



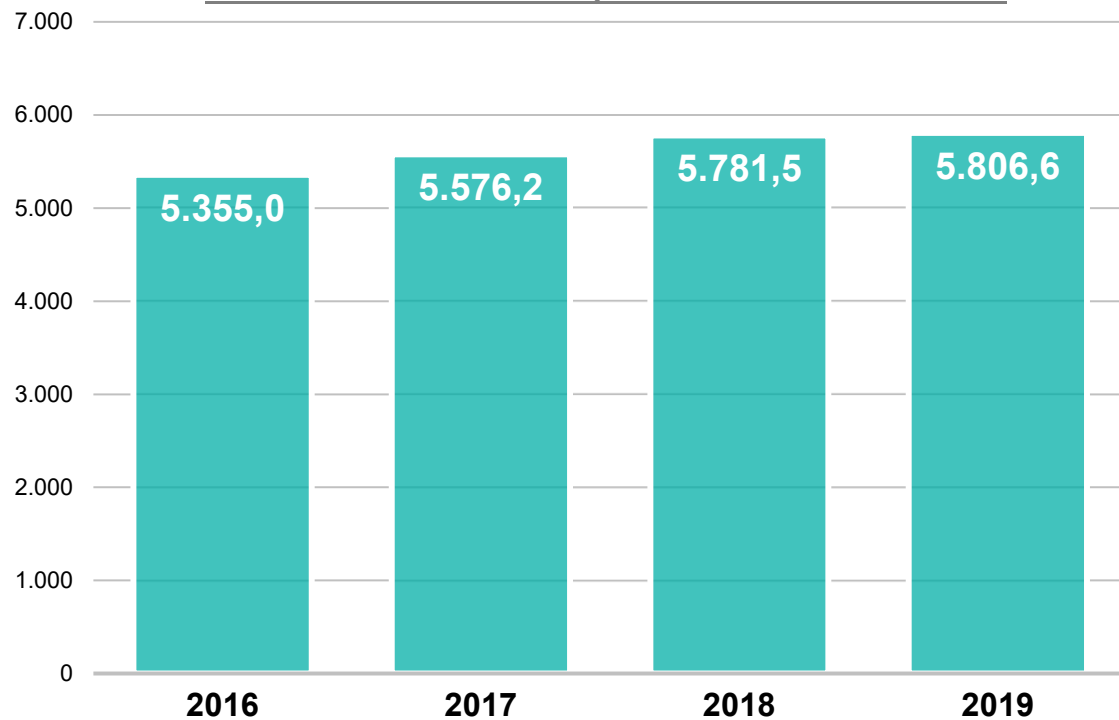
i2p

Índice Inversión Publicitaria, Año 2019



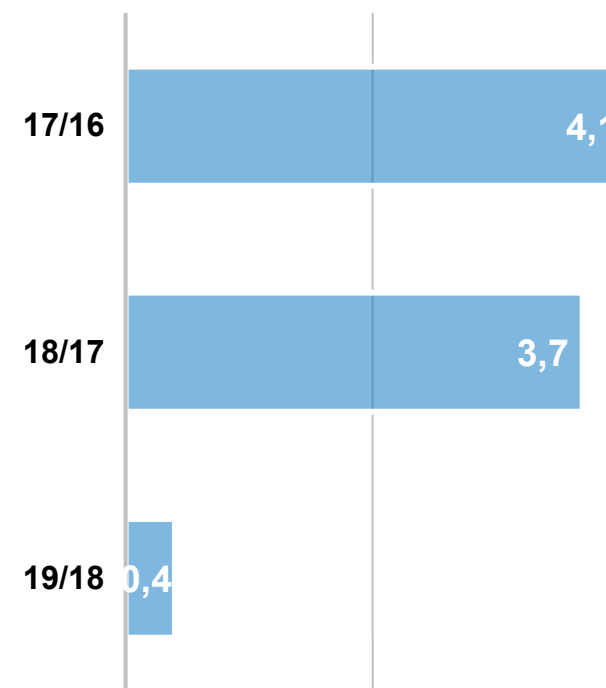
MHL

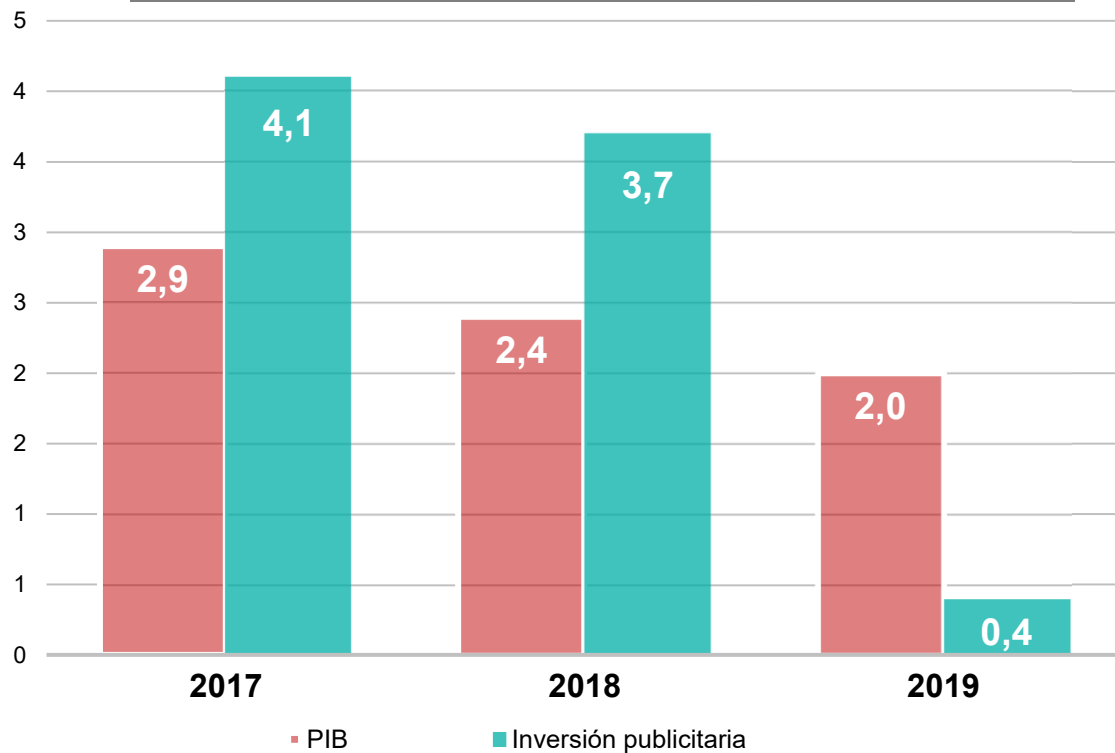
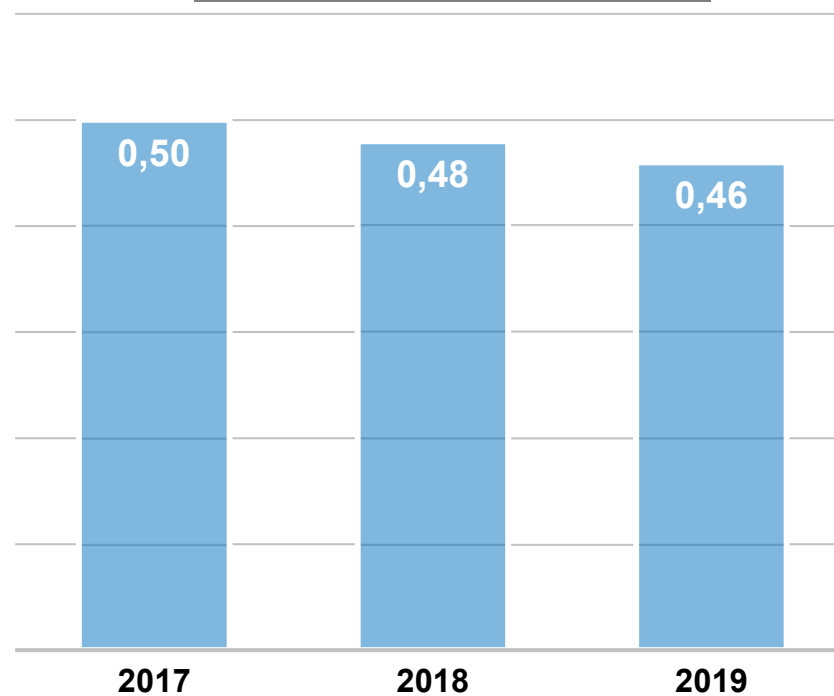
Evolución de la inversión publicitaria total estimada



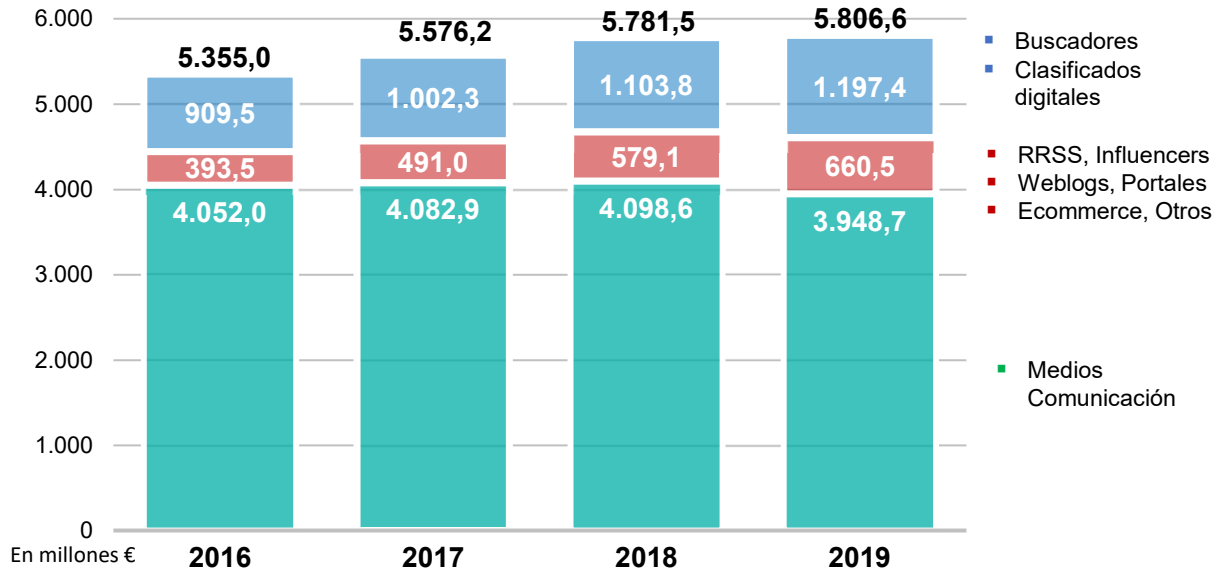
En millones €

% variación año anterior



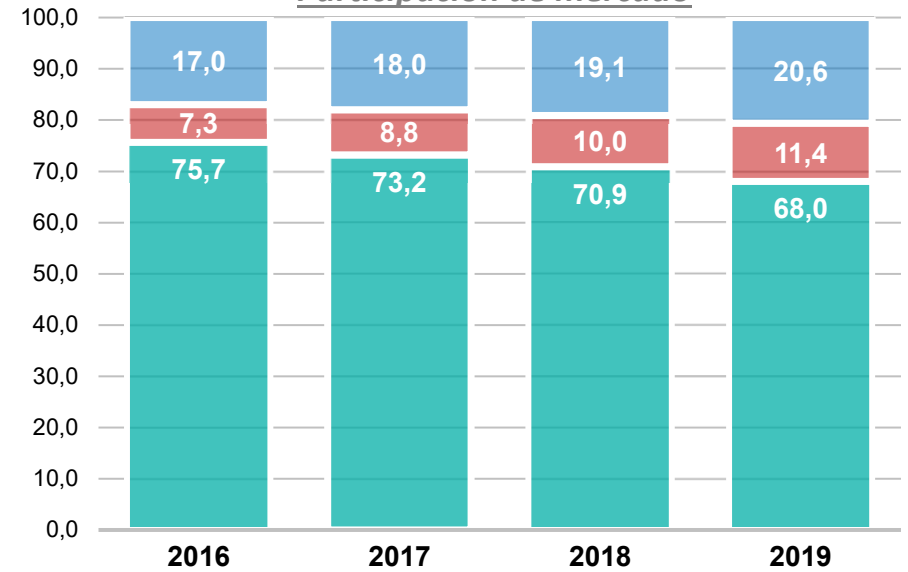
Evolución de la variación de la inversión publicitaria y del PIB% Inversión publicitaria sobre PIB

Evolución de la inversión publicitaria por agrupaciones

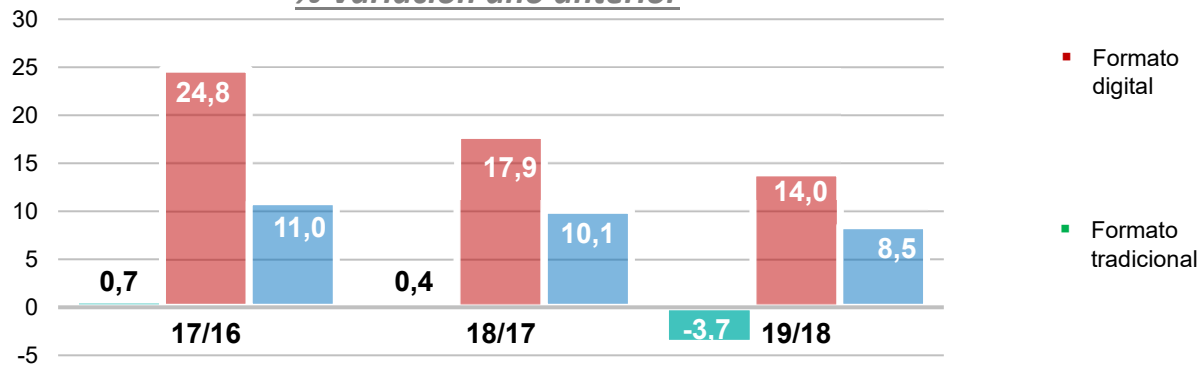


Inversión publicitaria 2019

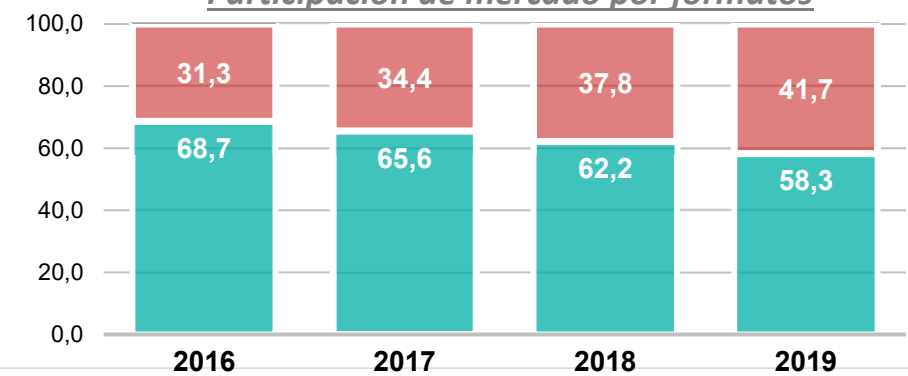
Participación de mercado



% Variación año anterior



Participación de mercado por formatos

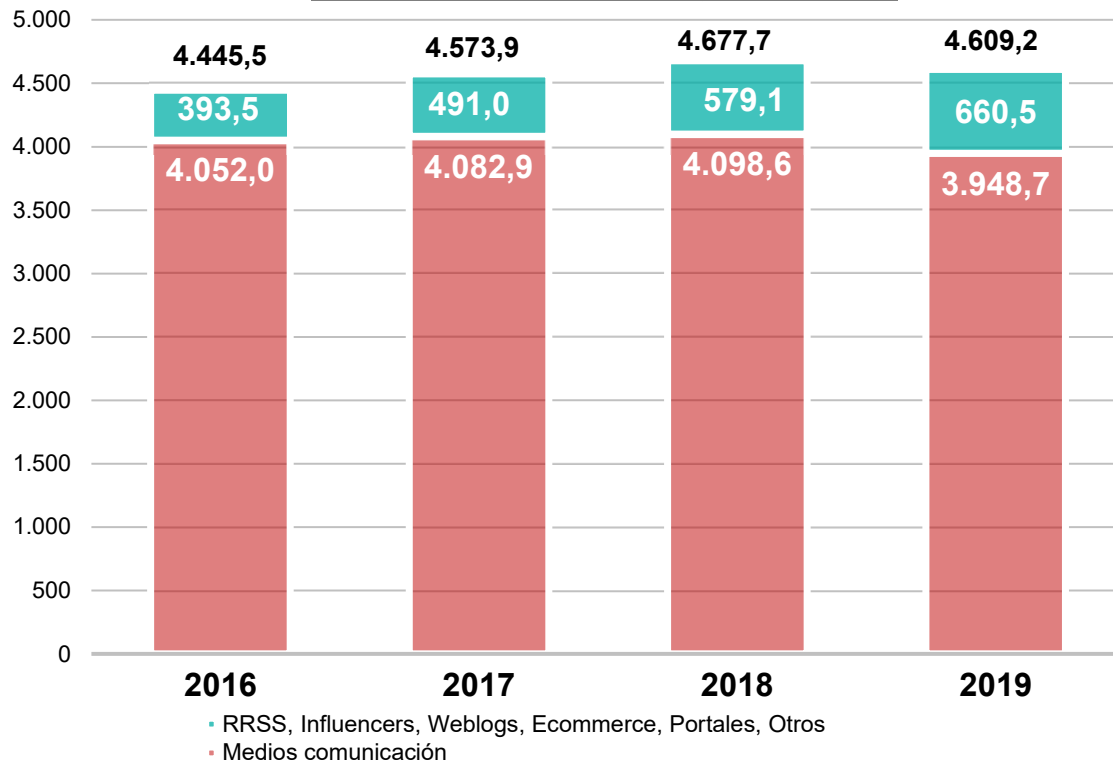


Fuente: i2p, Arce Media, elaboración Mediahotline

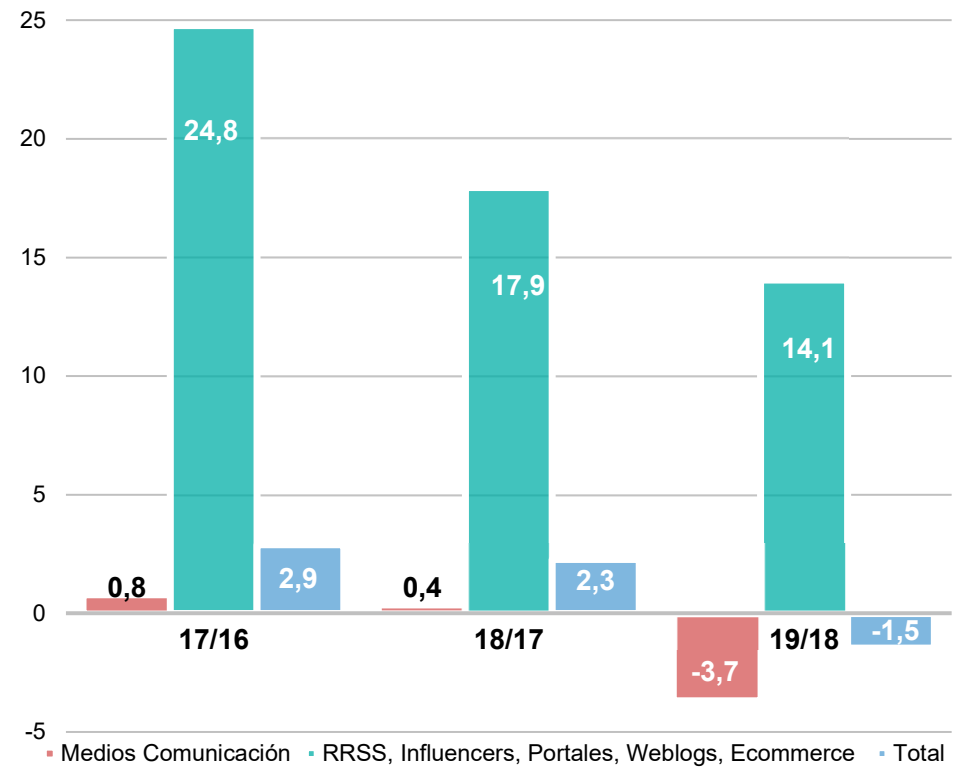


		Ocupación publicitaria 2019							
	Media Ocupación	2018	2019	19/18%		18/17%	17/16%	16/15%	15/14%
Televisión	Grp's 20" ind+4	2.438.492	2.333.123	-4,3		-1,2	-2,2	1,2	1,1
Prensa	Páginas	333.674	309.501	-7,2		-5,1	-2,6	-1,4	1,9
Medios digitales	Impactos (Mill)	182.332	196.440	7,7		11,6	12,3	14,0	9,5
Radio	Minutos	963.437	894.536	-7,2		0,1	5,0	1,5	6,8
Exterior	Caras	3.189.385	3.138.552	-1,6		2,9	0,4	-2,1	3,0
Revistas	Páginas	40.604	35.733	-12,0		-7,3	-8,6	-0,1	-1,4
Dominicales	Páginas	7.341	6.933	-5,6		-5,2	-0,7	0,6	-12,8
Cine	Minutos	583.457	589.204	0,9		8,4	7,9	0,8	21,4

*Evolución de la inversión publicitaria**

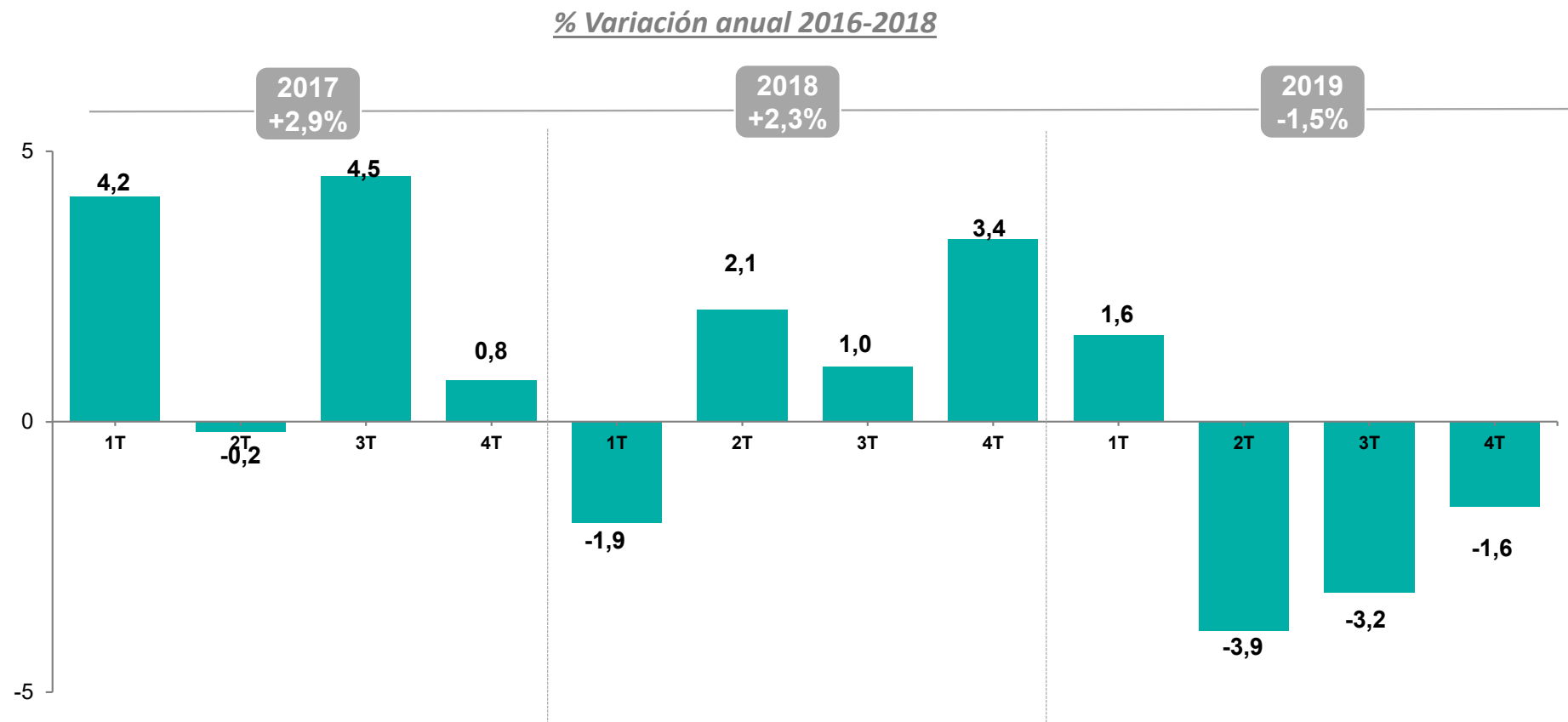


% Variación año anterior



* No incluye buscadores, clasificados digitales





Fuente: i2p, Arce Media, elaboración Mediahotline



DETALLE ESTIMACIÓN INVERSIÓN PUBLICITARIA 2019

	Total mercado			Formato Tradicional			Formato Digital			Participación			Reparto	
	2018	2019	% Var	2018	2019	% Var	2018	2019	% Var	2018	2019	Difer.	Tradic.	Digital
Televisión	2.174,1	2.054,6	-5,5	2.125,0	2.000,0	-5,9	49,1	54,7	11,3	46,5	44,6	-1,9	97,7	2,3
Prensa	805,7	792,0	-1,7	486,6	438,5	-9,9	319,1	353,6	10,8	17,2	17,2	0,0	60,4	39,6
Radio	441,2	442,6	0,3	428,3	428,6	0,1	13,0	14,0	7,9	9,4	9,6	0,2	97,1	2,9
Exterior	378,6	382,9	1,1	313,1	306,3	-2,2	65,5	76,6	16,9	8,1	8,3	0,2	82,7	17,3
Revistas	236,8	216,0	-8,8	181,2	154,2	-14,9	55,6	61,8	11,2	5,1	4,7	-0,4	76,5	23,5
Dominicales	28,5	25,7	-9,7	28,5	25,7	-9,7				0,6	0,6	-0,1	100,0	
Cine	33,6	34,9	3,8	33,6	34,9	3,8				0,7	0,8	0,0	100,0	
Total 1	4.098,6	3.948,7	-3,7	3.596,3	3.388,1	-5,8	502,3	560,6	11,6	87,6	85,7	-1,9	87,7	12,3
Portales	111,3	122,7	10,2				111,3	122,7	10,2	2,4	2,7	0,3		100,0
Ecommerce	58,2	65,4	12,4				58,2	65,4	12,4	1,2	1,4	0,2		100,0
Weblogs	11,7	13,0	10,7				11,7	13,0	10,7	0,3	0,3	0,0		100,0
Otros	29,0	30,8	6,2				29,0	30,8	6,2	0,6	0,7	0,0		100,0
Total 2	4.308,8	4.180,7	-3,0	3.596,3	3.388,1	-5,8	712,5	792,6	11,2	92,1	90,7	-1,4	83,5	16,5
Redes Sociales	324,4	378,3	16,6				324,4	378,3	16,6	6,9	8,2	1,3		100,0
Influencers	44,4	50,3	13,1				44,4	50,3	13,1	0,9	1,1	0,1		100,0
Total Mercado	4.677,7	4.609,2	-1,5	3.596,3	3.388,1	-5,8	1.081,4	1.221,1	12,9	100,0	100,0		76,9	23,1

Fuente: i2p, Arce Media, elaboración Mediahotline



Inversión publicitaria 2019

	Mercado Digital			Video			Display			Participación		Reparto	
	2018	2019	% Var	2018	2019	% Var	2018	2019	% Var	Video	Displ	Video	Displ
Televisión	49,1	54,7	11,3	36,9	42,0	13,8	12,2	12,7	3,7	11,6	1,5	76,8	23,2
Prensa	319,1	353,6	10,8	39,6	46,4	17,2	279,5	307,2	9,9	12,8	35,7	13,1	86,9
Radio	13,0	14,0	7,9	1,1	1,2	9,1	11,9	12,8	7,8	0,3	1,5	8,6	91,4
Exterior	65,5	76,6	16,9	6,5	7,7	18,5	59,0	68,9	16,8	2,1	8,0	10,1	89,9
Revistas	55,6	61,8	11,2	3,3	3,8	15,2	52,3	58,0	11,0	1,1	6,8	6,1	93,9
Dominicales													
Cine													
Total 1	502,3	560,6	11,6	87,4	101,1	15,7	414,9	459,5	10,8	27,9	53,5	18,0	82,0
Portales	111,3	122,7	10,2	6,5	7,6	16,9	104,8	115,1	9,8	2,1	13,4	6,2	93,8
Ecommerce	58,2	65,4	12,4				58,2	65,4	12,4		7,6		100,0
Weblogs	11,7	13,0	10,7	2,1	2,4	14,3	9,6	10,6	10,0	0,7	1,2	18,4	81,6
Otros	29,0	30,8	6,2				29,0	30,8	6,2		3,6		100,0
Total2	712,5	792,6	11,2	96,0	111,1	15,7	616,5	681,5	10,5	30,7	79,3	14,0	86,0
Redes sociales	324,4	374,3	15,4	175,4	214,8	22,5	149,0	159,5	7,0	59,4	18,6	57,4	42,6
Influencers	44,4	54,3	22,1	28,7	35,9	25,1	15,7	18,4	16,8	9,9	2,1	66,2	33,8
Total	1.081,4	1.221,1	12,9	300,1	361,8	20,6	781,3	859,3	10,0	100,0	100,0	29,6	70,4

Fuente: i2p, Arce Media, elaboración Mediahotline



Inversión publicitaria 2019

Mercado Audiovisual
Tv+Cin+video digital

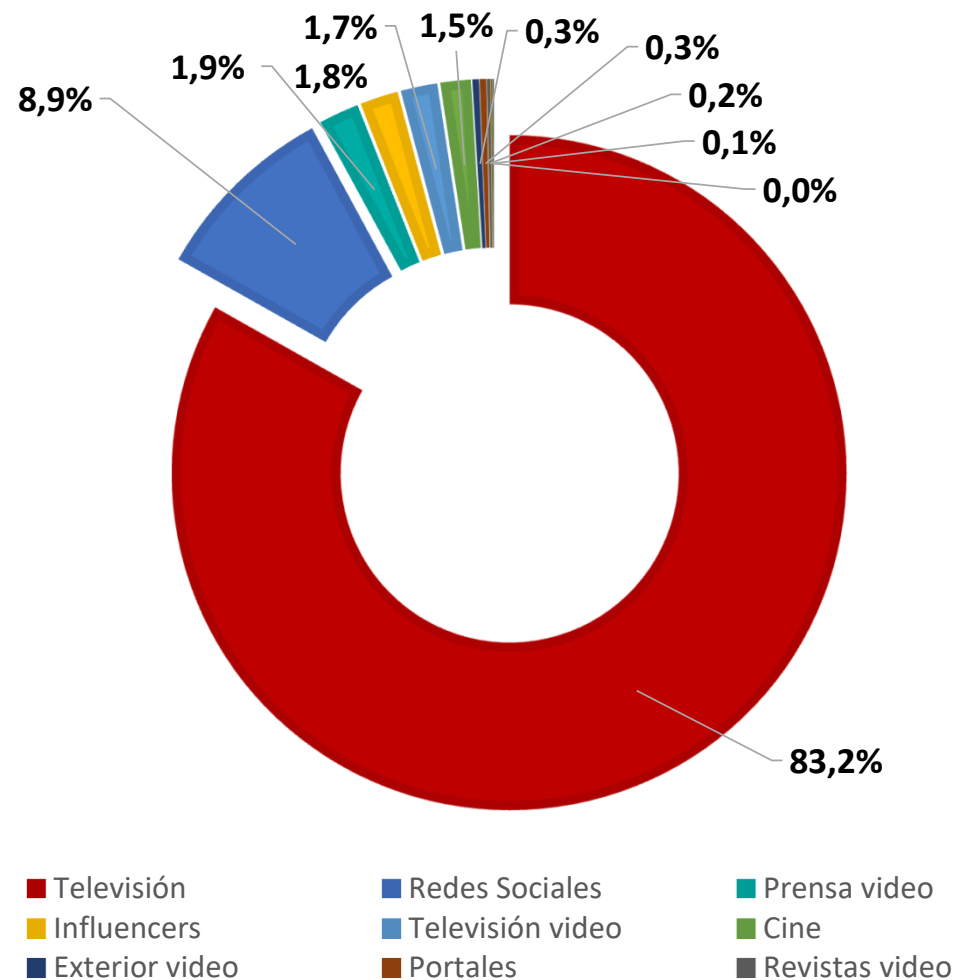
2.405,7
Mill. €

Crecimiento
vs 2018

-2,4%

Participación
S/Total mercado

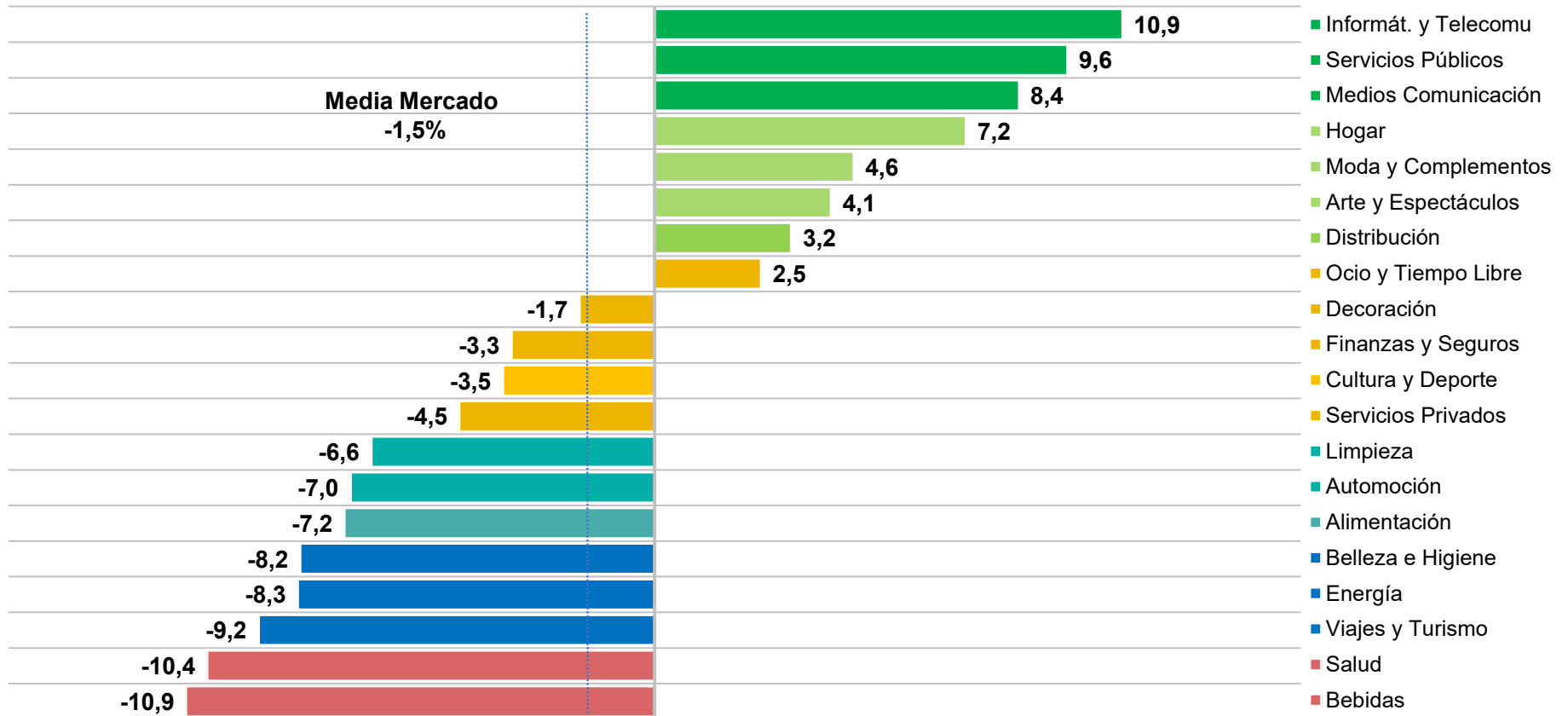
52,2%



Fuente: i2p, Arce Media, elaboración Mediahonline



Variación % Inversión Publicitaria por sectores 19/18



Fuente: i2p, Arce Media, elaboración Mediahotline





Estimación inversión publicitaria 2020



Perspectiva económica

- La desaceleración se prolongará durante los próximos trimestres, en consonancia con la evolución esperada del entorno externo.
- Este está marcado por el debilitamiento de los mercados internacionales, que apenas avanzarán hasta mediados de 2020 como consecuencia de las tensiones comerciales, el enfriamiento de la economía china, y el bache que atraviesa la industria, especialmente en el sector del automóvil.
- Ese año, el número de ocupados alcanzaría 19,1 millones, todavía medio millón menos que el máximo pre-crisis.
- El crecimiento de las remuneraciones salariales será inferior a los valores registrados en 2019,

Perspectiva publicitaria

- Seguirá creciendo la inversión publicitaria en formato digital en perjuicio del formato tradicional
- Efecto publicitario Copa Europa 2020
- Inestabilidad en sectores clave de la inversión publicitaria



- Previsión de PIB para el año 2020 es de +1,5. cinco décimas menos que 2019
- A partir de los datos de previsión económica se crea un método de proyección para la inversión publicitaria para el cierre del año 2020

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 tradicional y digital
8. Relación inversión publicitaria y PIB
9. Relación inversión publicitaria y Consumo hogares



	2019	2020	20/19
PIB	2,0	1,5	-0,5
Consumo Privado	1,3	1,5	0,2
PIB Precios corrientes (millardos Euros)	1.244,4	1.279,0	2,8%
Medios Comunicación (Millones Euros)	3.948,7	3.780,5	-4,3%
RRSS, Influencers, Ecommerce, Portales, Weblogs. otros (Millones Euros)	660,7	735,5	11,3%
Total (Millones Euros)	4.609,4	4.516,0	-2,0%
Total mercado publicitario (Millones Euros)	5.806,6	5.805,4	0,0%
Inversión /PIB	0,467	0,454	-0,013

Fuente: Funcas, i2p, Arce Media, elaboración Mediahonline





i2p

Índice Inversión Publicitaria, Año 2019

iMuchas gracias!



MHL