



Tirada: 50.226	CincoDías	Superficie: 142,00 cm ²	Ocupación: 11.58%
Difusión: 25.535 (O.J.D)			
Audiencia: 89.372 (E.G.M)	2ª Edición	26/07/2004	Página: 9
Ref: 320728			



Los organismos públicos invierten un 2,6% más en publicidad

A. N. Madrid

Las administraciones públicas invirtieron en el último año 12.015 millones de euros en publicidad, lo que supone un 2,6% más que un año antes, según un análisis realizado por la agencia de medios Carat, junto a Ulled Comunicación. Este desembolso supone el 3,3% del total de la inversión publicitaria en España, según el mismo estudio.

El 53,6% del gasto de las administraciones se destina a medios no convencionales tales como la radio, prensa o televisión (6.444 millones de euros) y un 46,4% a medios no convencionales (marketing directo y promociones).

La televisión es el medio más utilizado por los organismos. A él destinan el 40,1% del total, seguido de los diarios, con el 30,5%. Ambos canales concentran el 70% del

negocio. Los organismos que más invierten en estas partidas son la Dirección General de Tráfico, Loterías y Apuestas del Estado y la Generalitat de Cataluña.

José Carlos Gutiérrez, presidente de la Asociación de Agencias de Medios dice que "existe una clara necesidad de reformar la contratación de los concursos que convocan los organismos en materia publicitaria".

Gutiérrez explica que la publicidad institucional se encuentra "exenta de una regulación legal." Uno de los principales problemas planteados por las agencias, añade, es que "en el acuerdo de contratación no se refleja claramente los requisitos necesarios para realizar los anuncios, y esto es perjudicial para todos". Gutiérrez pide a los organismos "mayor flexibilidad y menor burocratización".