

En portada

Sesiones de puertas abiertas en Documentación y Análisis

En Documentación y Análisis, la división de seguimiento de noticias de TNSofres Audiencia de Medios, hemos iniciado el año 2001 abriendo nuestras puertas a responsables de comunicación y de prensa de empresas e instituciones.

En enero reunimos en las oficinas de Madrid y en varias sesiones a representantes de unas cincuenta empresas y organismos. Tras una pequeña presentación, los asistentes pudieron ver en directo todo el proceso que siguen los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) desde su llegada a su emisión hasta la selección, digitalización, asignación y transmisión de las noticias a los clientes.

A finales de diciembre se realizaron otras presentaciones de los servicios de D+A en Andalucía y La Coruña, donde tenemos centros de producción y numerosos clientes. Se trataba de mostrarles el funcionamiento de la WEB de noticias de D+A, desarrollada a lo largo del curso pasado. El 15 de febrero D+A realiza esta presentación den Barcelona.

Esta actividad de *puertas abiertas* La seguiremos manteniendo a lo largo de este año, pues tenemos intención de explicar y dar a conocer nuestros servicios de seguimiento de medios a todos aquellos profesionales que necesitan esta información en su labor diaria.

Creemos interesante que se conozca que, además de los dossiers de prensa, radio y televisión, realizamos análisis cuantitativos y comparativos de la información, y que es posible conocer lo que publican los principales medios extranjeros.

Si desea venir a visitarnos y conocer nuestros servicios, póngase en contacto con nosotros y buscaremos la forma de incluirle en nuevas reuniones



Ranking de campañas y de anunciantes de 2000

El ranking de campañas de 2000 está encabezado por Corporación Dermoeestética, que sube una posición respecto al año anterior. El segundo puesto de este ranking lo ocupa Quiero TV. Como se puede apreciar en el año 2000 aparecieron en los primeros puestos campañas que no tenían actividad o muy poca en años anteriores. Tal es el caso de Ing Direct/Cuenta Naranja, de Cartera de Inversiones, de Telfónica/movistar Plus o www.eresmas.es.

Otras campañas, como la de Vía Digital, Cine 5Estrellas/Colección, Viceroy/Relojes o Aló/operador de telecomunicaciones presentan fuertes escaladas en este ranking respecto al año 1999.

En cuanto al ranking de anunciantes, este año Procter & Gamble pierde el liderazgo de años anteriores en favor de Danone, aunque en número de spots y en tiempo sigue siendo el primero y con bastante distancia.

Ranking de Anunciantes del 2000 por GRP's

		Nº SPOTS	MINUTOS	GRP'S	Pos. 99
1	DANONE, S.A.	26.906	9.105	46.479	2
2	PROCTER & GAMBLE ESPAÑA, S.A.	50.415	17.952	44.399	1
3	SOCIEDAD NESTLE, A.E.P.A.	20.416	6.304	41.556	4
4	TELEFONICA DE ESPAÑA, S.A.	13.926	6.849	34.960	6
5	HENKEL IBERICA, S.A.	15.698	5.274	32.936	3
6	TELEFONICA SERVICIOS MOVILES, S.A.	13.853	5.930	30.911	8
7	RETEVISION	10.135	4.501	25.014	5
8	FASA RENAULT	15.229	6.129	24.217	13
9	EDITORIAL PLANETA DE AGOSTINI DEUSTO, S.A.	14.412	4.784	24.084	14
10	REPSOLS, S.A.	5.726	1.902	22.777	9
11	LECHE PASCUAL, S.A.	9.255	4.224	22.743	18
12	VAROISE CONCENTRES, S.A. (COCA COLA)	10.019	4.503	22.504	11
13	EL CORTE INGLES, S.A.	11.440	3.480	20.807	16
14	FORD ESPAÑA, S.A.	13.736	4.463	19.725	34
15	RBA EDITORES, S.A.	7.698	1.750	19.280	10
16	ARBORA & AUSONIA	24.801	12.249	19.005	15
17	CITROEN HISPANIA, S.A.	10.126	3.979	18.567	23
18	UNCE TELECOMUNICACIONES	5.924	2.178	18.563	
19	DT S-DISTRIB. TV DIGITAL	5.799	1.920	18.274	40
20	VOLKSWAGEN AUDI ESPAÑA, S.A.	10.460	5.207	17.905	12

Ranking de Campañas del 2000 por GRP's

		Nº SPOTS	MINUTOS	GRP'S	Pos.99
1	DERMOESTE/CORPORACION	14.529	4.904	13.939	2
2	QUIERO/C.TV DIGITAL	7.563	4.099	13.868	
3	COCA COLA	5.778	2.404	13.306	1
4	TELEF/MOVISTAR ACTIVA	4.899	1.654	11.117	8
5	VIA DIGITAL	2.830	1.021	9.839	46
6	ING DIRECT/CTA.NARANJ	3.411	1.034	8.907	
7	BANKINTER/L.DIR.ASEGU	4.089	630	8.476	24
8	CARTERA INVERS./PERIO	1.911	319	7.707	
9	CINE 5 ESTRELLAS/COLE	1.881	289	7.657	70
10	REPSOL YPF	2.027	657	7.392	9
11	AIRTEL/COMPANIA TELEF	2.795	874	7.153	10
12	TELEFONICA	2.996	1.362	6.733	3
13	TELEFONICA/MOVIS.PLUS	2.857	1.011	6.565	
14	NUTREXPA/COLA CAO	4.130	1.855	6.520	6
15	RETEVISION/AMENA/DUO	2.258	985	6.421	5
16	CITROEN/AUTOMOVILES	3.584	1.488	6.367	13
17	VICEROY/RELOJES	3.066	767	6.350	85
18	ALO/OP.TELECOM.AMER	5.877	1.478	6.245	53
19	WWW.ERESMAS.COM	2.126	1.038	6.168	
20	DANONE/ACTIMEL	2.560	1.216	6.088	40

Península, Baleares y Canarias . Individuos de 4 y más años. Sin desconexiones regionales o locales

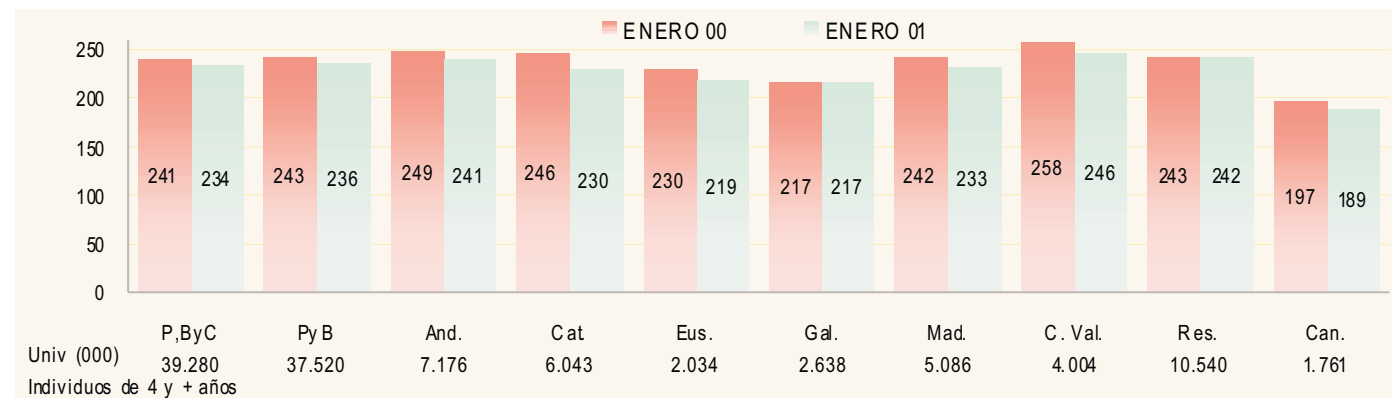
Los datos de enero 2001

Evolución mensual del consumo promedio diario de televisión

	Univ 01 (000)	Ene00	Feb00	Mar00	Abr00	May00	Jun00	Jul00	Ago00	Sep00	Oct00	Nov00	Dic00	Ene01
P.ByC	39.280	241	225	218	220	213	201	180	161	193	212	228	230	234
PyB	37.520	243	227	219	221	214	202	180	161	193	213	230	232	236
And.	7.176	249	225	220	230	214	204	181	169	193	215	232	240	241
Cat.	6.043	246	230	222	221	219	205	185	165	196	216	225	227	230
Eus.	2.034	230	224	215	202	204	199	178	141	188	207	218	212	219
Gal.	2.638	217	205	191	211	192	177	170	158	177	192	217	221	217
Mad.	5.086	242	222	216	215	219	204	175	144	191	212	226	225	233
C. Val.	4.004	258	237	231	223	223	215	182	161	205	223	235	234	246
Res.	10.540	243	231	222	224	213	199	182	167	194	215	236	237	242
Can.	1.761	197	189	188	189	194	189	175	166	180	189	190	190	189

Individuos de 4 y + años

Consumo de televisión por regiones



Ranking de programas

Nº	Título	Título 2	P/S	Cadena	Fecha	Num. Emis.	Dura. Media	Audi. máx %	Audi. med %	Audi. mín %	Share total
1	A CCION 5 ESTRELLAS	MEDIDAS DESESPERADAS	P	TEL5	02/01/01	5	130'	15,5	11,2	6,0	28,8
2	D.REG(GRAN CINE)	(P BC,7)SOLO EN CASA 3	P	A3(A)	03/01/01	5	131'	15,4	11,6	8,5	27,5
3	PELICULA DE LA SEMANA	MENTIROSOCOMPULSMO	P	TVE1	07/01/01	4	114'	14,1	10,6	6,5	25,8
4	CRUZYRAYA.COM		P	TVE1	12/01/01	3	41'	13,8	12,1	10,7	30,6
5	D.REG(DIME QUE ME QU)	(P BC,7)EX MARIDOS Y EX MUJERES	P	A3(A)	11/01/01	3	85'	13,2	10,7	8,3	24,3

Este ranking contiene los programas de duración igual o superior a 15 minutos. Península, Baleares y Canarias Univ(000): 39.280

Ranking de programas por cadenas

Nº	Título	Título 2	P/S	Fecha	Num. Emis.	Dura. (min.)	Audi. Media	Share
TVE 1								
		UN IVERSO (000) : 39.280	PENÍNSULA, BALEARES Y CANARIAS					
1	PELICULA DE LA SEMANA	MENTIROSOCOMPULSMO	P	07/01/01	1	102'	14,1	32,8
2	CRUZYRAYA.COM		P	12/01/01	3	42'	13,8	33,3
3	TELEDIARIO 2		P	29/01/01	23	46'	12,8	32,3
La 2		UN IVERSO (000) : 39.280	PENÍNSULA, BALEARES Y CANARIAS					
1	LA 2 NOTICIAS 3		P	18/01/01	21	26'	4,8	10,9
2	SABER Y GANAR		P	17/01/01	22	28'	4,4	13,7
3	BRICOMANIA		P	21/01/01	4	27'	4,4	13,5
TELE 5		UN IVERSO (000) : 39.280	PENÍNSULA, BALEARES Y CANARIAS					
1	A CCION 5 ESTRELLAS	MEDIDAS DESESPERADAS	P	02/01/01	1	123'	15,5	36,6
2	A CCION 5 ESTRELLAS	CON AIR(CONVICTOS EN ELAIRE)	P	09/01/01	1	124'	15,4	37,9
3	CINE 5 ESTRELLAS	SMILLA MISTERIO EN LA NIEVE	P	12/01/01	1	138'	12,9	34,4
ANTENA 3(A)		UN IVERSO (000) : 39.280	PENÍNSULA, BALEARES Y CANARIAS					
1	D.REG(GRAN CINE)	(PB C,7)SOLO EN CASA 3	P	03/01/01	1	127'	15,4	35,5
2	D.REG(DIME QUE ME QU)	(PB C,7)EX MARIDOS Y EX MUJERES	P	11/01/01	1	98'	13,2	29,9
3	D.REG(GRAN CINE)	(PB C,7)BLADE	P	15/01/01	1	141'	13,2	31,0
CANAL + (A)		UN IVERSO (000) : 39.280	PENÍNSULA, BALEARES Y CANARIAS					
1	FUTBOLL.ESPAÑOLA	VALENCIA-R.MADRID	P	28/01/01	1	109'	3,1	8,2
2	EL DIA DESPUES		P	22/01/01	4	78'	2,9	8,7
3	NOCHEVIEJA ZAP ZAP(R)		P	01/01/01	1	87'	2,6	7,2
CANAL SUR		UN IVERSO (000) : 7.176	ANDALUCÍA					
1	FUTBOLL.ESPAÑOLA	VALENCIA-BARCELONA	S	20/01/01	1	109'	15,9	40,1
2	PLAZA ALTA		P	29/01/01	14	29'	12,3	27,4
3	FUTBOLL.ESPAÑOLA	ATHBILBAO-DEPORTIVO CORUÑA	S	27/01/01	1	109'	12,2	32,9
CANAL 2 ANDALUCIA		UN IVERSO (000) : 7.176	ANDALUCÍA					
1	CINE	OXIGENO	P	23/01/01	1	89'	3,6	8,0
2	EL VAGAMUNDO		P	22/01/01	6	97'	3,5	7,7
3	CINE FILA 2	LA LEGION INVENCIBLE	P	04/01/01	1	98'	3,4	7,9

Este ranking contiene los programas de duración igual o superior a 15 minutos.

Los datos de enero 2001

Ranking de programas por cadenas

Nº Título	Título 2	P/S	Fecha	Num. Emis.	Dura. (min.)	Audi.	Media	Share
TV3	UNIVERSO (000): 6.043				CATALUNYA			
1 FUTB OLC REI	ESPANYOL-BARCELONA	P	30/01/01	1	109'	23,9		51,2
2 FUTB OLL.ESPA NYOLA	VALENCIA-BARCELONA	P	20/01/01	1	109'	22,1		58,4
3 VETERINARIS		P	29/01/01	12	32'	21,3		46,5
CANAL 33	UNIVERSO (000): 6.043				CATALUNYA			
1 GOL A GOL		P	03/01/01	6	64'	5,0		14,4
2 2000 FF		P	31/01/01	4	40'	3,8		9,7
3 FUTB OLL.ESPA NY.OTRA	EBAR-SEVILLA (2D MISION)	S	20/01/01	1	113'	3,6		13,7
ETB1	UNIVERSO (000): 2.034				EUSKADI			
1 FUTB OLA:ESPA NIAKLIGA	MALAGA-ATH.BILBAO	S	06/01/01	1	111'	12,1		35,1
2 FUTB OLA:ESPA NIAKLIGA	ATH.BILBAO-DEPORTIVO CORUÑA	P	27/01/01	1	110'	11,3		35,2
3 FUTB OLA:ESPA NIAKLIGA	DEPORTIVO CORUÑA-VALENCIA	P	13/01/01	1	113'	9,5		28,9
ETB2	UNIVERSO (000): 2.034				EUSKADI			
1 CINE2	SALVADOR LA LUZ	P	31/01/01	1	98'	12,1		29,2
2 CINE2	EL JAGUAR	P	28/01/01	1	104'	11,6		26,6
3 TELEBERRI2		P	18/01/01	31	44'	11,6		31,9
TVG	UNIVERSO (000): 2.638				GALICIA			
1 FUTB OLL.ESPA ÑOLA	VALENCIA-BARCELONA	S	20/01/01	1	109'	18,4		45,2
2 FUTB OLL.ESPA ÑOLA	DEPORTIVO CORUÑA-VALENCIA	S	13/01/01	1	113'	17,9		43,2
3 MAREAS VIVAS		P	22/01/01	5	63'	17,9		43,4
TELEMADRID	UNIVERSO (000): 5.086				MADRID			
1 FUTB OLL.ESPA ÑOLA	VALENCIA-BARCELONA	P	20/01/01	1	109'	16,2		46,6
2 FUTB OLC REY	AT.MADRID-RAYO VALLECANO	P	11/01/01	1	110'	14,7		32,0
3 ELMEGAHIT	ANACONDA	P	21/01/01	1	106'	14,0		32,4
CANAL 9	UNIVERSO (000): 4.004				COMUNIDAD VALENCIANA			
1 FUTB OLL.ESPA ÑOLA	VALENCIA-BARCELONA	S	20/01/01	1	109'	18,4		48,0
2 CINE DENIT	BOGUS	P	01/01/01	1	103'	17,4		38,5
3 FUTB OLL.ESPA ÑOLA	DEPORTIVO CORUÑA-VALENCIA	S	13/01/01	1	113'	16,3		45,7
PUNTDOS	UNIVERSO (000): 4.004				COMUNIDAD VALENCIANA			
1 EMBRUXADA		P	11/01/01	42	24'	4,9		10,3
2 FUTB OLA MISTOS	VILLARREAL-ENTRACHT FRANKFURT	S	24/01/01	1	107'	3,0		7,0
3 FUTB OLL.ESPA NY.OTRA	R.BETIS-COMPOSTELA (2DIVISION)	S	27/01/01	1	111'	2,6		8,4

Este ranking contiene los programas de duración igual o superior a 15 minutos.

Evolución mensual del nº spots y GRP's

	Univ. 01 (000)		Ene00	Feb00	Mar00	Abr00	May00	Jun00	Jul00	Ago00	Sep00	Oct00	Nov00	Dic00	Ene01
P,ByC*	39.280	Spots	104.628	114.222	122.133	112.641	136.920	133.400	127.496	97.585	127.104	122.075	119.849	135.238	108.264
		GRP's	208.596	210.075	221.315	208.031	232.193	215.832	191.501	136.320	192.419	208.600	211.259	247.431	222.699
		Indice	100,2	100,9	106,3	99,9	111,6	103,7	92,0	65,5	92,4	100,2	101,5	118,9	107,0
PyB	37.520	Spots	104.628	114.222	122.133	112.641	136.920	133.400	127.496	97.585	127.104	122.075	119.849	135.238	108.264
		GRP's	217.206	218.716	230.299	216.486	241.516	224.409	199.099	141.840	200.100	217.127	219.882	257.558	232.506
		Indice	100,3	101,0	106,3	99,9	111,5	103,6	91,9	65,5	92,4	100,2	101,5	118,9	107,3
And.	7.176	Spots	59.976	67.460	71.808	66.900	79.354	78.564	75.165	62.591	75.314	72.695	70.843	82.267	66.360
		GRP's	223.698	219.373	234.516	225.114	241.805	227.659	197.821	150.695	197.206	218.180	229.625	273.216	244.111
		Indice	100,9	99,0	105,8	101,6	109,1	102,7	89,3	68,0	89,0	98,5	103,6	123,3	110,2
Cat.	6.043	Spots	70.577	77.810	83.447	77.908	92.654	91.668	86.814	68.161	87.968	85.800	82.238	94.922	76.207
		GRP's	224.132	229.033	239.218	224.109	255.860	233.880	205.722	141.884	205.492	230.838	218.107	251.338	224.545
		Indice	101,1	103,3	107,9	101,1	115,4	105,5	92,8	64,0	92,7	104,1	98,4	113,4	101,3
Eus.	2.034	Spots	62.972	69.626	73.222	67.004	79.655	78.692	75.953	61.710	75.726	73.943	71.095	83.054	67.081
		GRP's	208.232	218.473	224.718	193.542	225.770	219.927	196.639	124.626	190.207	208.110	209.304	234.709	207.202
		Indice	101,9	106,9	109,9	94,7	110,4	107,6	96,2	61,0	93,0	101,8	102,4	114,8	101,4
Gal.	2.638	Spots	59.178	66.430	69.678	64.505	75.151	74.673	71.584	58.257	72.851	70.689	68.216	79.330	63.463
		GRP's	209.532	218.416	218.710	222.715	232.974	214.433	206.008	152.206	201.731	215.258	234.298	271.194	233.354
		Indice	95,9	100,0	100,1	102,0	106,7	98,2	94,3	69,7	92,4	98,5	107,3	124,1	106,8
Mad.	5.086	Spots	61.793	69.749	74.278	69.847	80.803	79.398	74.568	59.653	77.528	75.682	72.200	83.813	66.279
		GRP's	226.020	228.245	237.952	228.915	260.087	239.912	199.618	128.650	209.948	232.894	234.944	269.562	238.126
		Indice	100,1	101,1	105,4	101,4	115,2	106,3	88,4	57,0	93,0	103,2	104,1	119,4	105,5
C. Val.	4.004	Spots	72.213	80.048	84.885	79.126	94.226	93.294	88.616	70.131	89.800	87.607	84.383	97.251	77.662
		GRP's	239.021	239.481	247.169	223.437	257.379	243.875	202.168	144.954	210.963	226.832	233.773	265.818	249.245
		Indice	104,5	104,7	108,0	97,7	112,5	106,6	88,4	63,4	92,2	99,2	102,2	116,2	109,0
Res.	10.540	Spots	105.791	115.718	123.692	114.247	138.646	135.411	129.415	99.074	128.664	124.187	121.912	137.601	109.735
		GRP's	228.503	233.615	249.186	233.452	255.044	237.452	218.252	163.139	219.041	237.043	242.952	286.621	258.109
		Indice	96,8	98,9	105,5	98,9	108,0	100,5	92,4	69,1	92,8	100,4	102,9	121,4	109,3
Can.	1.761	Spots	25.509	29.436	32.291	32.293	35.059	34.024	34.349	28.152	34.021	33.290	37.176	42.583	26.614
		GRP's	83.946	93.276	102.575	102.045	113.031	110.070	101.810	71.976	91.837	99.352	108.393	119.002	79.188
		Indice	84,5	93,9	103,2	102,7	113,7	110,8	102,4	72,4	92,4	100,0	109,1	119,7	79,7

* Incluye la publicidad emitida en Península, Baleares y Canarias y Península y Baleares. En P,ByC y PyB no se ha tenido en cuenta la publicidad en desconexiones regionales o locales. Los GRP's incluyen los "reboses" de las cadenas autonómicas. El índice representa el % de GRP's de un mes respecto al mes promedio de los 12 últimos meses.

Puertas Abiertas

Las conexiones seguras realizadas en sitios de comercio electrónico aumentaron un 87,4% en cuatro meses

En diciembre de 2000, el 45,5% del tiempo pasado en sitios de comercio electrónico se pasó bajo conexión segura, según datos recogidos por NetValue-Taylor Nelson Sofres.

En la mayoría de los sitios de comercio electrónico, la conexión sólo es segura en el momento del pago, por lo que la diferencia entre los visitantes de estos sitios y los usuarios que realizan conexiones seguras, podría considerarse como un indicador de la probabilidad de compra en la red: la probabilidad es mayor, conforme aumenta el porcentaje de internautas que realizan una conexión segura con intenciones de compra.

En una de las tablas inferiores, podemos apreciar que el aumento de conexiones seguras es continuo en los últimos cuatro meses. Además, el porcentaje de mujeres que se conectan a Internet desde el hogar es un factor decisivo para la evolución del comercio electrónico, tal y como se ha observado en el resto de países. En España, dicho porcentaje es todavía bajo, aunque observamos que las conexiones seguras realizadas por mujeres han aumentado un 89,4% en cuatro meses.

Cobertura

Otra tabla muestra la relación entre la cobertura de los sitios de comercio electrónico (excepto el sector bancario) y el

porcentaje de internautas que, habiendo visitado un dominio determinado, ha realizado una conexión segura en dicho dominio.

Así mismo se relaciona la duración de la conexión con la duración de la conexión segura, puesto que otro indicador de la evolución de la actividad del comercio electrónico es el incremento de la proporción de tiempo pasado bajo conexión segura con respecto al total de tiempo en sitios de comercio electrónico.

NetValue es líder en la medición de audiencias en Internet y está implantada en 14 países, lo que le permite realizar análisis internacionales.

	Visitantes de sitios de comercio electrónico		Personas que han realizado conexiones seguras	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Sept	1.049.120	378.838	349.357	114.409
Oct	1.543.947	487.518	656.177	172.094
Nov	1.162.298	499.517	596.259	229.278
Dic	1.347.857	487.099	652.363	216.759

(Tabla 1)

Dominio	Cobertura (%)	Visitantes únicos (000)	Páginas vistas (000 000)
elcorteingles.es	7,00%	201,57	3,93
viaplus.com	3,20%	92,68	0,65
queprecio.com	1,80%	51,55	0,6
mundogar.com	1,80%	51,41	0,31
alcoste.com	1,50%	42,42	0,41
tierra.com	1,20%	34,58	0,2
spreecom	1,2%		

(Tabla 2)

Dominio	Cobertura %	Cobertura https %	Duración (min.)	Duración https (min.)
amazon.es	9,2%	2%	8,6	0,5
telefonicaonline.com	9,1%	59%	21,8	20,5
elcorteingles.es	7,0%	26%	16,8	8,3
telefonica.es	6,5%	(*)	16,8	(*)
amazon.com	5,5%	2%	3,6	8,2
register.com	5,5%	3%	2,6	1,5
submarino.com	4,0%	13%	10,4	5,6
pandasoftware.com	3,6%	3%	5,4	0,8
nokia.com	3,4%	(*)	7,3	(*)
bonzi.com	3,3%	8%	5,7	0,8

(Tabla 3)

*Al realizar una conexión segura, se redirecciona a un dominio diferente

Flash

◆ **Expansión en Finlandia y Rusia.** El Grupo Taylor Nelson Sofres ha adquirido MCD, una empresa líder en el sector de la investigación de mercados en Finlandia, que además tiene una fuerte presencia en los países bálticos. MCD, que posee más de 650 empleados, ofrece medición de audiencias de televisión, radio e internet, así como datos de inversión publicitaria en medios. "Esta operación nos permite posicionarnos dentro del mercado ruso, que tiene un gran potencial de crecimiento. También nos convierte

en empresa líder en los países nórdicos y refuerza nuestra gran experiencia en el sector del seguimiento de medios", ha dicho el presidente del Grupo TNSofres, Tony Cowling.

◆ **Spots Matching en el AEDEMO de Televisión.** Eduard Nafria, director de estadística y desarrollo de Sofres Audiencia de Medios, presentó en el seminario de televisión de AEDEMO, celebrado en Jerez de la Frontera, el nuevo sistema de reconocimiento automático de imágenes de televisión, que ha sido desarrollado por Sofres A.M.



Las AUDIENCIAS de TN/SOFRES

BOLETÍN MENSUAL DE SOFRES AUDIENCIA DE MEDIOS - TAYLOR NELSON SOFRES
 Calle Torregalindo, 1, 2ª planta. 28016 Madrid Tel. +34 91 825 56 00 Fax. +34 91 825 56 14
 Camí de Can Calders, 4. 08190 Sant Cugat del Vallès (Barcelona) Tel. +34 93 581 95 13 Fax. +34 93 581 95 11
www.sofresam.com msobreq@sofresam.com