



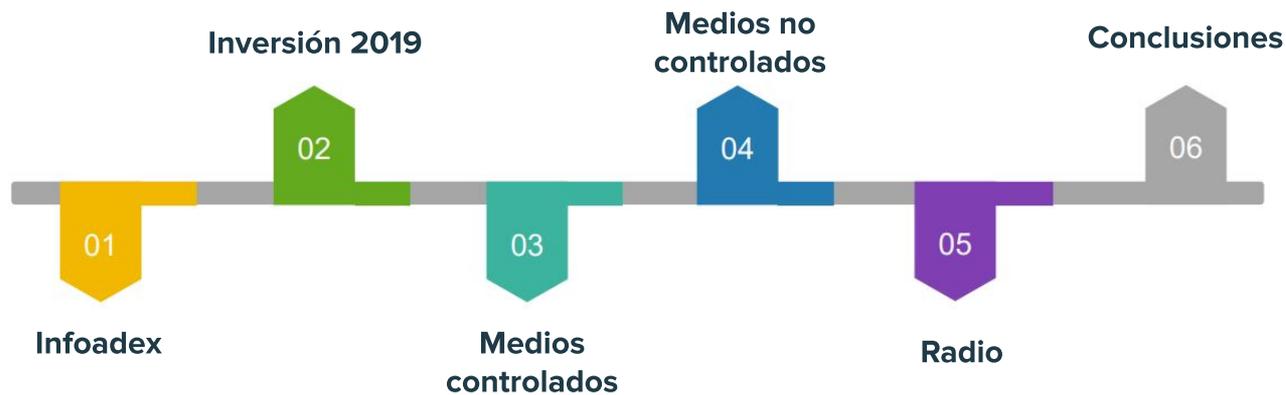
EL CLUB
DE LA RADIO

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN RADIO 2019

Análisis Estudio Infoadex 2020



ÍNDICE



INFOADEX

InfoAdex es la empresa referente en el control exhaustivo de la actividad publicitaria en España. Realiza control y análisis durante 365 días al año de todas y cada una de las inserciones publicitarias realizadas en todos los medios convencionales: Cine, Internet, Radio, Revistas, Dominicales y TV.

El **Estudio InfoAdex** desgrana cada año la información sobre la actividad publicitaria de:

- Más de 150.000 anunciantes.
- Más de 400.000 marcas y modelos.
- Más de 250.000 registros de imágenes, audio y vídeo.
- Más de 4.500.000 anuncios.
- Más de 760 soportes controlados.
- 8 medios de publicidad controlados incluido Internet.



INVERSIÓN PUBLICITARIA EN 2019

En 2019 la **inversión real estimada del mercado publicitario** presentó las siguientes cifras:

Inversión publicitaria total	Medios controlados	Medios no controlados
13.145,6 M€	5.962 M€	7.193,8 M€
 -0,6%	 -0,2%	 -1,0%

INVERSIÓN EN MEDIOS CONTROLADOS

La **inversión real estimada en medios controlados** alcanzó los **5.962 millones de euros en 2019**, cifra que representa una **bajada del 0,6%** sobre la registrada en 2018, la primera en más de cinco años.

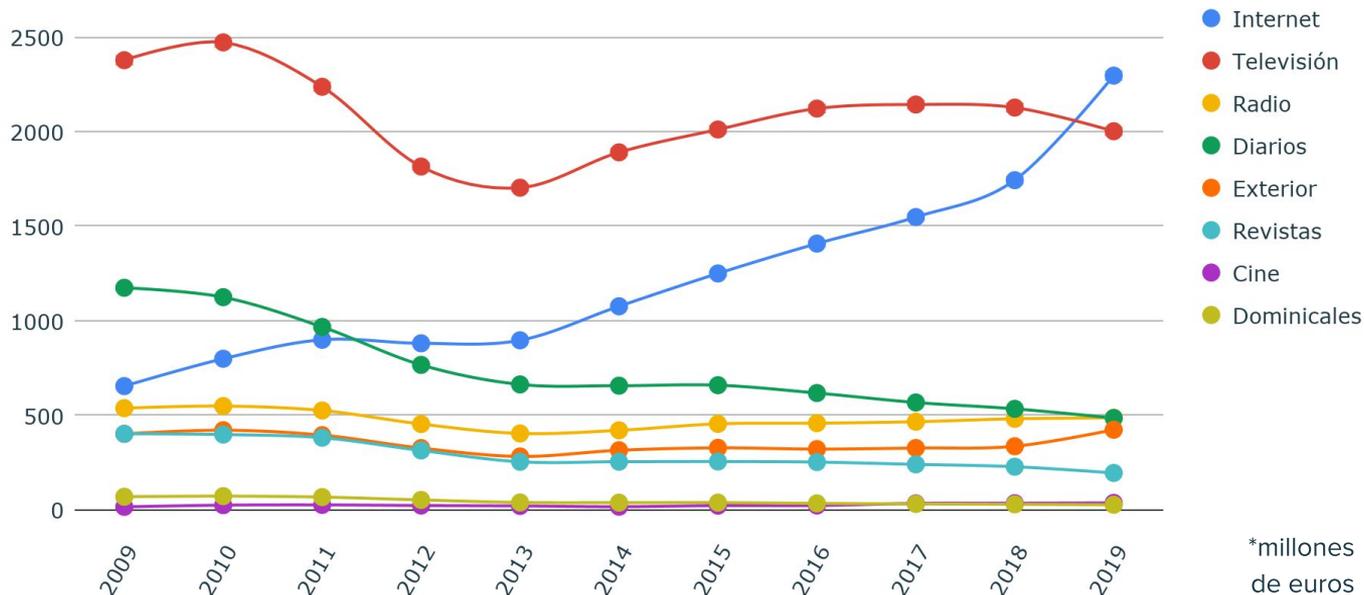
Por primera vez **Internet supera a la televisión**, poniéndose en primer lugar con un crecimiento de un 8,8%, con un volumen de **2.296,2 millones de euros** y un 38,6% sobre el total de la inversión, frente a los 2.002 millones de euros de la TV que sufren una caída de un 5,8% y bajando a suponer un 33,7% sobre el total de la inversión en 2019.

Otro sorpasso es el de **la radio sobre la prensa**, alcanzando en el ejercicio 2019 un volumen de inversión publicitaria de 486,4 millones de euros, **ocupando el tercer lugar** con un **8,2% del total de la inversión publicitaria** recogida en los medios controlados, mientras que la **prensa** ha sufrido una **pérdida de participación de un 9,1%**, quedándose con una inversión de 485,2 millones de euros.

INVERSIÓN EN MEDIOS CONTROLADOS

	Internet	TV	Radio	Diarios	Exterior	Revistas	Cine	Suplementos
Inversión	2.296,2M€	2.002 M€	486,4 M€	485,2 M€	423,3 M€	194,8 M€	36,5 M€	26,6 M€
% cuota	38,6%	33,7%	8,2%	8,2%	7,1%	3,3%	0,6%	0,4%
% crecim.	 8,8%	 -5,8%	 1,1%	 -9,1%	 1,0%	 -14,5%	 5,2%	 -7,8%

INVERSIÓN EN MEDIOS CONVENCIONALES



INVERSIÓN EN MEDIOS NO CONVENCIONALES

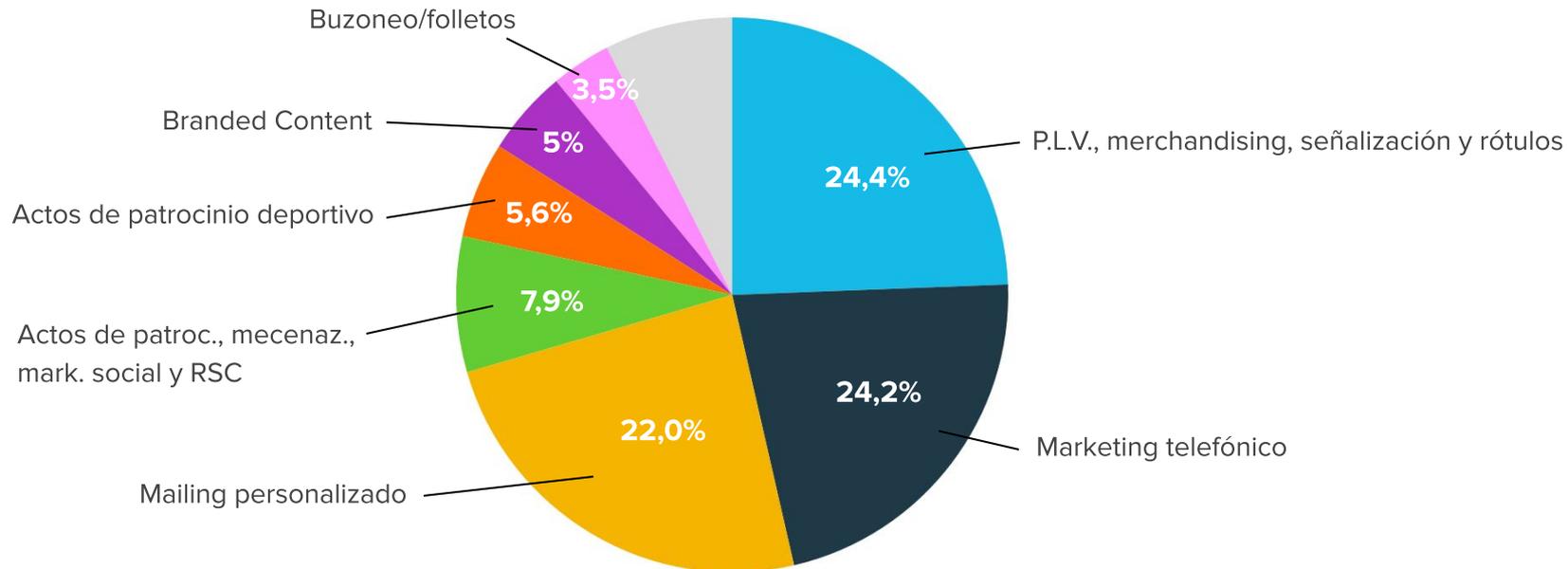
La **inversión real estimada en medios no controlados** alcanzó los 2.296,2 millones de euros durante el año 2019, con un crecimiento del 8,8% sobre la registrada en 2018.

El **medio no controlado en el que más confían los anunciantes** es P.L.V., merchandising, señalización y rótulos, con una inversión de **1.757,4 millones de euros** y una cuota de participación del **24,4%**, aunque su crecimiento comienza a estabilizarse, con tan solo un 1,4% de crecimiento con respecto a 2018.

A este le siguieron **mailing personalizado** con **1.736,1 millones de euros** y un **decremento de -9,7%** y **marketing telefónico** con **1.585,9 millones de euros** y un crecimiento del 1,0%.

Los medios que **mayor crecimiento** experimentan son **Branded Content**, con un incremento de 13,2% e **Influencers** con un 65% más de la inversión, mientras que **Buzoneo y folletos** es el que más disminuye con -21,7%.

INVERSIÓN EN MEDIOS NO CONVENCIONALES



PUBLICIDAD EN RADIO

“La radio es un medio ciego, pero capaz de crear imágenes a todo color en tu imaginación”.

PUBLICIDAD EN RADIO

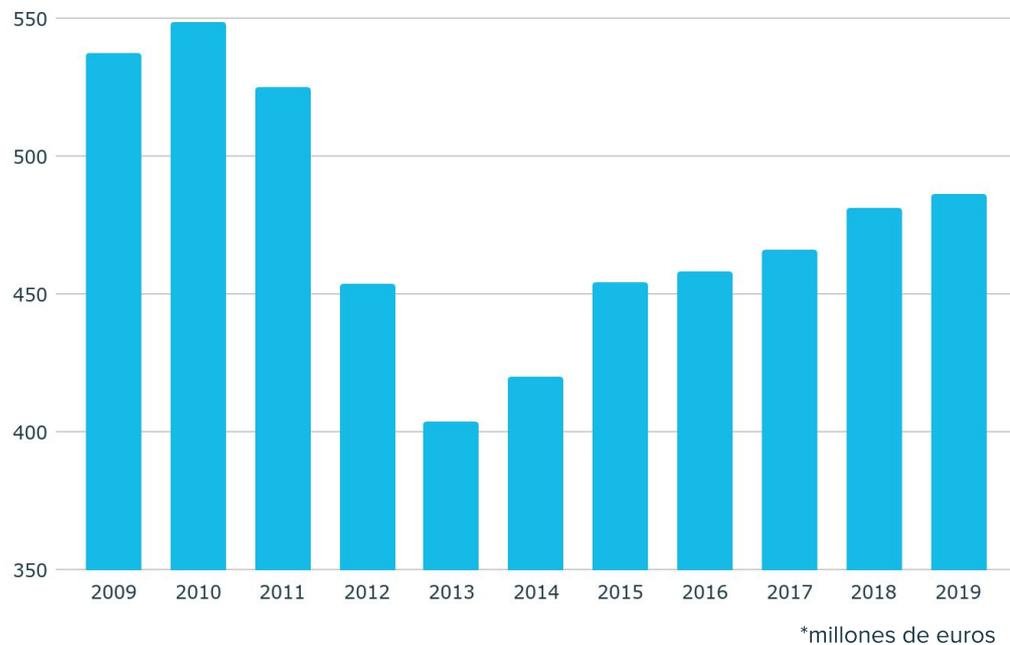
La **radio** llegó en 2019 a los 486,4 millones de euros, gracias a un crecimiento del 1,1% con respecto a 2018. Este es el 6º año consecutivo que la inversión en publicidad en este medio aumenta...

Y este año por primera vez adelanta a la prensa y se coloca en el **3er puesto** del total de los medios convencionales, por detrás solo de Internet y TV.

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
537,3	548,5	524,9	453,5	403,6	420,2	454,4	458,0	465,8	481,1	486,4

*millones de euros

PUBLICIDAD EN RADIO



SECTORES Y ANUNCIANTES

Volumen de inversión publicitaria por sectores en 2019

	Sector	Inversión	Evolución
	Automoción	564,1 M€	-0,7%
	Distribución y Restauración	445,9 M€	-3,2%
	Finanzas	392,4 M€	-13,3%
	Cultura, Enseñanza, Medios Com.	328,9 M€	7,9%
	Belleza e Higiene	320,6 M€	-5,1%
	Servicios Públicos y Privados	308,3 M€	-11,2%
	Telecomunicaciones e Internet	303,4 M€	6%
	Alimentación	302,4 M€	-3%
	Transporte, Viajes y Turismo	189,4 M€	-2,7%
	Bebidas	187,8 M€	-3,6%

Top 10 empresas que más invirtieron en 2019

	Inversión	Cuota %
	84,5 M€	2%
	74 M€	1,7%
	69,9 M€	1,6%
	67,9 M€	1,6%
	67 M€	1,6%
	64,3 M€	1,5%
	59,7 M€	1,4%
	52,6 M€	1,2%
	49,8 M€	1,2%
	49,6 M€	1,2%

CONCLUSIONES

- La **inversión real estimada en medios en España en 2019** alcanzó los 13.145,6 millones de euros.
- La **publicidad digital** supera por primera vez a la **televisión** que cayó un 5,8%.
- La **radio** supera por primera vez a la **prensa**, que continúa su racha descendente disminuyendo un 9,1%, situándose en **3ª posición** del total de medios convencionales.
- La **medios no controlados que más han crecido** han sido **Branded Content y, sobre todo, Influencers**.
- Los **sectores** que más invierten en publicidad son **Automoción, Distribución y Restauración y Finanzas**.
- La **inversión en radio**, pese a hacerlo lentamente, es el **6º año consecutivo en que crece**, pasando de 403,6 millones de euros en 2013 a 486,4 millones de euros en 2019, un 20,5% más.



www.elclubdelaradio.com