

Observatorio **aea** de la Publicidad

Informe Televisión

Febrero 2014

Conclusiones

- Todas las cadenas nacionales reducen su porcentaje de Resto de Emisión en Febrero. La Sexta es la cadena que más lo reduce, con 1,4 puntos menos. Cuatro es la cadena más estable, con solo 2 décimas menos que en Enero, manteniéndose como la cadena con mayor porcentaje de Resto de emisión con 19,5%.
- El Promedio Mensual de Resto de Emisión de las cadenas nacionales comerciales anota este mes un 14,5%, siendo un 14% menos que en Febrero 2013.
- El porcentaje de Resto de Emisión baja en todas las franjas. Mañana es la franja donde menos se reduce.
- Todas las cadenas reducen la Publicidad emitida. Telecinco continúa siendo la cadena que más Publicidad emite, con 24 minutos menos que en Enero y una media diaria de 2 horas y 32 minutos. La Sexta es la cadena que más reduce la publicidad emitida, con 31 minutos menos y una media que no llega a las 2 horas diarias.
- Continúa descendiendo el tiempo de emisión del resto de formatos publicitarios, salvo las Autopromociones /Avances de Programación en todas las cadenas nacionales comerciales, las teletiempos en Cuatro y las Telepromociones en Telecinco.

Febrero 2014

Resto de Emisión por franjas

TOTAL DÍA

cuatro 19,5%

5 15,2%

laSexta 12,0%

10 11,4%

2 4,1%

1 3,7%

MAÑANA 7:00-13:59

5 18,4%

cuatro 16,7%

10 11,4%

laSexta 10,9%

2 4,7%

1 4,5%

SOBREMESA 14:00-16:59

5 22,4%

laSexta 19,7%

10 18,1%

cuatro 16,4%

2 5,5%

1 3,3%

TARDE 17:00-20:29

5 17,7%

cuatro 15,9%

laSexta 15,7%

10 13,1%

2 5,9%

1 5,6%

NOCHE 20:30-23:59

cuatro 21,7%

laSexta 18,5%

5 18,3%

10 18,2%

2 4,0%

1 3,1%

MADRUGADA 1 24:00-2:29

5 16,4%

cuatro 14,5%

laSexta 13,0%

10 12,1%

1 3,8%

2 3,7%

MADRUGADA 2 2:30-6:59

cuatro 29,6%

1 1,4%

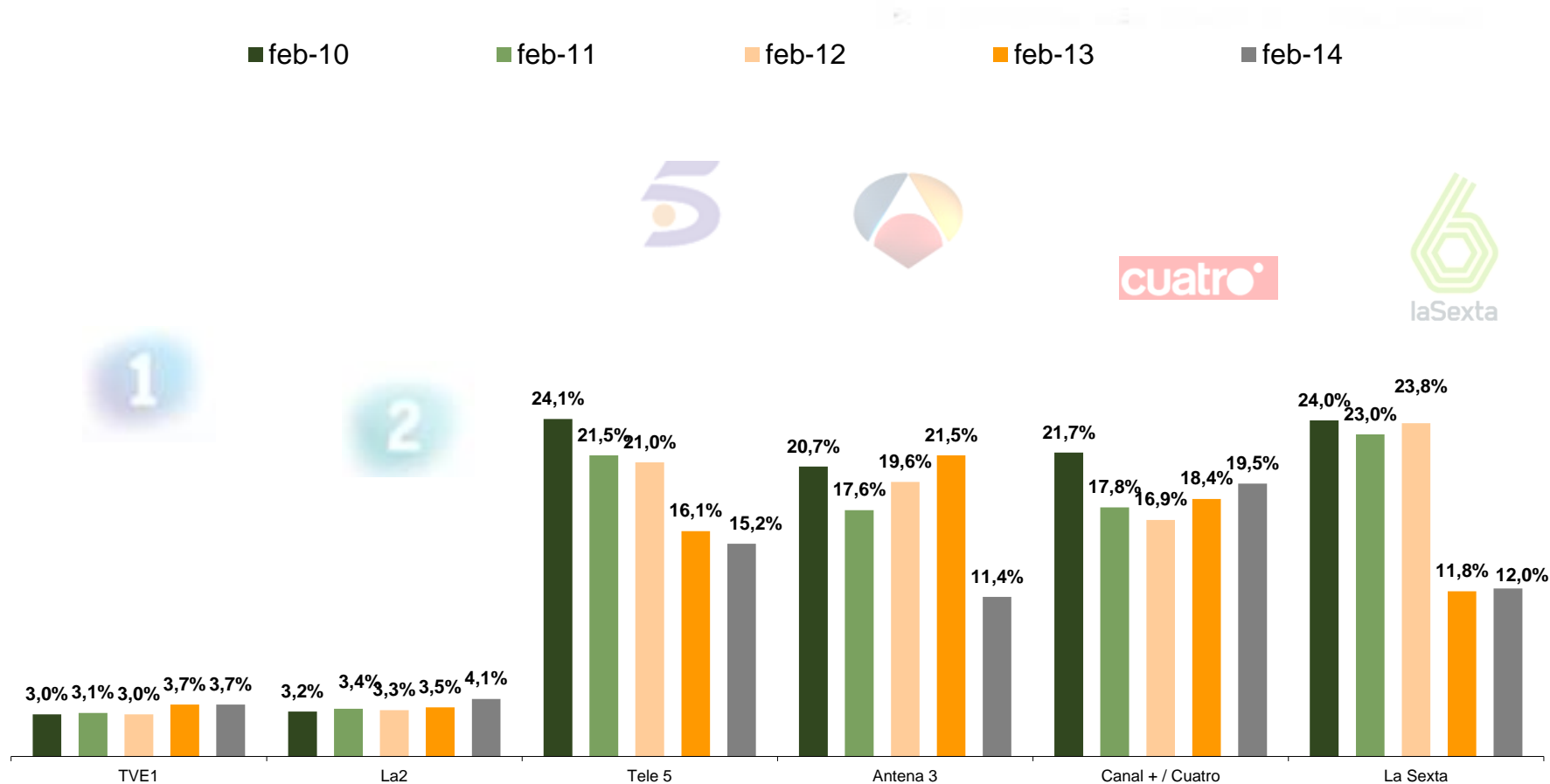
2 1,1%

5 0,2%

laSexta 0,0%

10 0,0%

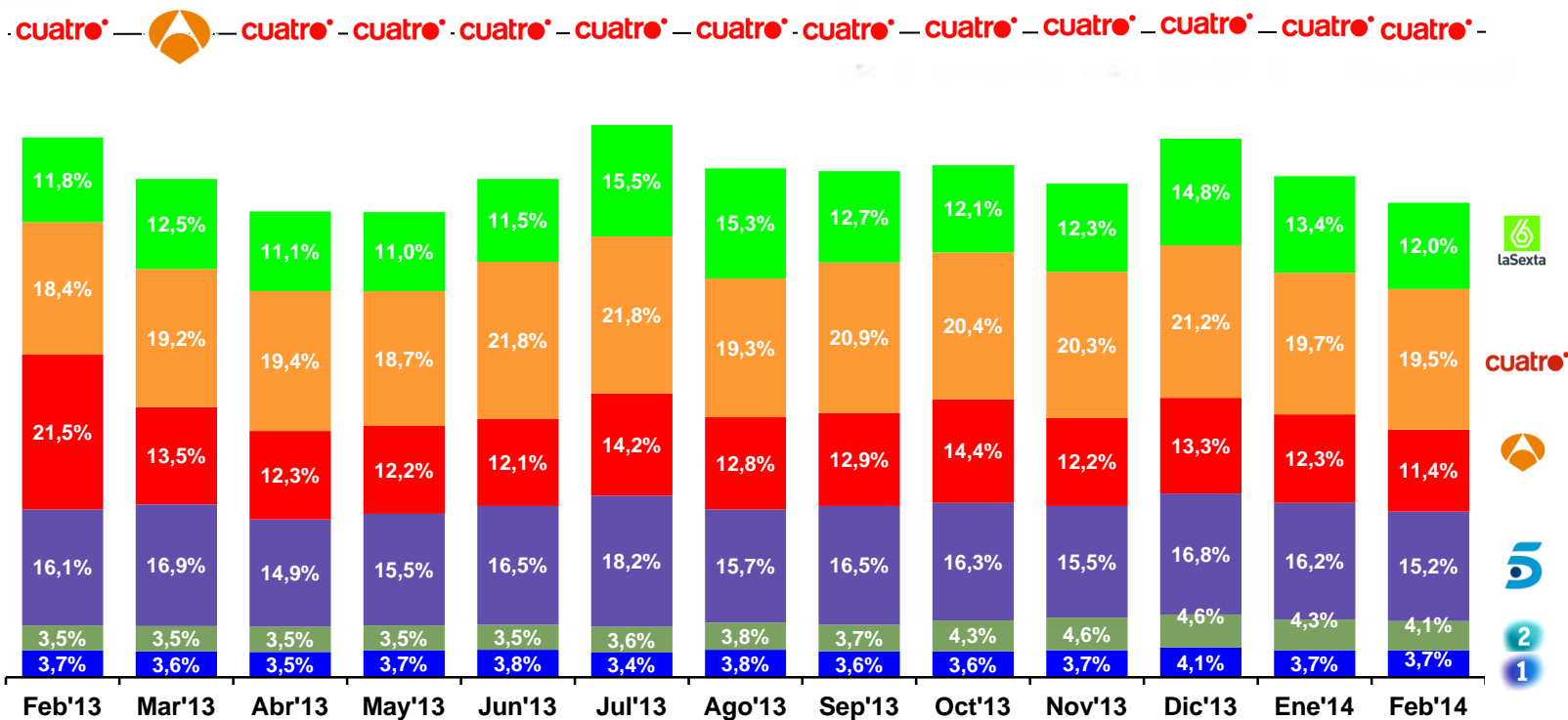
Resto de Emisión sobre Total Emisión



Fuente: TNS Audiencia de Medios

Febrero 2014

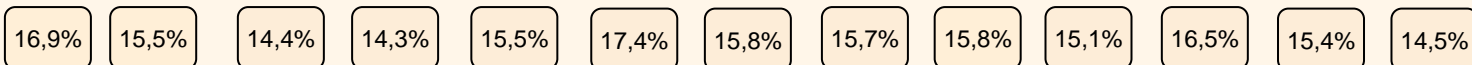
Evolución Resto de Emisión



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Nacionales



Promedio Mensual de Resto Emisión de Cadenas Comerciales



Acumulado 2014 de Publicidad

Total Minutos de Publicidad Cadenas Nacionales: Enero-Febrero 2014

Cadenas Nacionales

75.236

78.012

69.830

57.639

50.865

49.061

39.154

39.573

Cadenas Nacionales Privadas

52.261

54.037

50.314

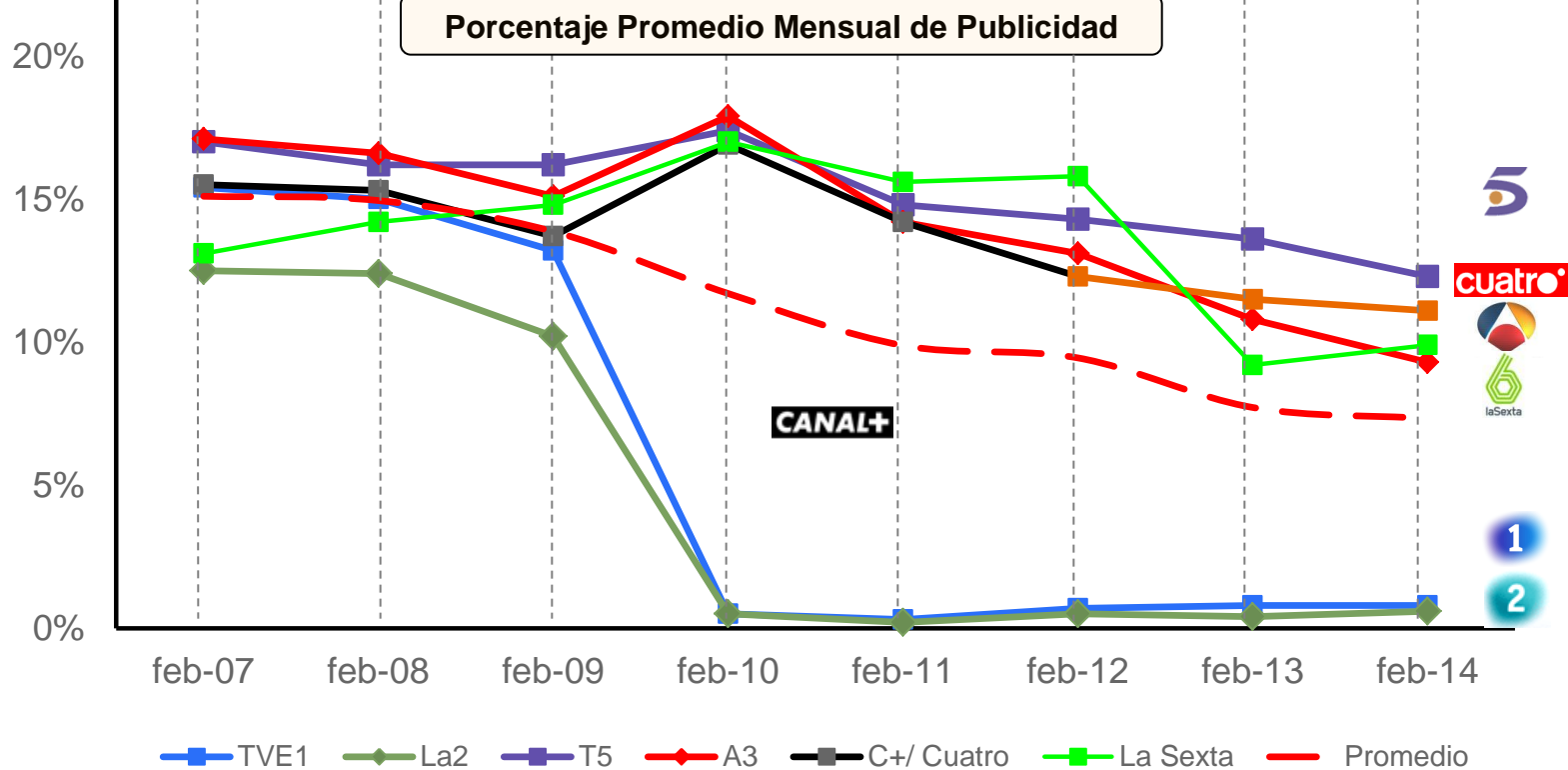
56.975

50.444

48.139

38.257

38.394









Fuente: TNS Audiencia de Medios

Datos Febrero 2014







Febrero 2014

Porcentaje de Resto de Emisión por Tipologías







TOTAL DÍA

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|  | 19,5% |
|  | 15,2% |
|  | 12,0% |
|  | 11,4% |
|  | 4,1% |
|  | 3,7% |







PUBLICIDAD

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|
|  | 11,0% |
|  | 10,5% |
|  | 9,3% |
|  | 8,4% |
|  | 0,5% |
|  | 0,4% |







TELETIENDAS

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|
|  | 5,5% |
|  | 0,0% |
|  | 0,0% |
|  | 0,0% |
|  | 0,0% |
|  | 0,0% |







AVANC. PROG & AUTOPROMOS

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|
|  | 3,3% |
|  | 2,7% |
|  | 2,4% |
|  | 2,3% |
|  | 2,0% |
|  | 1,9% |







PATROCINIOS

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|
|  | 0,4% |
|  | 0,4% |
|  | 0,4% |
|  | 0,3% |
|  | 0,2% |
|  | 0,2% |

TELEPROMOCIONES

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|------|
|  | 0,9% |
|  | 0,5% |
|  | 0,3% |
|  | 0,2% |
|  | 0,0% |
|  | 0,0% |

OTROS

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|------|
|  | 0,5% |
|  | 0,5% |
|  | 0,2% |
|  | 0,1% |
|  | 0,1% |
|  | 0,1% |

Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

| | | Enero'14 | | Febrero'14 |
|---|----------------------|----------|---|------------|
| 1 | PROGRAMACION | 1383 | ↓ | 1335 |
| | Autoprom / Av. Prog. | 40 | ↓ | 37 |
| | Teletienda | 0 | ≡ | 0 |
| | Publicidad* | 8 | ↓ | 7 |
| | Patrocinios | 0 | ≡ | 0 |
| | Telepromociones | 1 | ≡ | 1 |
| | Otros | 3 | ≡ | 3 |

| mañana | sobremesa | tarde | noche | madrug1 | madrug2 |
|------------|--------------|-------------|-------------|------------|-----------|
| 7:00-13:59 | 14:00 -16:59 | 17:00-20:29 | 20:31-23:59 | 24:00-2:29 | 2:31-6:59 |
| 257 | 386 | 166 | 191 | 196 | 138 |
| 3 | 15 | 4 | 7 | 4 | 4 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |

| | | Enero'14 | | Febrero'14 |
|---|----------------------|----------|---|------------|
| 2 | PROGRAMACION | 1372 | ↓ | 1327 |
| | Autoprom / Av. Prog. | 49 | ↓ | 46 |
| | Teletienda | 0 | ≡ | 0 |
| | Publicidad* | 8 | ↓ | 6 |
| | Patrocinios | 0 | ≡ | 0 |
| | Telepromociones | 0 | ≡ | 0 |
| | Otros | 2 | ≡ | 2 |

| mañana | sobremesa | tarde | noche | madrug1 | madrug2 |
|------------|--------------|-------------|-------------|------------|-----------|
| 7:00-13:59 | 14:00 -16:59 | 17:00-20:29 | 20:31-23:59 | 24:00-2:29 | 2:31-6:59 |
| 258 | 384 | 164 | 187 | 195 | 139 |
| 2 | 17 | 7 | 9 | 6 | 4 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | Enero'14 | | Febrero'14 |
|---|----------------------|----------|---|------------|
| 5 | PROGRAMACION | 1207 | ↓ | 1180 |
| | Autoprom / Av. Prog. | 33 | ↑ | 34 |
| | Teletienda | 0 | ≡ | 0 |
| | Publicidad* | 176 | ↓ | 152 |
| | Patrocinios | 6 | ↓ | 5 |
| | Telepromociones | 12 | ↑ | 13 |
| | Otros | 7 | ≡ | 7 |


| mañana | sobremesa | tarde | noche | madrug1 | madrug2 |
|------------|--------------|-------------|-------------|------------|-----------|
| 7:00-13:59 | 14:00 -16:59 | 17:00-20:29 | 20:31-23:59 | 24:00-2:29 | 2:31-6:59 |
| 260 | 331 | 135 | 167 | 166 | 121 |
| 0 | 12 | 5 | 6 | 5 | 6 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 55 | 29 | 24 | 27 | 16 |
| 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 0 | 4 | 3 | 4 | 2 | 0 |
| 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |

(*) Publicidad : incluye los Anuncios Publicitarios y de Televenta según lo establecido en la LGCA

Fuente: Kantar Media

Febrero 2014


Media Diaria de Minutos por Tipologías y Franjas

| | | Enero'14 | | Febrero'14 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------|---|------------|
|  | PROGRAMACION | 1263 | ↓ | 1231 |
| | Autoprom / Av. Prog. | 26 | ↑ | 28 |
| | Teletienda | 0 | ≡ | 0 |
| | Publicidad* | 136 | ↓ | 116 |
| | Patrocinios | 6 | ↓ | 5 |
| | Telepromociones | 7 | ≡ | 7 |
| | Otros | 2 | ≡ | 2 |

| mañana | sobremesa | tarde | noche | madrug1 | madrug2 |
|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-----------|
| 7:00-13:59 | 14:00-16:59 | 17:00-20:29 | 20:31-23:59 | 24:00-2:29 | 2:31-6:59 |
| 261 | 359 | 142 | 176 | 166 | 127 |
| 0 | 7 | 4 | 7 | 5 | 4 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 34 | 24 | 17 | 28 | 13 |
| 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 0 | 3 | 1 | 1 | 2 | 0 |
| 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |

| | | Enero'14 | | Febrero'14 |
|---------------|----------------------|----------|---|------------|
| cuatro | PROGRAMACION | 1156 | ↓ | 1120 |
| | Autoprom / Av. Prog. | 28 | ↑ | 32 |
| | Teletienda | 74 | ↑ | 77 |
| | Publicidad* | 165 | ↓ | 146 |
| | Patrocinios | 6 | ↓ | 4 |
| | Telepromociones | 4 | ≡ | 4 |
| | Otros | 7 | ≡ | 7 |

| mañana | sobremesa | tarde | noche | madrug1 | madrug2 |
|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-----------|
| 7:00-13:59 | 14:00-16:59 | 17:00-20:29 | 20:31-23:59 | 24:00-2:29 | 2:31-6:59 |
| 184 | 338 | 145 | 171 | 159 | 124 |
| 0 | 11 | 4 | 7 | 6 | 4 |
| 77 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 52 | 21 | 24 | 34 | 15 |
| 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 0 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 |
| 0 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |

| | | Enero'14 | | Febrero'14 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------|---|------------|
|  laSexta | PROGRAMACION | 1247 | ↓ | 1223 |
| | Autoprom / Av. Prog. | 23 | ↑ | 27 |
| | Teletienda | 0 | ≡ | 0 |
| | Publicidad* | 160 | ↓ | 129 |
| | Patrocinios | 5 | ≡ | 5 |
| | Telepromociones | 3 | ≡ | 3 |
| | Otros | 2 | ↓ | 1 |

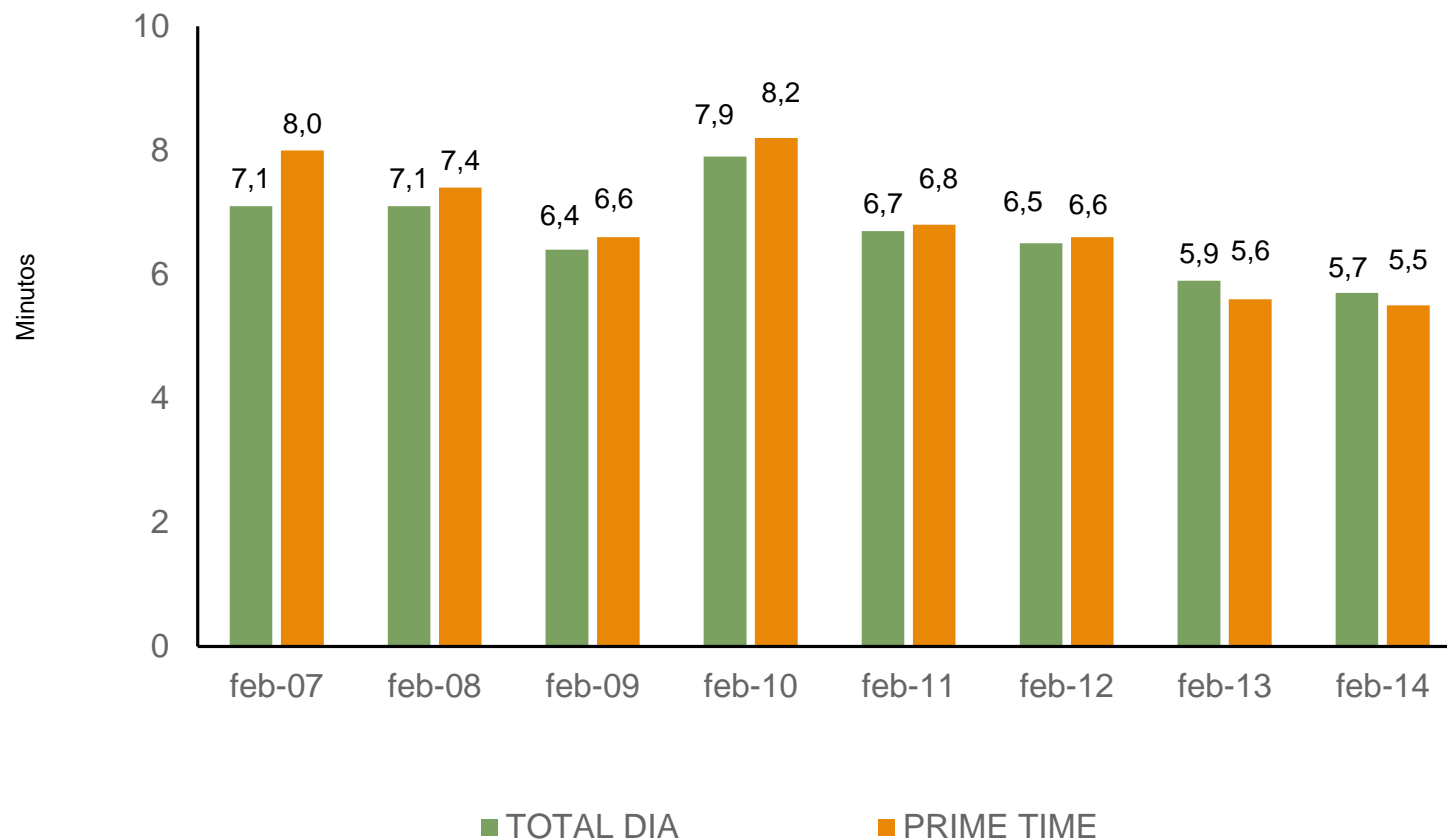
| mañana | sobremesa | tarde | noche | madrug1 | madrug2 |
|------------|-------------|-------------|-------------|------------|-----------|
| 7:00-13:59 | 14:00-16:59 | 17:00-20:29 | 20:31-23:59 | 24:00-2:29 | 2:31-6:59 |
| 261 | 361 | 140 | 171 | 164 | 126 |
| 0 | 10 | 5 | 2 | 7 | 4 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 0 | 32 | 28 | 28 | 28 | 14 |
| 0 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 0 | 0 | 1 | 0 | 2 | 1 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

(*) Publicidad : incluye los Anuncios Publicitarios y de Televenta según lo establecido en la LGCA

Fuente: Kantar Media

Febrero 2014

Duración Media de los Bloques Publicitarios en minutos (*)



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT), CUATRO(AT) y LA SEXTA(AT).

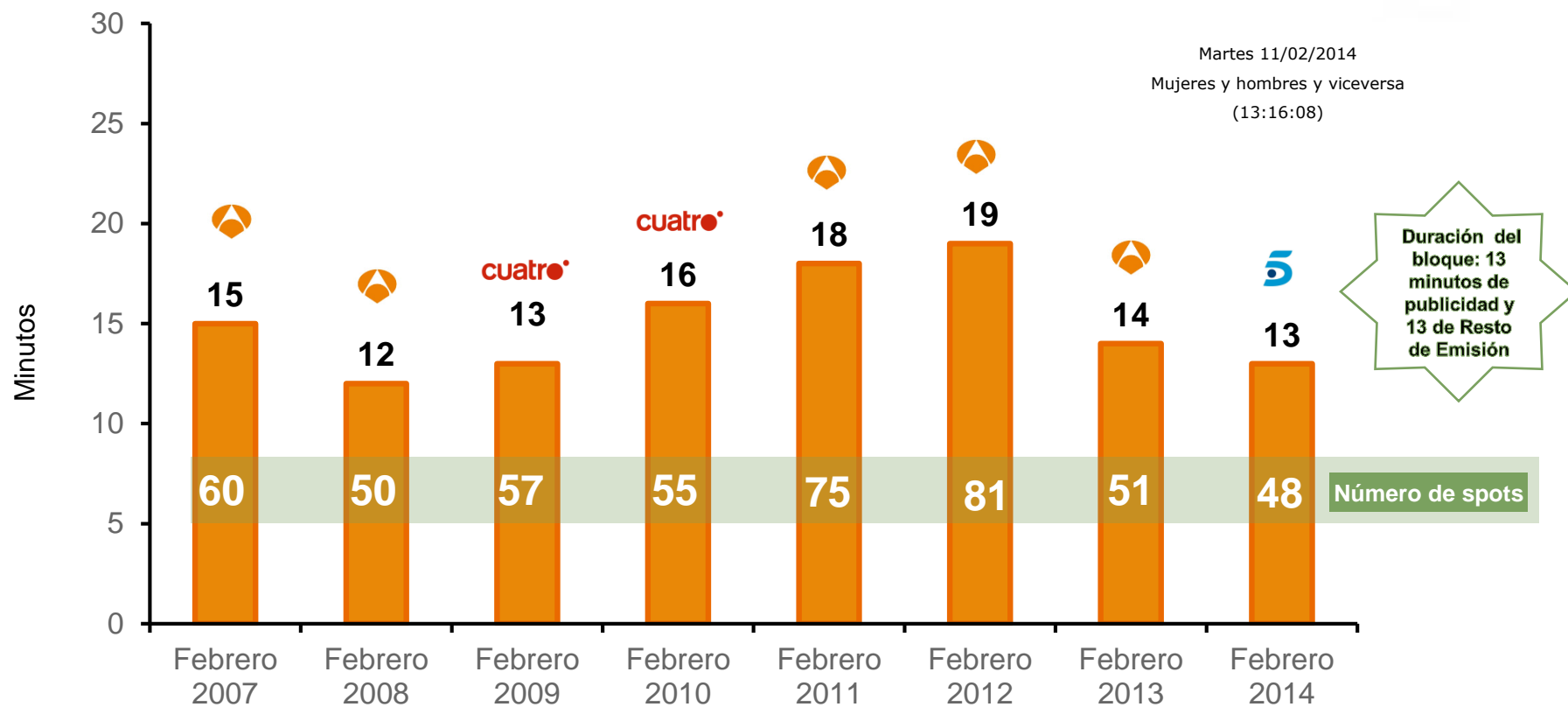
Sólo se han contemplado los bloques con 5 y más spots.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios

Febrero 2014

Bloque Publicitario con Mayor Número de Spots



(*) Ámbito: Madrid (TVE1(AT), La2(AT), T5(AT), A3(AT), CUATRO (AT) y LA SEXTA(AT).

No se han contemplado las desconexiones regionales.

Contador de Bloques: Posición en Bloque 2 (PB2)

Fuente: TNS Audiencia de Medios













Febrero 2014

Ranking de Canales Autonómicos de Resto de Emisión por Total Día

Mapa de Comunidades con Televisiones Autonómicas



- 1 TV. Autónoma
- 2 TV. Autónomas
- Sin TV. Autónoma

| Posición | Cadena | Comunidad | % Resto |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------|
| 1 |  TPA | Asturias | 30,0% |
| 2 |  IB3 | I. Baleares | 14,2% |
| 3 |  CL7 | Castilla y León | 12,4% |
| 4 |  C. SUR | Andalucía | 12,3% |
| 5 |  CMT | Castilla la Mancha | 9,6% |
| 6 |  ATV | Aragón | 9,0% |
| 7 |  TVM | Madrid | 8,4% |
| 8 |  TVG | Galicia | 8,0% |
| 9 |  TV3 | Cataluña | 7,2% |
| 10 |  ETB2 | País Vasco | 7,1% |
| 11 |  K3-33 | Cataluña | 3,7% |
| 12 |  ETB1 | País Vasco | 2,2% |

Ficha Técnica

Características del Estudio de Resto de Emisión

- Este informe ha sido elaborado por MEC con datos suministrados por Kantar Media.
- Datos disponibles desde Enero de 1999.
- El ámbito de análisis es Península y Baleares, sin incluir Canarias.
- Programación:
 - | Programas
 - | Carta de Ajuste
 - | Apertura y Presentación
 - | Despedida y Cierre
- Resto de Emisión:
 - | Avances de Programación
 - | Autopromoción
 - | Teletienda
 - | Sobreimpresiones
 - | Patrocinios
 - | Telepromociones
 - | Spots Convencionales
 - | Otras nuevas formas publicitarias
- Periodicidad mensual.
- Análisis de los diferentes periodos horarios.

Febrero 2014

Análisis de la Ocupación de Programas

Observatorio **aea**
de la Publicidad

Febrero 2014

Análisis de la Ocupación de Programas

Ficha técnica

- Este estudio tiene como objetivo conocer cuánto tiempo, de la duración de un programa emitido en televisión, no corresponde realmente a dicho evento.
 - Se ha considerado la emisión más vista de los programas de mayor audiencia, con duración mayor de 15 minutos de cada cadena nacional, excepto los programas deportivos e informativos.
- En este anexo se ha estudiado la ocupación de programas de las seis cadenas nacionales desde dos perspectivas:
 - Ocupación en Programas del Top 2 por cadena.
 - Ocupación en Programas del Top 10 total cadenas.

Febrero 2014

Porcentaje de Ocupación de Programas(*)

Ocupación en Programas del Top 2 por cadena

| 1 | Título/Descripción | Fecha | Hora de Inicio | Hora de Fin | Duración Total Programa | AM(000) | AM% | Ocu% | Duración de los bloques (mm:ss) |
|---|------------------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------------|---------|-----|------|---------------------------------|
| | PELICULA DE LA SEMANA | 16/02/2014 | 21:59:57 | 23:28:28 | 1:28:31 | 4.097 | 9,7 | 0,0 | 00:00 |
| | CUENTAME COMO PASO / COMO DEBE SER | 13/02/2014 | 22:31:09 | 23:48:21 | 1:17:12 | 3.465 | 8,2 | 0,0 | 00:00 |

| 2 | Título/Descripción | Fecha | Hora de Inicio | Hora de Fin | Duración Total Programa | AM(000) | AM% | Ocu% | Duración de los bloques (mm:ss) |
|---|-----------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------------|---------|-----|------|---------------------------------|
| | SABER Y GANAR | 11/02/2014 | 15:30:04 | 16:12:26 | 0:42:22 | 1.535 | 3,6 | 0,0 | 00:00 |
| | SABER Y GANAR:FIN DE SEMANA | 08/02/2014 | 15:38:03 | 16:15:58 | 0:37:55 | 889 | 2,1 | 0,0 | 00:00 |

| 5 | Título/Descripción | Fecha | Hora de Inicio | Hora de Fin | Duración Total Programa | AM(000) | AM% | Ocu% | Duración de los bloques (mm:ss) |
|---|----------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------------|---------|------|------|---------------------------------|
| | LA VOZ KIDS | 13/02/2014 | 22:27:06 | 24:40:21 | 2:13:15 | 5.222 | 12,3 | 13,0 | 17:17 |
| | EL PRINCIPE / CONFIA EN MI | 18/02/2014 | 22:36:12 | 24:01:40 | 1:25:28 | 5.178 | 12,2 | 13,9 | 11:55 |

Ámbito: PYB, Ind. +4 años.

Fuente: Kantar Media.

(*) Ranking de programas: Los datos mostrados se refieren a la emisión de mayor audiencia de cada programa (cada programa puede tener más de una emisión) y las emisiones están ordenadas por la Audiencia Media del Programa


Febrero 2014

Porcentaje de Ocupación de Programas(*)

Ocupación en Programas del Top 2 por cadena

|  | Título/Descripción | Fecha | Hora de Inicio | Hora de Fin | Duración Total Programa | AM(000) | AM% | Ocu% | Duración de los bloques (mm:ss) |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------------|---------|------|------|---------------------------------|
| | VELVET / ALAS DE MARIPOSA | 17/02/2014 | 22:36:18 | 24:18:05 | 1:41:47 | 4.711 | 11,1 | 16,8 | 17:05 |
| | EL PELICULON / PARKER | 01/02/2014 | 22:02:04 | 24:15:27 | 2:13:23 | 3.895 | 9,2 | 19,1 | 25:32 |

|  | Título/Descripción | Fecha | Hora de Inicio | Hora de Fin | Duración Total Programa | AM(000) | AM% | Ocu% | Duración de los bloques (mm:ss) |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------------|---------|-----|------|---------------------------------|
| | CASTLE / VESTIDA PARA MATAR | 20/02/2014 | 22:31:35 | 23:17:58 | 0:46:23 | 1.636 | 3,9 | 12,8 | 05:55 |
| | HOME CINEMA / ENEMIGO PUBLICO | 09/02/2014 | 15:54:41 | 18:15:23 | 2:20:42 | 1.611 | 3,8 | 13,9 | 19:35 |

|  | Título/Descripción | Fecha | Hora de Inicio | Hora de Fin | Duración Total Programa | AM(000) | AM% | Ocu% | Duración de los bloques (mm:ss) |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------------|---------|-----|------|---------------------------------|
| | EL INTERMEDIO | 24/02/2014 | 21:35:02 | 22:37:25 | 1:02:23 | 2998 | 7,1 | 14,7 | 09:11 |
| | EL TAQUILLAZO / CAPITAN AMERICA:EL PRIMER VENGAD | 04/02/2014 | 22:29:12 | 24:32:23 | 2:03:11 | 2410 | 5,7 | 11,6 | 14:14 |

Ámbito: PYB, Ind. +4 años.

Fuente: Kantar Media.

(*) Ranking de programas: Los datos mostrados se refieren a la emisión de mayor audiencia de cada programa (cada programa puede tener más de una emisión) y las emisiones están ordenadas por la Audiencia Media del Programa

Febrero 2014

Porcentaje de Ocupación de Programas(*)

Ocupación en Programas del Top 10** en las cadenas nacionales

| Cadena | Título/Descripción | Fecha | Hora de Inicio | Hora de Fin | Duración Total Programa | AM(000) | AM% | Ocu% | Duración de los Bloques (mm:ss) |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------------|---------|------|------|---------------------------------|
|  | LA VOZ KIDS | 13/02/2014 | 22:27:06 | 24:40:21 | 2:13:15 | 5.222 | 12,3 | 13,0 | 17:17 |
|  | EL PRINCIPE | 18/02/2014 | 22:36:12 | 24:01:40 | 1:25:28 | 5.178 | 12,2 | 13,9 | 11:55 |
|  | VELVET / ALAS DE MARIPOSA | 17/02/2014 | 22:36:18 | 24:18:05 | 1:41:47 | 4.711 | 11,1 | 16,8 | 17:05 |
|  | LA QUE SE AVECINA / UN OSO AMOROSO, UNOS MELLIZOS... | 26/02/2014 | 22:27:48 | 24:25:02 | 1:57:14 | 4.089 | 9,6 | 21,6 | 25:19 |
|  | EL PELICULON / PARKER | 01/02/2014 | 22:02:04 | 24:15:27 | 2:13:23 | 3.895 | 9,2 | 19,1 | 25:32 |
|  | LA VOZ KIDS EXPRES | 20/02/2014 | 22:01:36 | 22:27:41 | 0:26:05 | 3.662 | 8,6 | 26,5 | 06:54 |
|  | MULTICINE 2 / EL MILAGRO DE CARINTIA | 09/02/2014 | 17:39:55 | 19:22:44 | 1:42:49 | 3.382 | 8,0 | 13,8 | 14:10 |
|  | EL HORMIGUERO 3.0 | 17/02/2014 | 21:45:43 | 22:33:00 | 0:47:17 | 3.126 | 7,4 | 7,2 | 03:24 |
|  | EL INTERMEDIO | 24/02/2014 | 21:35:02 | 22:37:25 | 1:02:23 | 2.998 | 7,1 | 14,7 | 09:11 |
|  | EL PRINCIPE: UN AMOR IMPOSIBLE | 04/02/2014 | 22:07:10 | 22:30:35 | 0:23:25 | 2.991 | 7,1 | 28,4 | 06:39 |

(**) Se han eliminado del Ranking 3 de los 10 programas más vistos debido a que pertenecían a la parrilla de programación de La1 de TVE, cadena que ya no emite un volumen publicitario reseñable.

Ámbito: PYB, Ind. +4 años.

Fuente: Kantar Media.

(*) Ranking de programas: Los datos mostrados se refieren a la emisión de mayor audiencia de cada programa (cada programa puede tener más de una emisión) y las emisiones están ordenadas por la Audiencia Media del Programa

Febrero 2014

Teléfonos y Personas de Contacto

| NOMBRE | TEL. | FAX | E-mail |
|-------------------------------------------------------|--------------|--------------|---------------------------|
| Lidia Sanz (aea) | 91-5560351 | 91-5970483 | lsanz@anunciantes.com |
| Begoña Gómez (aea) | | | bgomez@anunciantes.com |
| Carlos Rubio (AEACP) | 91-4477577 | - | agencias@agenciasaeacp.es |
| Leo Farache | 91 524 57 33 | 91 524 57 34 | am@agenciasdemedios.com |
| Asociación de Agencias de Medios (AM) | | | |
| Jose Antonio Lombardo (AGEP) Ángel del Pino (FNEP) | 91-5479458 | 91-5591308 | asoc.publicidad@agep.es |
| Alejandro Perales | 91-5016773 | 91-4315249 | auc@auc.es |
| Consejo de Consumidores y Usuarios | | | |
| Ignacio Larracoechea (PROMARCA) | 91-5221008 | 91-5227156 | voriguela@aschisyasoc.com |
| Gabinete de Prensa: Pablo Nogueroles | | | |

Febrero 2014