marca 13 Grp's a formato y consigue ser el spot más visto de mes.

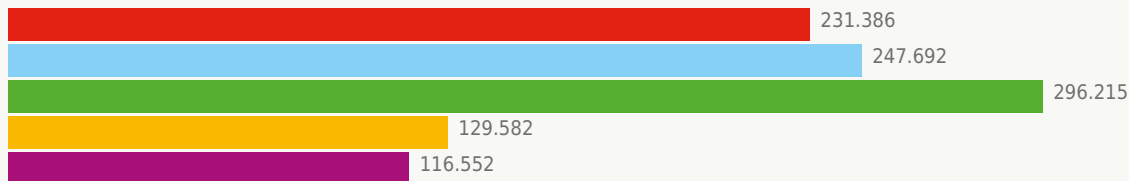
En segunda posición empatan otro pase de la misma campaña y Seat Arona con 12,1 Grp's, también durante el mismo partido. Cerrando el Top 3 se encuentra otro empate entre BP Carburantes y Seat Arona con 11,8 puntos de presión publicitaria.

GRP's por target

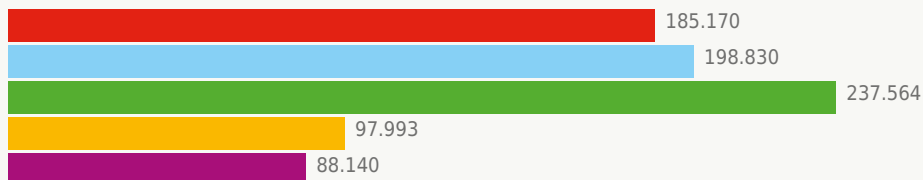
Kantar Media - Ámbito PyB. Target: Ind +4 con invitados. Franja: tot día

Lunes a Domingo

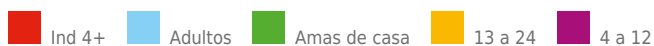
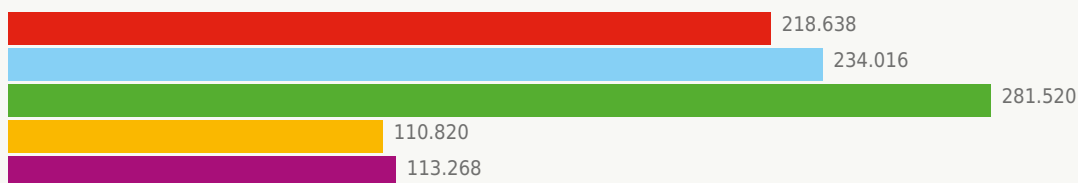
Septiembre 2017



Agosto 2018



Septiembre 2018



En cuanto a la presión publicitaria por targets, se mantiene el descenso generalizado versus el mismo mes del año 2017. Los más jóvenes, como viene siendo habitual, son los que más puntos de presión publicitaria dejan escapar. Los niños de 4 a 12 marcan un descenso del 19% en Grp's a formato y -20% a 20''. Los jóvenes de 13 a 24, los más preocupantes, marcan un descenso del 24% a formato y un 23% a 20''.

Amas de casa, es el target con mayor presión aunque pierde un 9% de sus Grp's y un 8% de sus Grp's a 20'', evoluciones algo menos preocupantes que en agosto.

Campañas más activas

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

Campañas más activas	
DENTIX/CLINICA DENTAL	2.348,0
MAHOU/CINCO ESTRELLAS	2.006,0
JAZZTEL/FIBRA OPTICA	1.740,0
VODAFONE/ONE	1.517,0
MUTUA MADRILEÑA AUTOMOVILISTA	1.394,0
L.DIRECTA/SEGUR.AUTOM	1.328,0
CARREFOUR/HIPERMERCAD	1.319,0
ORANGE/ORANGE TV	1.296,0
DANONE/ACTIVIA/YOGUR	1.191,0
CARREFOUR/ACT FOR FOOD/CAMPAÑA ALIMENTACION	1.189,0
PASCUAL/LECHE	1.174,0
ING/CUENTA NOMINA	1.170,0
FORD/FOCUS	1.167,0
MOVISTAR+/TELEVISION POR CABLE	1.163,0
AMAZON/TIENDA ONLINE	1.152,0

En cuanto a las campañas más activas, Dentix se mantiene en el trono con 2.348 Grp's a 20''. En segunda posición se sitúa Mahou Cinco Estrellas que suma 2.006 puntos de presión publicitaria a 20'' en el mes de septiembre. La campaña de Jazztel Fibra Óptica ocupa el tercer lugar del ranking con un acumulado de 1.740 Grp's a 20''.

% 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	0,5	0	0	0,1	0,9	0,7
Mañana	1,9	0,7	64,3	52	72,1	48,3
Sobremesa	4,3	1,6	93,1	85,7	93,3	90,8
Tarde	2,2	1,7	77,6	66,4	89	72,5
Prime Time	1,5	2,1	109,7	118,1	112,9	121,6
Late Night	1,1	1,2	61,8	47,7	56,4	48,1

Este mes de septiembre vuelve la gran ocupación y las principales cadenas superan el límite legal durante el prime time. Las cadenas de Atresmedia, Antena 3 y La Sexta son las que más se exceden llegando al 121% de ocupación en prime time en el caso de La Sexta.

Consumo de TV

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



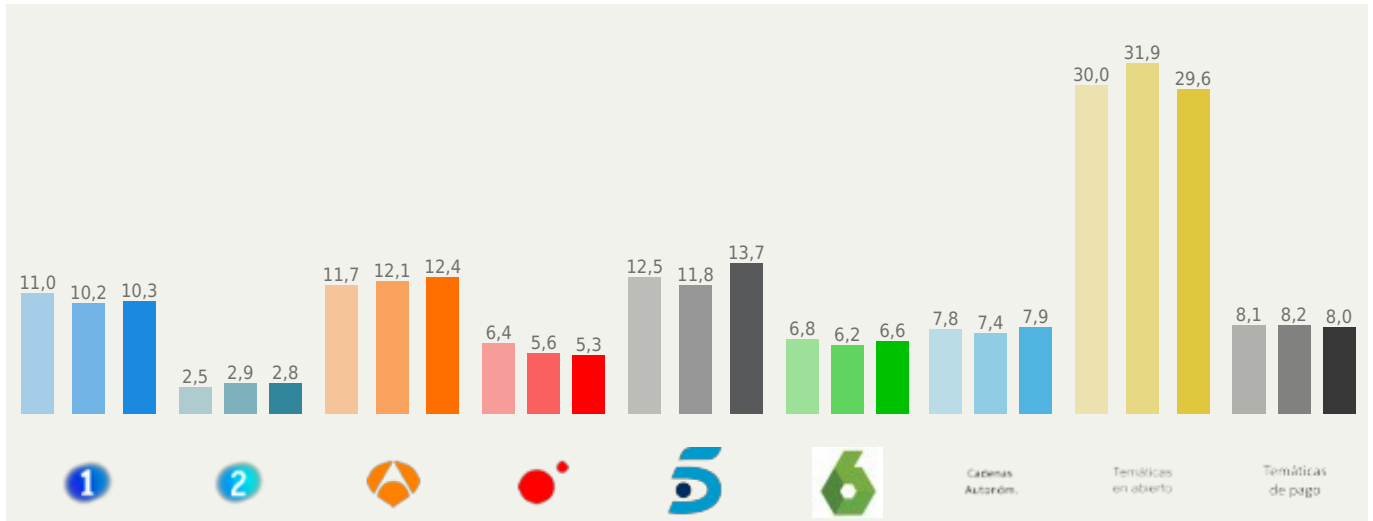
Al igual que la presión publicitaria, el consumo de televisión también disminuye en todos los targets. En el total población, se llega a 207 minutos en días laborables y a 214 en fin de semana (-18 y -19 minutos respectivamente versus septiembre 2017). Los jóvenes de 13 a 24 años, es el único target que no llega a las tres cifras en minutos de consumo. Pierden, tanto de lunes a viernes como en fin de semana, 22 minutos.

En cuanto a los adultos, marcan 221 minutos en días laborables y 228 en fin de semana (-17 y -18 minutos respecto a 2017).

Cuota de las cadenas

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

Septiembre 2017 - Agosto 2018 - Septiembre 2018
























■ Septiembre 2017 ■ Agosto 2018 ■ Septiembre 2018

En el mes de septiembre, Tele 5 vuelve a posicionarse en primera posición con un 13,7% de cuota de pantalla. Antena 3, con más de un punto de diferencia, se sitúa en segunda posición con un 12,4% de share. La 1 de TVE marca un 10,3% de share y cierra el Top 3.

Entre Cuatro y La Sexta, es esta última la que marca la ventaja con un 6,6% de share frente al 5,3% de la de Mediaset.

Cuota de las cadenas por franjas

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

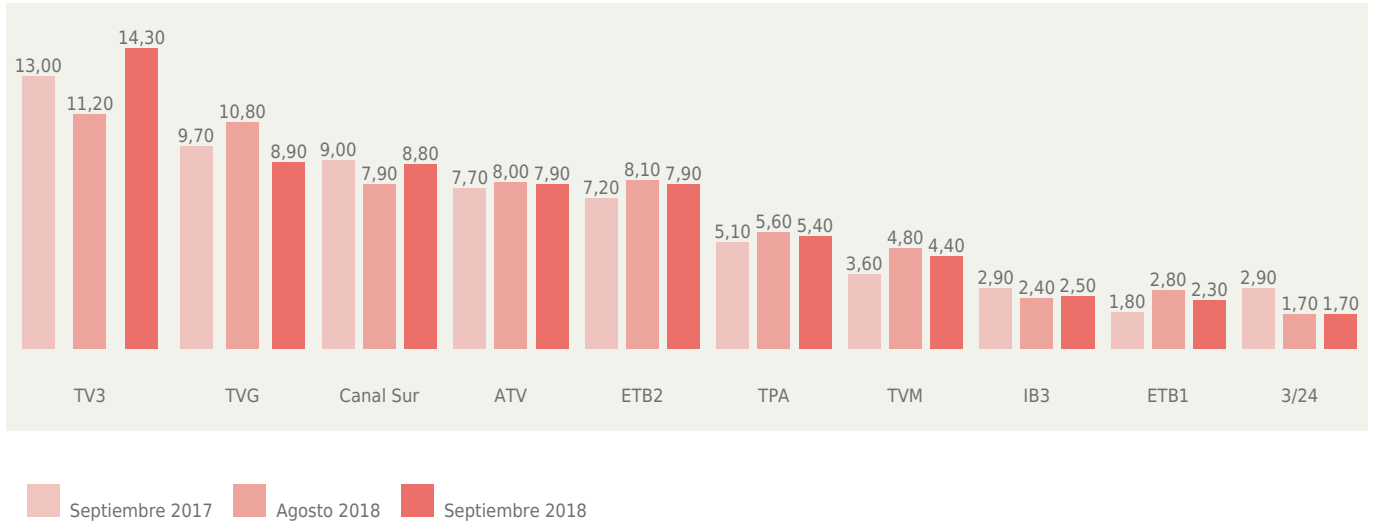
Cadenas nacionales	Septiembre 2017	Agosto 2018	Septiembre 2018
Total Día			
Madrugada			
Mañana			
Sobremesa			
Tarde			
Prime Time			
Late Night			

Por franjas horarias, Tele 5 domina a partir de la tarde dejando la madrugada y la sobremesa a La 1 y la mañana a Antena 3.

Cuota de las cadenas autonómicas

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

Cuota Media de las autonómicas: 7.90%

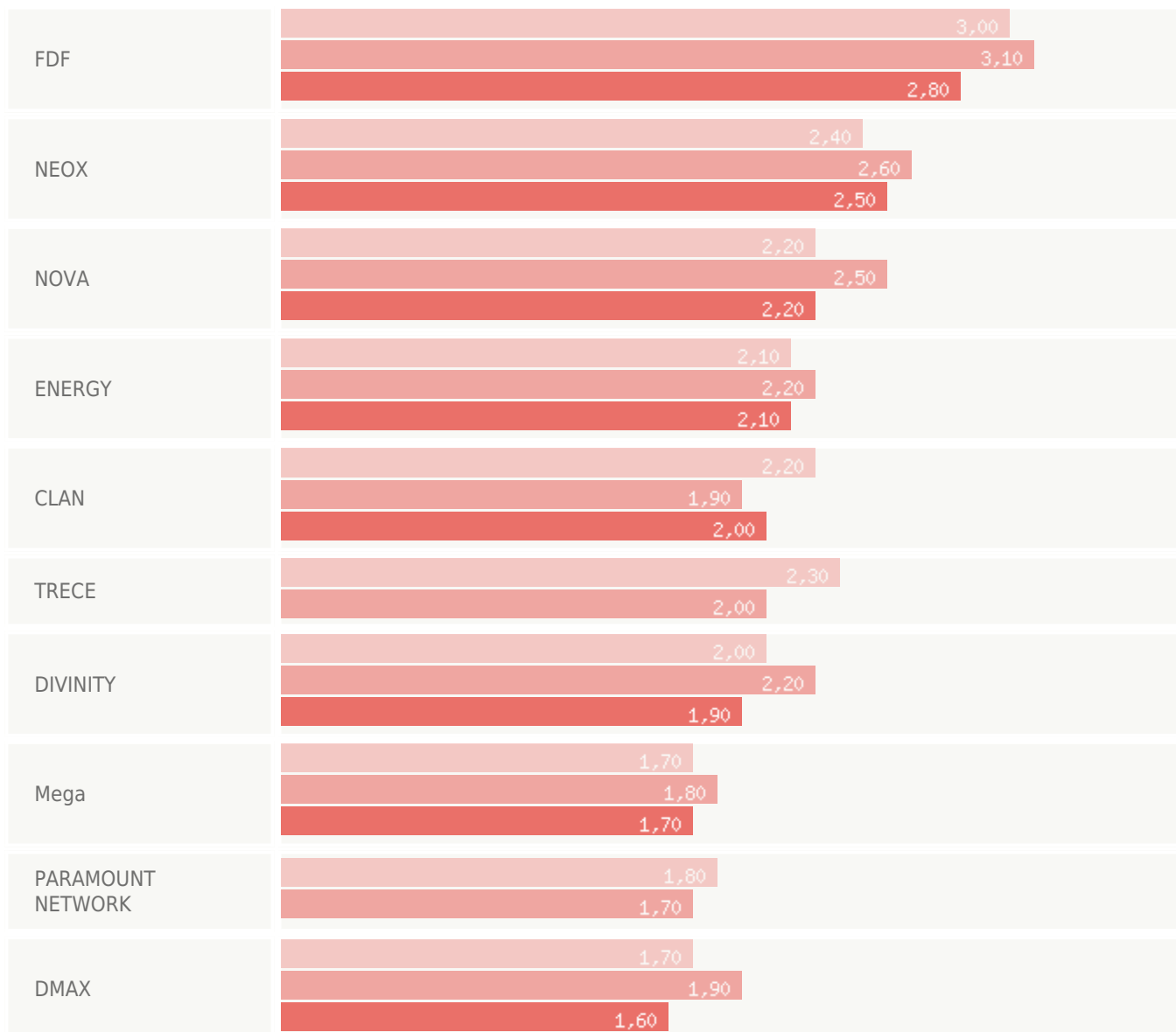


En el ranking de cadenas autonómicas, TV3 continúa en su primer puesto con un 14,3% de share, mejorando 1,4 puntos respecto al mismo mes de 2017. La cadena principal de Galicia, se sitúa en segundo lugar con un 8,9% de cuota, una décima más que Canal Sur que anota un 8,8% de share.

Cuota de las temáticas en abierto

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

Cuota media temáticas en abierto: 29.60%



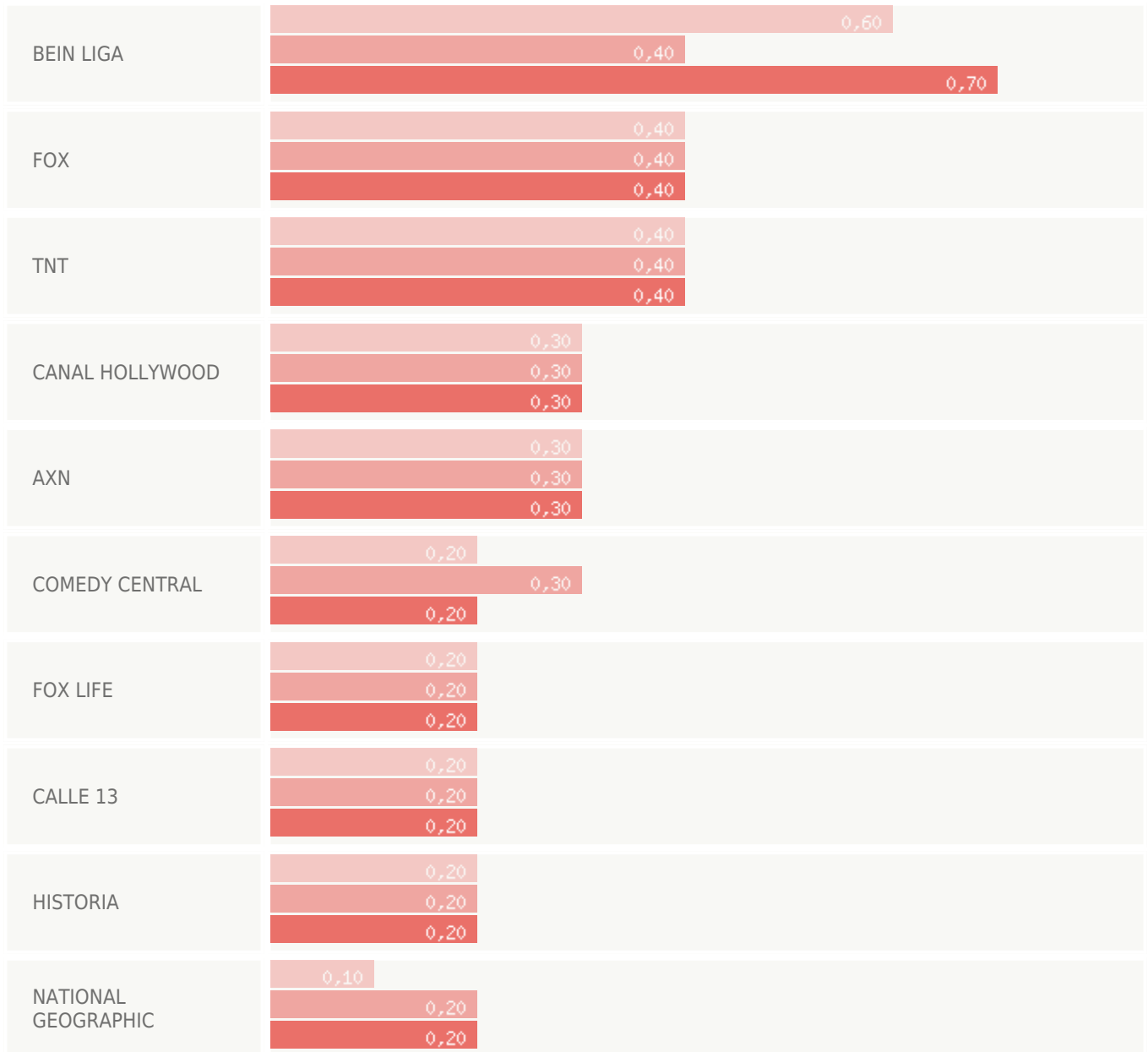
■ Septiembre 2017 ■ Agosto 2018 ■ Septiembre 2018

Entre las temáticas en abierto, FDF se mantiene en el trono con un 2,8% de share, dos décimas menos que en septiembre de 2017. Las hermanas Neox y Nova ocupan el segundo y tercer puesto con un 2,5% y un 2,2% de cuota de pantalla respectivamente.

Cuota de las temáticas de pago

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

Cuota media temáticas de pago: 8.00%



Septiembre 2017 Agosto 2018 Septiembre 2018

Entre las temáticas de pago, Bein Liga ocupa la primera posición con un 0,7% de share, igualando así el dato obtenido hace un año. Fox y TNT se quedan en segundo lugar con un 0,4% de cuota. Finalmente, el tercer puesto lo comparten AXN y Canal Hollywood que marcan un 0,3% de cuota.

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	2	4.541	33,9
2. GH VIP	T5	Prime Time	3	2.646	27,7
3. MASTERCHEF CELEBRITY	LA1	Prime Time	4	2.629	21,1
4. TU CARA ME SUENA	A3	Prime Time	1	2.484	22,0
5. VIVIR SIN PERMISO	T5	Prime Time	1	2.458	19,0
6. EL HORMIGUERO 3.0	A3	Prime Time	16	2.215	14,1
7. CUENTAME COMO PASO	LA1	Prime Time	2	2.191	15,8
8. GH VIP:LIMITE 48 HORAS	T5	Prime Time	2	2.119	22,1
9. OPERACION TRIUNFO	LA1	Prime Time	2	2.112	18,6
10. GH VIP:EL DEBATE	T5	Prime Time	3	2.095	18,3
11. ANTENA 3 NOTICIAS 1	A3	Sobremesa	20	2.002	17,2
12. PRESUNTO CULPABLE	A3	Prime Time	2	1.995	14,7
13. GH VIP:ULTIMA HORA	T5	Prime Time	2	1.949	11,9
14. EL TIEMPO 2	LA1	Prime Time	17	1.910	13,0
15. LAS CAMPOS(REALITY)	T5	Prime Time	2	1.902	18,2
16. DEPORTES	A3	Sobremesa	8	1.784	15,1
17. INFORMATIVOS T5 21:00	T5	Prime Time	29	1.755	14,2
18. MULTICINE	A3	Sobremesa	10	1.752	15,4
19. THE GOOD DOCTOR	T5		15	1.743	16,7
20. MI CASA ES LA VUESTRA	T5	Prime Time	1	1.724	13,3





Para finalizar el análisis, nos centramos en lo más visto del mes. La competición 'UEFA Nations League' con sus dos partidos emitidos en La 1 promedia 4.541.000 espectadores y un share del 33,9%. En segunda posición del mes se sitúa 'Gran Hermano VIP' que se ha estrenado este mes y promedia 2.646.000 espectadores en sus galas de los jueves. Por detrás, otro reality con famosos, 'MasterChef Celebrity' en La 1 con datos muy cercanos a los de Tele 5, 2.629.000 personas promedio en los 4 programas emitidos.



El estreno de 'Tu cara me suena' el viernes 28 logra meterse en los primeros puestos del mes con 2.484.000 espectadores y un share del 22% en Antena 3.

Ranking de programas

Cadenas nacionales

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

Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
	1. FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE	Prime Time	2	4.541	33,9
	2. MASTERCHEF CELEBRITY	Prime Time	4	2.629	21,1
	3. CUENTAME COMO PASO	Prime Time	2	2.191	15,8
	4. OPERACION TRIUNFO	Prime Time	2	2.112	18,6
	5. EL TIEMPO 2	Prime Time	17	1.910	13,0
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
	1. SABER Y GANAR	Sobremesa	20	918	7,9
	2. SABER Y GANAR:FIN DE SEMANA	Sobremesa	10	546	4,8
	3. LOS REINOS PERDIDOS DE SUDAMERICA	Sobremesa	1	482	4,6
	4. D.REG(SANTA MISA)	Mañana	5	470	11,4
	5. D.REG(EL DIA DEL SEÑOR)	Mañana	5	460	11,2
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
	1. TU CARA ME SUENA	Prime Time	1	2.484	22,0
	2. EL HORMIGUERO 3.0	Prime Time	16	2.215	14,1
	3. ANTENA 3 NOTICIAS 1	Sobremesa	20	2.002	17,2
	4. PRESUNTO CULPABLE	Prime Time	2	1.995	14,7
	5. DEPORTES	Sobremesa	8	1.784	15,1
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
	1. VOLANDO VOY	Prime Time	2	1.298	8,1
	2. VEN A CENAR CONMIGO:GOURMET EDITION	Prime Time	4	1.003	7,0
	3. FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE(D)	Prime Time	1	915	6,7
	4. FIRST DATES	Prime Time	20	889	6,1
	5. FUTBOL:UEFA NATIONS LEAGUE	Prime Time	2	845	6,9
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota

	1. GH VIP	Prime Time	3	2.646	27,7
	2. VIVIR SIN PERMISO	Prime Time	1	2.458	19,0
	3. GH VIP:LIMITE 48 HORAS	Prime Time	2	2.119	22,1
	4. GH VIP:EL DEBATE	Prime Time	3	2.095	18,3
	5. GH VIP:ULTIMA HORA	Prime Time	2	1.949	11,9
Top 5		Franja	Emisiones	Aud*	Cuota
	1. EL INTERMEDIO	Prime Time	16	1.439	9,4
	2. EL OBJETIVO DE ANA PASTOR	Prime Time	4	1.254	8,0
	3. LA SEXTA NOTICIAS 14H		30	1.094	12,1
	4. LASEXTA COLUMNA	Prime Time	4	895	7,0
	5. AL ROJO VIVO	Mañana	20	809	14,5

En La 1 de TVE los encuentros entre España-Croacia e Inglaterra-España son lo más visto del mes en la cadena, promediando más de 4,5 millones de espectadores. 'MasterChef Celebrity' se sitúa en segunda posición y deja a los Alcántara en tercer lugar de la cadena con 2.191.000 espectadores y un share del 15,8%. Destaca el inicio del talent musical 'Operación Triunfo' que tras el éxito de la pasada edición, promedia 2.112.000 espectadores en sus dos primeras galas.

En Antena 3 triunfa la vuelta de 'Tu cara me suena' y cabe destacar el estreno de 'Presunto Culpable' con cerca de 2 millones de espectadores. En cuanto a Tele 5, cuatro de los cinco primeros puestos, lo ocupan los diferentes espacios de 'GH VIP'. Se cuela entre medias el estreno de 'Vivir sin permiso' con 2.458.000 espectadores en su primer capítulo.