



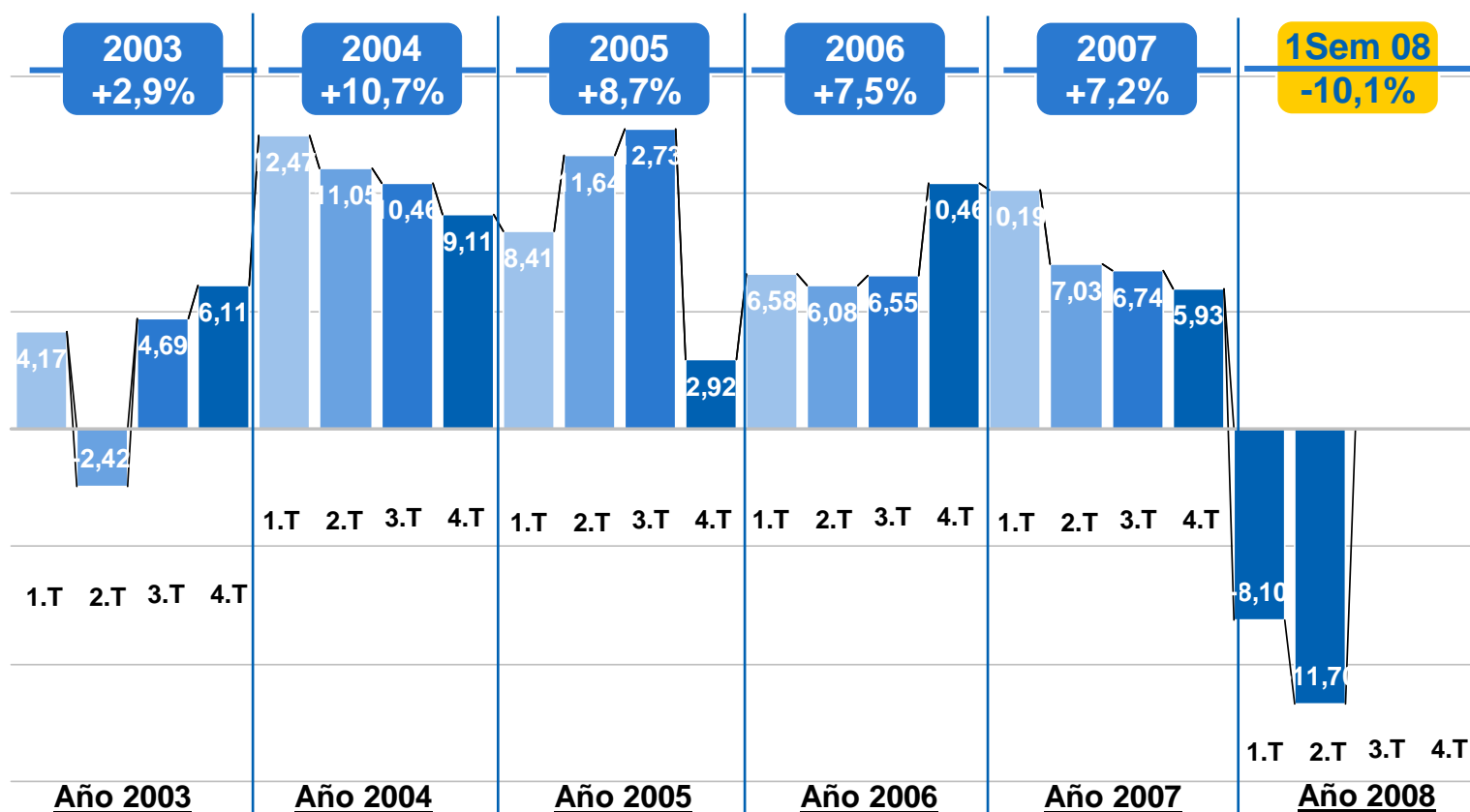
**i2p** Índice Inversión Publicitaria

**Primer semestre 2008**



**El primer semestre del año 2008 la inversión publicitaria ha caído un 10,1%  
Agudizándose la caída en el segundo trimestre, un descenso del -11,7%**

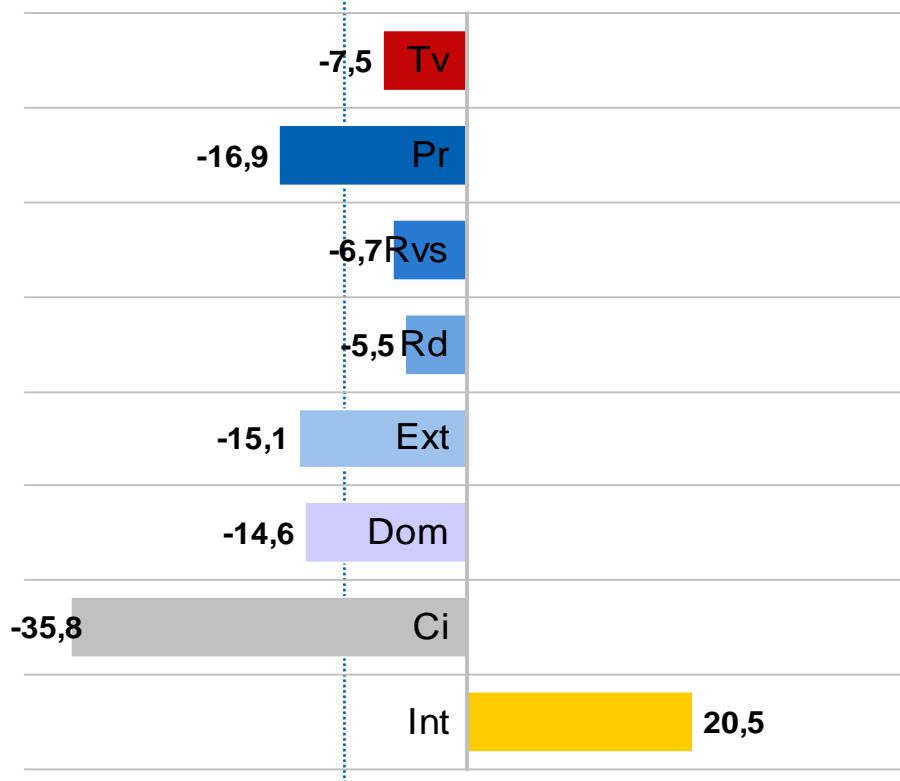
*Crecimiento de la inversión publicitaria por años y trimestres*



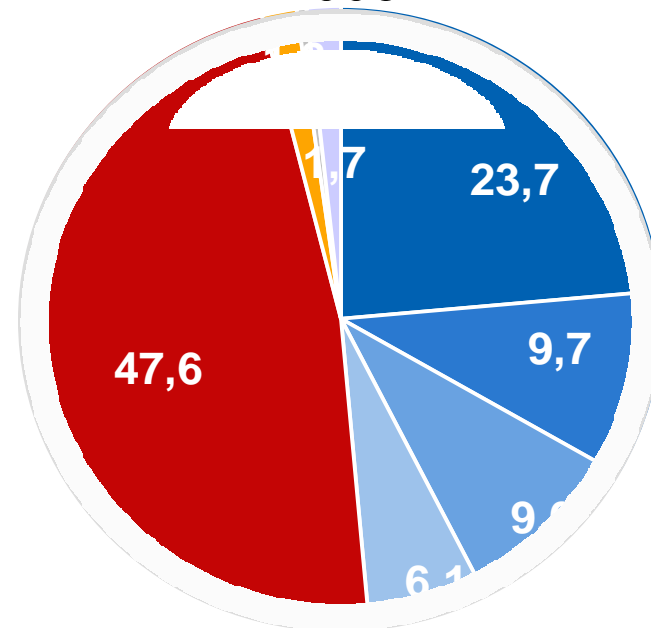
## Todos los medios descienden su inversión publicitaria a excepción de Internet

Crecimiento 08/07  
Primer Semestre  
-10,1%

### Crecimiento y Participación por Medios



### Primer Sem 2008



- PR
- RVS
- RD
- EXT
- TV
- INT
- CI
- Dom



**Televisión es el medio que más participación gana**  
**Prensa es el medio que más participación pierde**

**Primer semestre 2008**

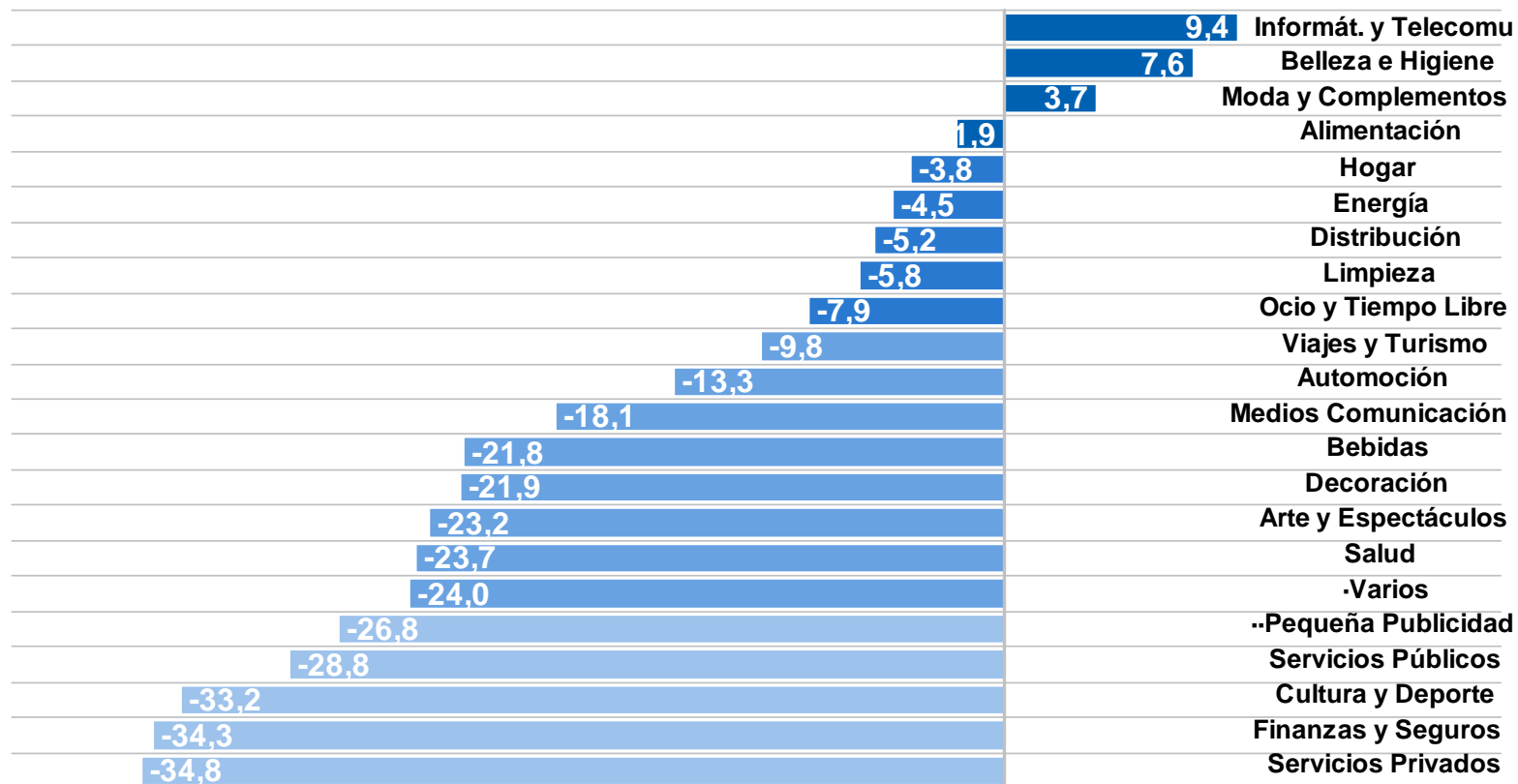
	Crecimiento		% Crec. 08/07	Cuota		Diferen Cuota
	2007	2008		2007	2008	
<b>Televisión</b>	1.784,7	1650,8	-7,5	46,2	47,6	1,3
<b>Prensa</b>	987,6	821,2	-16,9	25,6	23,7	-1,9
<b>Revistas</b>	362,1	337,7	-6,7	9,4	9,7	0,3
<b>Radio</b>	332,2	314,0	-5,5	8,6	9,0	0,4
<b>Exterior</b>	250,7	212,8	-15,1	6,5	6,1	-0,4
<b>Dominicales</b>	70,0	61,9	-11,5	1,8	1,8	0,0
<b>Internet (1)</b>	51,4	59,7	16,3	1,3	1,7	0,4
<b>Cine</b>	20,8	13,4	-35,8	0,5	0,4	-0,2
<b>TOTAL</b>	<b>3.859,6</b>	<b>3.471,4</b>	<b>-10,1</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

(1) Incluye: Banners, Robapáginas, Rascacielos, patrocinios o secciones fijas, layer y otros formatos desplegables



## Caída bastante generalizada Sólo tres sectores de aumentan la inversión publicitaria

### Primer semestre 2008: Crecimiento Inversión Publicitaria por sectores



## Perspectivas económicas

- **Fuerte desaceleración económica, con lo que el crecimiento interanual del segundo trimestre será sensiblemente inferior al del primero.**
- **El consumo se está ralentizando a consecuencia del deterioro de la confianza de los consumidores, afectada por la subida de la inflación y el mayor desempleo**
- **El indicador de confianza de los consumidores elaborado por la Comisión Europea alcanzó en mayo la cota mínima desde la última recesión de 1993**
- **Desplome de las ventas de bienes duraderos como electrodomésticos y automóviles.**
- **Prosigue el fuerte ajuste en la construcción de viviendas.**
- **Repunta la morosidad y se crean menos empresas.**
- **La OCDE revisa a la baja las previsiones de crecimiento de la economía española.**
- **Al panorama de deterioro económico se añadió la escalada del precio de los carburantes y unas condiciones de financiación menos confortables**

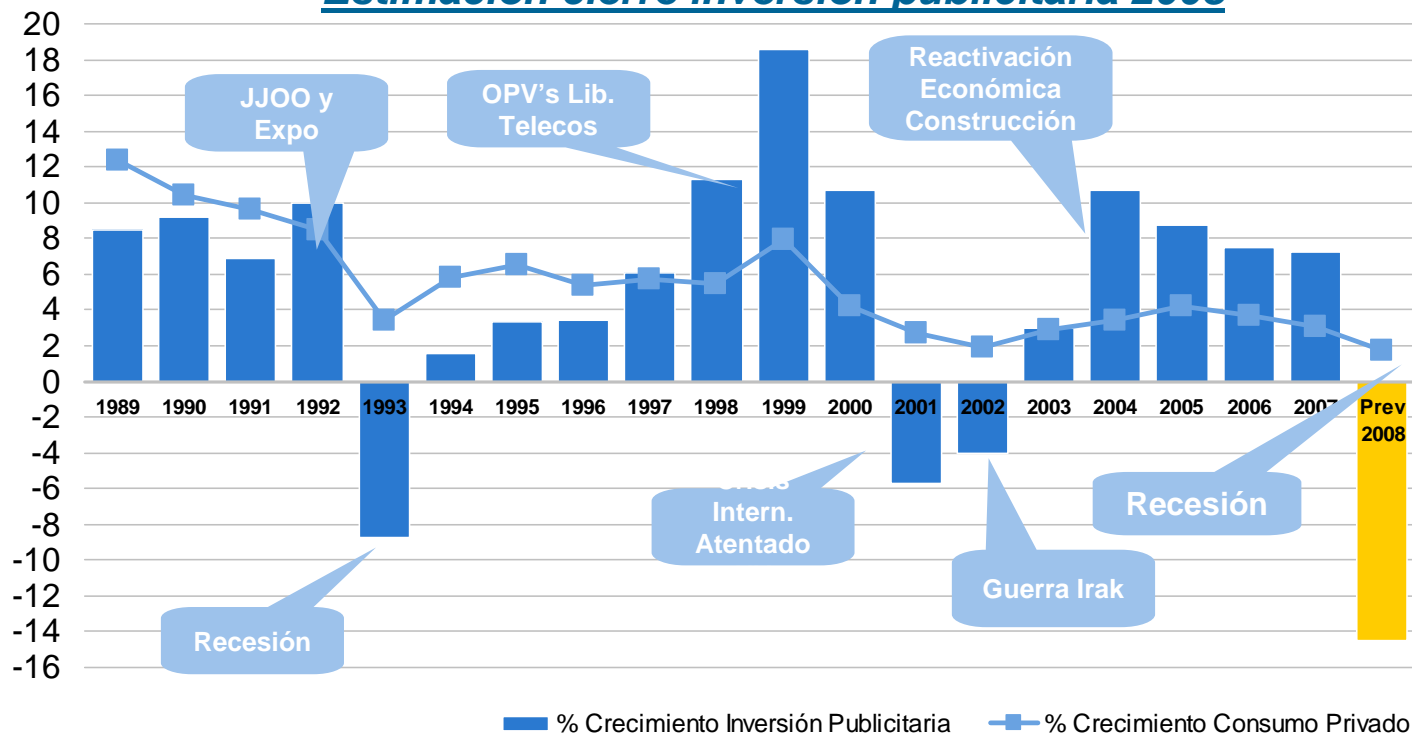
La inversión publicitaria está muy ligada al consumo privado

La situación actual del consumo privado se encuentra en al 1,7% casi la mitad del año anterior

No hay indicadores que hagan presuponer un cambio de tendencia

De seguir la tendencia actual la inversión publicitaria puede acabar el año con un descenso del 13%

**Estimación cierre inversión publicitaria 2008**



Fuente: Datos económicos Servicio Estudios La Caixa. Mercado publicitario:1989-2001 Repress y JWT. Estimación MHL  
2002-2007: Datos Arce Media elaboración MHL

