

**ESTUDIO DE INVERSIÓN  
PUBLICITARIA NETA  
2º TRIMESTRE Y  
1º SEMESTRE  
2011**



Asociación Nacional de Medios  
de Comunicación

Septiembre de 2011  
Bogotá D.C

## TABLA DE CONTENIDO

|  |           |
|--|-----------|
| 1. PRESENTACIÓN.....                                     | 3         |
| 2. METODOLOGÍA .....                                     | 4         |
| 3. TOTAL INVERSIÓN PUBLICITARIA .....                    | 5         |
| 3.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011 .....             | 5         |
| 3.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011.....                | 6         |
| 4. INVERSIÓN PUBLICITARIA NETA POR SECTORES .....        | 12        |
| 4.1 REVISTAS.....  | 12        |
| 4.1.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011 .....           | 12        |
| 4.1.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011.....              | 13        |
| 4.2 RADIO .....  | 15        |
| 4.2.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011 .....           | 15        |
| 4.2.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011.....              | 16        |
| 4.3 TELEVISIÓN .....                                     | 18        |
| <b>4.3.1 TELEVISIÓN LOCAL + REGIONAL .....</b>           | <b>18</b> |
| 4.3.1.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011 .....         | 18        |
| 4.3.1.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011 .....           | 19        |
| <b>4.3.2 TELEVISIÓN NACIONAL.....</b>                    | <b>21</b> |
| 4.3.2.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011 .....         | 21        |
| 4.3.2.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011 .....           | 22        |
| <b>4.3.3 TOTAL TELEVISIÓN.....</b>                       | <b>24</b> |
| 4.3.3.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011 .....         | 24        |
| 4.3.3.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011 .....           | 25        |
| LISTADO DE PARTICIPANTES SEGUNDO TRIMESTRE AÑO 2011..... | 30        |

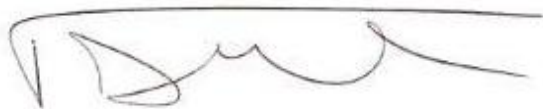
# 1. PRESENTACIÓN

La Asociación Nacional de Medios de Comunicación –ASOMEDIOS- está consciente de la necesidad existente entre todos los actores del sector de contar con información ágil, oportuna y veraz, como herramienta fundamental para la toma de decisiones, sobretodo en estos tiempos donde la tecnología y las comunicaciones evolucionan a una mayor velocidad.

Es así como ASOMEDIOS está enfocando todos los esfuerzos a generar cada vez mayor valor para sus afiliados y para el sector en general, por medio de estudios como el de INVERSIÓN PUBLICITARIA NETA, el cual se ha constituido en una fuente de consulta obligada y un punto de referencia.

En esta oportunidad se presenta el ESTUDIO DE INVERSIÓN PUBLICITARIA NETA del 2º trimestre del año 2011 y del 1º semestre consolidado para los sectores de Revistas, Radio y Televisión, con sus respectivos análisis mensuales, anuales e históricos, en términos de pesos constantes y corrientes.

Esta investigación se realizó con la información proveniente de fuentes primarias bajo un acuerdo de confidencialidad pactado con las empresas participantes, entre afiliados y no afiliados.



**TULIO ANGEL ARBELÁEZ**

Presidente Ejecutivo

ASOMEDIOS

## 2. METODOLOGÍA

### OBJETIVO:

Realizar un análisis del comportamiento de la inversión publicitaria neta en Colombia, discriminado por sector –Revistas, Radio y Televisión- y consolidado para el 2º trimestre y el 1º semestre del año 2011.

### PERIODO DE ESTUDIO:

Se recopiló información correspondiente al 2º trimestre del año 2011 y se realizaron comparaciones y análisis con datos del año inmediatamente anterior y cifras históricas con las que cuenta ASOMEDIOS.

### UNIVERSO DE ESTUDIO:

Empresas de Revistas (no incluye revistas que circulan con periódicos), Radio comercial y Televisión (incluye empresas de cubrimiento local, regional y nacional), afiliadas y no afiliadas a ASOMEDIOS. Total: 53 empresas en el 2º trimestre de 2011.

### PROYECCIONES:

No se realizaron proyecciones.

### RECOLECCIÓN DE DATOS:

Se envió a las empresas un formulario para diligenciar con los datos correspondientes a la facturación por concepto de pauta publicitaria, de carácter mensual, sin decimales ni aproximaciones, generadas directamente por contabilidad o facturación.

### HERRAMIENTAS PARA ANÁLISIS DE DATOS:

Con el fin de realizar los cálculos en pesos constantes, se utilizó la tabla de Índices de Empalme del IPC del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas –DANE- diciembre 2008 = 100.

### CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN:

La información remitida por las empresas para la elaboración de este estudio, fue entregada a ASOMEDIOS bajo un acuerdo de confidencialidad y reserva estadística, por lo tanto, los datos presentados a lo largo del presente documento son consolidados por sector.

### PROPIEDAD:

La elaboración de este estudio estuvo a cargo de ASOMEDIOS. Para información relacionada con el tema, favor comunicarse a los correos electrónicos [asomEDIOS@asomEDIOS.com](mailto:asomEDIOS@asomEDIOS.com) y [cmejia@asomEDIOS.com](mailto:cmejia@asomEDIOS.com), o al teléfono (1) 6111300 con Carolina Mejía Robledo.

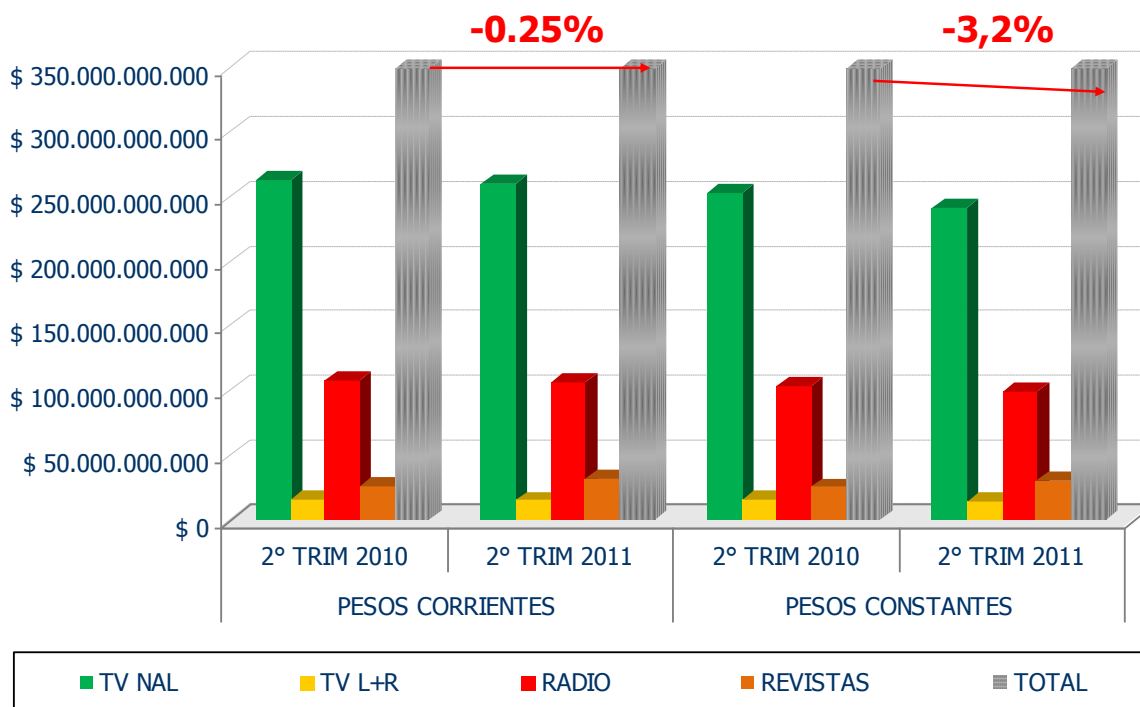
**ESTE ESTUDIO ES DE PROPIEDAD  
EXCLUSIVA DE ASOMEDIOS**

### 3. TOTAL INVERSIÓN PUBLICITARIA

#### 3.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011

El crecimiento registrado de inversión neta en publicidad para el segundo trimestre del año 2011 en los sectores de radio, revistas y televisión, se ubica un 0.25% por debajo del mismo periodo del año 2010, con una facturación menor en \$1.047.147.489 (pesos corrientes). Este año la inversión reportada fue de \$413.522.719.154, mientras que la del año anterior fue de \$414.569.866.643

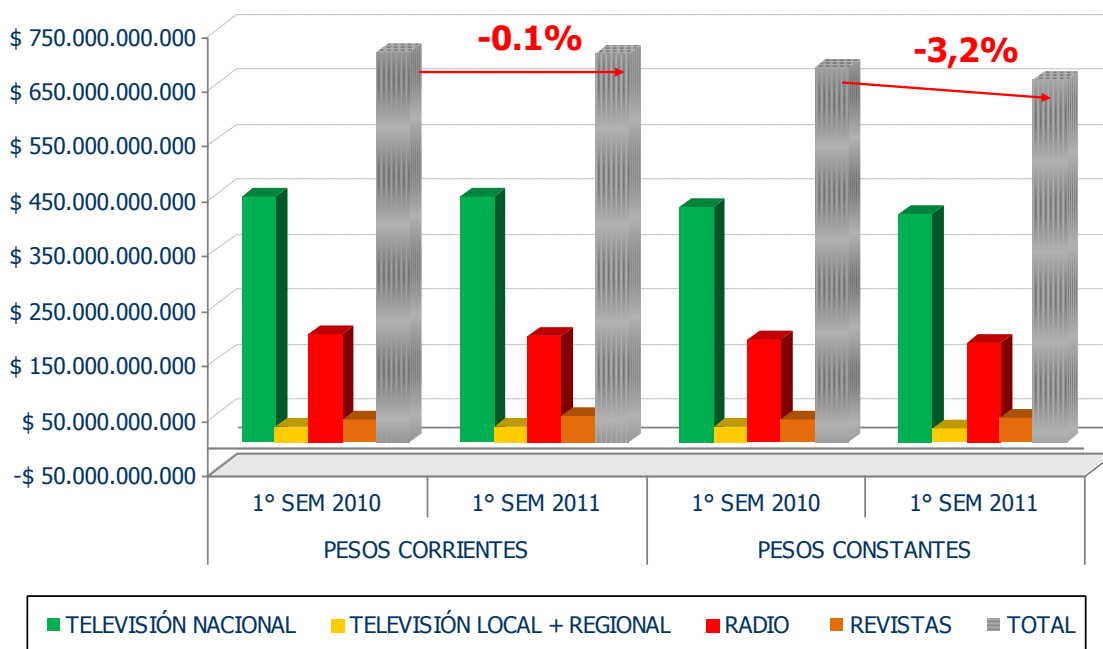
Si se elimina el efecto de la inflación y se revisa el comportamiento en términos constantes de diciembre de 2008, se observa una variación real del -3.2%, puesto que dejaron de ingresar al sistema \$12.631.205.132



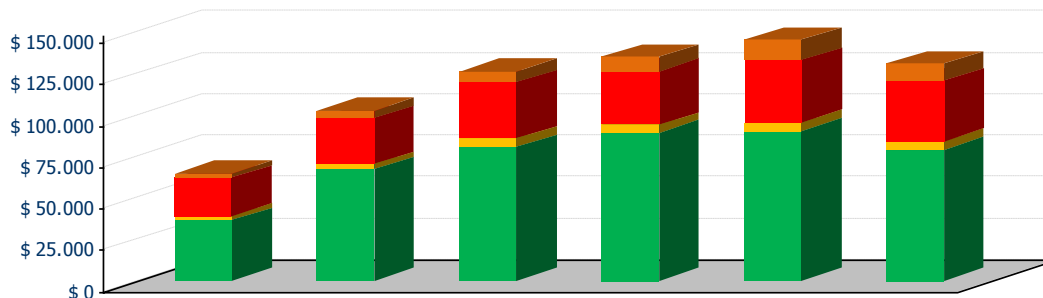
### 3.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011

Al realizar una revisión del total de la inversión publicitaria neta de los primeros seis (6) meses del año 2011 (\$708.757.872.364), se observa una variación del -0.1% frente al mismo periodo del año 2010 (\$709.798.657.212), mientras que en pesos constantes, este cambio corresponde al -3.2%. Lo anterior se traduce en una facturación menor de \$1.040.784.849 en pesos corrientes y \$21.509.949.973 en pesos constantes.

Es importante tener en cuenta que en el primer semestre del año 2010 se presentaron dos acontecimientos en el país que inciden directamente en la inversión publicitaria: las elecciones parlamentarias y presidenciales, y el mundial de fútbol, eventos que por su naturaleza jalonan montos importantes de recursos hacia la industria.

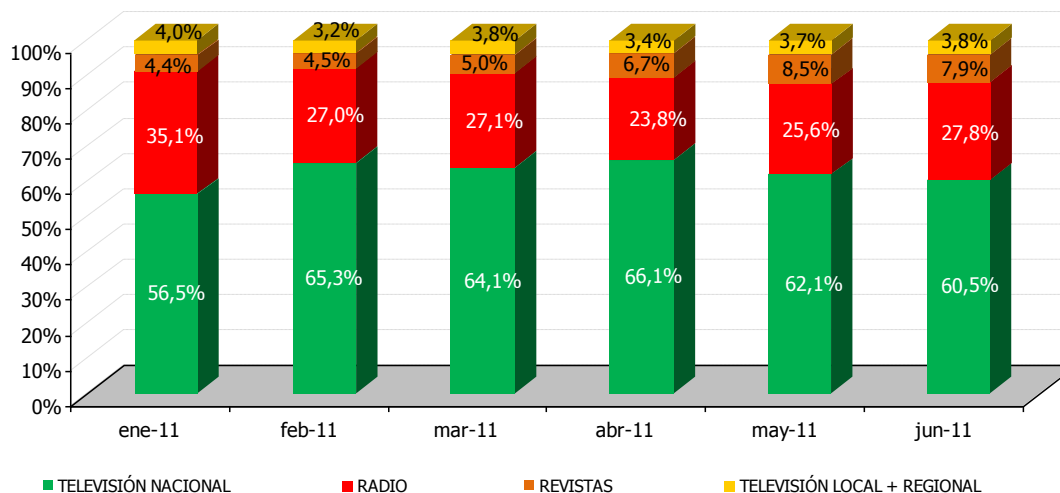


En la siguiente imagen, se registra cada uno de los meses del semestre con la facturación por sectores, así como la variación de cada uno frente al mismo del año anterior:



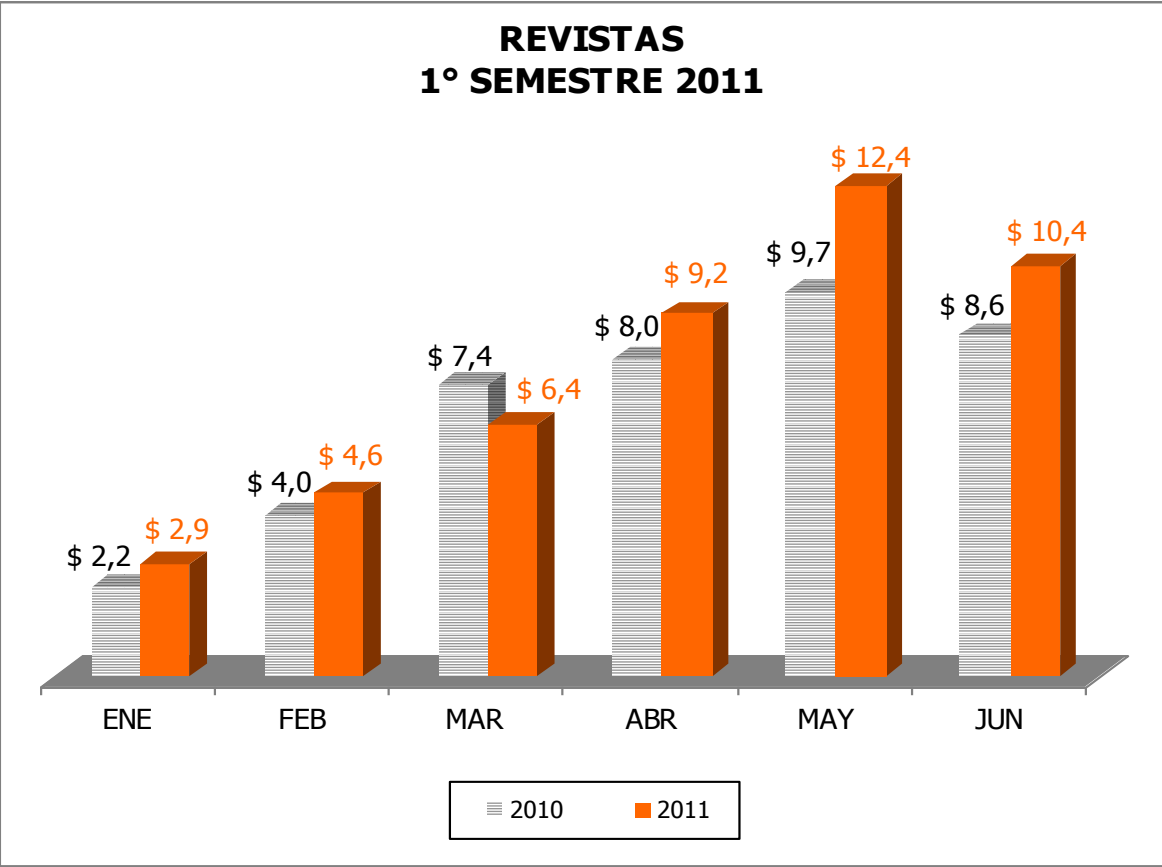
| Millones de pesos corrientes | ene-11           | feb-11            | mar-11            | abr-11            | may-11            | jun-11            | TOTAL             |
|------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| TV NAL                       | \$ 36.818        | \$ 67.455         | \$ 81.254         | \$ 89.893         | \$ 90.738         | \$ 79.644         | \$ 445.802        |
| TV L+R                       | \$ 2.609         | \$ 3.352          | \$ 4.846          | \$ 4.592          | \$ 5.417          | \$ 5.040          | \$ 25.856         |
| RADIO                        | \$ 22.874        | \$ 27.843         | \$ 34.339         | \$ 32.292         | \$ 37.447         | \$ 36.521         | \$ 191.316        |
| REVISTAS                     | \$ 2.852         | \$ 4.625          | \$ 6.368          | \$ 9.160          | \$ 12.402         | \$ 10.378         | \$ 45.784         |
| <b>TOTAL IPN 2011</b>        | <b>\$ 65.153</b> | <b>\$ 103.276</b> | <b>\$ 126.807</b> | <b>\$ 135.937</b> | <b>\$ 146.003</b> | <b>\$ 131.583</b> | <b>\$ 708.758</b> |
| <b>TOTAL IPN 2010</b>        | <b>\$ 63.410</b> | <b>\$ 95.568</b>  | <b>\$ 136.251</b> | <b>\$ 129.950</b> | <b>\$ 150.495</b> | <b>\$ 134.126</b> | <b>\$ 709.799</b> |
| <b>% Variación</b>           | <b>2,7%</b>      | <b>8,1%</b>       | <b>-6,9%</b>      | <b>4,6%</b>       | <b>-3,0%</b>      | <b>-1,9%</b>      | <b>-0,15%</b>     |

En cuanto al porcentaje de participación de cada uno de los sectores objeto de este estudio, se muestra a continuación en la gráfica, la evolución que han presentado en el transcurso del semestre. Es de resaltar el incremento del porcentaje en Revistas, el cual pasó de 4.4% en enero a 7.9% en junio.



El único medio de comunicación fuente de este estudio que experimentó un crecimiento positivo en el primer semestre del año 2011, fue el de las **Revistas**. La variación alcanzó el 14.34%, representada en una facturación adicional de \$5.741.931.932 en pesos corrientes. En el primer semestre del 2011 se reportaron \$45.784.254.395, mientras que el mismo periodo del año 2010 fue de \$40.042.322.463 pesos corrientes.

A continuación se presenta en una gráfica, la comparación de cada mes con el mismo del año anterior:

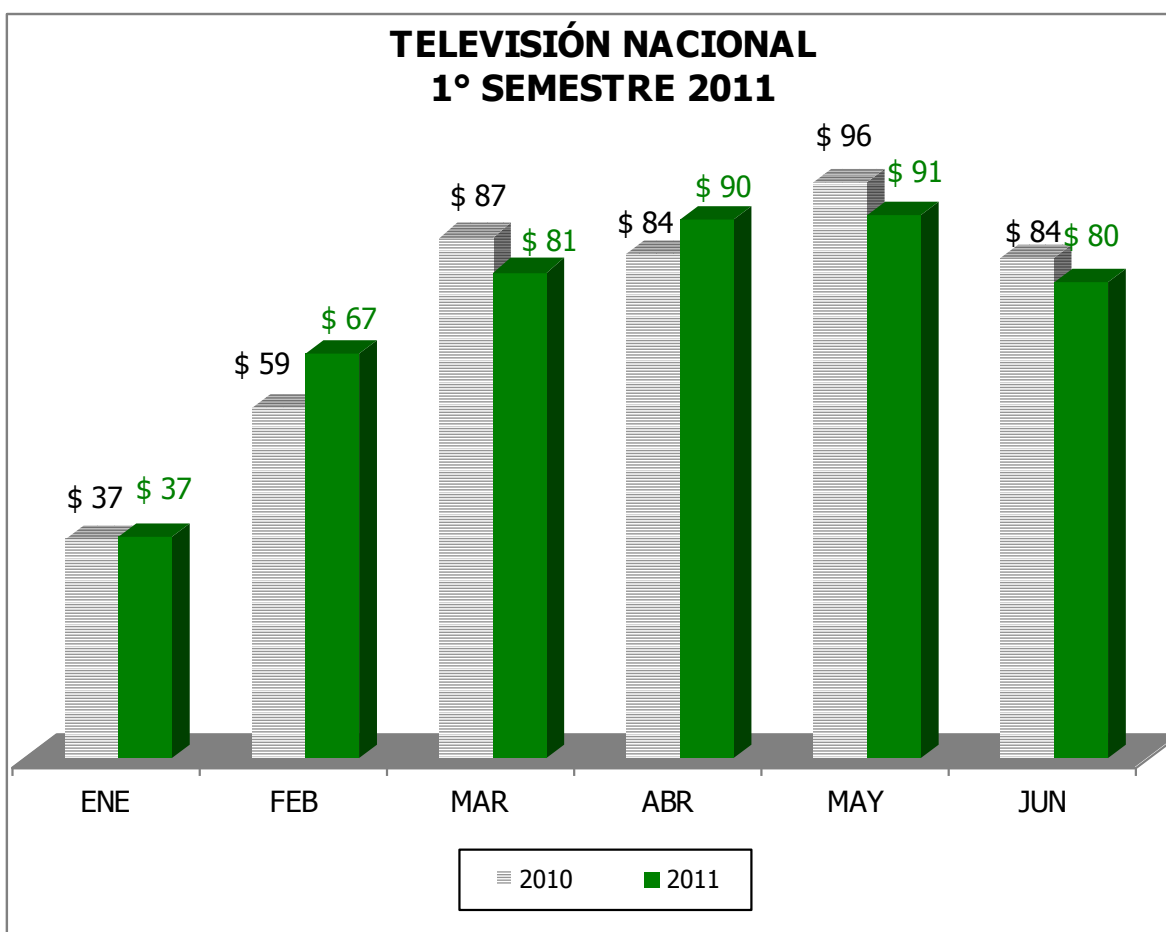


Miles de Millones de Pesos Corrientes



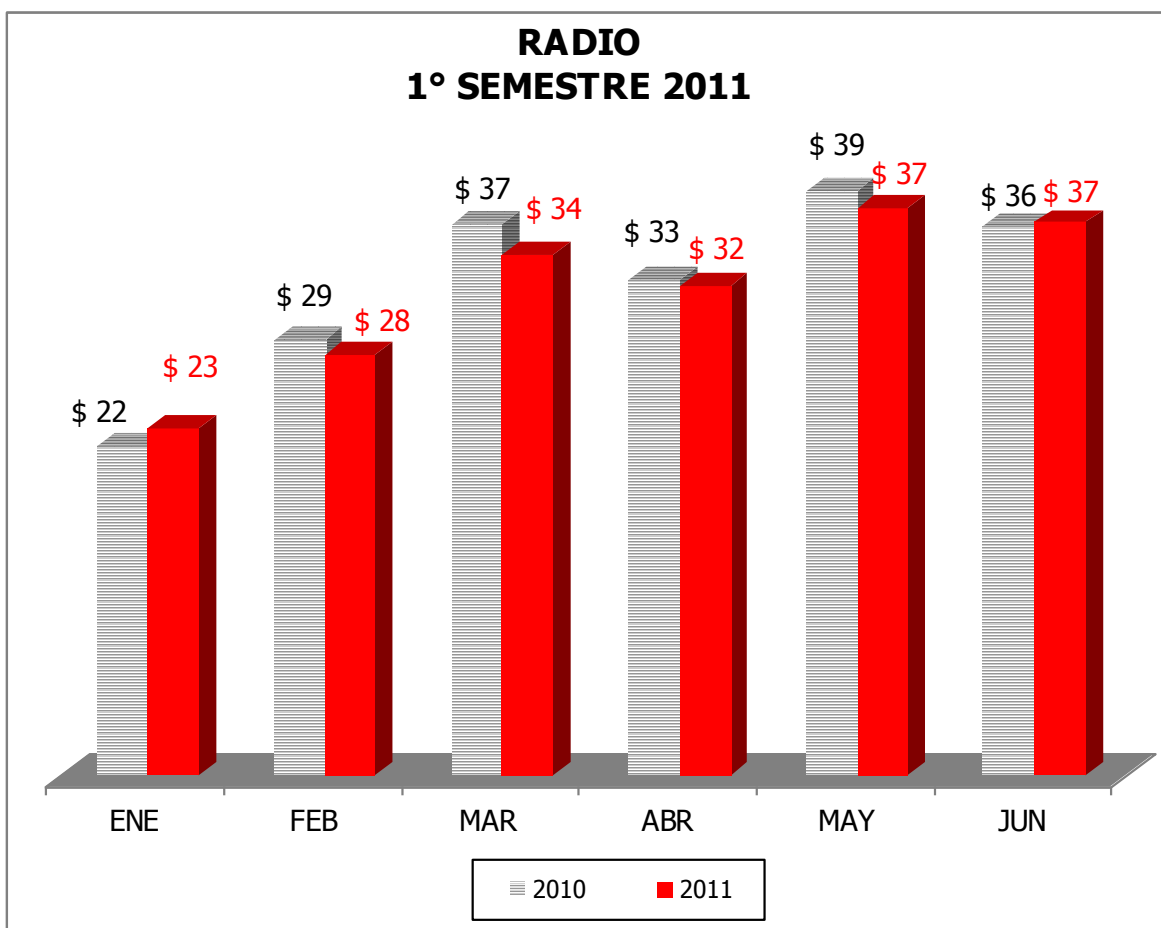
La **Televisión Nacional** registro una facturación de \$445.802.173.699 entre enero y junio de 2011, mientras que en ese mismo periodo del año precedente, el monto se ubicó en \$446.554.350.897 (pesos corrientes).

Lo anterior significa un decrecimiento del 0.2%. A continuación se relaciona cada uno de los meses del semestre comparado con el año pasado:



El sector de la **Radio** analizado, sustentó una facturación en el semestre de \$191.315.568.688, valor que se situó un 1.8% por debajo de los \$194.873.258.644 pesos corrientes que reportaron el primer semestre del año 2010.

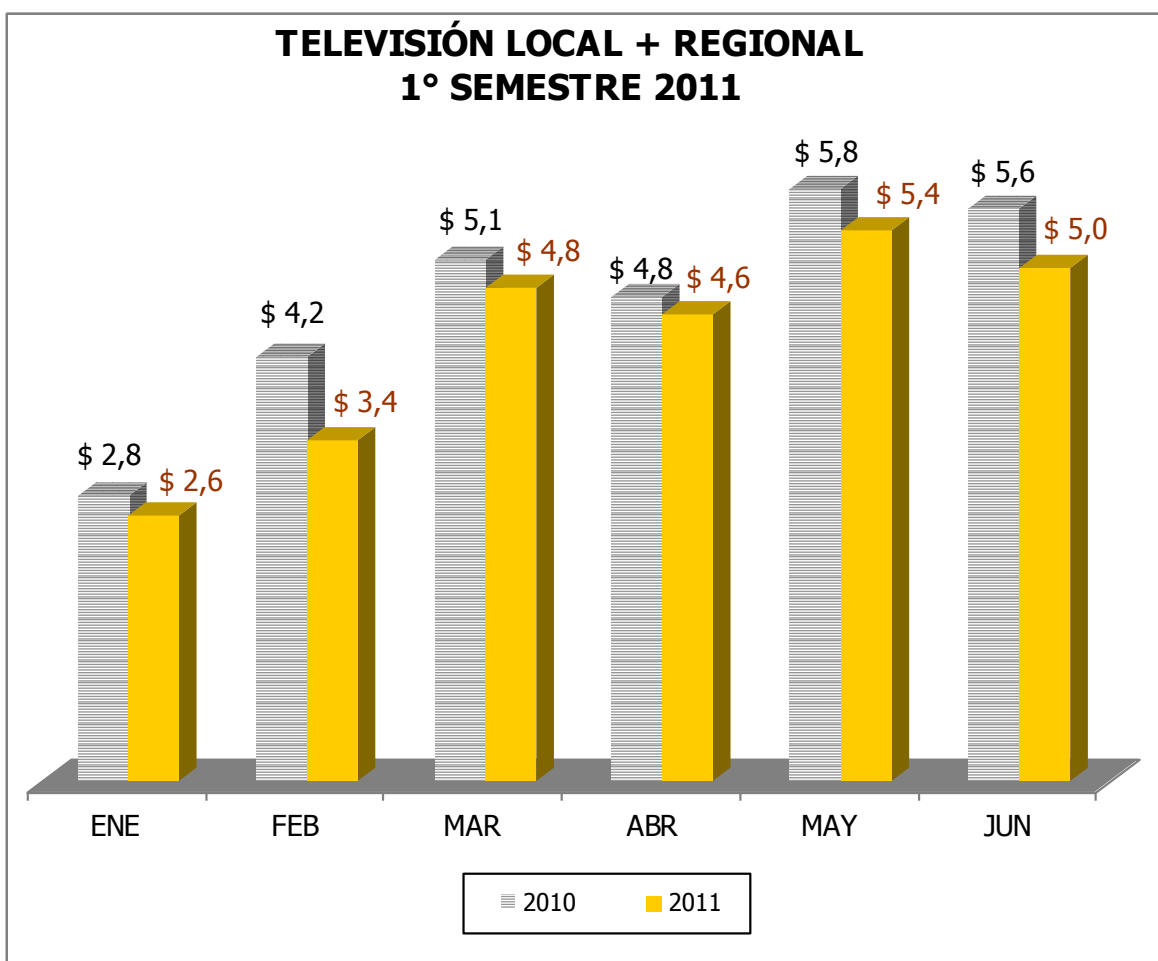
En la siguiente imagen se grafica el comportamiento de este sector en el periodo de estudio:



Miles de Millones de Pesos Corrientes

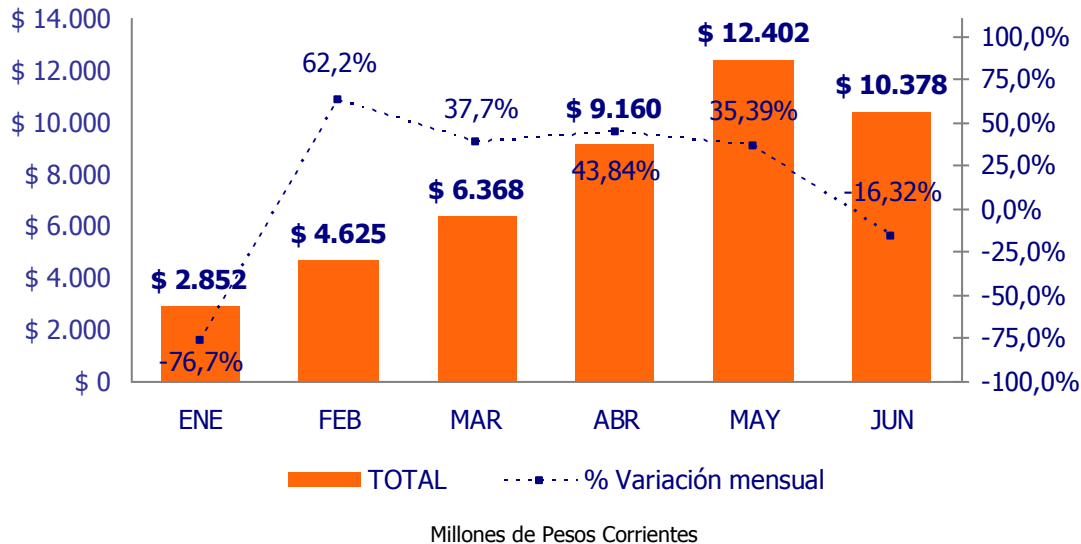
Finalmente, el sector analizado en este informe que presentó la variación más negativa fue la **Televisión Local + Regional**. En los primeros seis (6) meses del año 2010 reportaron una facturación neta de \$28.328.725.209 pesos corrientes, mientras que en el primer semestre del año 2011, la cifra se ubicó un 8.7% por debajo, al registrar \$25.855.875.581

En la siguiente imagen, se comparan gráficamente cada uno de los meses del periodo de los años 2010 y 2011:



## 4. INVERSIÓN PUBLICITARIA NETA POR SECTORES

### 4.1 REVISTAS



#### 4.1.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011

En este periodo, el sector de las Revistas en Colombia, experimentó un comportamiento positivo y a su vez contrario al presentado por los demás sectores analizados en este estudio. La variación de la facturación de abril, mayo y junio del año en curso se ubicó un 21.19% por encima de los valores registrados en los mismos meses del año 2010.

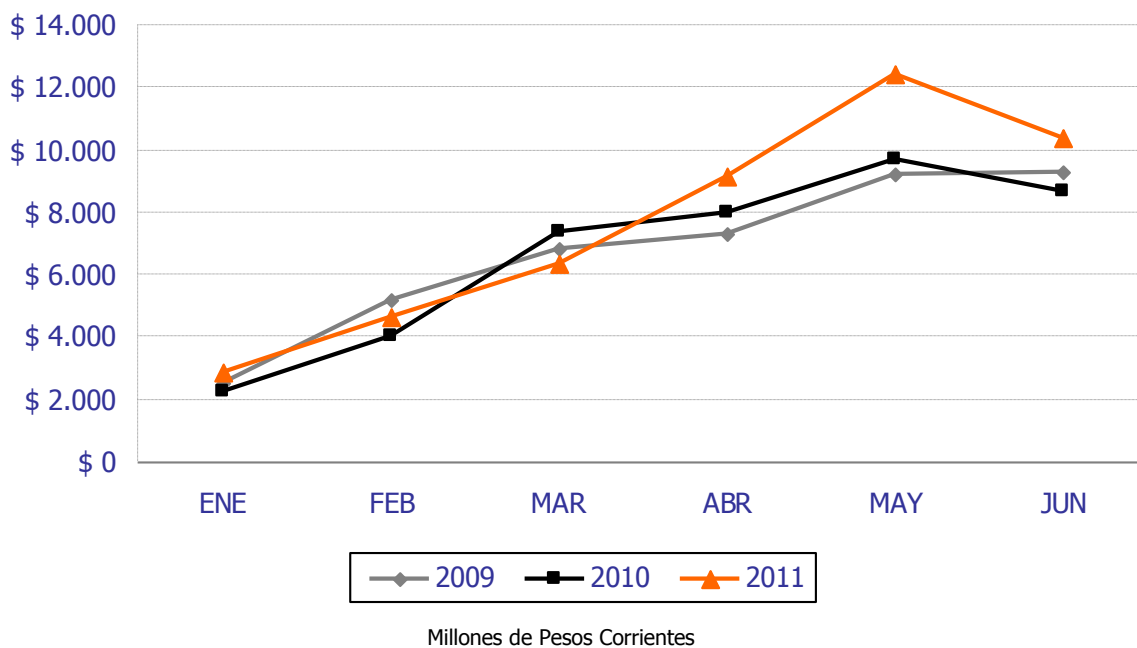
Mientras que en el segundo trimestre del año anterior, el sector de las revistas reportó una facturación neta de \$26.354.449.513, en este año 2011, el monto ascendió a \$31.939.852.560 (pesos corrientes). Incluso, eliminando el efecto de la inflación y llevando las cifras a diciembre de 2008 con el índice de empalme del DANE, se obtiene que el crecimiento real del segundo trimestre del año 2011 fue del 17.6%, cifra que está cercana a los comportamientos de los años 2005 y 2006, los cuales tuvieron variaciones anuales del orden de 13% y 22% respectivamente.

En los meses de abril y mayo, se da un incremento en el total facturado en 43.8% y 35.3%, sin embargo en junio se muestra una baja del 16%, lo cual responde en cierta medida al ciclo normal del sector, según lo muestran datos históricos.

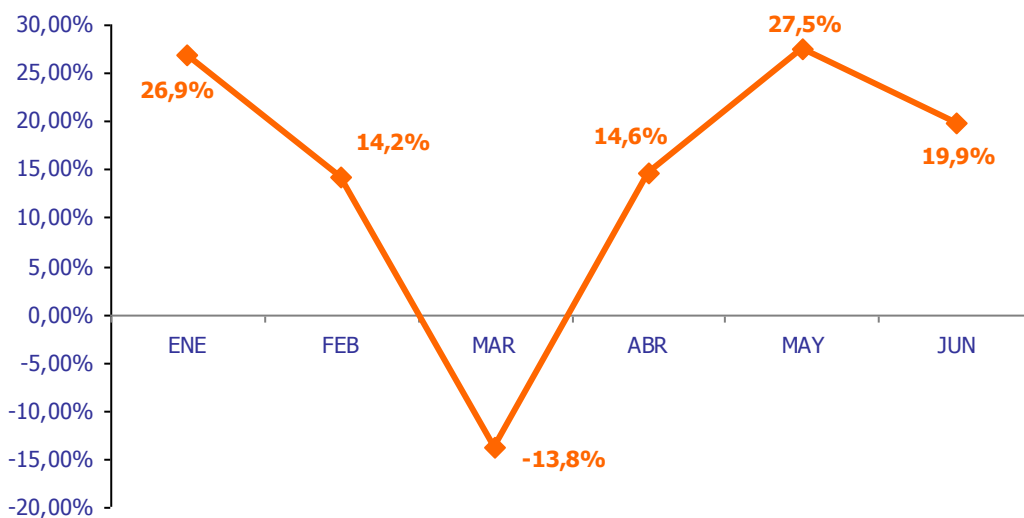
#### 4.1.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011

El comportamiento de los seis (6) primeros meses del año 2011 para el sector de las revistas en Colombia registra un crecimiento en términos corrientes del 14.25% toda vez que facturó \$5.585.403.047 adicionales. Si se revisan las cifras en pesos constantes, al eliminar el efecto del IPC, la variación resultante es del 11% dado que pasó de facturar \$38.461.015.573 en el segundo trimestre del año 2010, a \$42.649.434.318 en el periodo de estudio, es decir \$4.188.418.745 más.

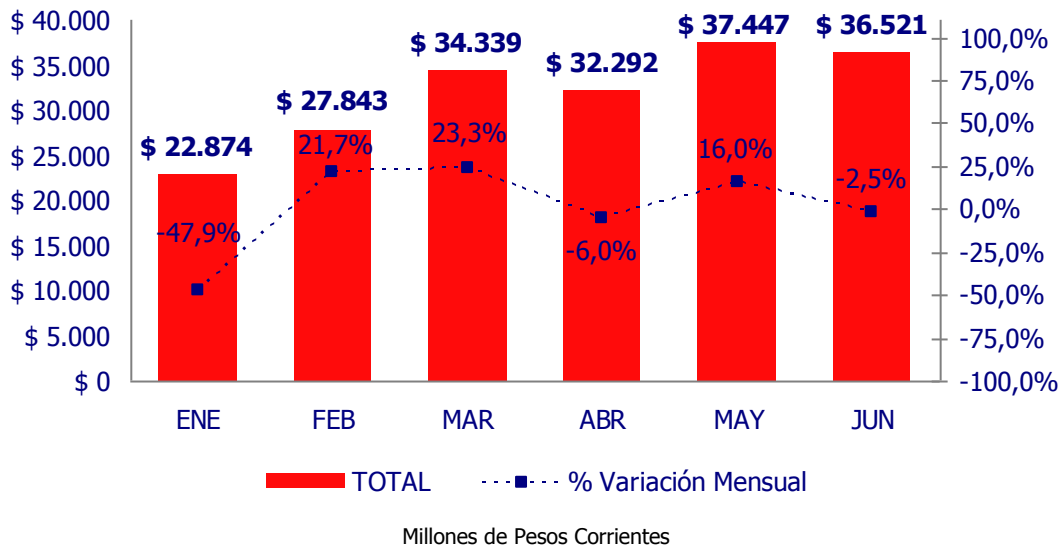
Como se advierte a continuación en la imagen que plantea gráficamente los montos facturados para el primer semestre de los años 2009, 2010 y 2011, los meses de enero, abril, mayo y junio del presente año, superan los totales facturados de los dos (2) años anteriores, incluso, los meses correspondientes al segundo trimestre, se destacan al alejarse en mayor proporción de los puntos de los demás años.



Como complemento a lo anterior, en cuanto a la comparación en términos porcentuales de cada mes del semestre objeto de este estudio versus el mismo del año 2010, se obtiene todos los meses del primer semestre del año 2011, exceptuando marzo, presentaron una facturación mayor que la registrada en el año precedente, tal y como se evidencia en la siguiente gráfica:



## 4.2 RADIO



### 4.2.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011

El sector de la Radio en Colombia objeto del presente estudio, presenta una variación negativa en el comportamiento de la facturación por concepto de pauta publicitaria neta en el segundo trimestre del año 2011. De la sumatoria correspondiente a los meses de abril, mayo y junio se obtiene una facturación de \$106.259.190.677, mientras que el resultado del mismo periodo del año anterior fue de \$107.835.847.709, esto equivale a un decrecimiento del 1.5%.

Si se revisa lo anterior en términos constantes, es decir, en pesos reales, eliminando el efecto de la inflación, se obtiene una variación del -4.4% para el segundo trimestre objeto del estudio.

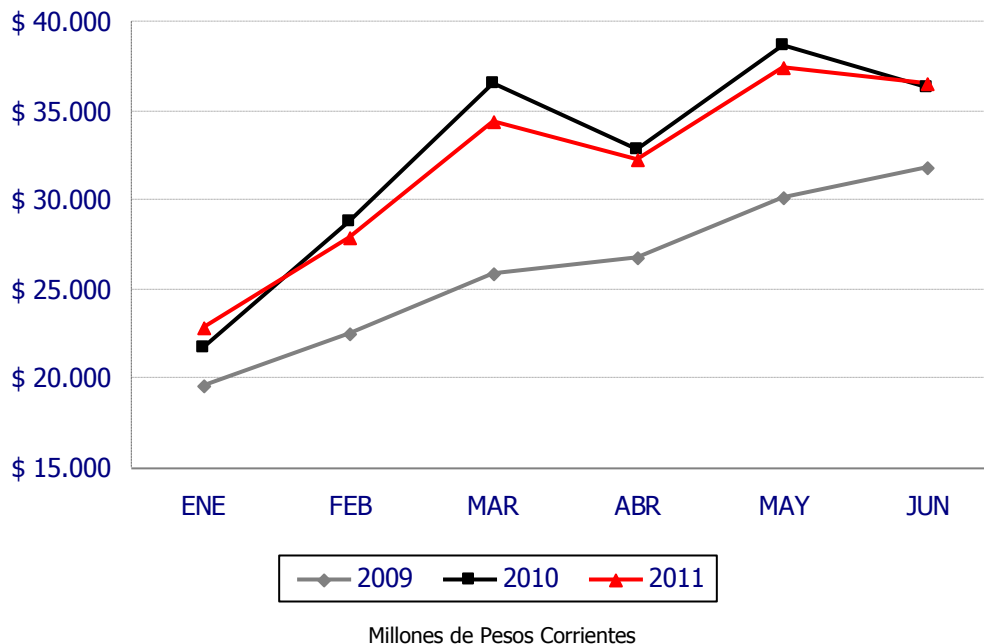
El comportamiento de cada uno de los meses del segundo trimestre, muestra que tanto abril como junio registran facturaciones inferiores frente al mes anterior, por su parte en mayo se da un crecimiento del 16% frente a abril.

#### 4.2.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011

El valor total facturado por las empresas que reportaron información para este estudio del primer semestre del año 2011, asciende a \$191.315.568.688, sin embargo, este monto se ubica un -1.8% frente al valor facturado en el mismo periodo del año pasado \$194.873.258.644, lo anterior significa que se dejó de facturar alrededor de \$3.557.689.956 pesos corrientes.

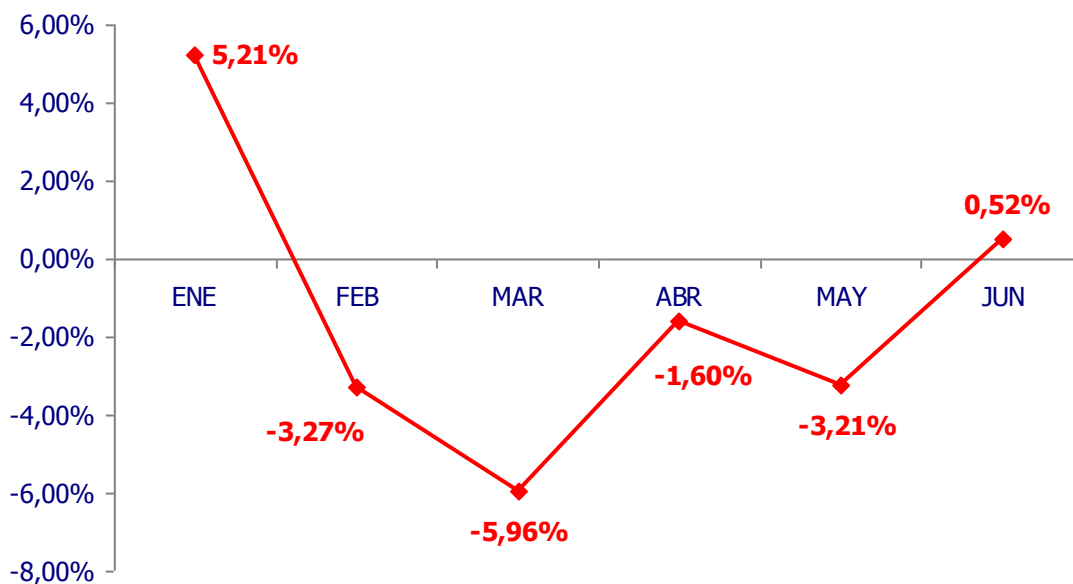
Al realizar el ejercicio de eliminar el efecto de la inflación con el objeto de establecer el crecimiento real, es decir en términos constantes de la inversión publicitaria neta de la Radio en el primer semestre, se obtiene una variación del -4.8%

Al comparar los seis (6) primeros meses del año 2011 con los años 2010 y 2009, se puede observar que, aunque la tendencia de la línea roja correspondiente al año en curso, se ubica muy cerca la línea del año 2010, no alcanza a superar la mayoría de los valores facturados en dicho año, exceptuando enero y junio que lo sobrepasa levemente.





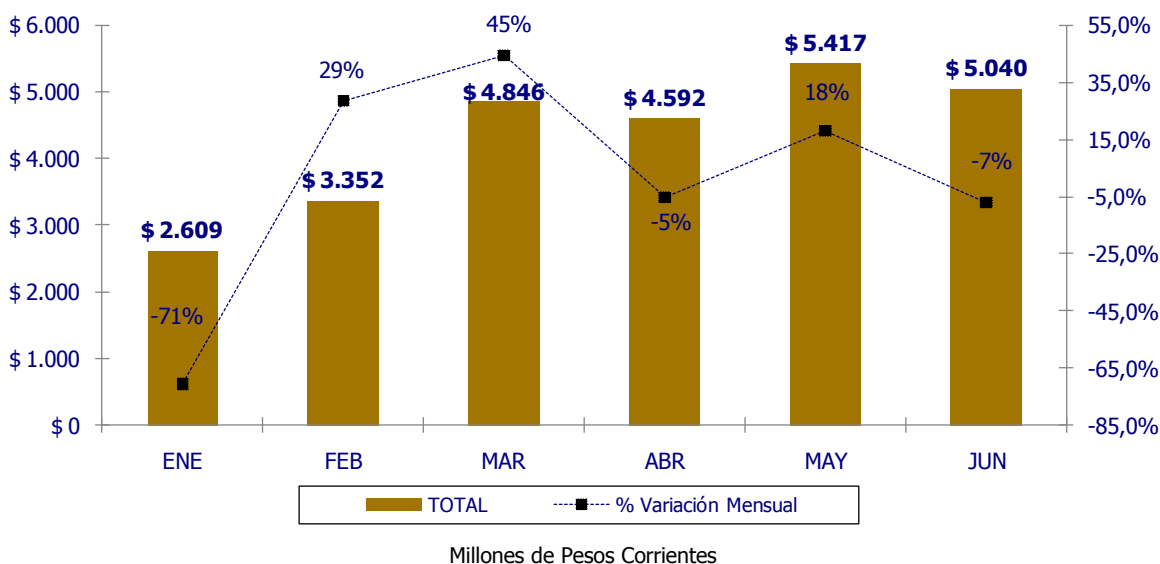
Como complemento a lo mencionado anteriormente, en la siguiente gráfica se presenta la tasa de crecimiento de cada mes del semestre, frente al mismo del año inmediatamente anterior. Únicamente los meses de enero y junio muestran tasas positivas, mientras que los demás meses se ubican por debajo de cero. Incluso, el mes de junio se sitúa solo un 0.52% por encima del monto facturado en junio de 2010.





## 4.3 TELEVISIÓN

### 4.3.1 TELEVISIÓN LOCAL + REGIONAL



#### 4.3.1.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011

Dentro del análisis del segundo trimestre del año 2011, el sector de la Televisión Local + Regional es el que presentó el mayor decrecimiento. Mientras que en los meses de abril, mayo y junio de 2011 se reportó una facturación por concepto de pauta publicitaria \$15.048.785.683, en los mismos meses del año 2010 se registró un 7.2% más, es decir, \$16.227.279.685, lo que se significa una menor inversión en el año en curso cercana a \$1.178.494.001 en pesos corrientes.

En pesos constantes, al eliminar el efecto del IPC, la variación para este sector en el segundo trimestre de 2011 fue de -10%, toda vez que reportaron una facturación de \$13.989.106.195, mientras que en el mismo periodo de 2010, el monto ascendía a \$15.541.989.115.

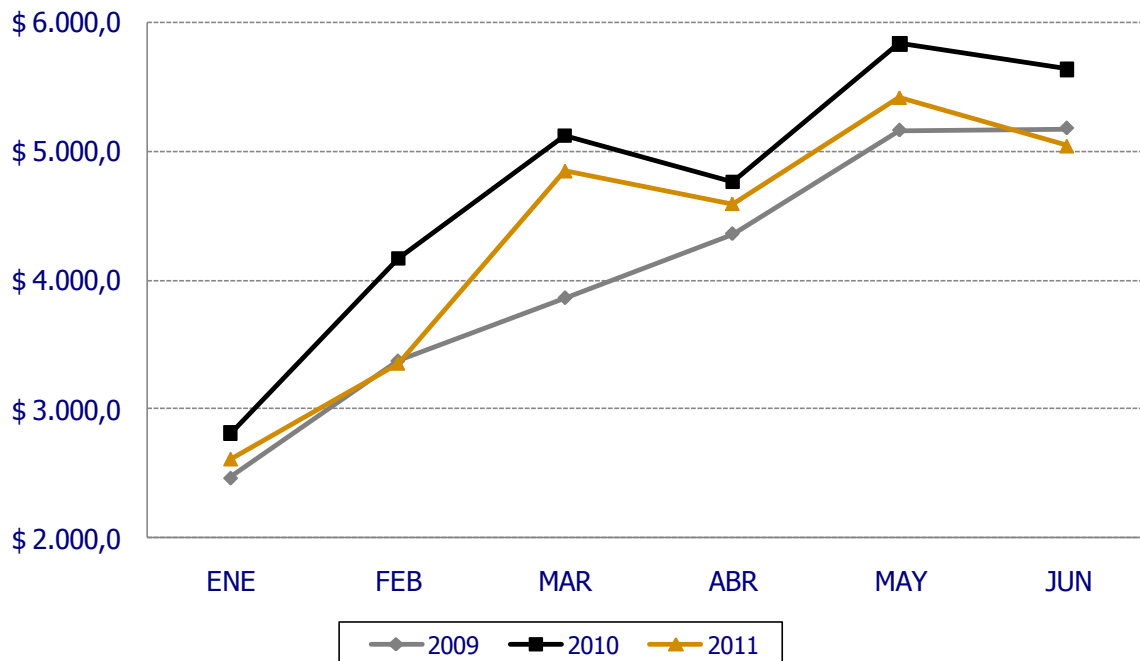
En cuanto a la revisión de cada uno de los meses que conforman el segundo trimestre, se percibe que tanto abril como junio, decrecieron frente a los mismos meses del año anterior, mientras que mayo sí incrementó su facturación.

### 4.3.1.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011

La Televisión Local + Regional objeto de este estudio reportó una facturación para los primeros seis (6) meses del año de \$25.855.875.581. En el mismo periodo del año precedente dicha facturación alcanzó \$28.328.725.209, lo que se traduce en una reducción del 8.7% y en una menor facturación de \$2.472.849.628 en pesos corrientes.

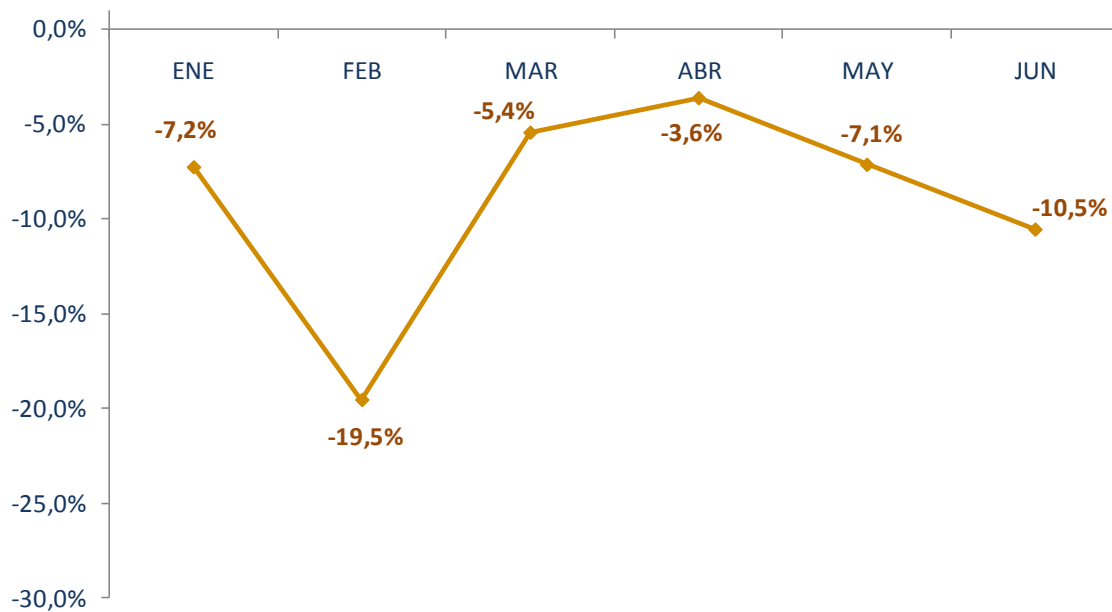
Eliminando la inflación para calcular el crecimiento real del sector de Televisión Local + Regional en el primer semestre de 2011, se obtiene una variación del -11.5% al pasar de registrar una facturación en el periodo de 2010 de \$27.238.649.589 a \$24.107.700.531 en el tiempo de estudio.

En la siguiente gráfica se realiza la comparación del primer semestre de los años 2009, 2010 y 2011. Ninguno de los meses del periodo de estudio alcanzó a superar al año 2010, incluso febrero y junio registraron valores inferiores a los registrados en el año 2009.



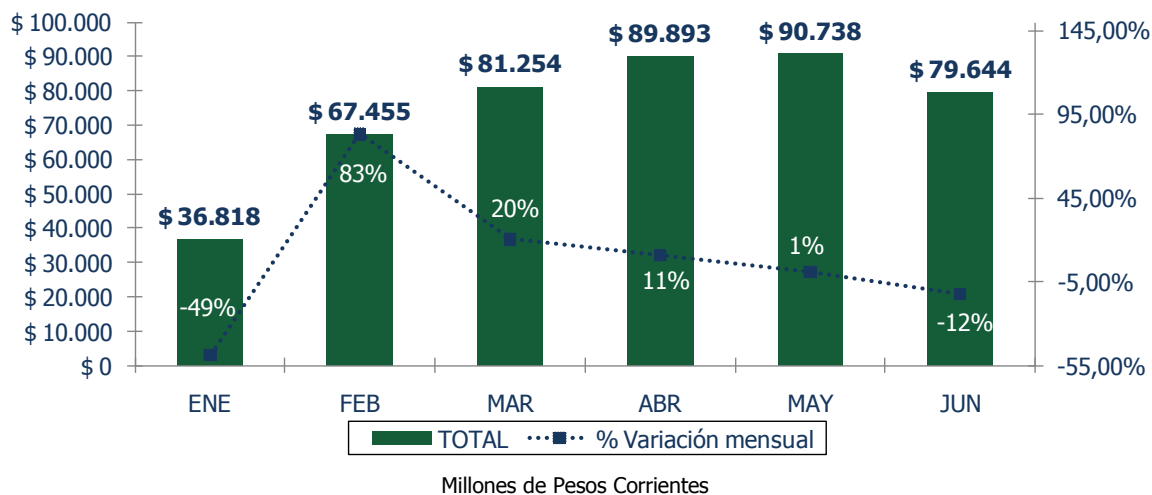


Lo anterior se confirma con la siguiente gráfica en la que se incluyen las tasas de variación de cada uno de los meses del semestre con los mismos del año 2010:





### 4.3.2 TELEVISIÓN NACIONAL



#### 4.3.2.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011

La inversión publicitaria neta de la Televisión Nacional reportada para el segundo trimestre del año en curso, llegó a los \$260.274.890.234, monto que se sitúa un 1.47% por debajo del nivel alcanzado el mismo periodo del año anterior, al haber facturado \$264.152.289.737, esto supone una menor inversión en pauta para este medio de \$3.877.399.503 pesos corrientes.

Al realizar el análisis desde pesos constantes, se obtiene que el crecimiento real para el periodo de análisis corresponde al -4.4%, toda vez que pasó de facturar \$253.012.805.621 en abril, mayo y junio de 2010, a registrar \$241.997.204.458 en los mismos meses de 2011, eso se traduce en -\$ 11.015.601.163 que dejaron de entrar al sistema.

En cuanto a la revisión de cada uno de los meses del trimestre, se percibe cómo abril presenta crecimiento frente al mes inmediatamente anterior, mayo permanece casi constante con un crecimiento sólo del 1% y finalmente junio decrece en 12%. Sin embargo, como se ha observado en los demás sectores estudiados en este documento, la caída del mes de junio es generalizada y lo más probable es que responda al comportamiento o ciclo natural de la industria.

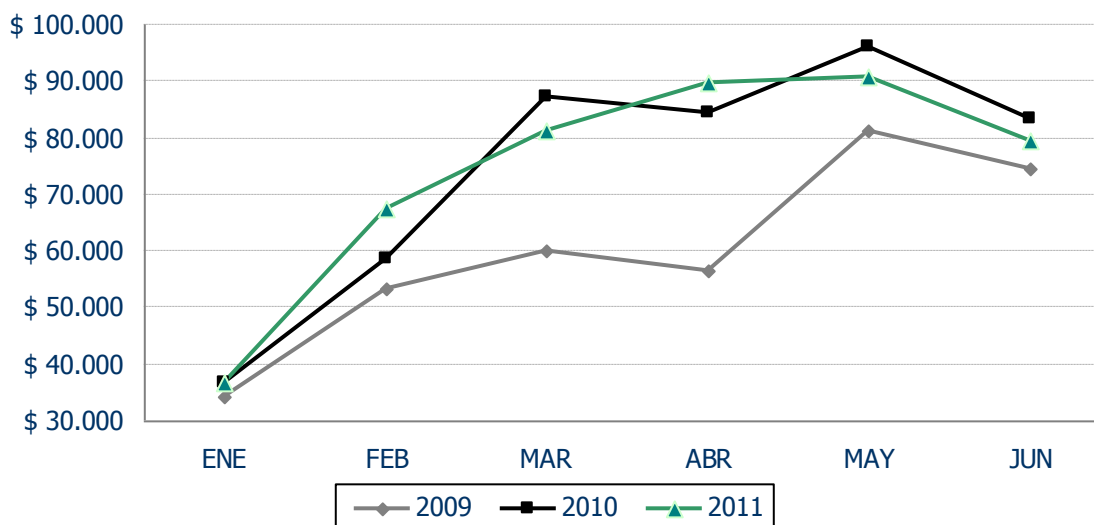


### 4.3.2.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011

El primer semestre del año 2011 para la Televisión de orden Nacional, registra una leve variación frente al mismo periodo del año 2010, con el -0.2%, mientras que entre enero y junio del año anterior se facturó \$446.554.350.897, para los mismos meses del presente año, el monto registrado fue de \$445.802.173.699 en pesos corrientes, resultando así una diferencia de -\$752.177.198.

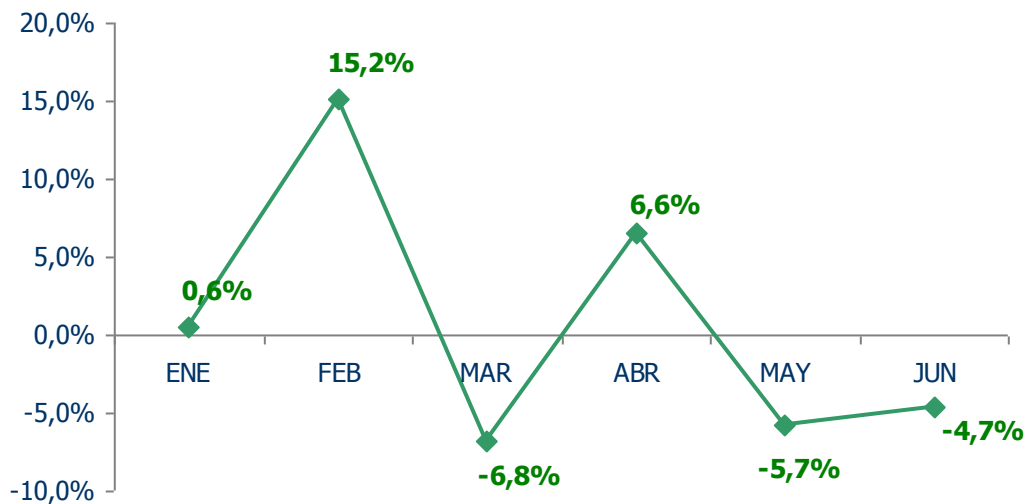
Sin embargo, al convertir las cifras a valores constantes, eliminando el efecto de la inflación, el decrecimiento se acentúa y llega al -3.2% para el semestre, variación que resulta de la diferencia entre lo que se facturó en el 2011 (\$415.664.909.335) y lo que se facturó en el 2010 (\$429.243.231.790).

A continuación, se presenta gráficamente cada uno de los meses del primer semestre para el año de estudio y los dos (2) años anteriores. Se observa claramente que los meses de febrero y abril de 2011 superan los mismos meses de 2010 y 2009, el mes de enero se sitúa casi en el mismo nivel de los años anteriores y marzo, mayo y junio, aunque superan los montos facturados en el 2009, no alcanzan a sobrepasar al año 2010.



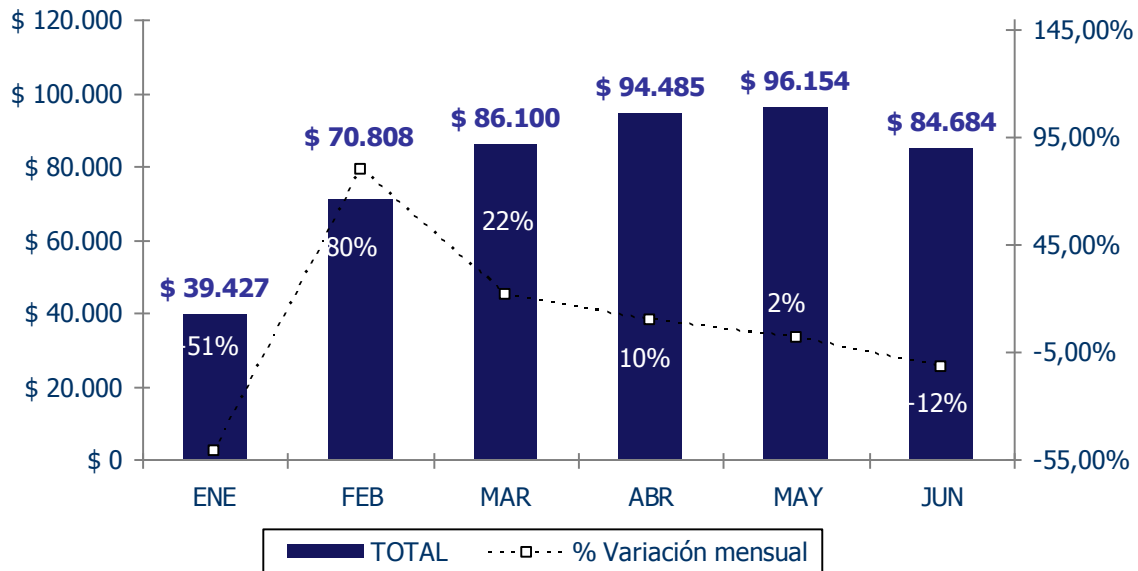


Lo anterior se puede verificar en la siguiente imagen, donde se plasman los porcentajes de variación de cada mes del primer semestre de 2011 versus el mismo mes del año 2010. Enero de 2011 se ubica muy cercano a cero, y los meses de febrero y abril muestran comportamientos positivos, mientras que marzo, mayo y junio se encuentran en el cuadrante negativo.





### 4.3.3 TOTAL TELEVISIÓN



Millones de Pesos Corrientes

#### 4.3.3.1 ANÁLISIS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2011

El consolidado de la Televisión Nacional, Local y Regional, registró un comportamiento decreciente en el segundo trimestre del año 2011 de 1.8%. La facturación por concepto de pauta publicitaria neta reportada por los medios de comunicación objeto de este estudio para los meses de abril, mayo y junio del presente año, fue de \$275.323.675.917. En el año 2010 dicha cifra fue \$280.379.569.422 en pesos corrientes. Lo anterior sugiere que en el segundo trimestre de este año 2011, se dejó de facturar \$5.055.893.504.

En pesos constantes de diciembre de 2008, la variación real para el consolidado de la Televisión en el segundo trimestre del año 2011 corresponde al -4.7%, puesto que se la inversión pasó de \$268.554.794.736 en el 2010 a \$255.986.310.653 en el 2011, se facturaron \$12.568.484.083 menos que el año pasado.

Al analizar cada uno de los meses del trimestre, se observa cómo abril incrementa su facturación un 10% frente a marzo, mayo un 2% frente al mes anterior y finalmente junio decrece un 12%, lo cual se debe en gran proporción al comportamiento natural del sector.



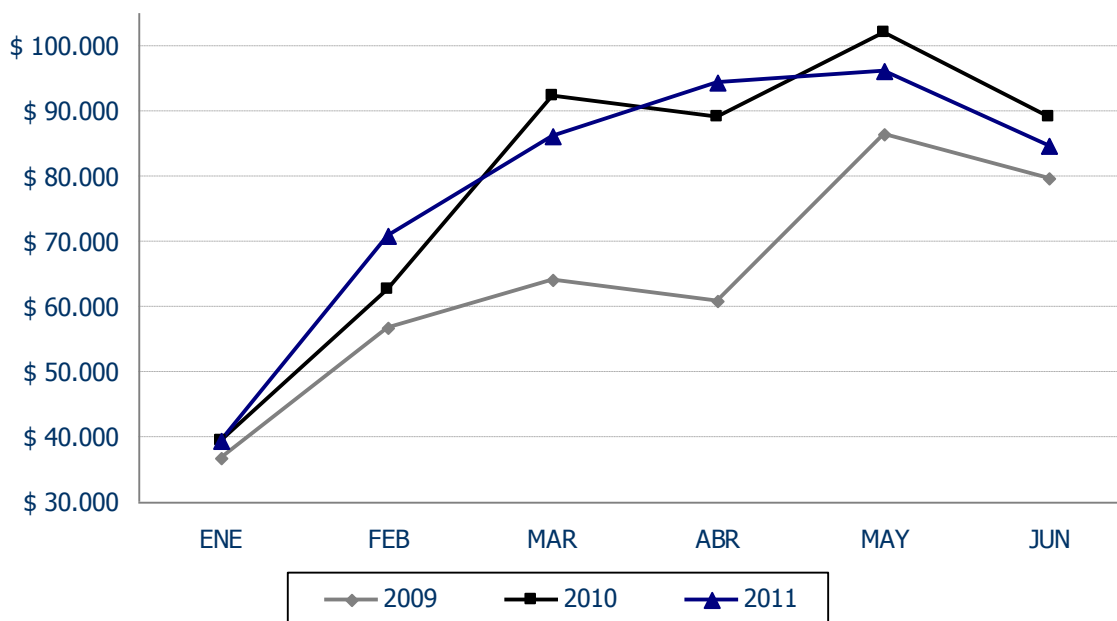


### 4.3.3.2 ANÁLISIS PRIMER SEMESTRE DE 2011

Los seis (6) primeros meses del año 2011 para el consolidado de la Televisión Nacional, Local y Regional, sugieren una variación del -0.7%, debido a que se facturaron \$471.658.049.280 mientras que el año anterior fueron \$474.883.076.106. Dicho cambio corresponde a una facturación inferior de \$3.225.026.826 en pesos corrientes.

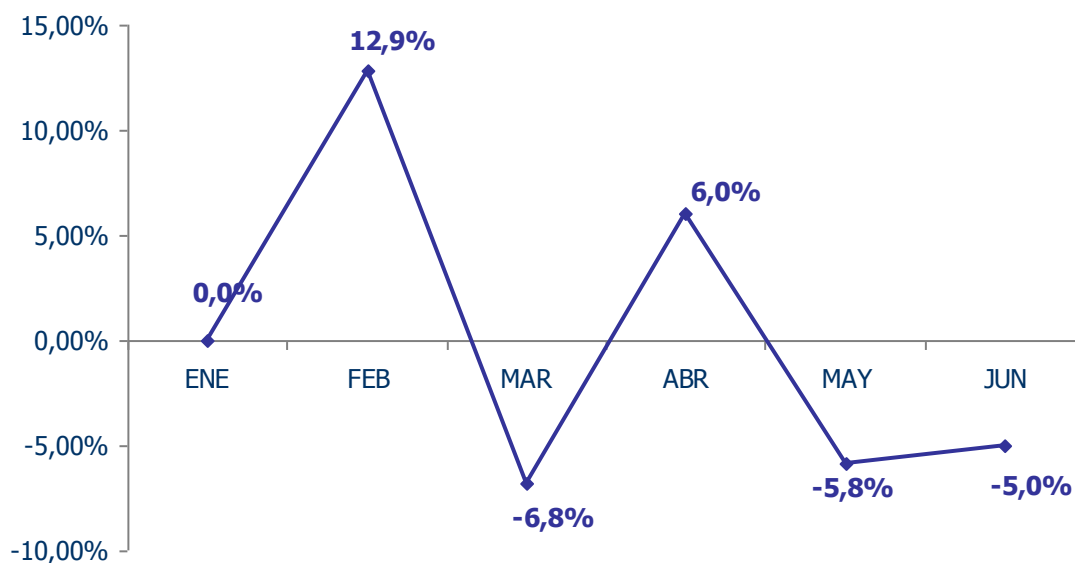
Revisando las cifras anteriores sin el efecto de la inflación, es decir, en pesos constantes de diciembre de 2008, resulta una variación real de -3.7% para el primer semestre del 2011, puesto que pasó de registrar \$456.481.881.379 en 2010 a \$439.772.609.866 en 2011.

En la siguiente gráfica se registra el primer semestre de los años 2011, 2010 y 2009:





A continuación se presentan los porcentajes de variación de cada mes del semestre, comparado con el mismo del año inmediatamente anterior. El mes de enero se ubicó prácticamente en el mismo punto del 2010, mientras que febrero y abril mostraron repuntes positivos. Mientras tanto, marzo, mayo y junio estuvieron en el cuadrante negativo:



# ANEXOS



Asociación Nacional de Medios  
de Comunicación



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**ESTUDIO DE INVERSIÓN PUBLICITARIA NETA AÑO 2011**

COMPARATIVO 1° SEMESTRE 2010-2011

Pesos Corrientes

| AÑO 2010 | TV. REG. Y LOCAL  | TV. NACIONAL       | TOTAL TV           | RADIO              | REVISTAS          | TOTAL              |
|----------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| Ene      | \$ 2.812.456.530  | \$ 36.609.811.752  | \$ 39.422.268.282  | \$ 21.740.755.636  | \$ 2.246.692.797  | \$ 63.409.716.715  |
| Feb      | \$ 4.165.967.694  | \$ 58.569.011.671  | \$ 62.734.979.365  | \$ 28.783.084.635  | \$ 4.049.827.616  | \$ 95.567.891.616  |
| Mar      | \$ 5.123.021.301  | \$ 87.223.237.737  | \$ 92.346.259.038  | \$ 36.513.570.664  | \$ 7.391.352.537  | \$ 136.251.182.239 |
| Abr      | \$ 4.763.343.263  | \$ 84.362.358.563  | \$ 89.125.701.826  | \$ 32.816.767.025  | \$ 8.007.072.842  | \$ 129.949.541.693 |
| May      | \$ 5.831.013.753  | \$ 96.259.319.148  | \$ 102.090.332.901 | \$ 38.687.996.032  | \$ 9.716.478.714  | \$ 150.494.807.647 |
| Jun      | \$ 5.632.922.668  | \$ 83.530.612.026  | \$ 89.163.534.694  | \$ 36.331.084.652  | \$ 8.630.897.957  | \$ 134.125.517.303 |
| TOTAL    | \$ 28.328.725.209 | \$ 446.554.350.897 | \$ 474.883.076.106 | \$ 194.873.258.644 | \$ 40.042.322.463 | \$ 709.798.657.212 |

| AÑO 2011 | TV. REG. Y LOCAL  | TV. NACIONAL       | TOTAL TV           | RADIO              | REVISTAS          | TOTAL              |
|----------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| Ene      | \$ 2.608.839.634  | \$ 36.818.005.868  | \$ 39.426.845.502  | \$ 22.874.199.253  | \$ 2.851.743.466  | \$ 65.152.788.220  |
| Feb      | \$ 3.352.411.229  | \$ 67.455.435.136  | \$ 70.807.846.365  | \$ 27.843.308.443  | \$ 4.624.625.014  | \$ 103.275.779.822 |
| Mar      | \$ 4.845.839.035  | \$ 81.253.842.461  | \$ 86.099.681.496  | \$ 34.338.870.315  | \$ 6.368.033.356  | \$ 126.806.585.167 |
| Abr      | \$ 4.592.396.585  | \$ 89.892.970.995  | \$ 94.485.367.580  | \$ 32.292.016.028  | \$ 9.159.962.780  | \$ 135.937.346.388 |
| May      | \$ 5.416.584.900  | \$ 90.737.627.784  | \$ 96.154.212.684  | \$ 37.446.605.252  | \$ 12.401.763.746 | \$ 146.002.581.682 |
| Jun      | \$ 5.039.804.198  | \$ 79.644.291.455  | \$ 84.684.095.653  | \$ 36.520.569.397  | \$ 10.378.126.034 | \$ 131.582.791.084 |
| TOTAL    | \$ 25.855.875.581 | \$ 445.802.173.699 | \$ 471.658.049.280 | \$ 191.315.568.688 | \$ 45.784.254.395 | \$ 708.757.872.364 |

COMPARATIVO 1° SEMESTRE 2010-2011

Pesos Constantes de Diciembre de 2008

| AÑO 2010 | TV. REG. Y LOCAL  | TV. NACIONAL       | TOTAL TV           | RADIO              | REVISTAS          | TOTAL              |
|----------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| Ene      | \$ 2.738.516.582  | \$ 35.647.333.741  | \$ 38.385.850.323  | \$ 21.169.187.572  | \$ 2.187.626.871  | \$ 61.742.664.766  |
| Feb      | \$ 4.023.146.011  | \$ 56.561.092.874  | \$ 60.584.238.885  | \$ 27.796.315.437  | \$ 3.910.987.557  | \$ 92.291.541.879  |
| Mar      | \$ 4.934.997.881  | \$ 84.021.999.554  | \$ 88.956.997.435  | \$ 35.173.461.770  | \$ 7.120.077.581  | \$ 131.250.536.787 |
| Abr      | \$ 4.567.401.729  | \$ 80.892.087.988  | \$ 85.459.489.718  | \$ 31.466.839.606  | \$ 7.677.699.532  | \$ 124.604.028.856 |
| May      | \$ 5.585.262.216  | \$ 92.202.412.977  | \$ 97.787.675.193  | \$ 37.057.467.463  | \$ 9.306.971.948  | \$ 144.152.114.605 |
| Jun      | \$ 5.389.325.170  | \$ 79.918.304.656  | \$ 85.307.629.826  | \$ 34.759.935.564  | \$ 8.257.652.083  | \$ 128.325.217.473 |
| TOTAL    | \$ 27.238.649.589 | \$ 429.243.231.790 | \$ 456.481.881.379 | \$ 187.423.207.413 | \$ 38.461.015.573 | \$ 682.366.104.365 |

| AÑO 2011 | TV. REG. Y LOCAL  | TV. NACIONAL       | TOTAL TV           | RADIO              | REVISTAS          | TOTAL              |
|----------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| Ene      | \$ 2.456.765.829  | \$ 34.671.820.198  | \$ 37.128.586.027  | \$ 21.540.822.349  | \$ 2.685.510.373  | \$ 61.354.918.750  |
| Feb      | \$ 3.138.080.342  | \$ 63.142.783.053  | \$ 66.280.863.395  | \$ 26.063.192.402  | \$ 4.328.957.235  | \$ 96.673.013.032  |
| Mar      | \$ 4.523.748.166  | \$ 75.853.101.625  | \$ 80.376.849.791  | \$ 32.056.451.004  | \$ 5.944.766.016  | \$ 118.378.066.810 |
| Abr      | \$ 4.281.954.858  | \$ 83.816.289.972  | \$ 88.098.244.830  | \$ 30.109.105.854  | \$ 8.540.757.837  | \$ 126.748.108.520 |
| May      | \$ 5.036.341.144  | \$ 84.367.854.750  | \$ 89.404.195.894  | \$ 34.817.857.045  | \$ 11.531.161.084 | \$ 135.753.214.024 |
| Jun      | \$ 4.670.810.193  | \$ 73.813.059.736  | \$ 78.483.869.929  | \$ 33.846.681.554  | \$ 9.618.281.774  | \$ 121.948.833.257 |
| TOTAL    | \$ 24.107.700.531 | \$ 415.664.909.335 | \$ 439.772.609.866 | \$ 178.434.110.208 | \$ 42.649.434.318 | \$ 660.856.154.392 |





ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**ESTUDIO DE INVERSIÓN PUBLICITARIA NETA AÑO 2011**

COMPARATIVO 1° TRIMESTRE 2010-2011

Pesos Corrientes

| AÑO 2010     | TV. REG. Y LOCAL         | TV. NACIONAL              | TOTAL TV                  | RADIO                     | REVISTAS                 | TOTAL                     |
|--------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Abr          | \$ 4.763.343.263         | \$ 84.362.358.563         | \$ 89.125.701.826         | \$ 32.816.767.025         | \$ 8.007.072.842         | \$ 129.949.541.693        |
| May          | \$ 5.831.013.753         | \$ 96.259.319.148         | \$ 102.090.332.901        | \$ 38.687.996.032         | \$ 9.716.478.714         | \$ 150.494.807.647        |
| Jun          | \$ 5.632.922.668         | \$ 83.530.612.026         | \$ 89.163.534.694         | \$ 36.331.084.652         | \$ 8.630.897.957         | \$ 134.125.517.303        |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 16.227.279.685</b> | <b>\$ 264.152.289.737</b> | <b>\$ 280.379.569.422</b> | <b>\$ 107.835.847.709</b> | <b>\$ 26.354.449.513</b> | <b>\$ 414.569.866.643</b> |

| AÑO 2011     | TV. REG. Y LOCAL         | TV. NACIONAL              | TOTAL TV                  | RADIO                     | REVISTAS                 | TOTAL                     |
|--------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Abr          | \$ 4.592.396.585         | \$ 89.892.970.995         | \$ 94.485.367.580         | \$ 32.292.016.028         | \$ 9.159.962.780         | \$ 135.937.346.388        |
| May          | \$ 5.416.584.900         | \$ 90.737.627.784         | \$ 96.154.212.684         | \$ 37.446.605.252         | \$ 12.401.763.746        | \$ 146.002.581.682        |
| Jun          | \$ 5.039.804.198         | \$ 79.644.291.455         | \$ 84.684.095.653         | \$ 36.520.569.397         | \$ 10.378.126.034        | \$ 131.582.791.084        |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 15.048.785.683</b> | <b>\$ 260.274.890.234</b> | <b>\$ 275.323.675.917</b> | <b>\$ 106.259.190.677</b> | <b>\$ 31.939.852.560</b> | <b>\$ 413.522.719.154</b> |

COMPARATIVO 1° TRIMESTRE 2010-2011

Pesos Constantes de Diciembre de 2008

| AÑO 2010     | TV. REG. Y LOCAL         | TV. NACIONAL              | TOTAL TV                  | RADIO                     | REVISTAS                 | TOTAL                     |
|--------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Abr          | \$ 4.567.401.729         | \$ 80.892.087.988         | \$ 85.459.489.718         | \$ 31.466.839.606         | \$ 7.677.699.532         | \$ 124.604.028.856        |
| May          | \$ 5.585.262.216         | \$ 92.202.412.977         | \$ 97.787.675.193         | \$ 37.057.467.463         | \$ 9.306.971.948         | \$ 144.152.114.605        |
| Jun          | \$ 5.389.325.170         | \$ 79.918.304.656         | \$ 85.307.629.826         | \$ 34.759.935.564         | \$ 8.257.652.083         | \$ 128.325.217.473        |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 15.541.989.115</b> | <b>\$ 253.012.805.621</b> | <b>\$ 268.554.794.736</b> | <b>\$ 103.284.242.634</b> | <b>\$ 25.242.323.563</b> | <b>\$ 397.081.360.933</b> |

| AÑO 2011     | TV. REG. Y LOCAL         | TV. NACIONAL              | TOTAL TV                  | RADIO                    | REVISTAS                 | TOTAL                     |
|--------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Abr          | \$ 4.281.954.858         | \$ 83.816.289.972         | \$ 88.098.244.830         | \$ 30.109.105.854        | \$ 8.540.757.837         | \$ 126.748.108.520        |
| May          | \$ 5.036.341.144         | \$ 84.367.854.750         | \$ 89.404.195.894         | \$ 34.817.857.045        | \$ 11.531.161.084        | \$ 135.753.214.024        |
| Jun          | \$ 4.670.810.193         | \$ 73.813.059.736         | \$ 78.483.869.929         | \$ 33.846.681.554        | \$ 9.618.281.774         | \$ 121.948.833.257        |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 13.989.106.195</b> | <b>\$ 241.997.204.458</b> | <b>\$ 255.986.310.653</b> | <b>\$ 98.773.644.453</b> | <b>\$ 29.690.200.695</b> | <b>\$ 384.450.155.801</b> |



# LISTADO DE PARTICIPANTES SEGUNDO TRIMESTRE AÑO 2011

## REVISTAS:

1. CASA EDITORIAL EL TIEMPO
2. EDICIONES GAMMA S.A.
3. EDICIONES P&M S.A.S
4. EDITORA DEL CARIBE DE PANAMÁ
5. EDITORA URBANA LTDA.
6. EDITORIAL TELEVISA
7. INVERSIONES CROMOS S.A.
8. MAGAZINES CULTURALES LTDA.
9. PUBLICACIONES SEMANA
10. REVISTA BIENESTAR LTDA.

## RADIO:

11. CARACOL S.A.
12. CLÁSICA 88.5 EMISORA DE LA FUNDACIÓN CARVAJAL
13. COLMUNDO RADIO
14. COMUNICACIONES SURCOLOMBIANOS LTDA – EMISORA ONDAS DEL MAYO
15. EMISORA PUNTO CINCO LTDA
16. ESTRELLA GRUPO EMPRESARIAL S.A.
17. FUNDACIÓN CULTURAL JAVERIANA ESTÉREO
18. FUNDACIÓN GENERAL DE APOYO A LA UNIVERSIDAD DEL VALLE
19. FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO UNIVERSITARIO
20. INTEGRACIÓN RADIAL INDEPENDIENTE LTDA –HJKK-
21. LA VOZ DEL TOLIMA S.A.S.
22. ORGANIZACIÓN RADIAL OLÍMPICA S.A.
23. PRODUCCIONES WILLVIN S.A.
24. RADIAL BOGOTÁ S.A.
25. RADIO CADENA NACIONAL S.A.
26. RADIO CAPITAL
27. RADIO GUATAPURÍ
28. RADIO MAR CARIBE
29. RADIO SANTA FE S.A.
30. RED SONORA LTDA
31. SISTEMA SUPER DE COLOMBIA S.A.
32. TODELAR

## **TELEVISIÓN NACIONAL, REGIONAL Y LOCAL:**

33. ASOCIACIÓN CANAL LOCAL DE TELEVISIÓN DE MEDELLÍN – TELEMEDELLÍN
34. CANAL CAPITAL
35. CANAL REGIONAL DE TELEVISIÓN DEL CARIBE LTDA
36. CARACOL TELEVISIÓN S.A.
37. CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A. – CITY TV
38. COMPAÑÍA DE MEDIOS DE INFORMACIÓN LTDA - CM&
39. CONSORCIO TVA
40. JORGE BARÓN TELEVISIÓN LTDA.
41. PRENSAVISIÓN LTDA
42. PRODUVISIÓN LTDA
43. QUANTA TELECOMUNICACIONES S.A.
44. RCN TELEVISIÓN S.A.
45. SOCIEDAD DE TELEVISIÓN DE ANTIOQUIA LTDA.
46. SOCIEDAD DE TELEVISIÓN DE CALDAS, RISARALDA Y QUINDIO –TELECAFÉ LTDA-
47. SOCIEDAD DE TELEVISIÓN DEL PACÍFICO LTDA – TELEPACÍFICO
48. TELEVISIÓN REGIONAL DE ORIENTE –CANAL TRO-
49. TEVEANDINA - CANAL 13
50. TV CÁMARAS LTDA
51. UNIÓN TEMPORAL COLTEVE S.A. NTC S.A.
52. UNIÓN TEMPORAL RADIO TELEVISIÓN INTERAMERICANA S.A. R.T.I. S.A. –  
PROGRAMAR T.V. S.A.
53. UNIÓN TEMPORAL UNIVERSIDAD AUTÓNOMA PROCIVICA TV