

## Porcentaje de publicidad de alimentación y bebidas (PAB) dirigida a niños y niñas de 4-12 años

### DEFINICIONES:

- GRP (gross rating point): los GRP se calculan dividiendo el número total de impactos o visualizaciones de los spots de los individuos de un grupo (target), entre todos los individuos del target.

### FÓRMULA:

GRP de alimentación y bebidas dirigidas a niños y niñas de 4 – 12 años

% de PAB dirigida a menores de 4 a 12 años en HPR =

GRP de alimentación y bebidas

Tabla 1. GRP de alimentación y bebidas dirigidos a niños y niñas de 4 a 12 años (total y en HPR) (Fuente: Kantar Media)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
GRP de alimentación y bebidas dirigidos a menores (4-12 años)	56.425	66.751	77.944	87.230	87.622	104.171	95.283	84.945	73.632	60.520	45.260
GRP de alimentación y bebidas	553.385	538.804	513.804	474.152	496.476	558.603	581.080	556.554	559.612	523.747	464.961
Porcentaje de publicidad de alimentación y bebidas dirigida a menores de 4-12 años	10,2	12,4	15,2	18,4	17,6	18,6	16,4	15,3	13,2	11,6	9,7

Figura 1. GRP de alimentación y bebidas (total y dirigidos a niños y niñas de 4 a 12 años)

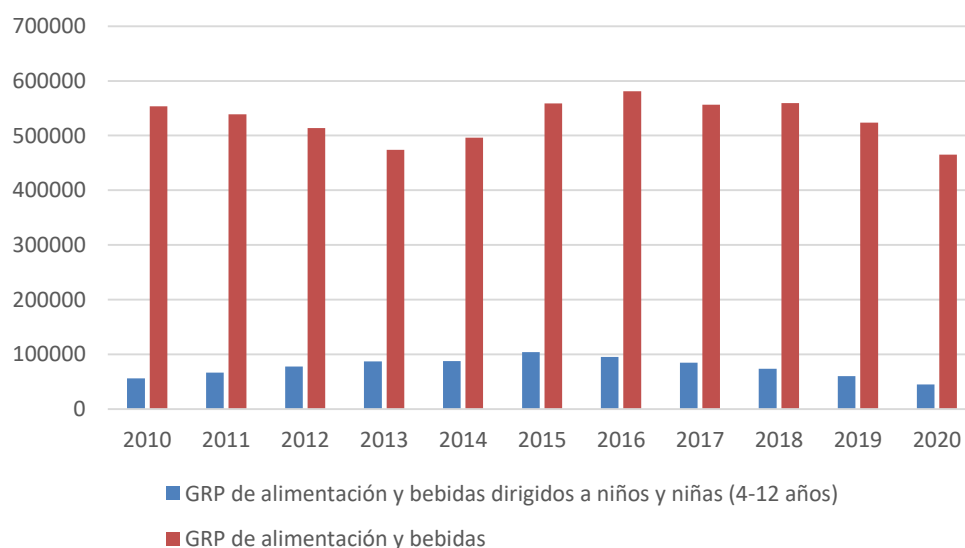
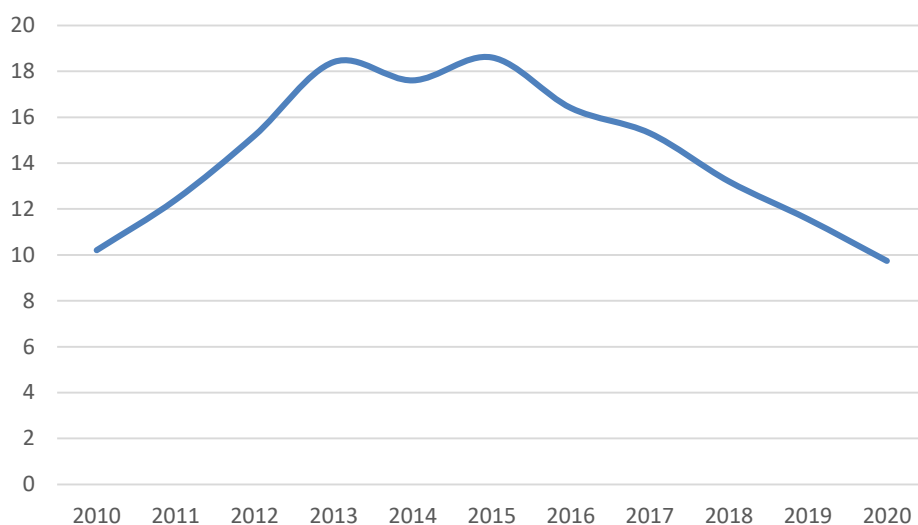


Figura 2. Evolución del porcentaje de publicidad de alimentación y bebidas dirigidos a niños y niñas de 4 a 12 años



**FUENTE: KANTAR MEDIA** | “GRP’s dirigidos a menores”: spots emitidos en TV’s infantiles: CLAN, DISNEY, BOING, PANDA, CARTOON, CARTOONITO, NICK, SUPER3, ETB3, BABY, JETIX, KIDSCO.

Este documento debe citarse: Evaluación y seguimiento de la Estrategia NAOS: conjunto mínimo de indicadores. Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Ministerio de Consumo. Madrid, 2021.

<http://www.aecosan.mssi.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/subseccion/indicadores.htm>