



Col·legi de Publicitaris i  
Relacions Públiques de Catalunya

KANTAR MEDIA



## SECTOR COMUNICACIÓN

### El juez suspende la venta de la Copa del Rey a RTVE para que puje Mediapro

Una sentencia del juzgado de lo Mercantil número 12 de Madrid ordena a la Real Federación Española de Fútbol suspender el concurso por la adjudicación de los derechos de la final de la Copa del Rey para incluir la oferta de Mediapro. La productora de Jaume Roures fue excluida por "haber sobornado", según señaló el presidente de la RFEF, Luis Rubiales. El fallo implica cancelar la adjudicación a RTVE, que iba a emitir el partido el próximo 25 de mayo en La 1, así como repetir el proceso de licitación con la participación de Mediapro.



**ABC**, 21/05/2019, pág: 74

**El Economista**, 21/05/2019, pág: 14

**El Diario Vasco**, 21/05/2019, pág: 65

**Onda Cero - MADRID EN LA ONDA**, 20/05/2019, 13:32:04 (00:29)

### El debate autonómico de Telemadrid alcanzó un 8% share y fue seguido por 188.000 espectadores

El debate entre los candidatos a la presidencia de Gobierno de la Comunidad de Madrid, que se emitió en Telemadrid el pasado domingo, registró un 8% de cuota de pantalla. Además, obtuvo una audiencia acumulada de 650.000 espectadores y una audiencia media de 188.000 personas, según fuentes de la televisión autonómica madrileña. El encuentro contó con la participación de los candidatos de Ciudadanos, Unidas Podemos IU Madrid en Pie, PP, Vox y PSOE. El candidato de Más Madrid, Íñigo Errejón, no pudo participar por decisión de la Junta Electoral Provincial, al considerar a este un partido de nueva creación.



**@ LA VANGUARDIA**, 20/05/2019

**@ ELECONOMISTA.ES**, 20/05/2019

**@ EUROPA PRESS**, 20/05/2019

**TELEMADRID - TELENOTICIAS 2**, 20/05/2019, 20:38:30 (01:47)

### Eurovision tuvo 212 millones de impresiones; 1.1 millones de tuits, según Kantar

Según datos recogidos por Kantar, Eurovisión tuvo 212 millones de impresiones; 1,1 millones de tuits y 241.000 autores únicos. Respecto a las emociones que despertó el festival entre los usuarios de Twitter en España fueron un 10% de sentimientos negativos, un 12% de sentimientos positivos y un 78% neutros. En cuanto a los hashtags más mencionados fueron #eurovision, el más utilizado, por un 58%; #eurovisionRTVE fue utilizado por el 26% y solo un 6% empleó #eurovision2019. Las cuentas más mencionadas en el top 10 fueron la BBC, con 13.672 tuits; Miki, 12.285 tuits; Eurovisión con 6516 tuits y EurovisiónRTVE, 6.258 tuits.



@ El Programa de la Publicidad, 19/05/2019

---

## Mediaset explora el modelo Netflix: comenzará a cobrar por contenidos antes de fin de año

Según El Español, antes de finalizar 2019, Mediaset comenzará a cobrar por algunos contenidos premium en su plataforma Mitele. La cadena está cerrando los últimos detalles técnicos para habilitar el pago en su portal digital "a la carta" antes de diciembre, con funcionalidades parecidas a las de las OTT como Netflix, HBO o Prime Video. Con esta operación, Mediaset pretende diversificar ingresos y sentar las bases de nuevos modelos de negocio en un contexto dinámico como el audiovisual.



@ ELESANOL.COM, 20/05/2019

@ ADSL ZONE, 20/05/2019

---

## Uteca firma sus nuevos estatutos otorgando mayor peso a las pequeñas cadenas de TDT

El próximo miércoles, los miembros de Uteca suscribirán los nuevos estatutos de la patronal de las televisiones. Según El Español, estos nuevos estatutos incluirán un nuevo sistema de financiación y de toma de decisiones dentro de Uteca, que pondrá fin al histórico dominio que durante 20 años ostentaron Atresmedia y Mediaset. Por su parte, las TDT, lideradas por DKiss y Blas Herrero, se han comprometido a que su propia asociación de televisiones digitales, que actualmente está formada por DKiss, Unidad Editorial y Real Madrid TV, no interfiera con los intereses de la histórica patronal. Asimismo, Blas Herrero retirará la demanda contra la asociación en la que impugnaba sus estatutos y denunciaba la vulneración de sus derechos fundamentales de libre asociación.



@ ELESANOL.COM, 21/05/2019

---

## Mediaset España bate en abril su récord histórico de tráfico digital con 16 millones de usuarios únicos

Por segundo mes consecutivo, Mediaset España ha batido su récord histórico de tráfico en sus sites al registrar más de 16 millones de usuarios únicos, cifra que supone una sustancial mejora del 22,5% respecto al mismo mes del año anterior. Con estos datos, el grupo de comunicación se sitúa al frente del ranking de tráfico en la categoría Cable/Broadcast TV de ComScore. En concreto, Telecinco.es ha aumentado su tráfico por tercer mes consecutivo hasta los 9 millones de usuarios únicos; Cuatro.com ha alcanzado los 3,4 millones; Mitele, los 2,7 millones y Mtmad, los 0,9 millones.




@ PANORAMAAUDIOVISUAL.COM, 20/05/2019

---

## À Punt sorprende a la productora del hermano de Puig pactando precios

Según Las Provincias, À Punt ha sorprendido a siete productoras valencianas al pactar precios para repartirse parte de un concurso de servicio de imágenes dividido en doce lotes y valorado en 323.000 euros. Dicha operación va en contra de la ley de Contratos del Sector Público, que ha concluido con la exclusión de seis de las empresas, ya que la séptima renunció después de que se le pidiera información para aclarar la situación. Dicha empresa fue Comunicacions dels Ports, de la que es consejero delegado Francisco Javier Puig Ferrer, hermano del presidente de la Generalitat, Ximo Puig.



 **Las Provincias**, 21/05/2019, pág: 1,23

---

## Zenithbr lanza un servicio de audiencias para optimizar planificación de medios

Con el objetivo de optimizar la planificación de publicidad en los diferentes soportes mediáticos, Zenithbr ha lanzado un servicio de estudio de audiencias de medios de comunicación. El informe recoge las audiencias de medios de comunicación de ámbito local, regional, autonómico y nacional para aportar valor a los ayuntamientos en la programación de sus campañas publicitarias. El estudio contempla las audiencias de los diferentes medios de comunicación según la última oleada del Estudio General de Medios y datos de Kantar, además de las audiencias de otros soportes no auditados por estas fuentes.



 @ **El Programa de la Publicidad**, 19/05/2019

 @ **LAPUBLICIDAD.NET**, 20/05/2019


 @ **CONTROL PUBLICIDAD**, 20/05/2019

---

## Carlos Herrera: "hay que perder el miedo a que te llamen facha"

Entrevista a Carlos Herrera, conductor de "Herrera en Cope". Su reto es convertir a su programa en el más escuchado y abanderar la alternativa de Cope al liderazgo de la Ser en la radio española. el primer EGM de 2019 recortó la distancia con "Hoy por Hoy" 2.640.000 oyentes por los 2.492.000 de Herrera, casi medio millón más que en la anterior oleada. "Te metes en la cápsula y puedes caer en la tentación de creer que estás hablando para los pocos que tienes delante pero luego hay dos millones y medio de personas al otro lado a las que tienes que contar cosas interesantes porque si no", asegura el periodista.



 **El Mundo**, 21/05/2019, pág: 24-25

---

## El informe de Vasile para despedir a Chaparro y a media plantilla de Cuatro

Mediaset está barajando la retirada de la parrilla del programa de Cuatro, "Cuatro al día", aprovechando la llegada del verano, según informa el medio Periodista Digital. Una decisión basada en los pobres resultados de audiencia que está teniendo el programa diario presentado por Carme Chaparro, que solo ha superado el 3% de cuota de pantalla en una de las trece semanas que lleva en antena. Unos datos que le hacen ocupar la posición número 12 en su franja de emisión, viéndose superado por todas las televisiones.



 @ PERIODISTA DIGITAL, 20/05/2019

---

## "Supervivientes: Conexión Honduras" lidera y deja sin apetito a la final de "Bake off"

La emisión el pasado domingo de "Supervivientes: Conexión Honduras" congregó en Telecinco a 2.912.000 espectadores y un 23,5% de cuota de pantalla. El debate presentado por Jordi González se quedó a muy poco de superar la barrera psicológica de los 3 millones de media con momentos como el nuevo amago de abandono de Isabel Pantoja. El segundo espacio más visto del día fue la película "Noche de Venganza", emitida en La 1 de TVE, que reunió a 1.892.000 personas y un 10,9% de share. Por su parte, Antena 3 ocupó la tercera posición con la emisión de "Día de patriotas", que anotó un 9,6% de cuota de pantalla y 1.396.000 fieles. La entrevista que Ana Pastor le hizo a Miquel Iceta en "El objetivo" fue seguida por 1.131.000 espectadores (6,5% de cuota de pantalla), mientras que la gran final de "Bake off: el gran pastelero de España" obtuvo un 5,6% de share y 958.000 espectadores de media.



 @ EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, 20/05/2019

 @ ELECONOMISTA.ES, 20/05/2019

 @ LAINFORMACION.COM, 20/05/2019

 @ PR NOTICIAS, 20/05/2019

 @ EXTRADIGITAL.ES, 20/05/2019

---

## Los 20 partidos con más audiencia de la Liga siempre tuvo a Barça o Real Madrid

Los 20 clubes de Primera división se repartieron en la temporada de 2017-2018 un total de 1.325,8 millones de euros en concepto de derechos televisivos. Alrededor del 25% de esa cantidad fue para el FC. Barcelona y Real Madrid. En concreto, los azulgranas percibieron 154 millones de euros y los blancos 148. Tras ellos se sitúa el Atlético de Madrid con unos ingresos por este concepto de 110 millones. El partido con más audiencia de Liga fue el Clásico que disputaron el FC. Barcelona y el Real Madrid en la jornada 10 del campeonato, que congregó a 2.692.000 espectadores.



 @ MARCA, 20/05/2019

---

## La vida política y social del franquismo, a todo color

Esta noche a las 22:30 horas DMAX estrena el primer episodio del documental "España después de la guerra: el franquismo en color". La ficción, compuesta por cuatro capítulos de una hora de duración, muestra la España durante la dictadura de Francisco Franco y hasta el 22 de noviembre de 1975, fecha en la que Juan Carlos de Borbón es proclamado Rey de España. La serie documental aborda de manera cronológica las diferentes etapas del régimen y sus efectos en la sociedad.













-  **ABC**, 21/05/2019, pág: 73
-  **El Norte de Castilla**, 21/05/2019, pág: 69
-  **El Diario Montañés**, 21/05/2019, pág: 85
-  **Sur**, 21/05/2019, pág: 61

---

## La vida después de "Juego de tronos"

Tras de ocho temporadas, la serie basada en los libros de George R.R. Martin ha concluido sin contentar a todos los públicos y generando gran debate entre sus millones de seguidores. Pese a ello, la serie de HBO ha batido récords de audiencia y su penúltimo episodio fue visto por 12,5 millones de personas en Estados Unidos en la difusión inicial, consiguiendo la mayor audiencia en la historia de la serie. Una vez finalizada Juego de Tronos, la plataforma HBO trabaja en una serie desarrollada en el universo creado por George R. R. Martin, protagonizada por Naomi Watts. Actualmente se encuentra en fase de rodaje el episodio piloto de esta primera serie derivada de la saga.



-  **El País**, 21/05/2019, pág: 48-49
-  **El Mundo**, 21/05/2019, pág: 1,30
-  **La Vanguardia**, 21/05/2019, pág: 1,32
-  **ABC**, 21/05/2019, pág: 73
-  **La Razón**, 21/05/2019, pág: 62
-  **Levante el Mercantil Valenciano**, 21/05/2019, pág: 54
-  **El Diario Vasco**, 21/05/2019, pág: 1,71-72
-  **El Norte de Castilla**, 21/05/2019, pág: 1,61-62
-  **@ ANTENA 3 NOTICIAS**, 20/05/2019
-  **@ ONDA CERO**, 20/05/2019




## PUBLICIDAD

---

### Mediaset incluye más publicidad que la permitida

La CNMC ha decidido abrir un expediente sancionador a Mediaset por superar el tiempo de emisión destinado a autopromociones y a mensajes publicitarios y de televenta en Cuatro, Energy, Divinity y Telecinco. El límite de tiempo de emisión de publicidad de mensajes publicitarios y de televenta, según establece la normativa, es de doce minutos por hora natural, mientras que el tiempo dedicado a los anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos no puede superar los cinco minutos por hora.



-  **On**, 18/05/2019, pág: 55




## MARKETING

---

## Creativos con piel de consultor

El mercado publicitario está inmerso desde hace unos años en una transformación total del negocio motivado por la entrada masiva de la tecnología en el mundo del marketing y la publicidad. Ello ha provocado la entrada de las grandes consultoras con la compra de agencias en todo el mundo. "La tecnología y las inversiones en tecnología se han convertido en una parte enorme de la actividad de marketing. Tan sólo en 2018, las inversiones en tecnología hechas por los CMO (chief marketing officer) han sido mayores que las llevadas a cabo por responsables de las propias áreas tecnológicas", ha subrayado Marina Specht, consejera delegada de MRM McCann, agencia global de marketing directo y digital.



 **Expansión**, 21/05/2019, pág: 52

Copyright Kantar Media, S.A.

Per donar-te de baixa d'aquest butlletí, fes-nos arribar la teva petició per mail a [erodriguez@colpublirp.com](mailto:erodriguez@colpublirp.com)