



20 febrero 2019

Inversión publicitaria en España 2018 - InfoAdex e i2P

AÑO 2018

	i2P - ARCE			InfoAdex		
	2017	2018	% Var.	2017	2018	% Var.
TELEVISIÓN	2.181,4	2.168,2	-0,6%	2.143,3	2.127,2	-0,8%
PRENSA	798,4	806,7	1,0%	567,4	533,8	-5,9%
INTERNET	427,8	484,0	13,1%	1.548,1	1.743,2	12,6%
RADIO	422,3	438,1	3,7%	465,8	481,1	3,3%
EXTERIOR	370,2	378,5	2,2%	326,6	335,9	2,8%
REVISTAS	234,9	219,5	-6,6%	240,1	227,8	-5,1%
DOMINICALES	32,6	28,9	-11,3%	31,0	28,9	-6,8%
CINE	31,1	33,6	8,0%	33,7	34,7	3,0%
TOTAL	4.498,7	4.557,5	1,3%	5.356,0	5.512,6	2,9%

Miércoles 20 de febrero, 2019

Inversión publicitaria en España 2018 - InfoAdex e i2P

Al alcanzar los últimos días de febrero, como suele ser habitual, InfoAdex e i2P-ARCE publican sus estudios anuales de inversión publicitaria. La inversión real estimada del total de los medios (convencionales y no convencionales), según InfoAdex, asciende en 2018 hasta los 12.835,5 millones de euros, lo que supone un aumento interanual del 2%. El dato desglosado entre convencional y no convencional nos deja con 5.512,6 millones invertidos en convencional (+2,9% versus 2017) y 7.323 millones en no convencional (+1,3%), según InfoAdex. Los datos ofrecidos por i2P-ARCE, en cambio, dejan una cifra menor en medios convencionales debido principalmente a que su estimación del medio digital no incluye *search*. Así pues, i2P publica una inversión de 4.557,5 millones de euros, suponiendo una evolución de 1,3 puntos porcentuales respecto el cierre de 2017.

Al analizar los medios por separado, la Televisión continúa siendo el medio con mayor volumen de inversión llegando a un 38,5% de cuota sobre la inversión total en medios convencionales, según InfoAdex. Esta fuente marca 2.127,2 millones de euros invertidos en el medio rey, aunque dicha inversión supone una pérdida del 0,8% respecto al 2017. I2P marca datos muy parecidos a los de InfoAdex estimando una inversión en televisión de 2.168,2 millones de euros, un 0,6% menos que el año anterior. Dentro de este mismo medio, la televisión de pago es la única que aumenta su inversión respecto a 2017 llegando a aumentar un 13,4% con sus 107,3 millones de euros invertidos según InfoAdex. Los canales autonómicos y los locales son los que más volumen de inversión pierden respecto al ejercicio anterior. El medio Digital continúa en crecimiento y consigue una varianza positiva del 12,6% respecto al cierre de 2017 según las estimaciones de InfoAdex. El dato de i2P-ARCE anota algo más de evolución, un 13,1%, aunque esta medición no incluye *search* ni clasificados. InfoAdex cifra el total del medio en 1.743,2 millones de € de los cuales un 55% corresponde a *display* y vídeo (incluyendo RRSS) y el otro 45% proviene de enlaces patrocinados (SEM).

El siguiente medio en inversión es la Prensa, aunque su estimación de este año supone una pérdida del 5,9% respecto a 2017 según InfoAdex. El medio suma 533,8 millones de euros invertidos según InfoAdex y 806,7 millones según i2p-ARCE. La Radio mejora sus datos respecto al ejercicio anterior y anota 481,1 millones de euros según InfoAdex (+3,3%) y 438,1 millones según ARCE (+3,7%).

Las Revistas y los Dominicales se unen a la Prensa como los medios más perjudicados, pues mantienen su tendencia a la baja que viene dándose desde hace algunos años. Las Revistas cifran 227,8 millones de € según InfoAdex y 219,5 millones según i2P (-5,1% y -6,6% respectivamente). En cambio, los Suplementos Dominicales cierran el ejercicio con una estimación de su inversión en 28,9 millones tanto en InfoAdex como en i2P (-6,8% en InfoAdex y -11,3% en ARCE)

Finalmente, Exterior y Cine consiguen mantener sus datos positivos del 2017. Exterior anota 335,9 millones de euros invertidos según InfoAdex, cifra que supone una mejoría del 2,8% respecto a 2017. I2P, en cambio, anota unos 378,5 millones de euros para el medio, un 2,2% más que en 2017. En cuanto al Cine, mantiene su tendencia positiva anotando en 2018 una inversión de 34,7 millones de € según InfoAdex, un 3% de mejoría respecto al año pasado. Por su lado i2P-ARCE, estima 33,6 millones, un 8% de mejoría.