

La inversión en publicidad sigue cayendo, sólo se salva los medios online y cine

Escrito por euribor - 25/10/2011 09:49

"La publicidad no encuentra suelo. Los medios convencionales (televisión, prensa, radio, exterior, internet...) sufrieron un descenso en la inversión publicitaria total del 6,7% entre enero y septiembre, hasta alcanzar un volumen total del 3.440,3 millones, según los datos de Infoadex.

La televisión, con 1.635 millones de euros, sigue siendo el que mayor porcentaje acapara, un 47,5%. Sufre un descenso en volumen del 7,5%, situándose en cabeza del desplome las televisiones autonómicas, con una bajada de la inversión del 24,4% (hasta los 150,2 millones de euros). La publicidad de las televisiones nacionales en abierto baja un 5,3%, a 1.441,8 millones.

Diarios, el segundo medio por su cuantía absoluta de inversión publicitaria, ha registrado una caída del 12,2%, situándose en 704,1 millones de euros, mientras que radio, tercera por volumen, decrece en el 2,1%.

Únicamente internet y cine se salvan de las caídas. Internet destaca con un incremento en el período del 8,5% y llega a 212,1 millones de euros (solamente se computa la publicidad gráfica).

Fuente: cincodías

=====