

INVERSIÓN PUBLICITARIA POR SECTORES

1. ALIMENTACIÓN



2. AUTOMOCIÓN



3. BEBIDAS



4. BELLEZA E HIGIENE



5. CONSTRUCCIÓN



6. CULTURA Y MM.CC



7. DEPORTES Y TIEMPO LIBRE



8. DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN



9. ENERGÍA



10. FINANZAS



11. HOGAR



12. JUEGOS Y APUESTAS



13. SALUD



14. TELECOMUNICACIONES



15. TEXTIL Y VESTIMENTA

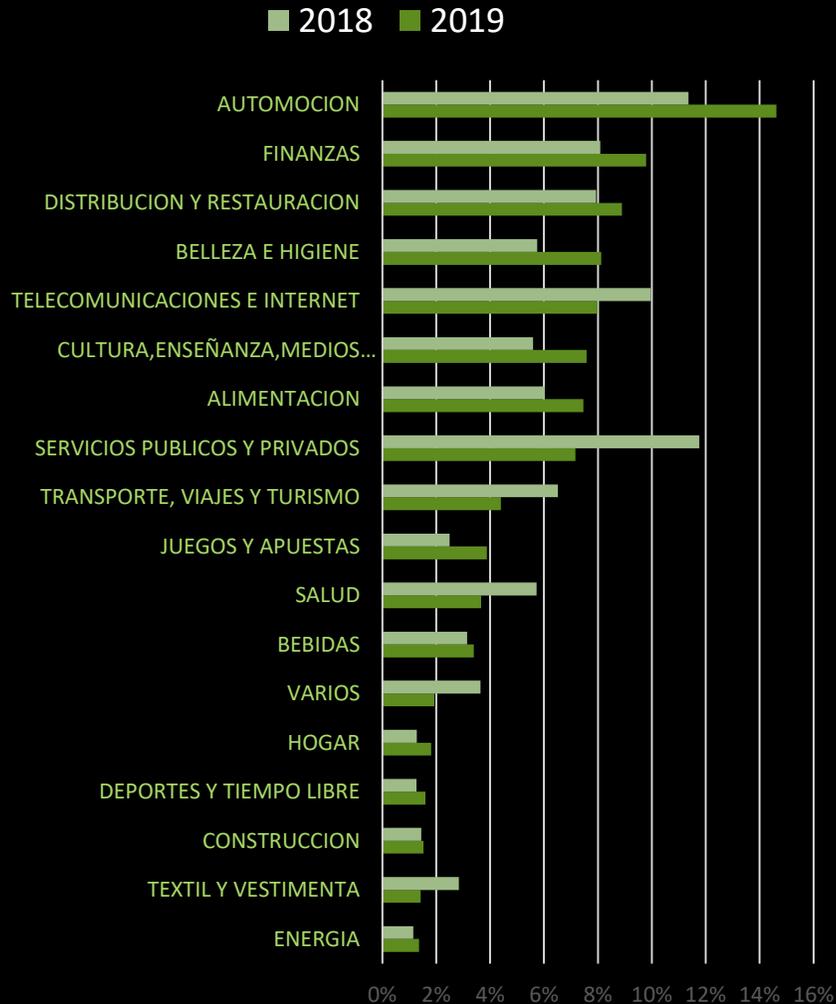


16. VIAJES Y TRANSPORTES

SECTORES

ENERO - ABRIL

Cuota de mercado publicitario

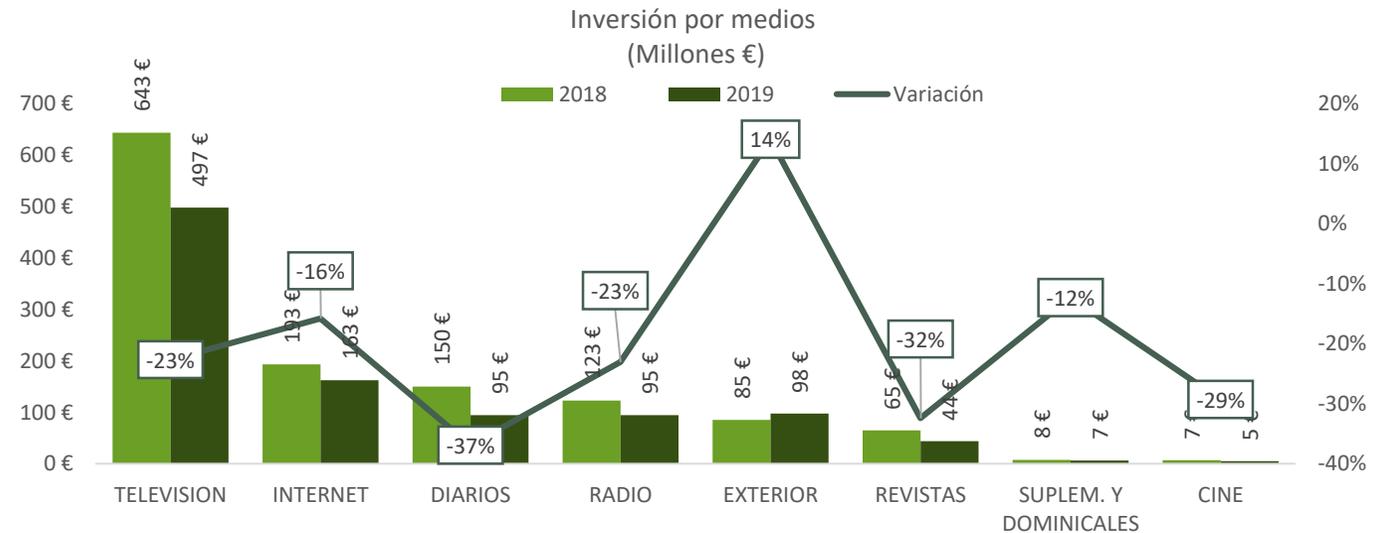
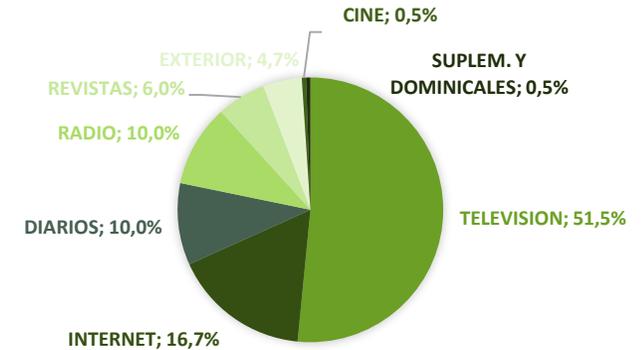


TOTAL INVERSIÓN

2018	-23,6%	2019
1.717.840.421 €		1.312.437.658 €

- Fuerte descenso de la inversión publicitaria.
- Automoción, Finanzas y Belleza crecen en cuota de mercado publicitario.
- Automoción (€192MM), Finanzas (€128MM) y Distribución (€116MM) son los sectores con mayor inversión publicitaria.
- TV es el medio con mayor inversión, seguido de Internet, Diarios y Radio.
- Exterior es el medio que más crece, un 14%.
- Disminuye la inversión en TV y medios escritos.

MIX DE MEDIOS 2019



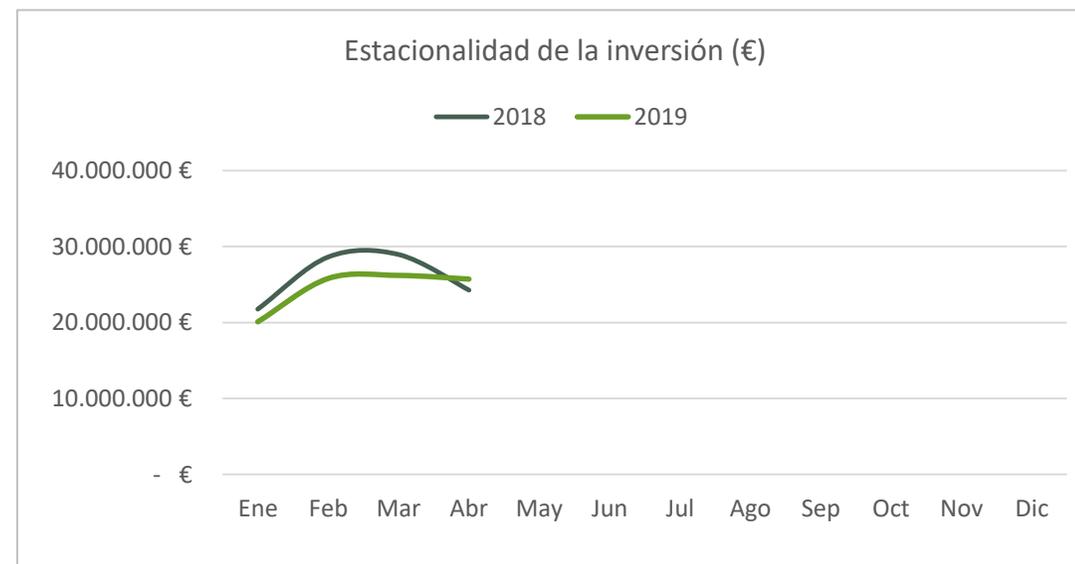
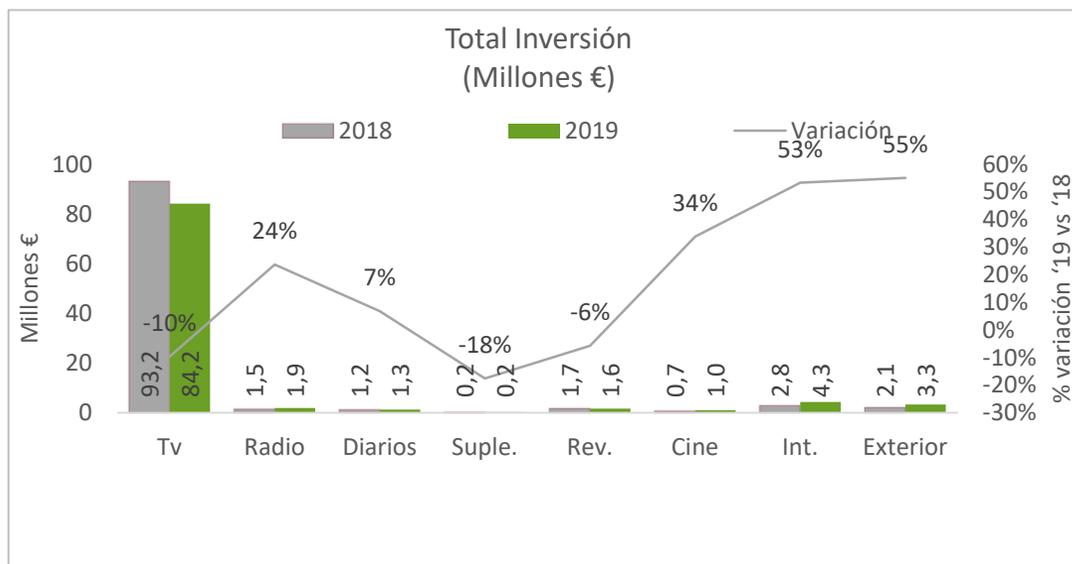
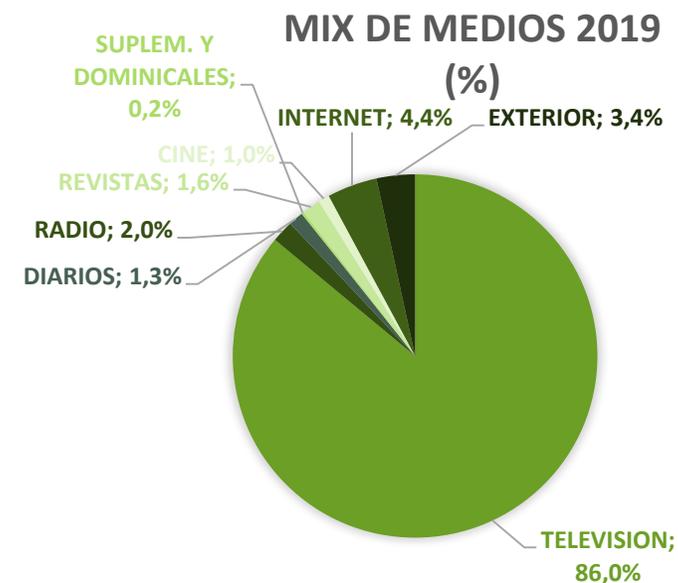


TOTAL INVERSIÓN	
2018	2019
103.586.996 €	97.836.360 €
	-6%

Caída de la inversión del 6%, principalmente acusada en TV, Suplementos y Radio.

El sector concentra la mayor parte de la inversión en TV (84%)

Mayor apuesta en 2019 por Cine, Internet y Exterior.



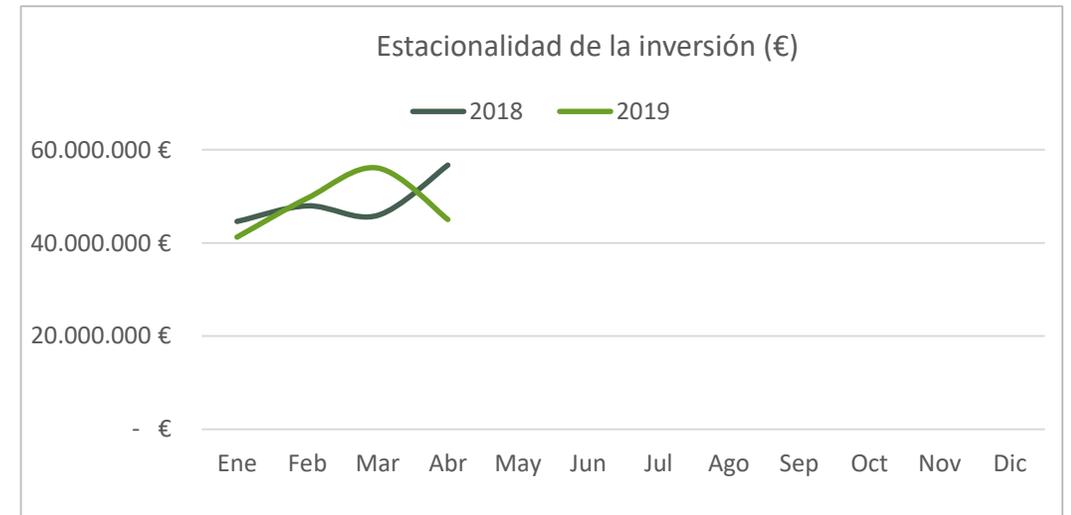
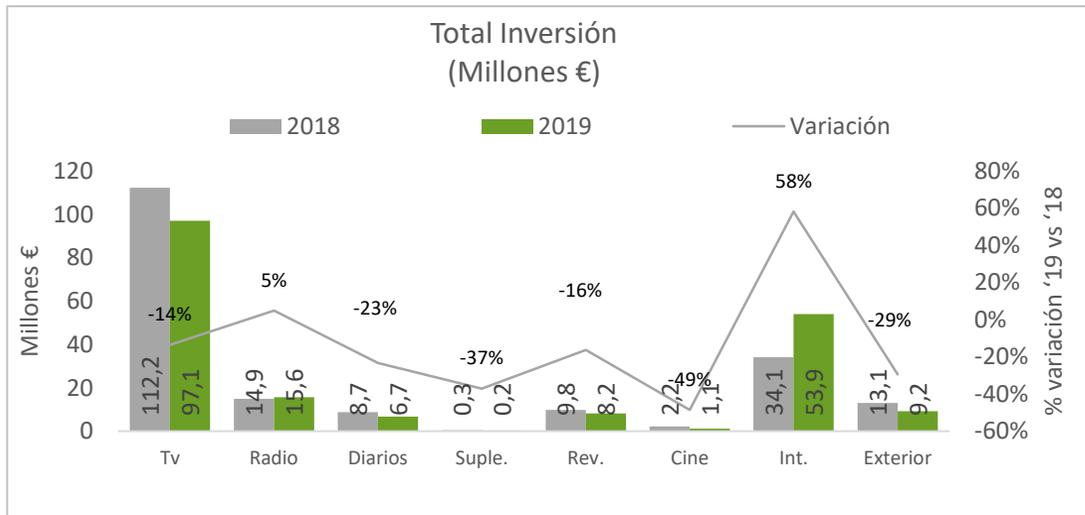
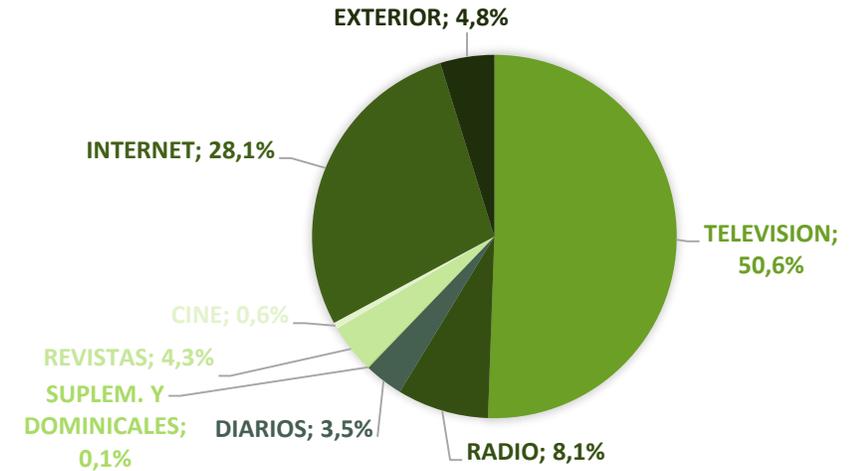


TOTAL INVERSIÓN		
2018		2019
195.252.035 €	-2%	191.979.624 €

Fuerte crecimiento de inversión por el empuje de Internet y su mantenimiento en otros medios.

Como soporte a las campañas de TV, continúa la apuesta por Internet (+58%) y la Radio. El Cine disminuye en este período (-49%), medio en el cual son el principal sector anunciante.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)

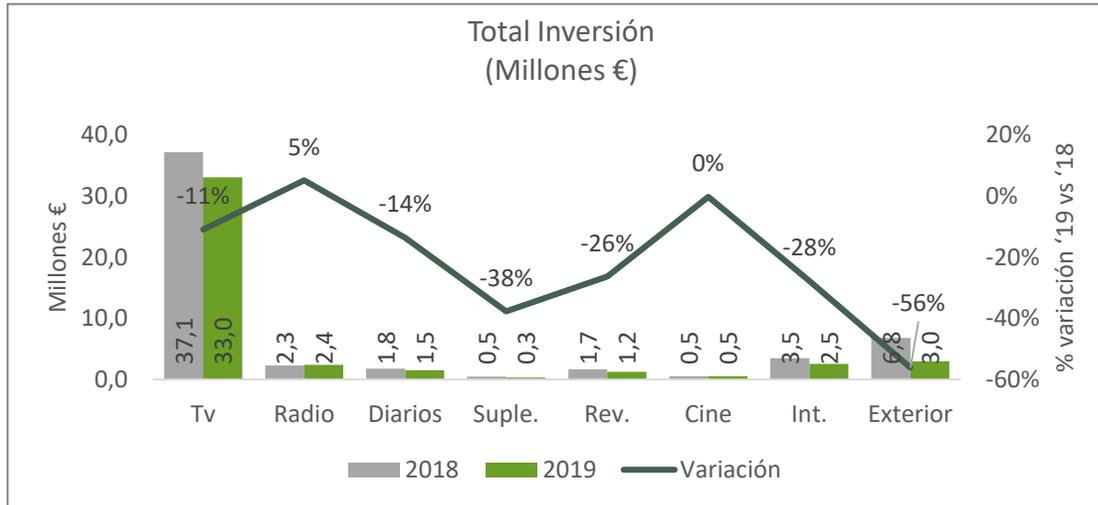
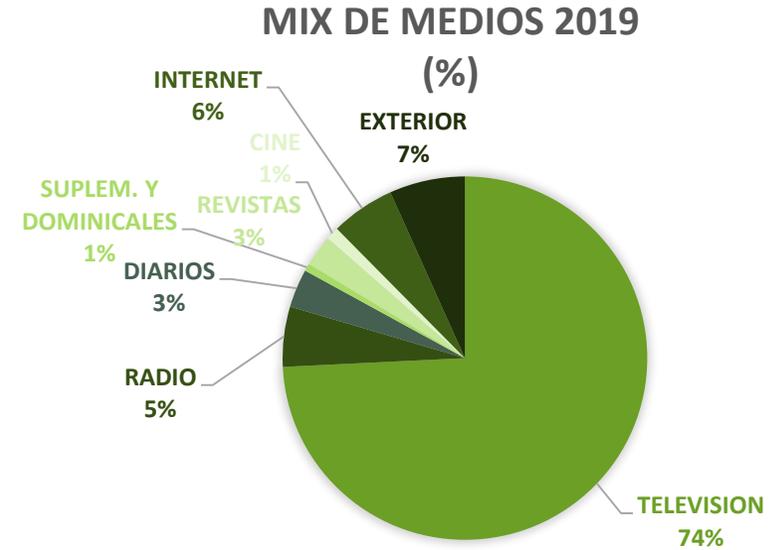




TOTAL INVERSIÓN	
2018	2019
54.135.186 €	44.509.172 €
-18%	

El sector de las bebidas disminuye en casi 10 millones de euros, disminuyendo principalmente la presencia en TV y Exterior.

La Radio es el único medio en el que aumenta la presencia.





TOTAL INVERSIÓN

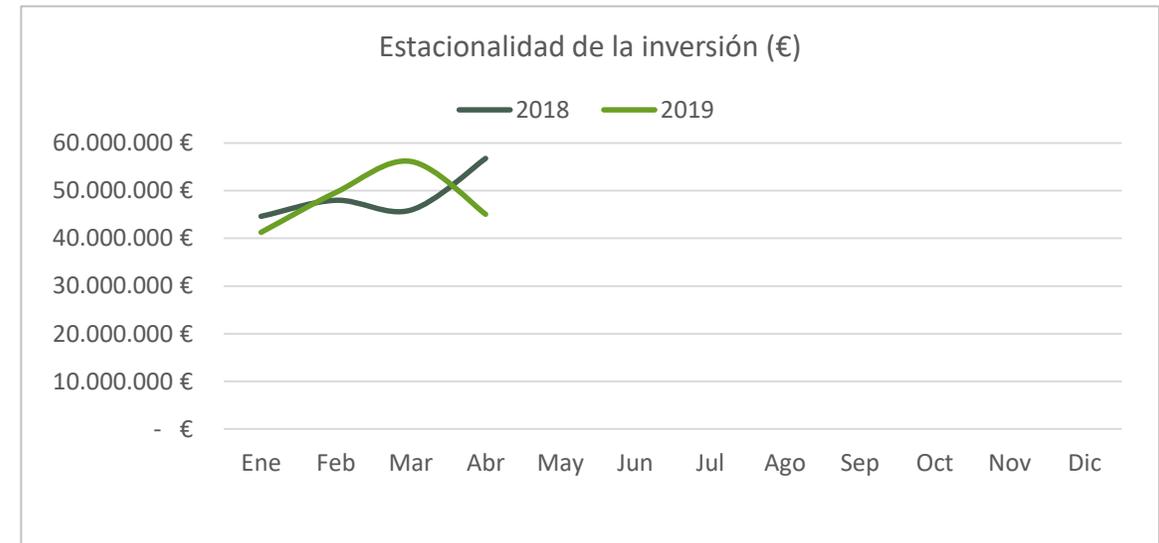
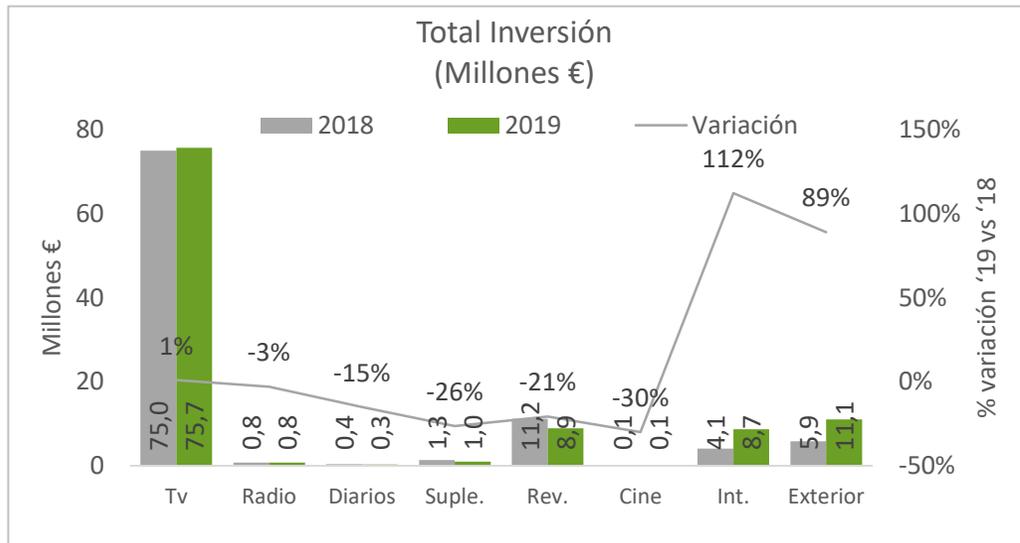
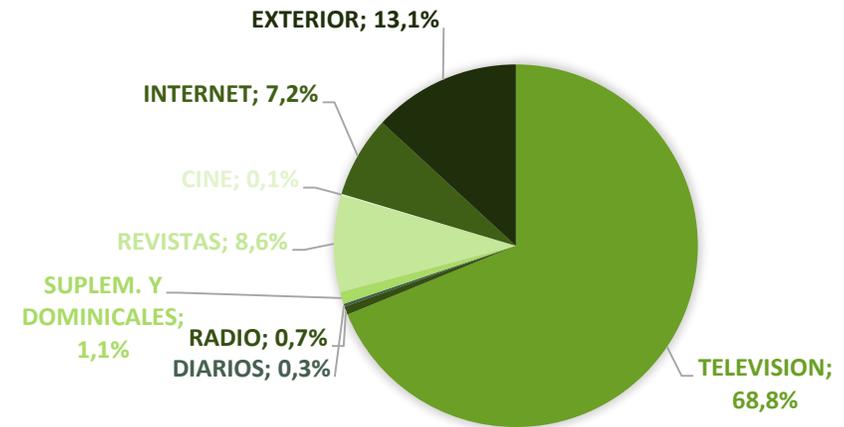
2018	2019
98.804.136 €	106.523.327 €
+8%	

Se produce un crecimiento de la inversión de casi 10 millones de € en 2019.

El sector concentra en TV la mayor parte de la inversión (69%) .

El crecimiento de 2019 se destina a Internet (+112%) y a Exterior, donde se duplica la inversión respecto al año anterior. Se reduce inversión en el resto de medios.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)





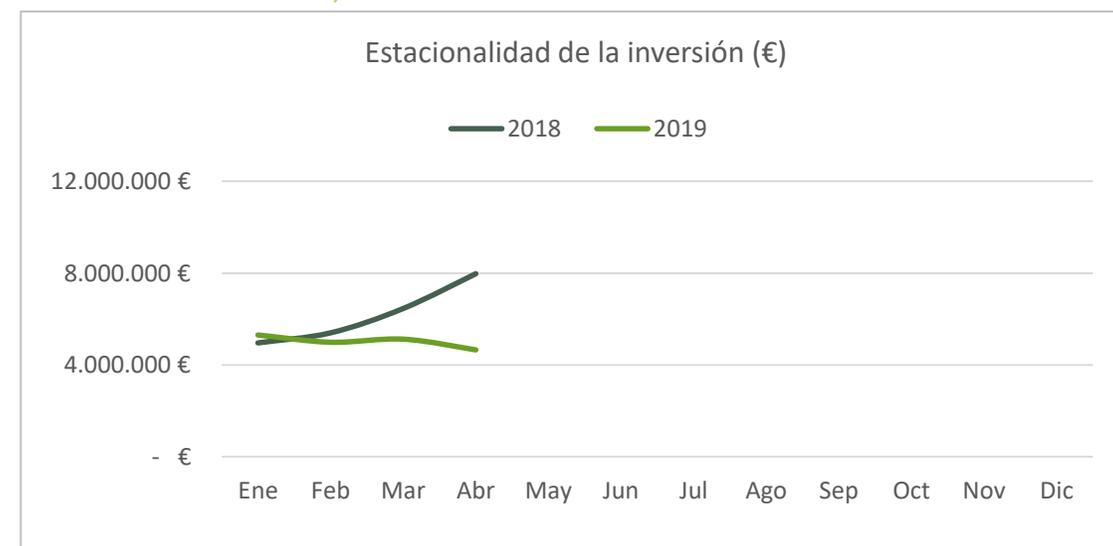
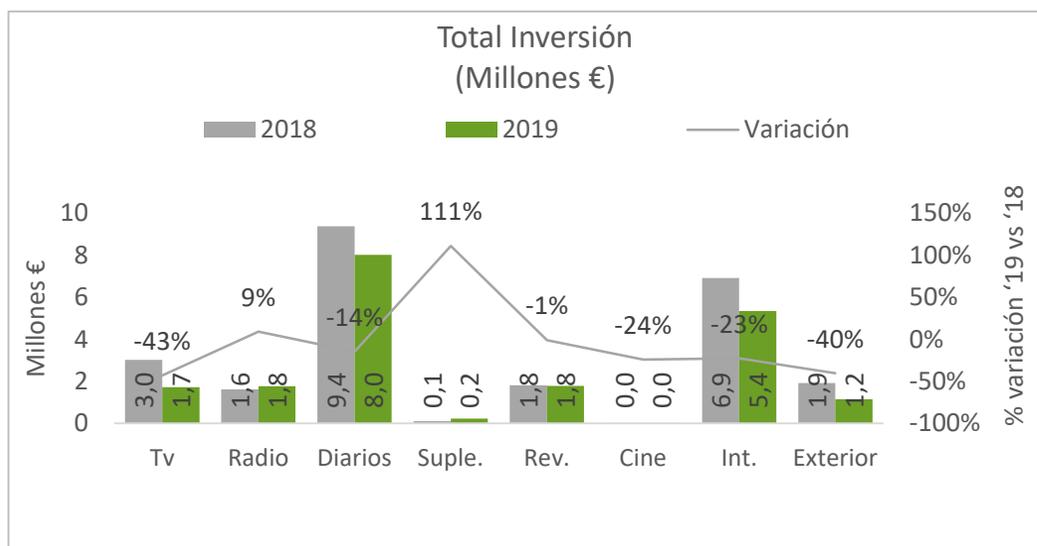
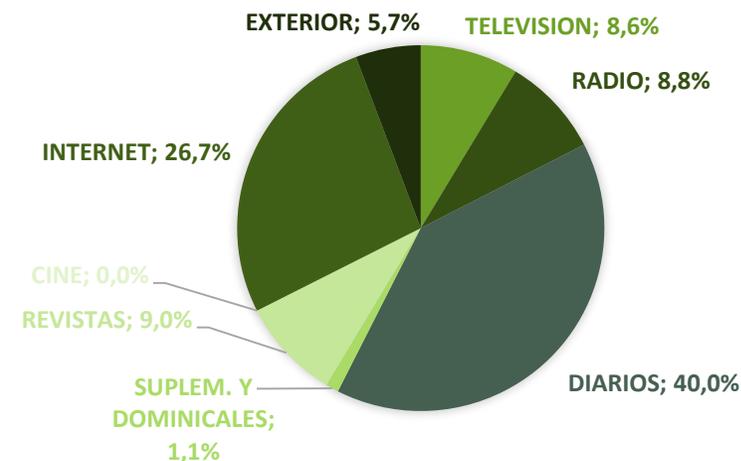
TOTAL INVERSIÓN

2018	2019
24.782.567 €	20.042.322 €
-19%	

Disminución de 5 millones de euros de la inversión respecto al mismo periodo año anterior, especialmente en los medios TV (-43%) e Internet (-23%)

El sector, que invierte predominantemente en Diarios (40%), ha reducido su inversión en Diarios y Exterior, aumentando la presencia en Radio.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)



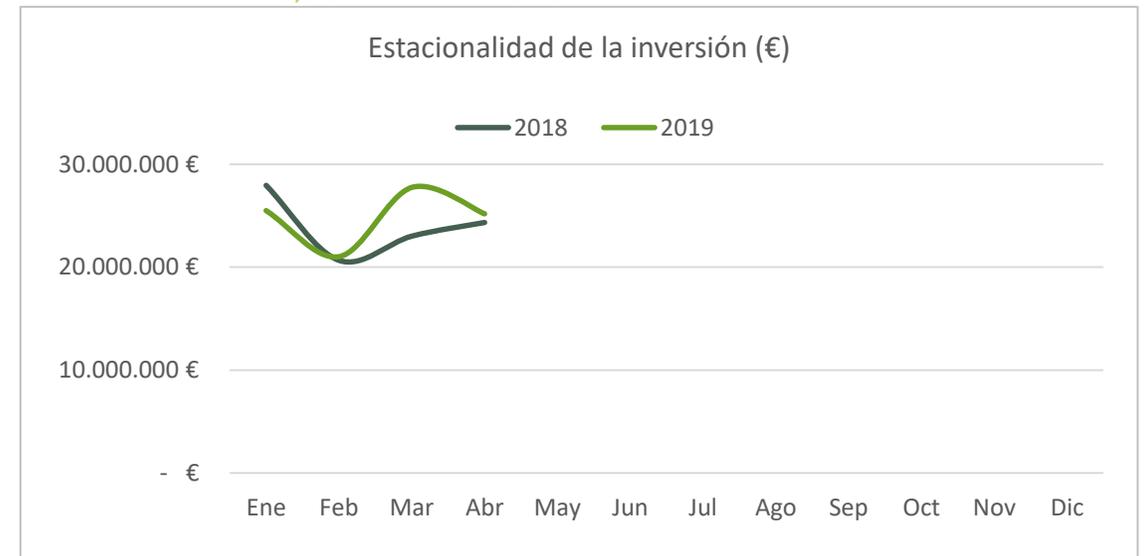
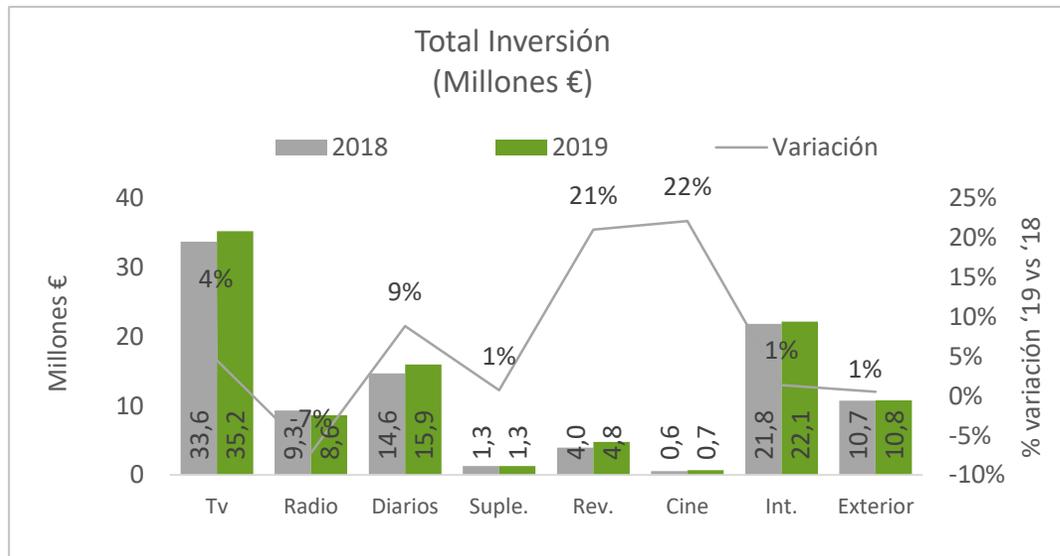
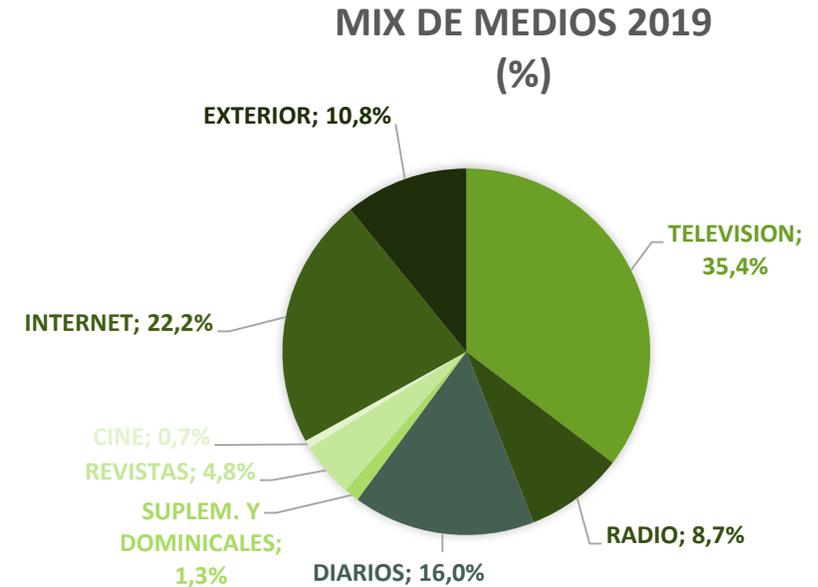


TOTAL INVERSIÓN	
2018	2019
96.003.947 €	99.446.160 €
+4%	

Se produce un aumento en la inversión en TV (+4%) y Diarios (+9%) y una caída en la inversión en Radio respecto al mismo periodo del año anterior.

Se mantiene una distribución del mix de medios más equilibrada que en otros sectores, predominando la Televisión, Internet, Diarios y Radio.

La distribución anual de la inversión se mantiene con la reducción de presupuesto, con excepción de un pico en el mes de junio.





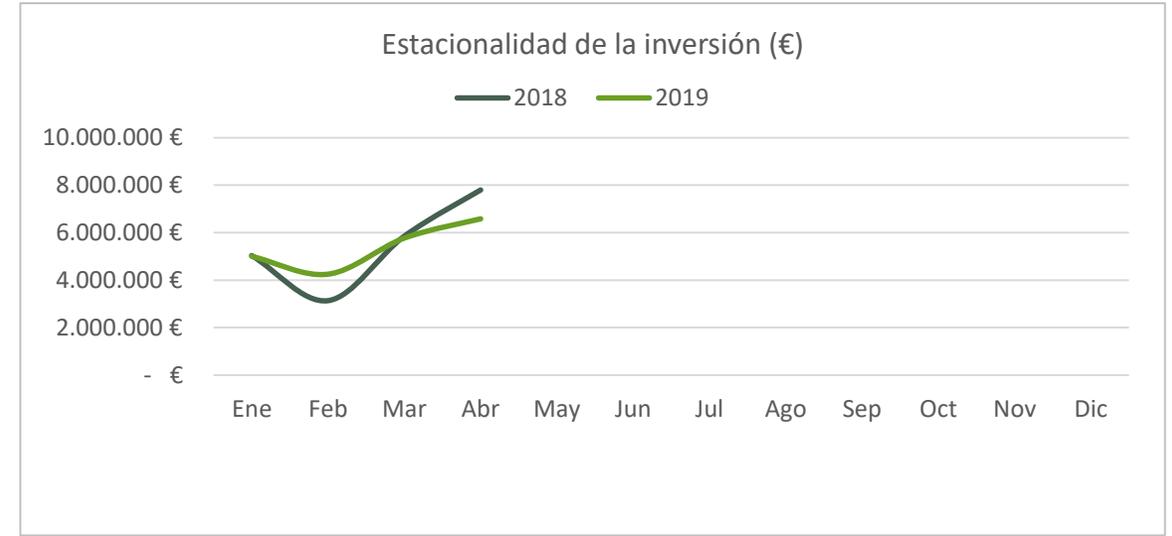
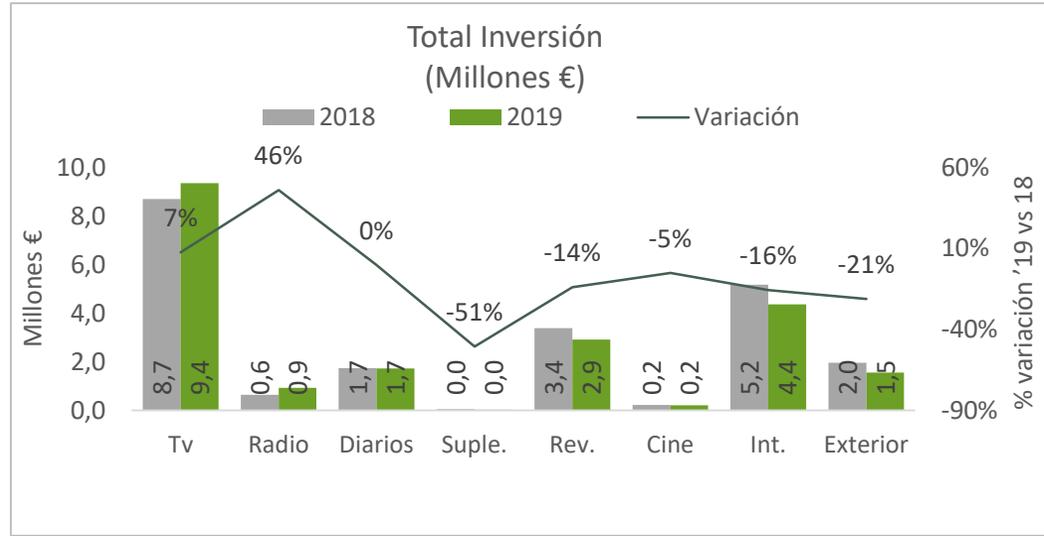
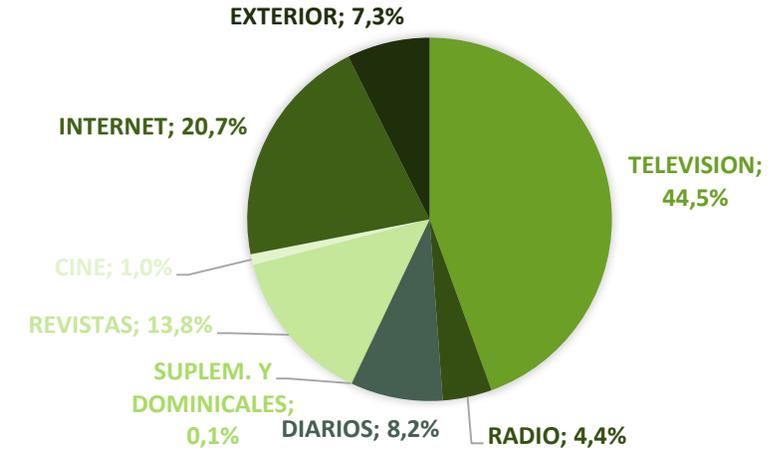
TOTAL INVERSIÓN		
2018		2019
21.826.000 €	-4%	21.019.318 €

Se produce un aumento de la inversión en Tv y Radio con respecto al periodo del año anterior.

La inversión en Radio aumenta un 46%.

Se produce una disminución en la inversión en Exterior, Internet, Cine y Revistas.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)



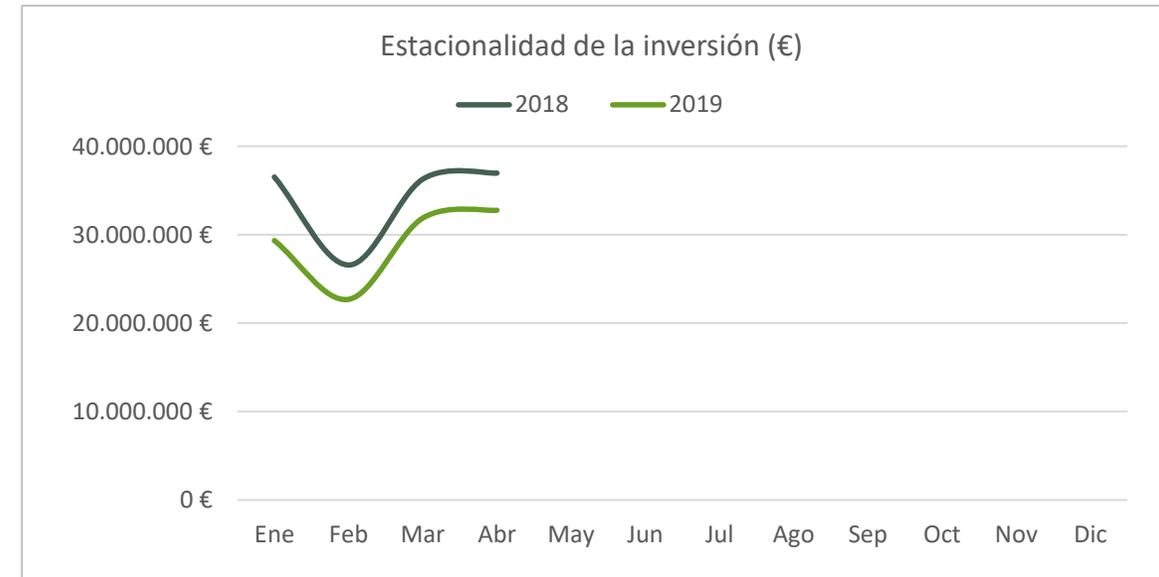
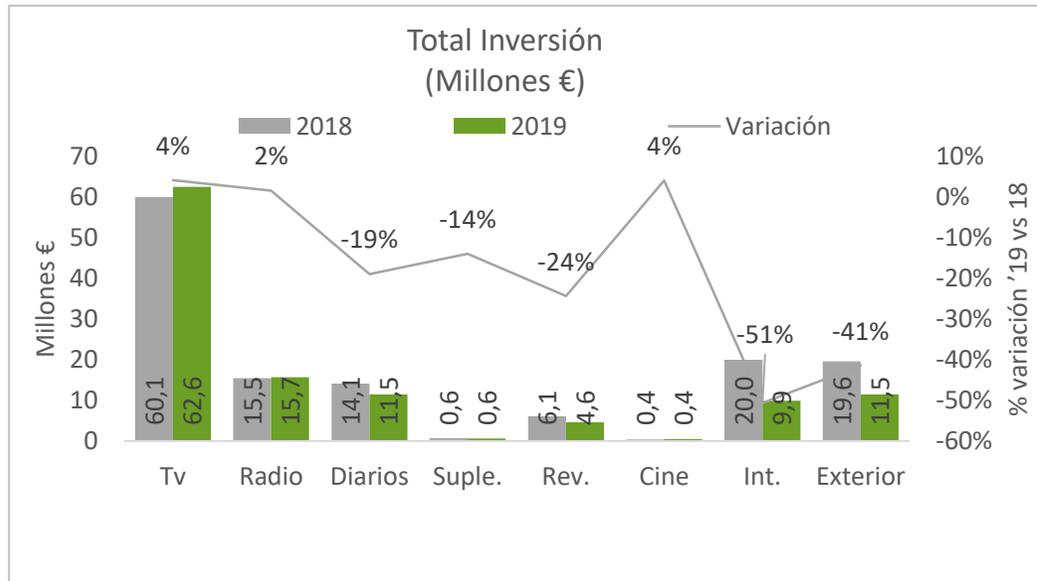
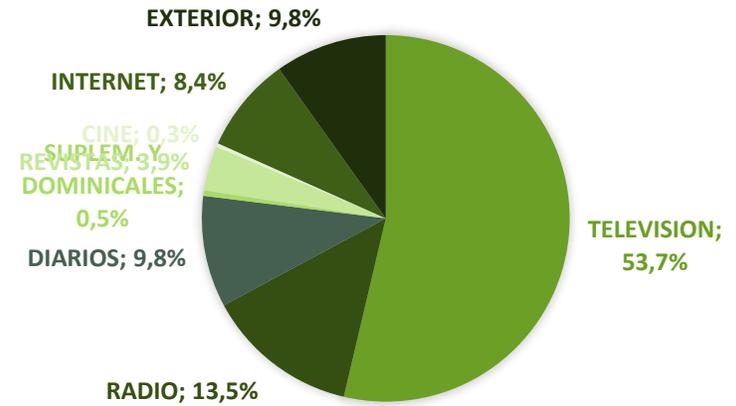


TOTAL INVERSIÓN	
2017	2018
136.331.618 €	116.704.092 €
	-14%

La inversión en Internet y Exterior cae fuertemente en relación con el mismo periodo de 2018.

Aumenta discretamente la inversión en TV, Radio y Cine.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)



* La significativa caída de Internet (-51%) estimamos que se debe principalmente al movimiento de la inversión de Display y Video (medida por Info io) a SEO/SEM, Branded Content... (no medido por Info io).



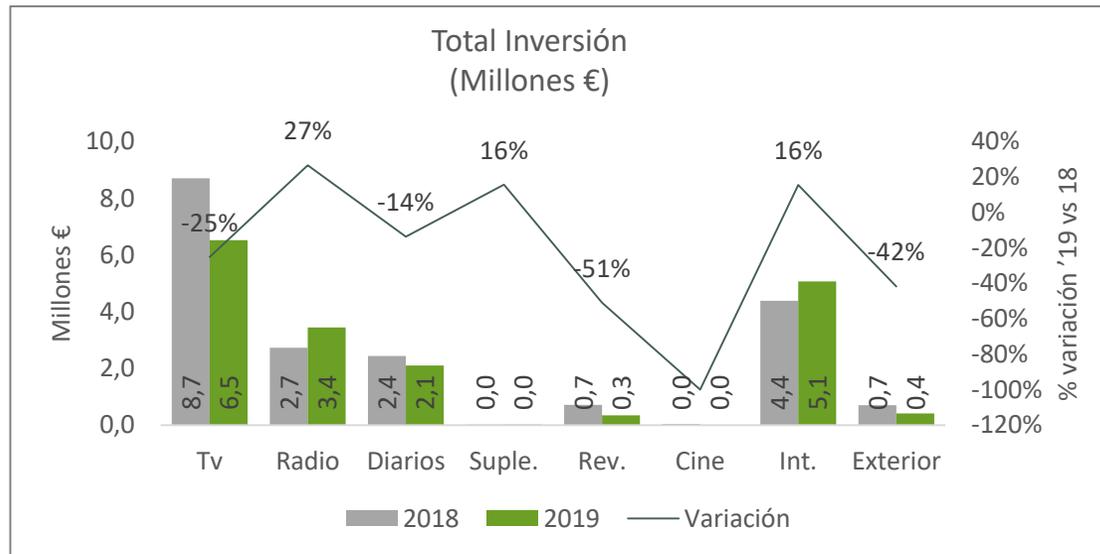
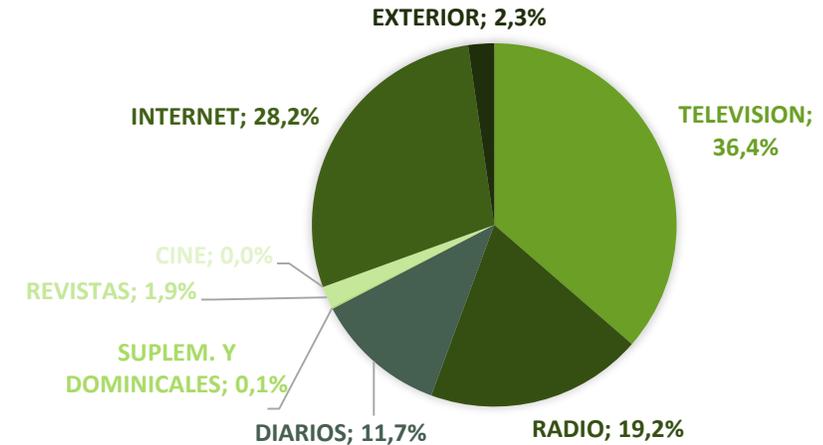
TOTAL INVERSIÓN

2018	2019
19.742.405 €	17.927.696 €
	-9,2%

La inversión en Radio e Internet crece respecto el mismo periodo del año anterior.

Decrece la inversión en TV, Diarios y Exterior principalmente.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)



* La significativa caída de Internet (-51%) estimamos que se debe principalmente al movimiento de la inversión de Display y Video (medida por Info io) a SEO/SEM, Branded Content... (no medido por Info io).

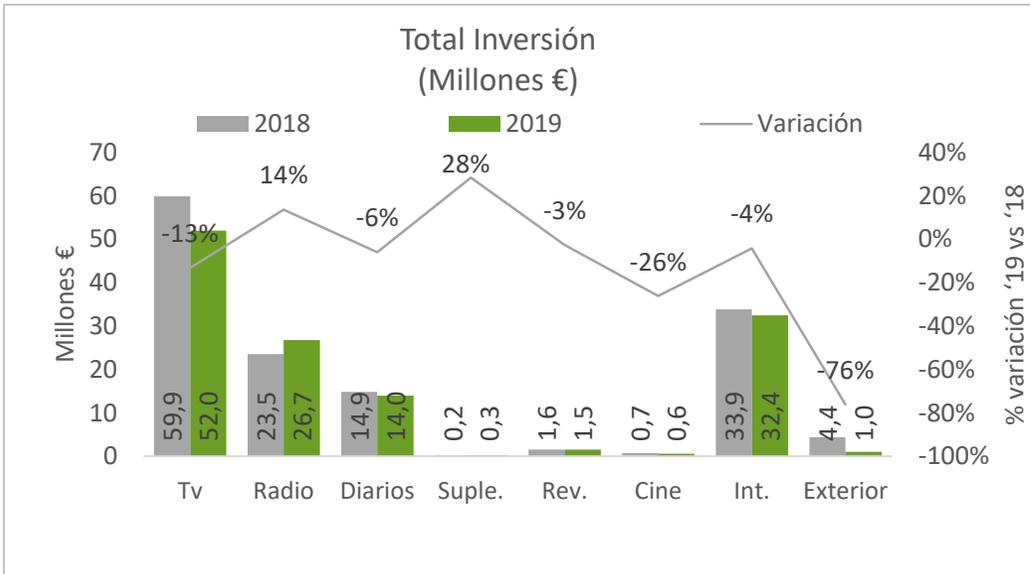
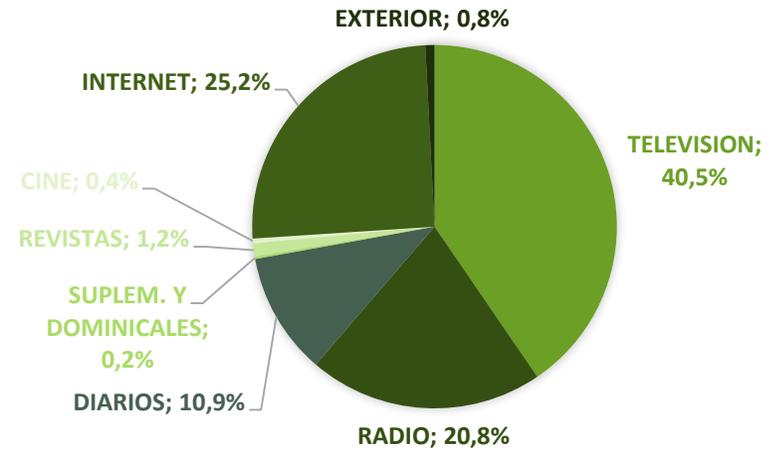


TOTAL INVERSIÓN	
2017	2018
138.971.566 €	128.504.720 €
- 8%	

El tercer sector por inversión publicitaria, disminuye en 10 millones registrando las mayores caídas en Exterior (-76%) y TV (-13%)

Se produce aumento significativo en la inversión en Radio y Suplementos.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)



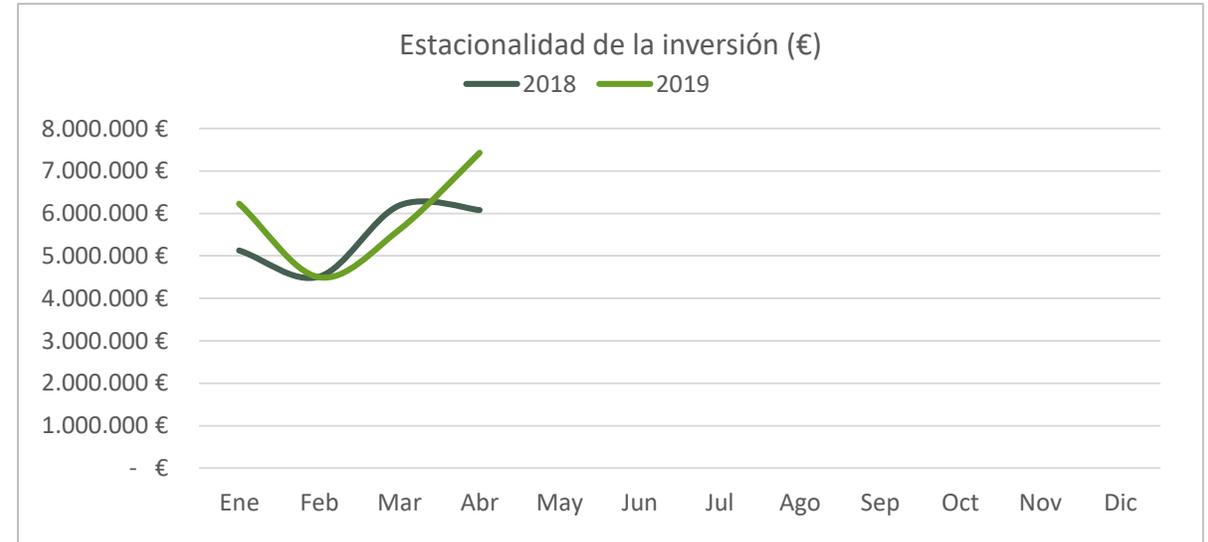
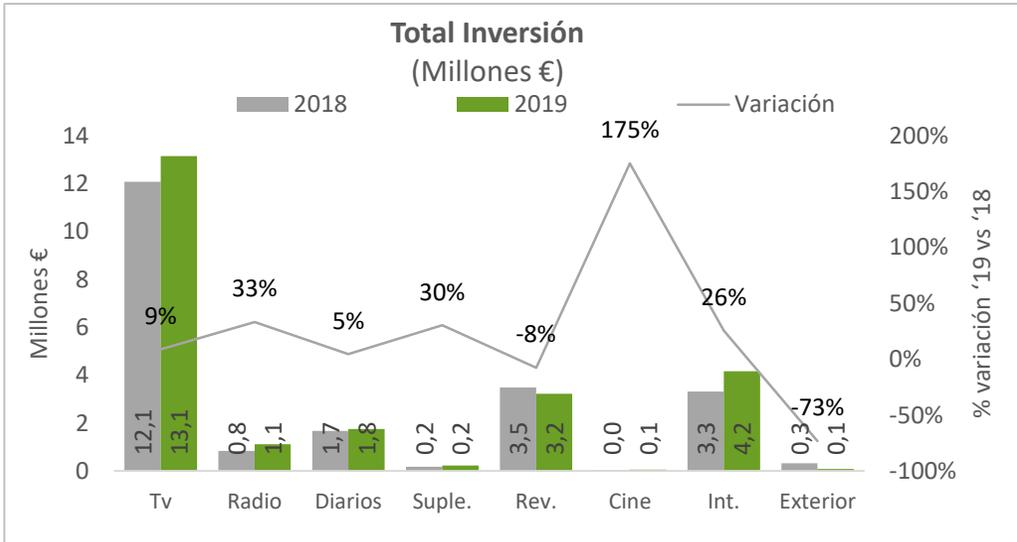
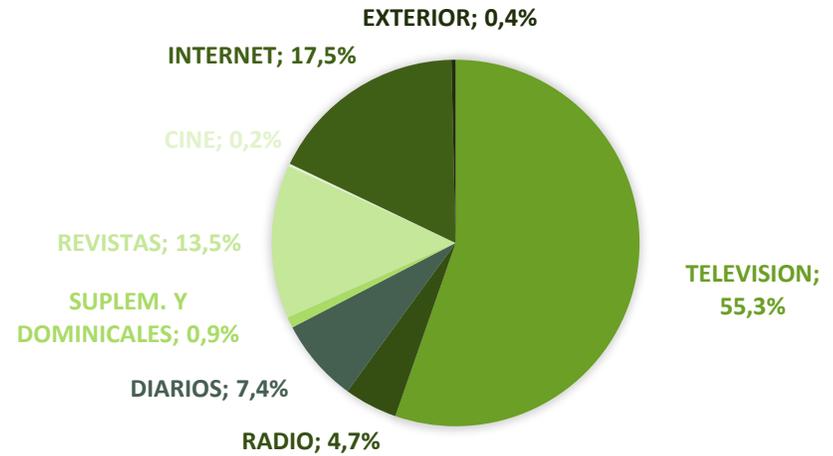


TOTAL INVERSIÓN	
2018	2019
21.900.265 €	23.766.252 €
+ 9%	

El sector crece en casi 2 millones de euros, destinados principalmente a Televisión, Radio e Internet.

Continúa la apuesta por la inversión en Televisión, aumentando en casi un 9%.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)





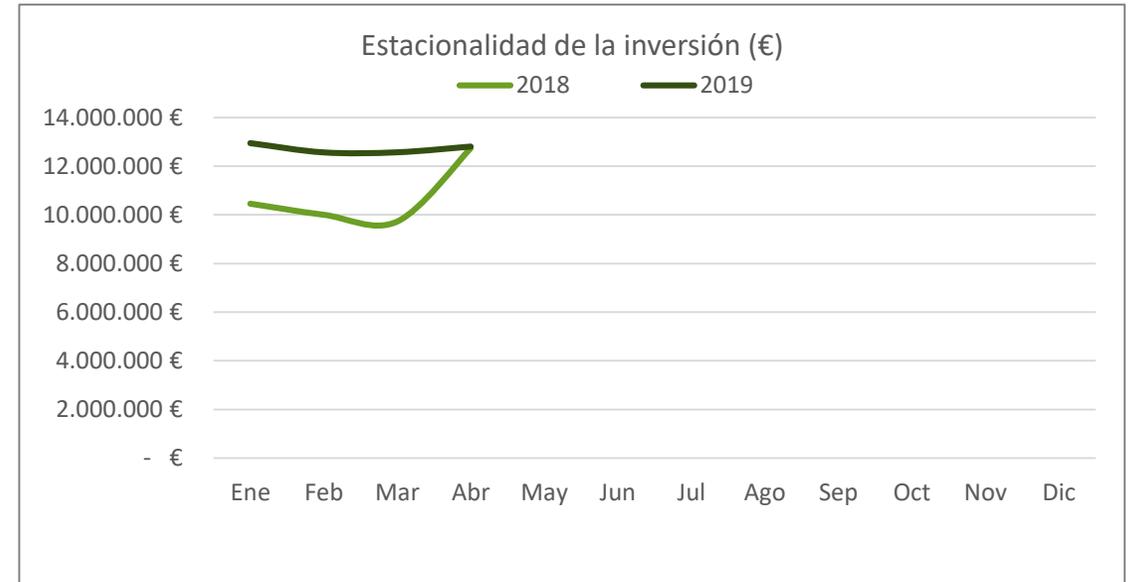
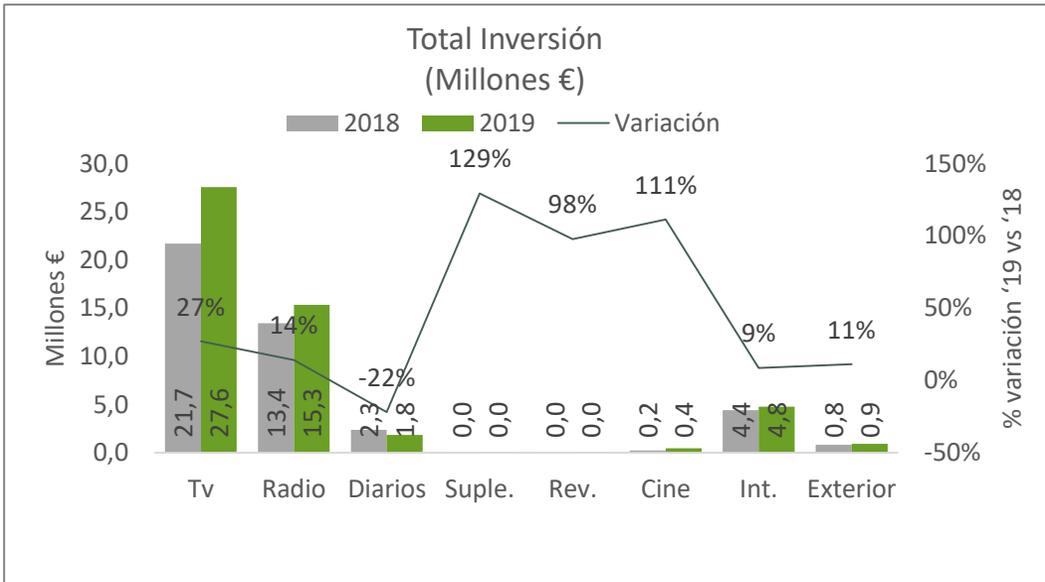
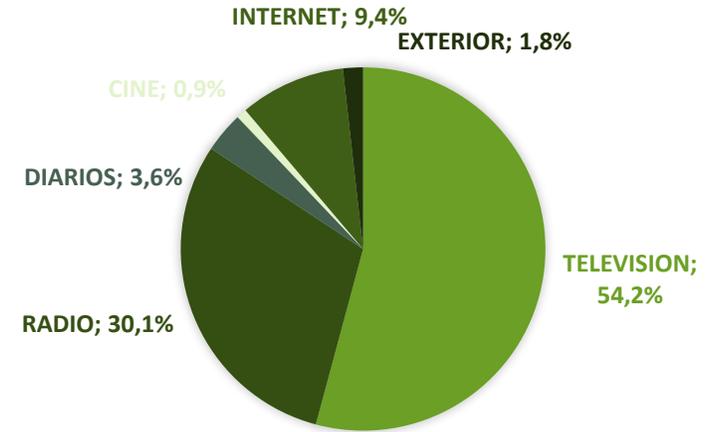
TOTAL INVERSIÓN

2018	2019
42.914.379 €	50.875.335 €
	+ 19%

El sector crece en casi 2 millones de euros, destinados principalmente a Televisión, Radio e Internet.

Continúa la apuesta por la inversión en Televisión, aumentando en casi un 9%.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)



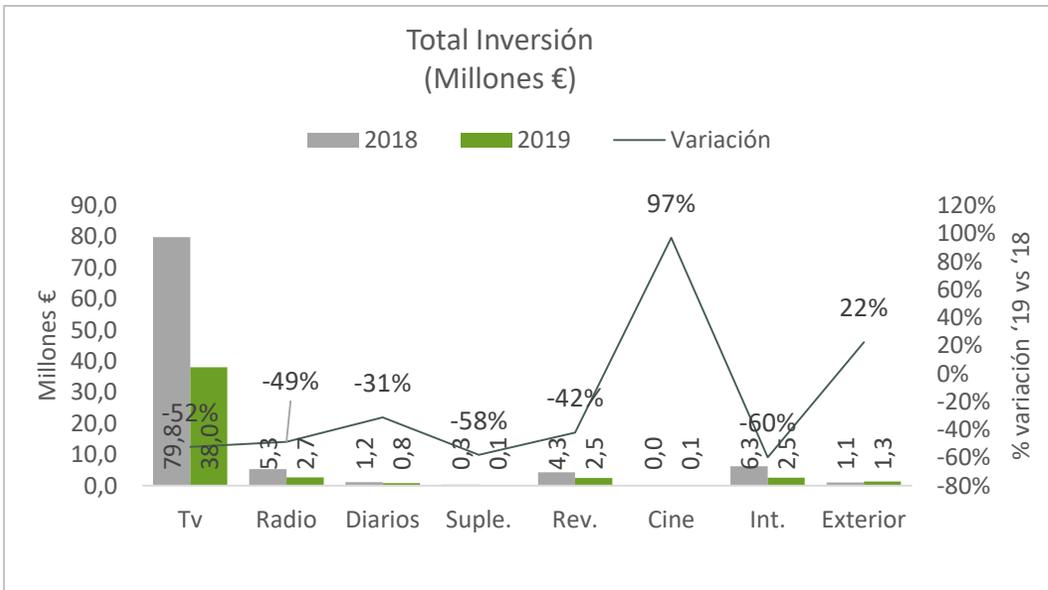
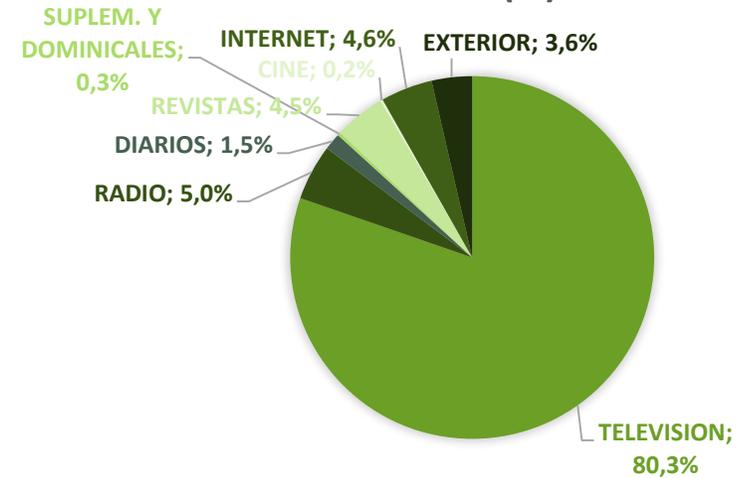


TOTAL INVERSIÓN	
2017	2018
98.305.952 €	48.126.240 €
-51%	

Caída de la inversión en los medios principales del mix del sector: TV (-52%), Internet (-60%), Radio (-49%) excepto en Cine, donde aumenta un 97%.

La inversión cae a la mitad con respecto al mismo periodo de 2018.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)



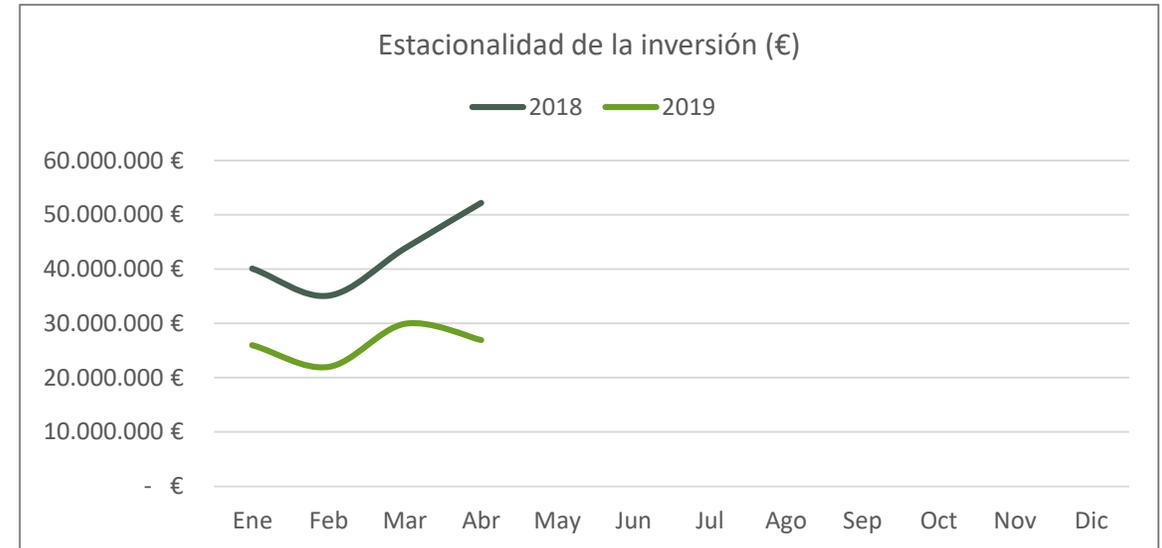
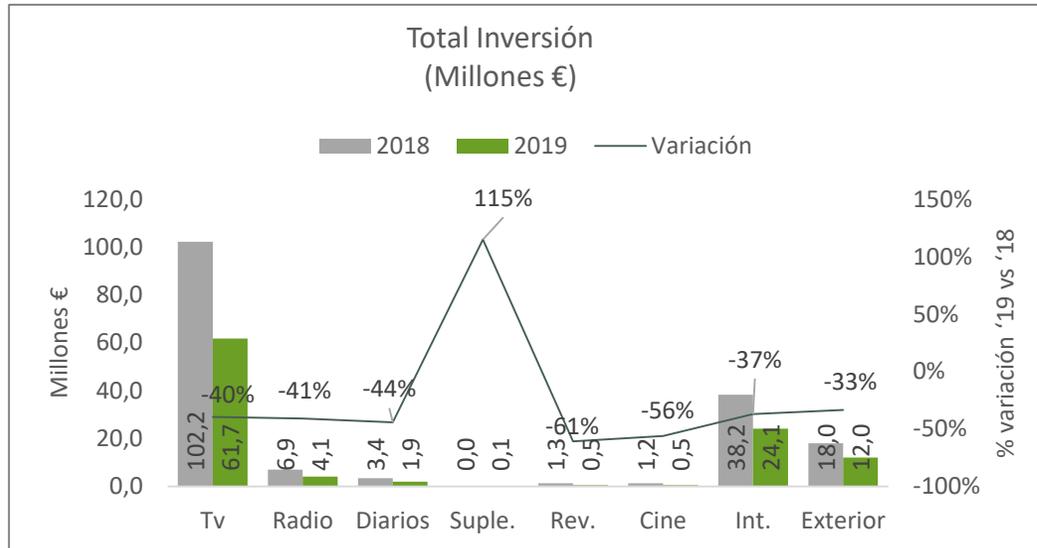
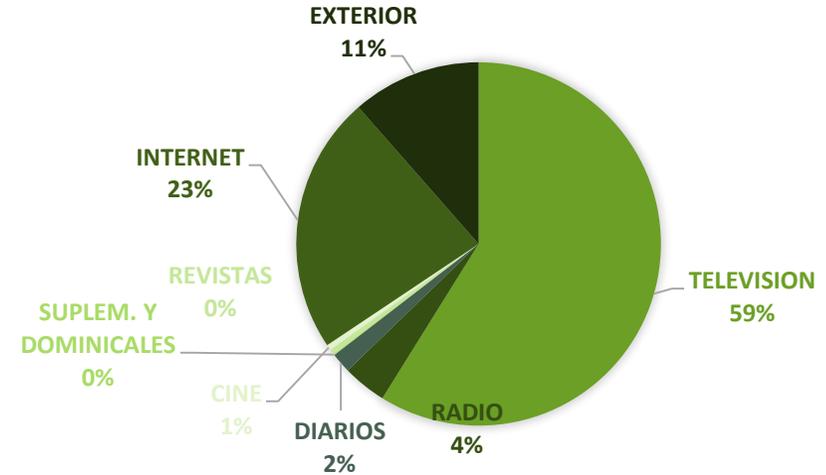


TOTAL INVERSIÓN	
2017	2018
171.184.846 €	104.867.655 €
-39%	

Fuerte caída de la inversión, muy importante en TV (-40%), Internet (-37%), Radio (-41%) y Exterior (-33%).

Las campañas de Televisión siguen siendo la principal apuesta del sector.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)



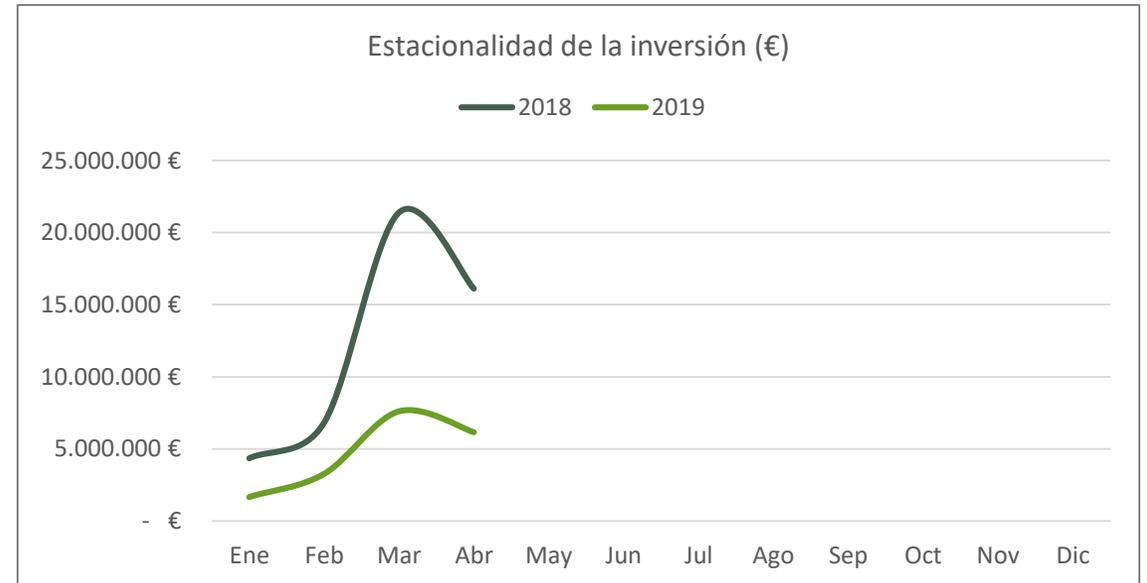
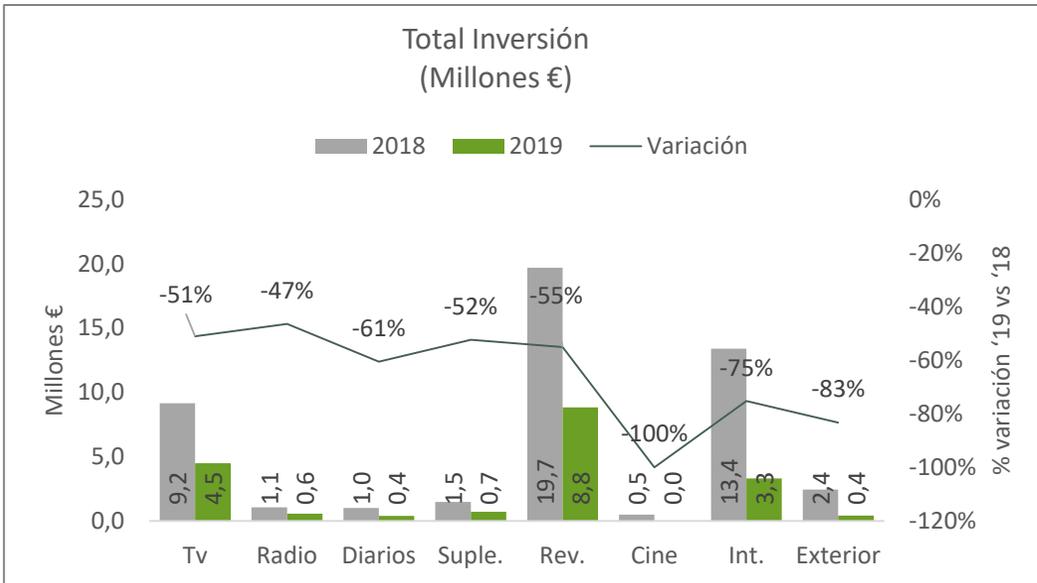
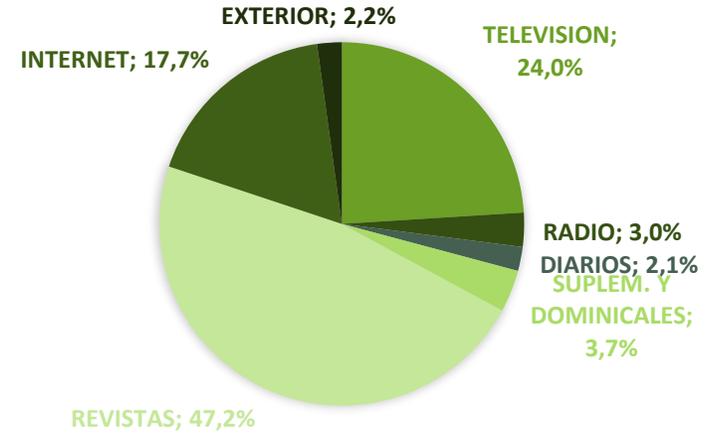


TOTAL INVERSIÓN	
2017	2018
48.672.338 €	18.666.609 €
-62%	

La disminución de la inversión en medios del sector en relación a la del año 2018 es del 62%

Cambios relevantes en el mix de las planificaciones: cae la inversión en Exterior (-83%), Cine (-100%) y TV (-51%)

MIX DE MEDIOS 2018 (%)



* La significativa caída de Internet (-51%) estimamos que se debe principalmente al movimiento de la inversión de Display y Video (medida por Info io) a SEO/SEM, Branded Content... (no medido por Info io).

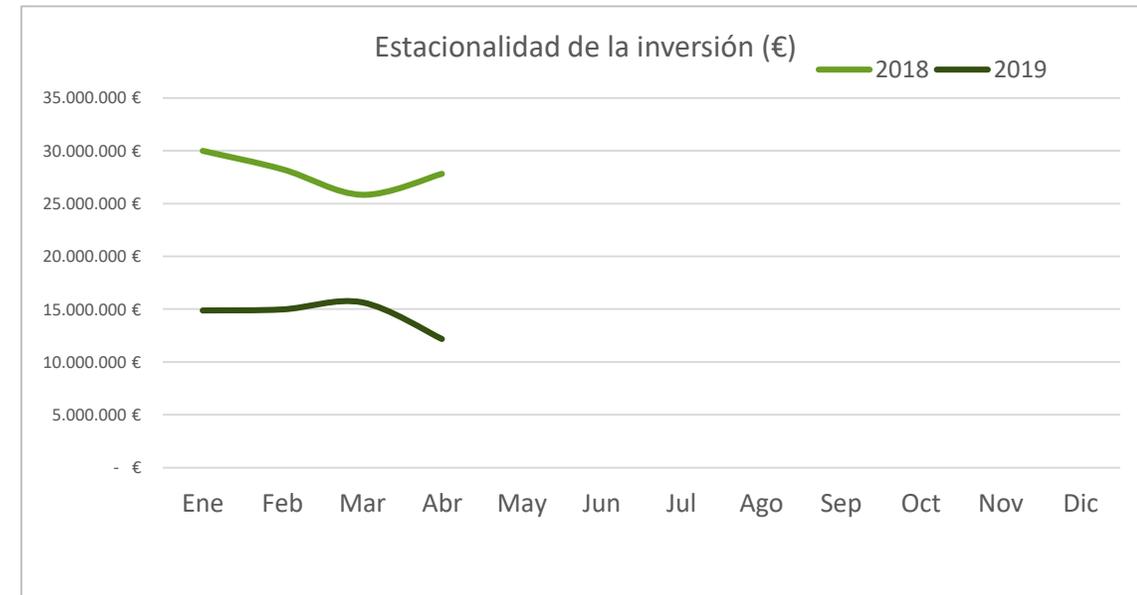
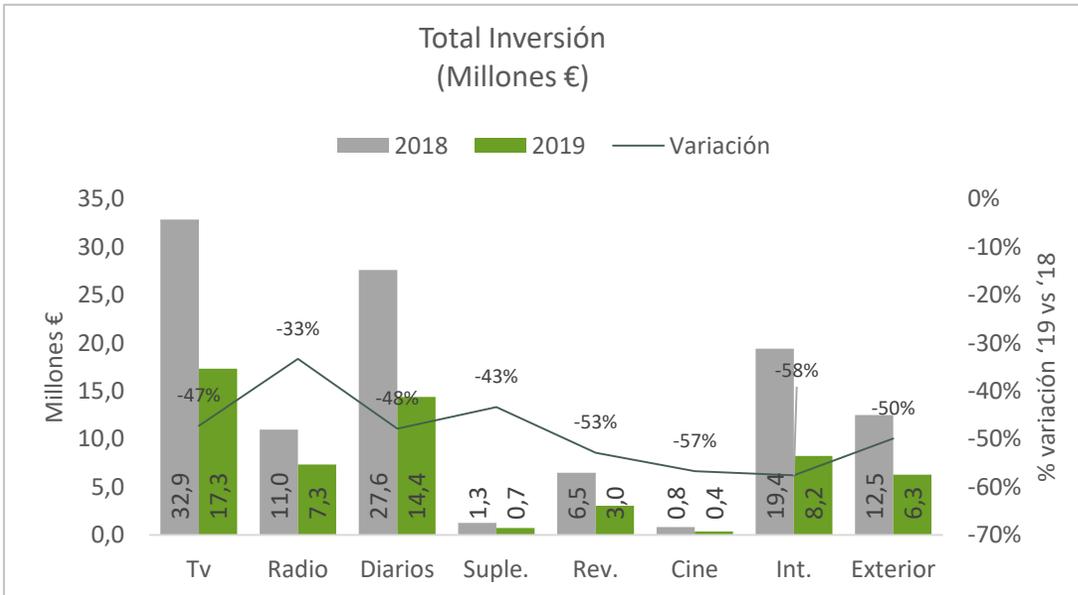
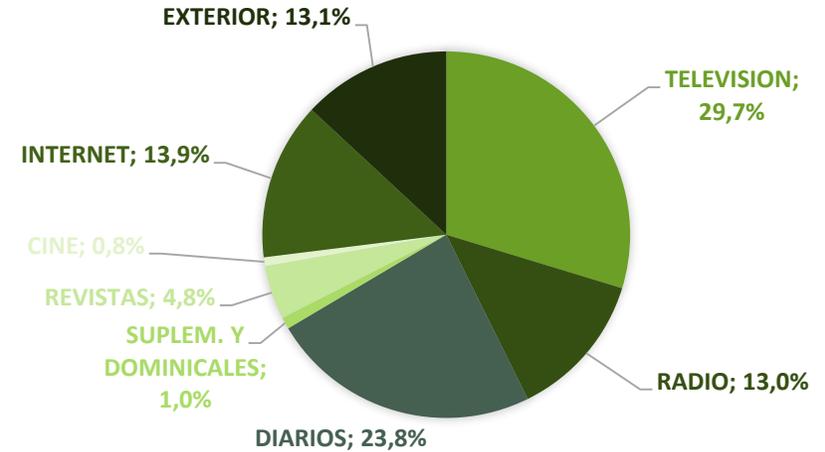


TOTAL INVERSIÓN	
2017	2018
111.901.071 €	57.663.184 €
	-48%

Caída muy pronunciada de la inversión a Internet* (-58%), que arrastra los resultados globales del sector.

Se produce una disminución en la inversión en todos los medios.

MIX DE MEDIOS 2019 (%)



* La significativa caída de Internet (-50%) estimamos que se debe principalmente al movimiento de la inversión de Display y Video (medida por Info io) a SEO/SEM, Branded Content... (no medido por Info io).

 **HAGAMOS
JUNTOS ALGO
GRANDE**

neuromedia.

neuromedia.

Dirección

Calle Eraso, 20 | 28028 Madrid
España

Teléfono

(+34) 915 199 121

Email/Web

cordoba.ruiz@neuromedia.es
www.neuromedia.es

