

Porcentaje de publicidad de alimentación y bebidas de empresas adheridas al Código PAOS (PAB-PAOS) 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 grupo (target).

FÓRMULA:

$$\% \text{ de PAB-PAOS dirigidas a niños y niñas de 4-12 años} = \frac{\text{GRP de alimentación y bebidas (PAOS) dirigidas a niños y niñas de 4-12 años}}{\text{GRP de alimentación y bebidas dirigidas a niños y niñas de 4-12 años}}$$

Tabla 1. GRP de alimentación y bebidas (PAOS y total) dirigidas a niños y niñas de 4-12 años (Fuente: Kantar Media)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
GRP de alimentación y bebidas (PAOS) dirigidos a niños y niñas (4-12 años)	47.903	58.728	68.443	71.449	83.348	96.194	89.926	77.106	66.450	54.550	41.945
GRP de alimentación y bebidas dirigidos a niños y niñas (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
% de PAB-PAOS dirigida a niños y niñas de 4-12 años	84,9	88	87,8	81,9	95,1	92,3	94,4	90,8	90,2	90,1	92,7

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

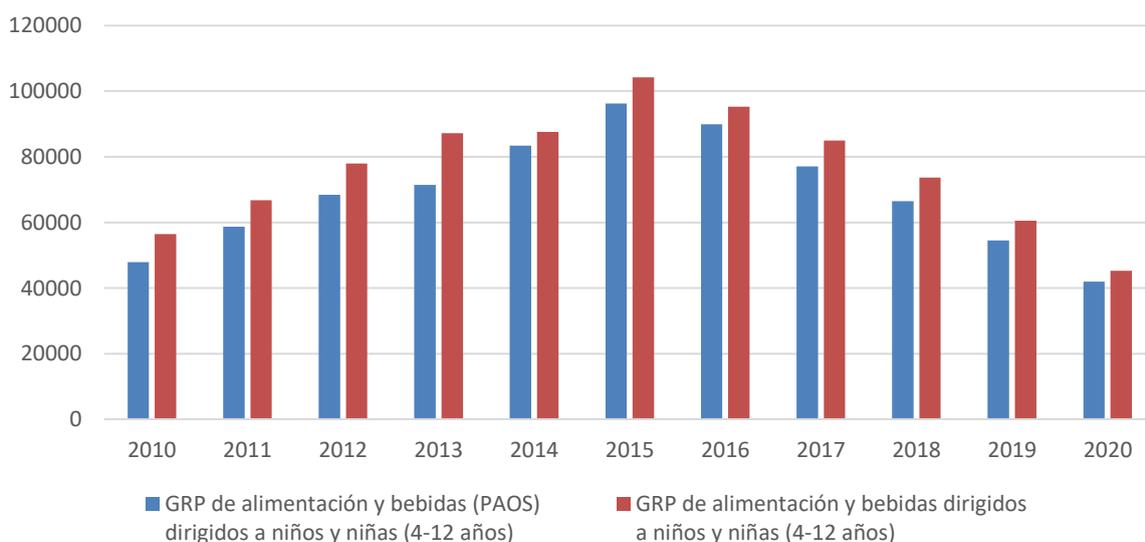
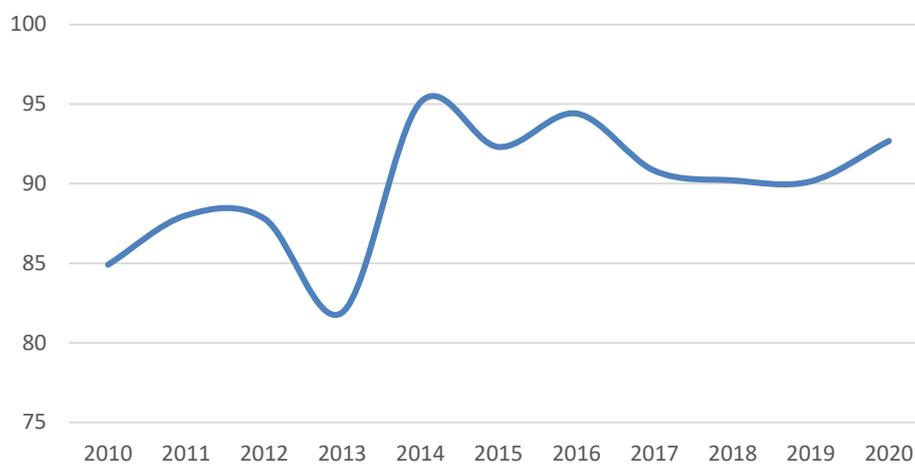


Figura 2. Evolución del porcentaje de PAB-PAOS dirigida a niños y niñas de 4-12 años.



FUENTE: KANTAR MEDIA | “GRP’s dirigidos a niños” ☑ 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.msssi.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/subseccion/indicadores.htm>