



NOTA DE PRENSA

Nueva edición del Estudio de calidad de la televisión en España

- Se trata de la sexta edición del estudio en nuestro país
- Se han realizado 182 entrevistas a profesionales del marketing de las principales empresas anunciantes y profesionales de agencias de medios
- La ética y credibilidad de la información pierden importancia a la hora de definir la calidad de la televisión, en favor de aspectos relacionados con la propia publicidad (saturación, distribución)
- El 78% de los entrevistados consideran que la calidad influye mucho o bastante en la eficacia de las campañas publicitarias
- Antena 3 y Atresmedia, cadena y grupo con mejor calidad percibida

Madrid, 28 de febrero de 2022.-

SCOPEN ha concluido la sexta edición del **Estudio de Calidad de la Televisión** que analiza la evolución de la percepción que, tanto los profesionales de marketing como las agencias de medios, tienen de la calidad de grupos, cadenas y programas de televisión.

En esta ocasión se han realizado 182 entrevistas: 83 a profesionales de marketing de las principales empresas anunciantes del país y 99 a profesionales de agencias de medios. El trabajo de campo se llevó a cabo entre los meses de julio y octubre de 2021.

Héctor Abanades, Research Manager de SCOPEN comenta que *“la calidad de los contenidos cobra cada vez más importancia. Los consumidores buscan más contenidos que entretengan y la calidad de ese entretenimiento es lo que genera engagement. En los últimos años, la irrupción de plataformas como Tik Tok o Twitch, que apuestan directamente por los generadores de contenidos, hace que las cadenas de televisión no solo compitan entre ellas, sino también con otras formas de información y entretenimiento. Seguir apostando por la calidad los contenidos televisivos contribuirá a afianzar su posicionamiento”*.

Los entrevistados **definen la “televisión de calidad”**, principalmente, **como aquella que ofrece Contenidos más interesantes y novedosos** (40%), con *Baja saturación y Bloques publicitarios de corta duración* (33.5%). Le siguen cuestiones como una *Buena y Variada programación* (22%), la *Afinidad al target/Segmentación* (20%) o la posibilidad de *Interacción online/Multimedia/TV a la carta* (14%).

Casi la mitad de los entrevistados (44,5%) consideran que **la calidad influye mucho en la eficacia de las campañas publicitarias**, que sumados a los que opinan que influye bastante, aumentan hasta el 78%. A lo largo de las seis ediciones del estudio,

SCOPEN.COM

se observa cómo la calidad de la televisión ha ido aumentando su influencia en la eficacia de las campañas publicitarias, especialmente en los últimos cuatro años.

A la hora de responder cuáles son las cadenas de televisión generalista que destacan por su calidad, el **43% de los profesionales entrevistados eligen a Antena 3 como la mejor** (tanto anunciantes como profesionales de agencias de medios) seguida de **La 2** (19%), **La 1** (16%) y **La Sexta** (13%). Antena 3 es la cadena que mejor evolución ha experimentado en las seis ediciones del estudio, en cuanto a cadena elegida en primer lugar y La Sexta frenó su crecimiento en 2020. La 1 y La 2 son ligeramente más mencionadas en primer lugar respecto a la pasada edición.

En el TOP 3 de **los programas mejor valorados por su calidad destacan**, con aumentos significativos con respecto a la anterior edición, **Antena 3 Noticias y El Hormiguero (ambos de Antena 3)** seguidos a cierta distancia del *Telediario* de La 1. Siete de los diez programas más destacados son de ATRESMEDIA.

Entre los programas destacados por los profesionales por su falta de calidad, encontramos ocho programas de Telecinco entre los diez más mencionados, con *Sálvame* en el primer lugar (41%), seguido de *La isla de las tentaciones* (18%) y *Supervivientes* (6%).

En cuanto al compromiso de los grupos con la calidad, **ATRESMEDIA es el mejor valorado** y así lo afirma el 70% de los profesionales entrevistados aumentando 8 puntos porcentuales con respecto a los resultados obtenidos en 2020). Le sigue TVE (49%) y a bastante distancia, MEDIASET España (10%).

Atendiendo a la calidad del programa, la **calidad del contenido** sigue siendo más importante que la **experiencia del usuario**, que aumenta ligeramente sus menciones con respecto a la pasada edición. **Seis de cada diez entrevistados prefieren apostar por los contenidos.**

Sobre SCOPEN:

SCOPEN es una consultora de marketing y publicidad que opera en el mercado desde 1990. Actualmente la compañía ofrece, gracias a las investigaciones que realizan y a su riguroso análisis, una visión estratégica única para impulsar los negocios desde un punto de vista creativo, inspirando a personas y proyectos desde el rigor y la independencia.

Presente en 12 mercados.

SCOPEN. Knowledge for Creative Transformation

Para más información:

SCOPEN

María José Ramiro - Communications Director
mjramiro@scopen.com Tlf: 917 021 113