

Porcentaje de publicidad de alimentación y bebidas (PAB)

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:

$$\% \text{ de PAB} = \frac{\text{GRP de alimentación y bebidas}}{\text{GRP del total de sectores}}$$

Tabla 1. GRP de alimentación y bebidas y total de sectores 2010-2020 (Fuente: Kantar Media)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
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
GRP del total de sectores	2.536.747	2.476.791	2.477.276	2.558.212	2.681.848	2.745.837	2.811.307	2.773.648	2.769.372	2.645.955	2.369.036
% PAB	21,8	21,8	20,7	18,5	18,5	20,3	20,7	20,0	20,2	19,8	19,6

Figura 1. GRP de alimentación y bebidas y total de sectores 2010-2020.

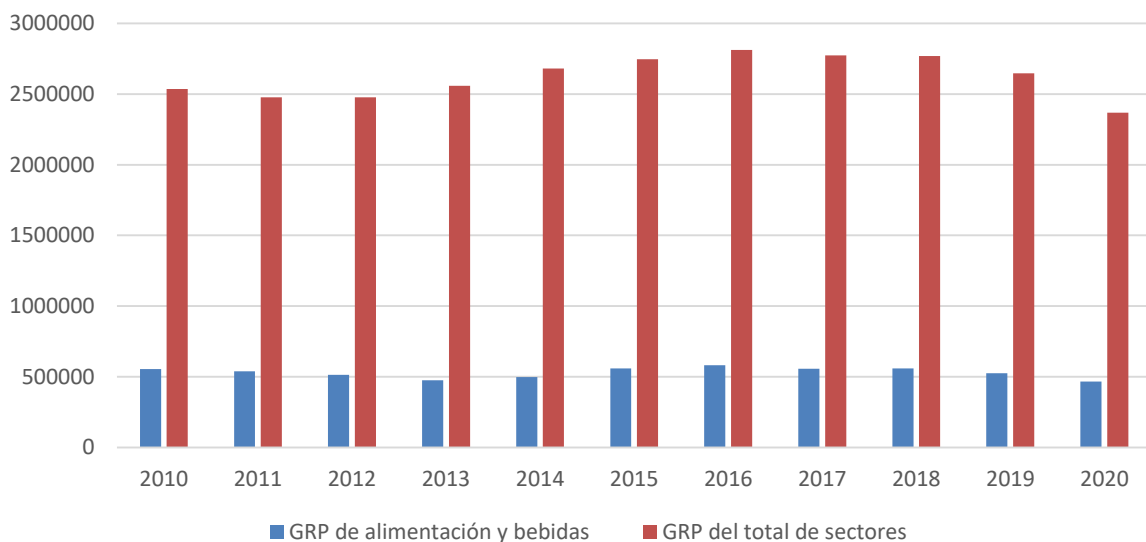
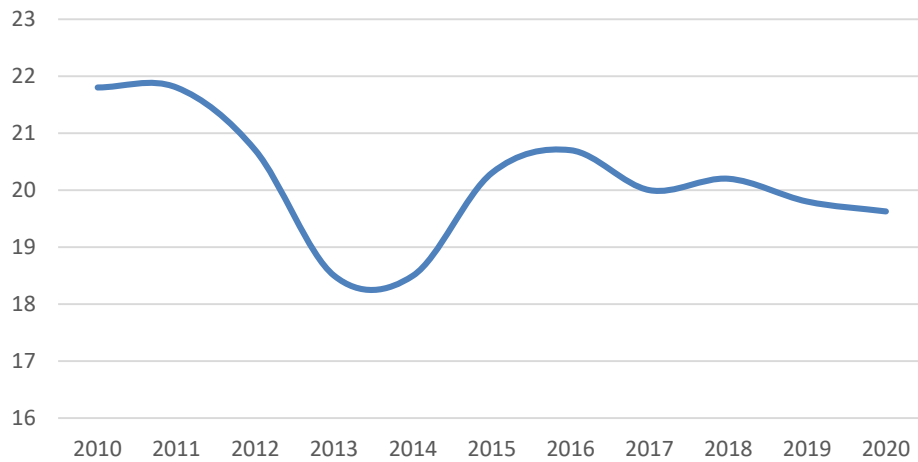


Figura 2. Evolución del porcentaje de publicidad de alimentación y bebidas 2010-2020.



FUENTE: KANTAR MEDIA – GRP's a Formato Pyb – Ind + 4 años

A partir de 2018, se incluyen invitados y audiencia no lineal (lineal+voldal+ade 1).

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>