

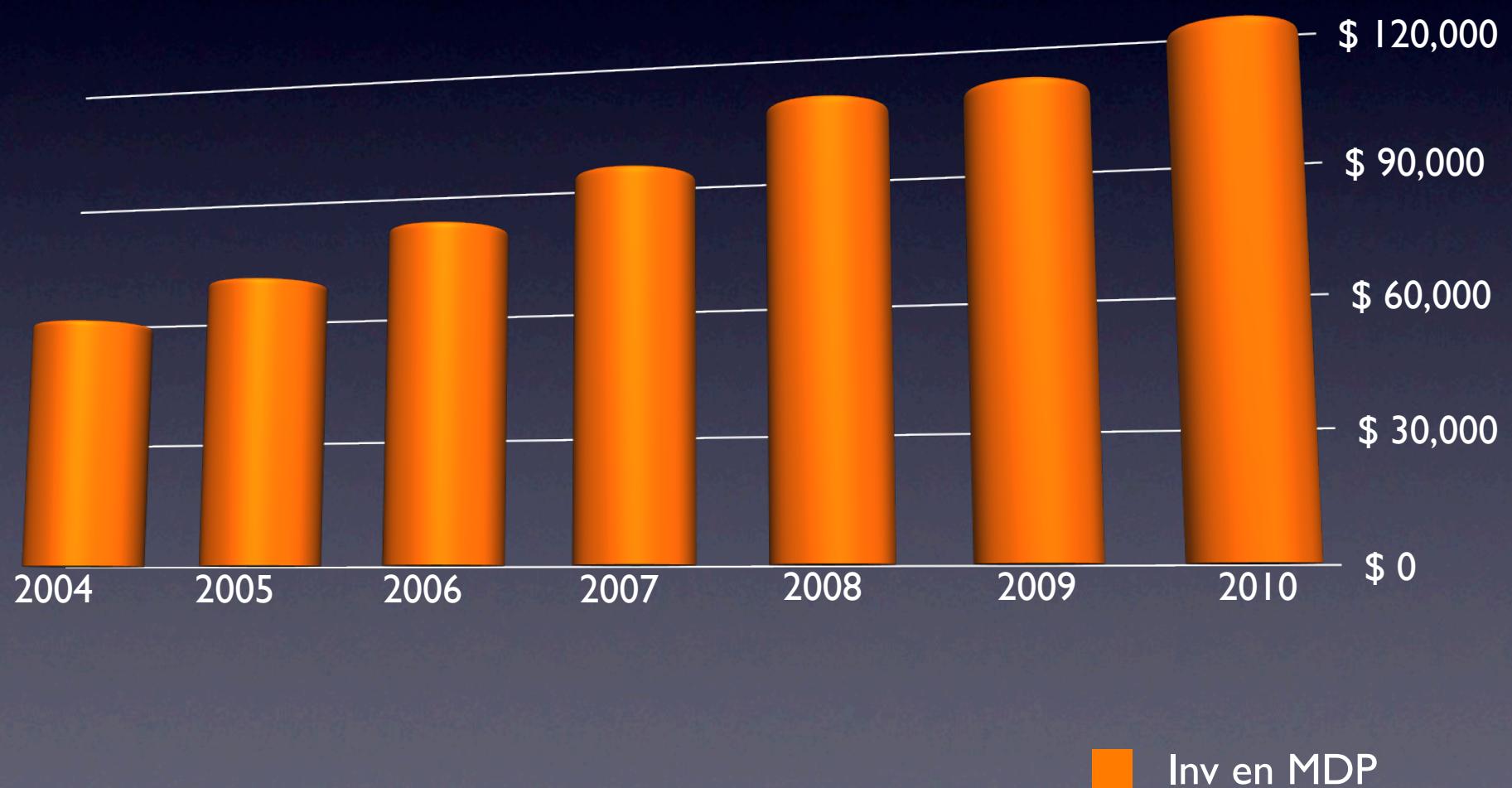
INVERSIÓN PUBLICITARIA

CONSOLIDADO TOTAL DE MEDIOS y TENDENCIAS

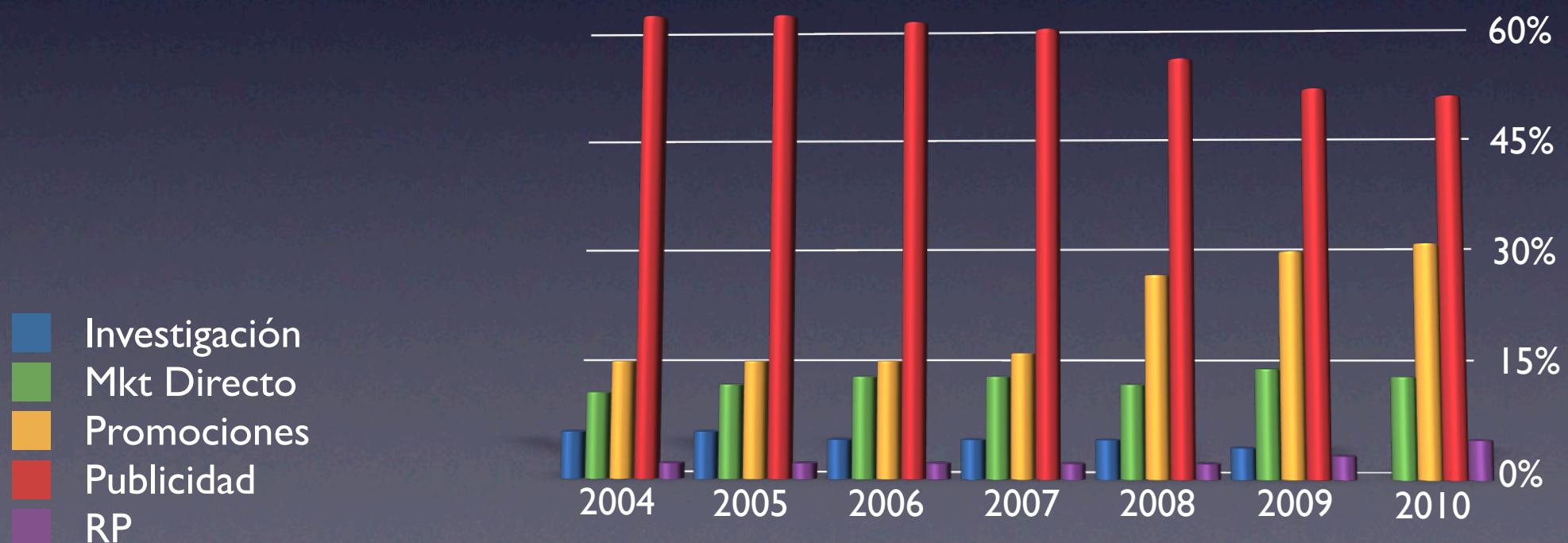
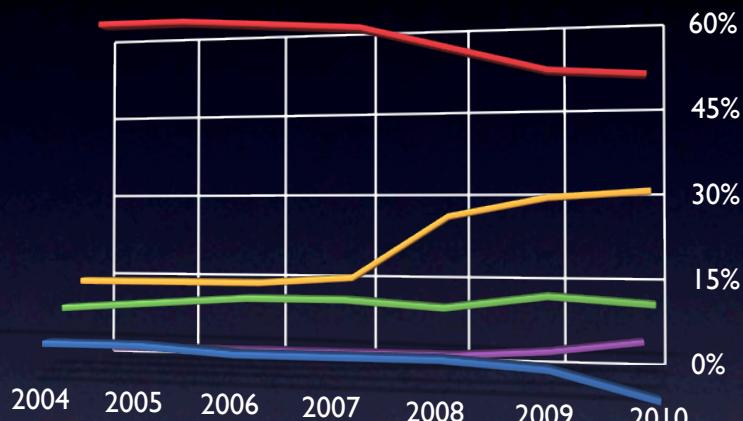


Dulce Rodriguez A00457106
Leslie Basurto A00453121
Juan M. Arellano A01168987
Abel Morales A00451403

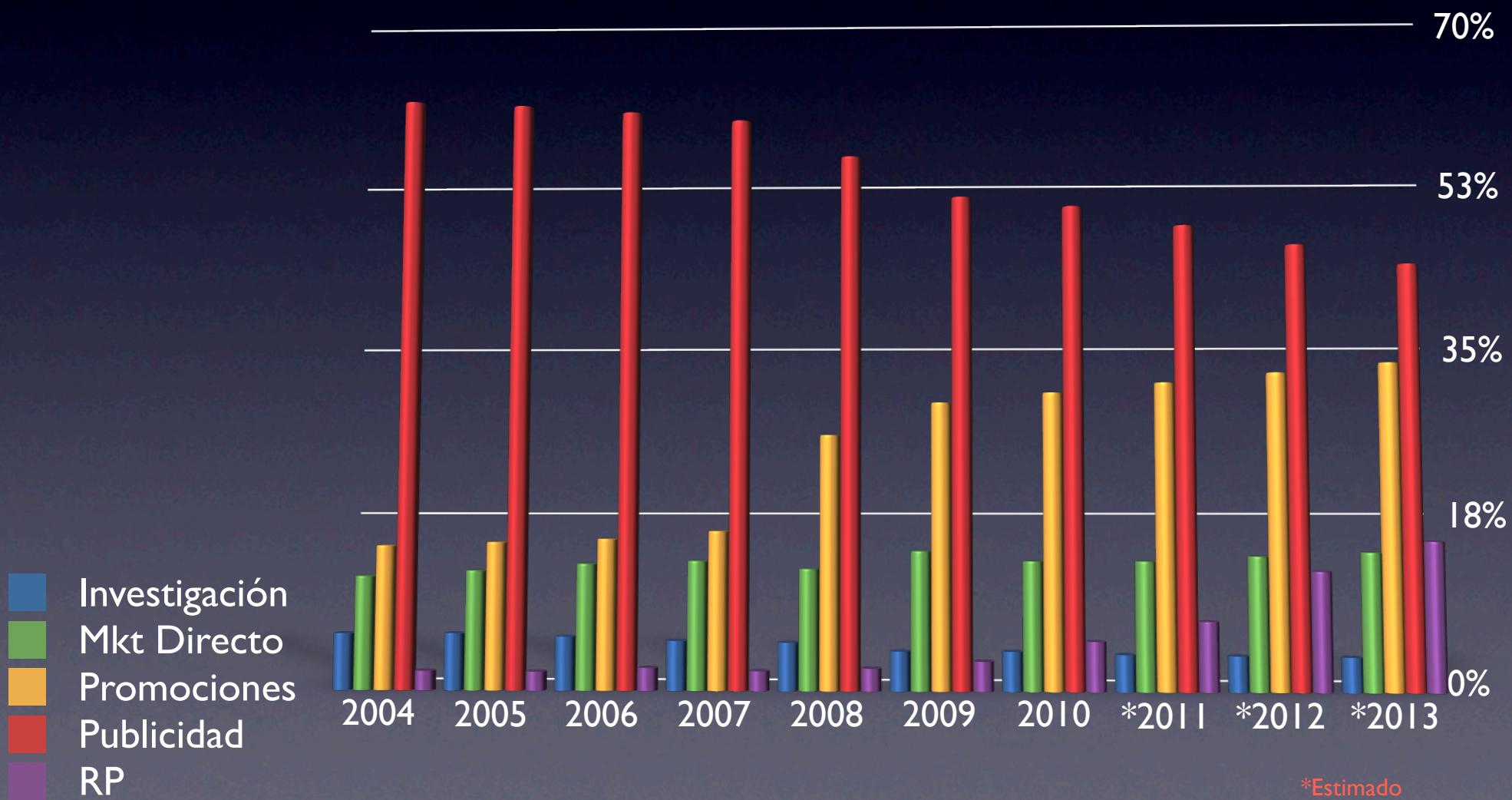
Inversión Total en Comunicación



Porcentajes Históricos y Tendencia



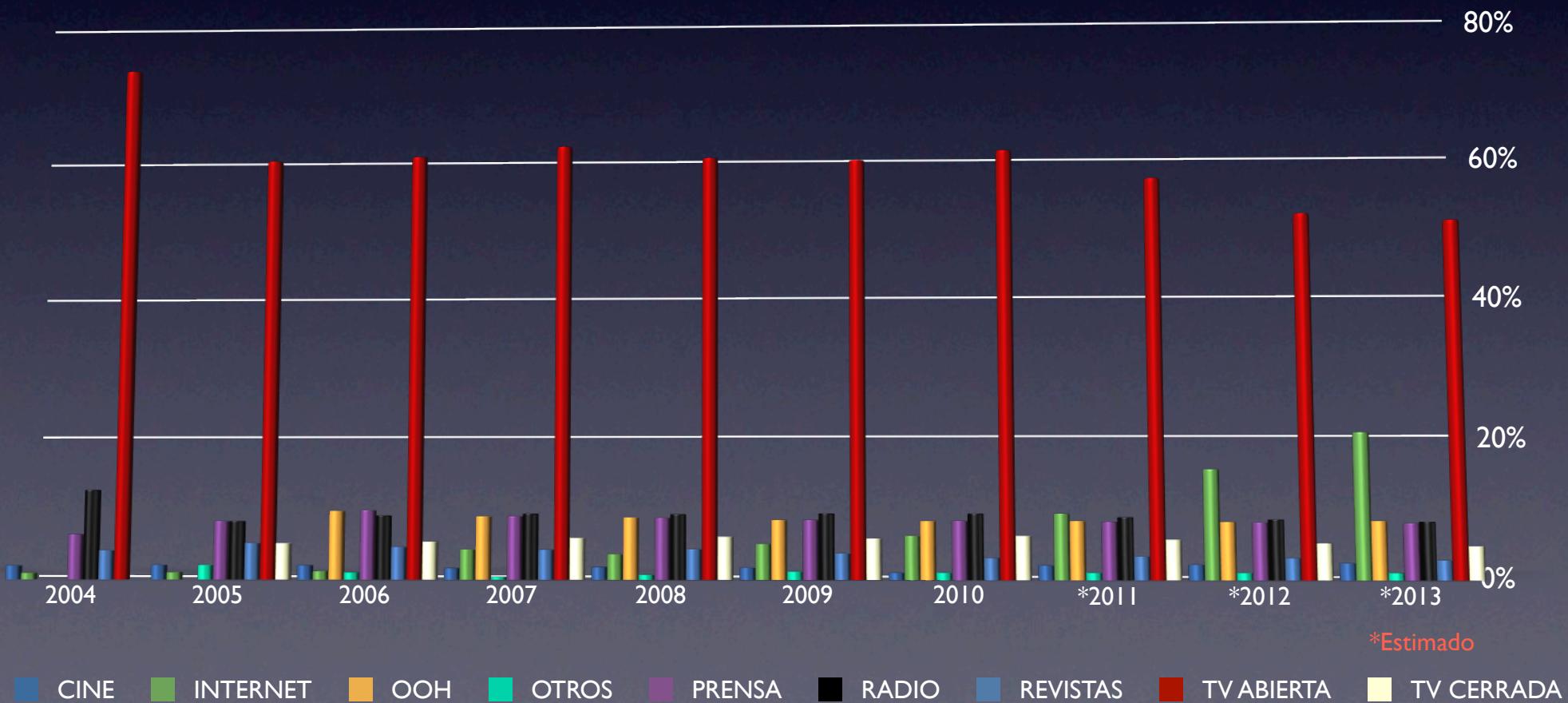
Pronóstico al 2013



Pronóstico al 2013

SEGMENTO	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
INVESTIGACIÓN	5.7%	5.7%	5.4%	5.0%	4.8%	4.0%	4.0%	3.7%	3.6%	3.5%
MKT DIRECTA	11.5%	12.0%	12.7%	13.0%	12.2%	14.0%	13.0%	13.0%	13.5%	13.9%
PROMOCIONES	14.5%	14.9%	15.2%	16.0%	25.7%	29.0%	30.0%	31.0%	32.0%	33.0%
PUBLICIDAD	60.1%	59.6%	58.9%	58.0%	54.2%	50.0%	49.0%	47.0%	45.0%	43.0%
RP	2.0%	1.9%	2.3%	2.0%	2.3%	3.0%	5.0%	7.0%	12.0%	15.0%

Publicidad por segmento y tendencia al 2013



Publicidad por segmento y tendencia al 2013

SEGMENTO	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CINE	1.9%	2.0%	2.0%	1.6%	1.7%	1.6%	1.0%	2.0%	2.1%	2.3%
INTERNET	0.9%	1.0%	1.2%	4.1%	3.5%	4.9%	6.0%	9.0%	15.0%	20.0%
OOH	0.0%	0.0%	9.4%	8.7%	8.5%	8.2%	8.0%	8.0%	7.9%	8.0%
OTROS	0.0%	2.0%	1.0%	0.4%	0.7%	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%
PRENSA	6.2%	8.0%	9.5%	8.7%	8.4%	8.1%	8.0%	7.9%	7.8%	7.7%
RADIO	12.3%	8.0%	8.8%	9.0%	8.9%	9.0%	9.0%	8.5%	8.2%	7.9%
REVISTAS	4.0%	5.0%	4.5%	4.1%	4.2%	3.6%	3.0%	3.2%	3.0%	2.7%
TV ABIERTA	70.9%	58.0%	58.5%	59.9%	58.2%	57.7%	59.0%	55.0%	50.0%	49.0%
TV CERRADA	0.0%	5.0%	5.2%	5.7%	5.9%	5.7%	6.0%	5.5%	5.0%	4.6%

FUENTE: Estudios CICOM 2004 al 2010

Consideraciones de artículos en línea

Control ejercido por el IFE en periodo electoral sobre medios estima perdidas por 3 mil mdp. Elecciones quitan anunciantes a la TV.

“La inversión publicitaria ha estado parada y esperamos un segundo semestre más halagador”, dijo el directivo durante la ceremonia del cambio de mesa directiva de la Asociación Nacional de la Publicidad (ANP), donde Huerta también dijo que la industria de la publicidad creció en 2010 alrededor de 13% y en el presente el valor del mercado asciende a 113 mil millones de pesos.

Estimó que al final del año curso el incremento en el volumen de ingresos para la industria oscilará entre 6% y 8%, porcentaje equivalente a 10 mil mdp.

3mil MDP 

2010 13% 

2011 113mil MDP

6% y 8% a finales de 2011 

FUENTE: Artículo: [Pierde sector publicidad 3 mil mdp por comicios](http://mediosenmexico.blogspot.mx/2012/05/pierde-sector-publicidad-3-mil-mdp-por.html) Link: <http://mediosenmexico.blogspot.mx/2012/05/pierde-sector-publicidad-3-mil-mdp-por.html>

Consideraciones de artículos en línea

Carat, publicó su previsión del gasto mundial de publicidad para 2013. Este pronóstico se apoya en cifras actualizadas de los gastos de publicidad en 2011 y 2012. La previsión mundial muestra un sólido crecimiento del 5.8% en 2013 un año con comparadores rigurosos y la falta de grandes eventos con los mejores y más grandes mercados de regreso al crecimiento. Por primera vez, la inversión global en publicidad digital supera a los periódicos, dado un público que emigran cada vez más rápido a los contenidos en línea.

La previsión de crecimiento para el 2013 viene acompañada de la recuperación del mercado publicitario en 2011 y la expectativa de un impulso positivo continuo hasta el año 2012. Carat prevé un gasto de publicidad mundial para 2012 del 6% ya que la inversión publicitaria se verá estimulada por las elecciones presidenciales estadounidenses, los Juegos Olímpicos y la Copa UEFA de fútbol.

“Las cifras muestran también la continuación de dos tendencias a largo plazo. La publicidad Digital ganará fuerza en 2013, superando a los periódicos por primera vez, esto impulsado por el apetito de los consumidores por el vídeo en línea, los medios de comunicación social, y la penetración cada vez mayor de acceso a Internet móvil. Al mismo tiempo el mundo continuará cambiando velozmente con la publicidad de los mercados BRIC superando el desempeño de las economías desarrolladas.

2013 5.8% 
Gasto Mundial en Publicidad

2012 6% 
Olimpiadas y EURO

2013 Publicidad
Digital 

Conclusiones

Con base en la tendencia en inversión en comunicación total para el año 2013 el rol del Marketing Directo y las Relaciones Públicas se incrementará, no así el gasto en Publicidad.

2013 ↑
Mkt Directo
RP

El gasto por segmento en publicidad refleja que los medios digitales como el Internet van a la alza y la TV Abierta muestra un decrecimiento en porcentaje del total de la inversión total.

2013
Internet ↑
TV Abierta ↓