



## Índice Inversión Publicitaria, tercer trimestre 2019

Informe ejecutivo

- **La inversión publicitaria durante los nueve primeros meses del año ha disminuido un 2,24% en relación al mismo periodo del año anterior obteniendo la cifra de 3.128,4 millones de euros, frente a los 3.200,0 millones de 2018**
- **Televisión: desciende un 6,3%, alcanzando la cifra de 1.407,6 millones de euros, representando el 45% del mercado. Una pérdida de dos puntos de participación.**
  - Los dos principales grupos privados de televisión representan el 84,5% de la inversión en televisión.
  - Mediaset, consigue 607 millones de euros frente a 658,5 millones del mismo periodo del año anterior, reportando una caída del 7,8%
  - Atresmedia, alcanza los 582,9 millones de euros frente a los 617,5 millones del mismo periodo del año anterior, un descenso del 5,6%
- **Los medios digitales, son el segundo medio en importancia, crece un 10,92%, consiguiendo 482,6 millones de euros y un 15,4% de participación de mercado.**
- **Radio, es el tercer medio en inversión publicitaria, crece un 1,32% hasta alcanzar los 306,9 millones de euros.**
- **Prensa retrocede un 8,87%. Alcanza los 306,5 millones de euros.**
- **Exterior, aumenta un 1,88%, hasta llegar a 271,1 millones de euros**
- **Revistas alcanza los 105,9 millones de euros, representa un retroceso del 15,55%**
- **Dominicales retroceden un 9,52%, mientras el cine crece un 3,55%**
- **Por su parte las redes sociales aumentan la inversión publicitaria un 8,91%, hasta alcanzar los 210,3 millones.**

**La inversión publicitaria del tercer trimestre retrocede un 2,24%**

Crecen de manera significativa los medios digitales y las redes sociales

Decrecen la televisión, prensa, revistas y dominicales

## INVERSIÓN PUBLICITARIA TERCER TRIMESTRE 2019

	2018	2019	% Var	Cuota 2018	Cuota 2019	Diferencia Cuota
Televisión	1.502,4	1.407,6	-6,31	47,0	45,0	-2,0
Prensa	336,4	306,5	-8,87	10,5	9,8	-0,7
Medios digitales sin RRSS	435,1	482,6	10,92	13,6	15,4	1,8
Radio	302,9	306,9	1,32	9,5	9,8	0,3
Exterior	266,1	271,1	1,88	8,3	8,7	0,4
Revistas	125,4	105,9	-15,55	3,9	3,4	-0,5
Dominicales	18,9	17,1	-9,52	0,6	0,5	0,0
Cine	19,7	20,4	3,55	0,6	0,7	0,0
<b>Total sin RRSS</b>	<b>3.006,9</b>	<b>2.918,1</b>	<b>-2,95</b>	<b>94,0</b>	<b>93,3</b>	<b>-0,7</b>
RRSS	193,1	210,3	8,91	6,0	6,7	0,7
<b>Total con RRSS</b>	<b>3.200,0</b>	<b>3.128,4</b>	<b>-2,24</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

### La inversión publicitaria prevista para el año 2019 disminuirá un -2,12

Seguirá aumentando la inversión publicitaria y la participación de mercado de los medios digitales, las redes sociales y en menor medida el cine, la radio y la publicidad exterior, en detrimento del resto de medios

#### ESTIMACIÓN INVERSIÓN PUBLICITARIA 2019

	2018	2019	% Var	Cuota 2018	Cuota 2019	Diferencia Cuota
Televisión	2.119,1	1.985,0	-6,33	46,5	44,5	-2,0
Prensa	486,9	444,2	-8,77	10,7	10,0	-0,7
Medios digitales sin RRSS	625,5	693,6	10,89	13,7	15,5	1,8
Radio	425,1	432,5	1,74	9,3	9,7	0,4
Exterior	378,5	384,7	1,64	8,3	8,6	0,3
Revistas	180,9	154,2	-14,76	4,0	3,5	-0,5
Dominicales	28,9	25,3	-12,46	0,6	0,6	-0,1
Cine	33,6	34,7	3,27	0,7	0,8	0,0
<b>Total sin RRSS</b>	<b>4.278,5</b>	<b>4.154,2</b>	<b>-2,91</b>	<b>93,9</b>	<b>93,1</b>	<b>-0,8</b>
RRSS	279,0	306,6	9,89	6,1	6,9	0,8
<b>Total con RRSS</b>	<b>4.557,5</b>	<b>4.460,8</b>	<b>-2,12</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

- **La economía española viene demostrando un menor impulso económico.**
  - La previsión de cierre de 2019 en el 1,9% de crecimiento es seis décimas inferior al año anterior
- **La economía seguirá desacelerándose durante los próximos trimestres.**
  - La demanda interna está avanzando a un ritmo menor de lo esperado, como consecuencia sobre todo de la ralentización del consumo
  - Para los próximos trimestres, el contexto internacional seguirá pesando sobre la coyuntura
    - ❖ A la guerra arancelaria entre EE.UU. y China, se añaden las tensiones comerciales entre la administración Trump y la Unión Europea
    - ❖ Lo que deja poco margen para que las familias incrementen su gasto en consumo por encima de los ingresos
- **La previsión de crecimiento del PIB para el año 2020 se sitúa en el 1,5%**
  - Aunque el consumo crecerá dos décimas hasta el 0,9%
- **La inversión publicitaria seguirá la tendencia de disminuir ligeramente la participación dentro del PIB**

- La previsión de crecimiento del PIB para 2020, es del 1,5%. Ello implica una desaceleración algo más acusada de lo previsto que tiene consecuencias en la inversión publicitaria...

*...Utilizando métodos auto regresivos, modelizando desde el año 1989 hasta el año 2019, toda la información, tendencia histórica y las series temporales relativas a:*

1. Crecimiento del PIB
2. PIB precios corrientes
3. Crecimiento Consumo hogar
4. Consumo hogar a precios corrientes
5. Relación Consumo hogares y PIB
6. Inversión publicitaria total
7. Inversión publicitaria por cada medio
8. Relación inversión publicitaria y PIB
9. Relación inversión publicitaria y Consumo hogares

El análisis de las tendencias históricas surgidas de las series temporales y la previsión del PIB y el consumo, nos permiten predecir, con un leve margen de error, las inversiones publicitarias del sector y la distribución por medios para el año 2020

### La inversión publicitaria prevista para el año 2020 retrocederá un 1,87%

Seguirá aumentando la inversión publicitaria y la participación de mercado los medios digitales y las redes sociales y en menor medida la radio y el cine

#### PREVISIÓN INVERSIÓN PUBLICITARIA 2020

	2019	2020	% Var	Cuota 2019	Cuota 2020	Diferencia Cuota
Televisión	1.985,0	1.858,2	-6,39	44,5	42,4	-2,0
Prensa	444,2	400,8	-9,77	10,0	9,2	-0,8
Medios digitales sin RRSS	693,6	757,8	9,26	15,5	17,3	1,8
Radio	432,5	438,0	1,27	9,7	10,0	0,3
Exterior	384,7	392,0	1,90	8,6	9,0	0,3
Revistas	154,2	131,4	-14,79	3,5	3,0	-0,5
Dominicales	25,3	22,3	-11,86	0,6	0,5	-0,1
Cine	34,7	36,5	5,19	0,8	0,8	0,1
<b>Total sin RRSS</b>	<b>4.154,2</b>	<b>4.037,0</b>	<b>-2,82</b>	<b>93,1</b>	<b>92,2</b>	<b>-0,9</b>
RRSS	306,6	340,4	11,02	6,9	7,8	0,9
<b>Total con RRSS</b>	<b>4.460,8</b>	<b>4.377,4</b>	<b>-1,87</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	