



| | | | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|------------------|----------------------|---------------|-----------------------------------|------------|
| Tirada: 35.360 | EL MUNDO VALENCIA | Superficie: 105,00 cm ² | Ocupación: 8.82% | | | | |
| Difusión: 26.632 (O.J.D) | | | | C. Valenciana Diaria | Valor: 313,88 | | |
| Audiencia: 93.212 | | | | | | 1 ^a Edición 25/07/2004 | Página: 61 |
| Ref: 324504 | | | | | | | |

Los organismos públicos generan el 3,3% de la inversión publicitaria

MADRID.- La inversión estimada de los organismos públicos en publicidad en 2003 fue de 12.015,3 millones de euros, presentando un 2,65% de incremento en relación a 2002. El 53,6% de la inversión total se destinó a medios no convencionales (6.444,4 millones de euros) y un 46,4% a medios convencionales (5.570,9). La inversión publicitaria de las Administraciones Públicas ha experimentado un crecimiento nominal acumulado del 15,1% durante los últimos cuatro años. Este crecimiento en términos reales, tras descontar el efecto de la inflación, es de un 1,2% para todo el periodo, lo que resulta bastante moderado. En el reparto por medios de la inversión para el Total Administración Pública, el principal medio es la televisión, con un 40,1%, seguida por los diarios, con el 30,5% del total.

La Dirección General de Tráfico, Loterías y Apuestas del Estado y la Generalitat de Catalunya son los organismos que más invierten en publicidad.

Estos son algunos de los datos más interesantes que se dieron a conocer en el curso *La comunicación publicitaria de los organismos públicos: retos y estrategias de futuro*, organizado conjuntamente por Ulled Comunicación y la agencia de medios Carat, en la Universidad Camilo José Cela, esta semana, y en el que un grupo de expertos analizó en profundidad la situación actual de la publicidad de los organismos públicos.