

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 0,6 EL PRIMER SEMESTRE DE 2018

En los seis primeros meses del año, la inversión publicitaria dirigida a medios convencionales ha aumentado un 0,6% sobre el período equivalente del año anterior, mostrando una cifra de 2.171,6 millones de euros, frente a los 2.159,0 millones de 2017.

Televisión, sigue siendo el primer medio por su volumen de inversión, si bien presenta un decrecimiento del -1,0% alcanzando los 1.104,3 millones de euros en el primer semestre del año. Internet se mantiene en el segundo puesto en el ranking de medios, registrando un crecimiento del 11,7%, que se traduce en una inversión, en el periodo enero-junio de 2018, de 347,9 millones de euros. Diarios concentra una inversión de 225,2 millones de euros que le sitúa en tercera posición, con un descenso del -6,2%.

Medios convencionales	ene-jun '17	ene-jun '18	% evol.
Cine	10,8	11,3	4,5
Diarios	240,1	225,2	-6,2
Exterior ⁽¹⁾	147,9	149,7	1,2
Internet ⁽¹⁾⁽²⁾	311,4	347,9	11,7
Radio ⁽¹⁾	195,9	202,7	3,5
Revistas	123,8	118,2	-4,5
Suplementos + Dominicales	13,2	12,4	-6,2
Total Televisión	1.115,8	1.104,3	-1,0
<i>Tv's nacionales en abierto</i>	<i>1.012,7</i>	<i>1.003,5</i>	<i>-0,9</i>
<i>Tv's autonómicas</i>	<i>55,2</i>	<i>50,0</i>	<i>-9,4</i>
<i>Canales de pago</i>	<i>47,9</i>	<i>50,7</i>	<i>5,8</i>
Total medios convencionales	2.159,0	2.171,6	0,6

Fuente: InfoAdex/ Datos en mill. de €

⁽¹⁾ Incluye exclusivamente los soportes y formatos controlados por InfoAdex.

⁽²⁾ Internet 2017 se ha actualizado incluyendo la inversión de vídeos.

Radio es el cuarto medio por volumen de inversión, con un crecimiento en el periodo enero-junio del 3,5%, consiguiendo 202,7 millones en el primer semestre del año. Exterior, con un aumento del 1,2%, se sitúa en una inversión publicitaria de 149,7 millones de euros. Revistas, cuya inversión en el semestre es de 118,2 millones, muestra un descenso en la inversión del -4,5% respecto al mismo período del año anterior.

Suplementos y Dominicales arrojan un índice de evolución del -6,2% sobre el semestre correspondiente al año anterior, captando 12,4 millones de euros. Cine aumenta en un porcentaje del 4,5%, con lo que logra una cifra, en el período enero-junio de 2018, de 11,3 millones de euros.

DATOS DE INVERSIÓN DE TELEVISIÓN DEL PRIMER SEMESTRE DE 2018

La evolución de la inversión publicitaria en televisión ha sido del -1,0% en los seis primeros meses de 2018.

Conviene destacar que las cifras que se muestran en la tabla han sido en determinados casos estimadas por InfoAdex. También es necesario tener en cuenta en el apartado de las televisiones nacionales en abierto que, a los efectos de este análisis, se han integrado bajo el paraguas «grupo» los canales de TDT que son 100% propiedad de la cadena (multiplex).

En el primer semestre de 2018, la inversión publicitaria del grupo de las televisiones nacionales en abierto ha decrecido un -0,9%, alcanzando los 1.003,5 millones de euros, situando su cuota de mercado en el 90,9%.

Mediaset España, con una evolución del -0,2% respecto al mismo periodo del año anterior, ha obtenido una cifra de 481,5 millones de euros, resultando una cuota de mercado del 43,6%.

Atresmedia ha alcanzado una cifra de 459,0 millones de euros que se traduce en una caída del -2,9% respecto al mismo semestre del 2017, situando su cuota en el 41,6%.

A su vez, la inversión publicitaria en el grupo de las televisiones autonómicas concentra en los seis primeros meses del año, una inversión de 50,0 millones de euros, lo que supone un descenso de -9,4% sobre los 55,2 millones que se registraron en igual periodo de 2017. Esta evolución sitúa la cuota de mercado de este grupo de televisiones en el 4,5%.

Los canales de pago muestran en el periodo analizado, un crecimiento del 5,8%, alcanzando una facturación en 50,7 millones sobre los 47,9 millones que tenían en los primeros seis meses del año anterior, obteniendo una cuota del 4,6% del mercado.

Inversión publicitaria en las cadenas de televisión en el primer semestre de 2018 (millones de €)

Cadenas	Total inv. publicitaria (mill. €)		% evol. 18/ 17	% Cuota	
	ene-jun '17	ene-jun '18		ene-jun '17	ene-jun '18
Total televisión	1.115,8	1.104,3	-1,0	100,0	100,0
Mediaset España (*)	482,4	481,5	-0,2	43,2	43,6
Atresmedia (*)	472,5	459,0	-2,9	42,3	41,6
Otras tv's nacionales	57,8	63,0	9,1	5,2	5,7

Total TV. nacional abierto	1.012,7	1.003,5	-0,9	90,8	90,9
Total TV. autonómicas	55,2	50,0	-9,4	4,9	4,5
Total canales pago	47,9	50,7	5,8	4,3	4,6

Fuente: InfoAdex/ Datos en mill. de €

() Se integran bajo el paraguas grupo los canales TDT 100% propiedad de la cadena (multiplex).*