



i2p

Índice Inversión Publicitaria

Primer trimestre 2017  
Informe básico



- **La inversión publicitaria durante el primer trimestre de 2017 ha crecido un 2,2% en relación al mismo periodo del año anterior alcanzando la cifra de 976,1 millones de euros, frente a los 954,8 millones de 2016**
- **Televisión: crece un 4,1%, alcanzando la cifra de 519,2 millones de euros, representando el 53,2% del mercado. Un crecimiento de 1 punto de participación.**
  - Los dos principales grupos privados de televisión representan el 86% de la inversión en televisión.
  - Mediaset, consigue 224,3 millones de euros frente a 213,2 millones del mismo periodo del año anterior, reportando un crecimiento del 5,2%
  - Atresmedia, alcanza los 224,2 millones de euros frente a los 217,3 millones del mismo periodo del año anterior, consiguiendo un crecimiento del 3,2%
- **Internet, es el segundo medio en importancia, crece un 7,2%, consiguiendo 121,4 millones de euros y un 12,4% de participación de mercado.**
- **Prensa, es el tercer medio en inversión publicitaria, retrocede un 7,4%.**
  - Alcanza los 111,3 millones de euros frente a los 120,1 del mismo periodo del año anterior.
- **Radio, crece un 5,8% hasta alcanzar los 90,7 millones de euros.**
- **Exterior, retrocede un 1,2%, hasta llegar a 81,2 millones de euros**
- **Revistas alcanza los 40,1 millones de euros, representa un retroceso del 5,7%**
- **Dominicales retroceden un 10,4%, mientras el cine crece un 7,1%**

## La inversión publicitaria del primer trimestre crece un 2,2%, aunque el crecimiento es muy desigual entre los diferentes medios

Todos los medios crecen a excepción de los medios gráficos y la publicidad exterior

El resto de medios crecen por encima del 4%

### Primer trimestre 2017

			% Var.	Cuota		Diferen Cuota
	2016	2017		2016	2017	
<b>Televisión</b>	498,5	519,2	4,1	52,2	53,2	1,0
<b>Prensa</b>	120,1	111,3	-7,4	12,6	11,4	-1,2
<b>Internet</b>	113,2	121,4	7,2	11,9	12,4	0,6
<b>Radio</b>	85,7	90,7	5,8	9,0	9,3	0,3
<b>Exterior</b>	82,2	81,2	-1,2	8,6	8,3	-0,3
<b>Revistas</b>	42,5	40,1	-5,7	4,4	4,1	-0,3
<b>Dominicales</b>	6,5	5,8	-10,4	0,7	0,6	-0,1
<b>Cine</b>	6,1	6,5	7,1	0,6	0,7	0,0
<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>954,8</u></b>	<b><u>976,1</u></b>	<b><u>2,2</u></b>	<b><u>100,0</u></b>	<b><u>100,0</u></b>	

Con los datos del primer trimestre inicialmente inferiores a los esperados y con las actuales previsiones económicas, se prevé que la inversión publicitaria acabe el año con un aumento del 2,2%, hasta alcanzar los 4.300,7 mill. €.

Aumentarán participación Internet, Televisión y en menor medida la radio.

Los medios gráficos volverán a reducir la inversión publicitaria

### Previsión de la inversión publicitaria 2017

	2016	2017	% Var.	Cuota		Diferen Cuota
				2016	2017	
<b>Televisión</b>	2.118,2	2.206,8	4,2	50,3	51,3	1,0
<b>Prensa</b>	560,9	518,8	-7,5	13,3	12,1	-1,3
<b>Internet</b>	539,5	579,6	7,4	12,8	13,5	0,7
<b>Radio</b>	390,8	402,9	3,1	9,3	9,4	0,1
<b>Exterior</b>	320,0	323,1	1,0	7,6	7,5	-0,1
<b>Revistas</b>	213,0	206,3	-3,1	5,1	4,8	-0,3
<b>Dominicales</b>	36,6	32,9	-10,1	0,9	0,8	-0,1
<b>Cine</b>	28,8	30,3	5,2	0,7	0,7	0,0
<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>4.207,8</u></b>	<b><u>4.300,7</u></b>	<b><u>2,2</u></b>	<b><u>100,0</u></b>	<b><u>100,0</u></b>	