

# La inversión publicitaria en Internet aumenta un 8,5%

La crisis alcanza al soporte televisivo, donde sólo Antena 3 crece en un entorno donde el mercado se contrae un 7,5%

R. Gutiérrez

MADRID. El panorama es desolador. La crisis publicitaria se muestra imparable y casi todos los soportes publicitarios sufren el declive del mercado. Todos menos uno: Internet. Aquí, según los últimos datos de Infoadex, la inversión publicitaria en formatos gráficos se ha intensificado un 8,5 por ciento hasta los 212 millones de euros. Unas cifras que convierten a la Red en el medio que más crece en términos totales, ya que su captación de inversión publicitaria se ha aumentado en poco más de 16 millones.

Aparte de Internet, sólo los cines mejoran su facturación, de 14 a 15,7 millones hasta septiembre, en un entorno en el que los medios convencionales acaparan en total un 6,7 por ciento menos de inversión que el año pasado (3.440 millones).

En este contexto resalta especialmente la situación por la que atraviesa la televisión, donde sólo Antena 3 ha sabido lidiar con éxito con una situación que se revela insostenible para más de uno. En conjunto, el mercado publicitario en la pequeña pantalla se ha contraído durante los nueve primeros meses del año un 7,5 por ciento media hasta los 1.635 millones de euros, lo que supone una merma de 132 millones. Rompiendo esta tendencia, únicamente los canales del grupo que preside José Manuel Lara han mejorado sus ingresos por este concepto hasta casi 500 millones, engordando el dato del año pasado hasta septiembre un 1,8 por ciento.

El grupo Mediaset España, bajo cuyo paraguas se encuentran un total de seis canales además de Telecinco y Cuatro, ha facturado de 711 millones de euros. En este caso, aunque la base no es comparable porque el año pasado Telecinco y Cuatro todavía no estaban fusionadas, la reducción sería del 10 por cien-

## Un panorama desolador



### Captación de inversión publicitaria

| MEDIO                            | TOTAL PUBLICIDAD ENERO-SEPTIEMBRE (mill. €) |                | EVOLUCIÓN 11/10 (%) | TOTAL MEDIOS CONVENCIONALES (mill. €) |                                 |
|----------------------------------|---|----------------|---------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
|                                  | 2011  | 2010           |                     | ENERO-SEPTIEMBRE 2010 (mill. €)       | ENERO-SEPTIEMBRE 2011 (mill. €) |
| Cine                             | 15,7  | 14,0           | 11,5                | <b>3.687</b>                          | <b>3.440</b>                    |
| Diarios                          | 704,1                                       | 801,9          | -12,2               | <b>EVOLUCIÓN 11/10 (%) -6,7</b>       |                                 |
| Dominicales                      | 42,5  | 46,9           | -9,5                | <b>CUOTA ENERO-SEPTIEMBRE (%)</b>     |                                 |
| Exterior (*)                     | 255,2                                       | 264,5          | -3,5                | <b>2011</b>                           | <b>2010</b>                     |
| Internet (*)                     | 212,1                                       | 195,5          | 8,5                 | <b>100,0</b>                          | <b>100,0</b>                    |
| Radio (*)                        | 301,3                                       | 307,6          | -2,1                | ↳ Grupo Tele 5 (**)                   | 43,5 32,5                       |
| Revistas                         | 274,5                                       | 289,8          | -5,3                | ↳ Grupo Antena 3 tv (**)              | 30,3 27,6                       |
| <b>Total televisión</b>          | <b>1.635,0</b>                              | <b>1.767,3</b> | <b>-7,5</b>         | ↳ Cuatro                              | 0,0 12,2                        |
| ↳ Grupo Tele 5 (**)              | 711,0                                       | 574,3          | (***)               | ↳ Grupo La Sexta (**)                 | 11,6 11,0                       |
| ↳ Grupo Antena 3 tv (**)         | 496,0                                       | 487,3          | 1,8                 | ↳ Veo 7                               | 0,7 0,9                         |
| ↳ Cuatro                         | -   | 216,3          | (***)               | ↳ Disney Channel                      | 0,9 0,9                         |
| ↳ Grupo La Sexta (**)            | 190,0                                       | 195,0          | -2,6                | ↳ Intereconomía                       | 0,4 0,7                         |
| ↳ Veo 7                          | 11,8  | 16,4           | -28,2               | ↳ Marca tv                            | - -                             |
| ↳ Disney Channel                 | 14,0  | 16,6           | -15,4               | Resto TV. nac. en abierto             | 0,2 0,3                         |
| ↳ Intereconomía                  | 7,0   | 11,5           | -39,1               | <b>Total TV. nac. en abierto</b>      | <b>88,2 86,2</b>                |
| ↳ Marca tv                       | 9,0   | -              | -                   | <b>Total TV. autonómicas</b>          | <b>9,2 11,2</b>                 |
| Resto TV. nac. en abierto        | 3,0   | 5,5            | -45,8               | <b>Total canales pago</b>             | <b>2,6 2,6</b>                  |
| <b>Total TV. nac. en abierto</b> | <b>1.441,8</b>                              | <b>1.522,9</b> | <b>-5,3</b>         |                                       |                                 |
| <b>Total TV. autonómicas</b>     | <b>150,2</b>                                | <b>198,7</b>   | <b>-24,4</b>        |                                       |                                 |
| <b>Total canales pago</b>        | <b>43,1</b>                                 | <b>45,7</b>    | <b>-5,8</b>         |                                       |                                 |

(\*) sólo incluye los soportes y formatos controlados por InfoAdex (en el caso de Internet, los formatos gráficos).

(\*\*) Se integran bajo el paraguas grupo los canales TDT 100% propiedad de la cadena (multiplex).

(\*\*\*) No se establece comparación porque la base no es homogénea (ya que el Grupo Tele 5 incluye en 2011 a Cuatro).

Fuente: INFOADEx.

elEconomista

to en 2011, casi 80 millones de euros menos. Desde la empresa achacan este hecho a la falta de Mundial de Fútbol este año y a que en 2010 se notó sensiblemente la liberación de la publicidad en TVE (alrededor de 500 millones) que tuvo lugar a finales de 2009. La Sexta,

por su parte, logra salvar los muebles con una caída del 2,6 por ciento hasta los 190 millones mientras que Veo 7 (11,8 millones) y Disney (14 millones) e Intereconomía (7 millones) reducen sus ingresos publicitarios un 28, un 15 y un 39 por ciento respectivamente.