

2. O cluster: as cifras sectoriais de comercio internacional

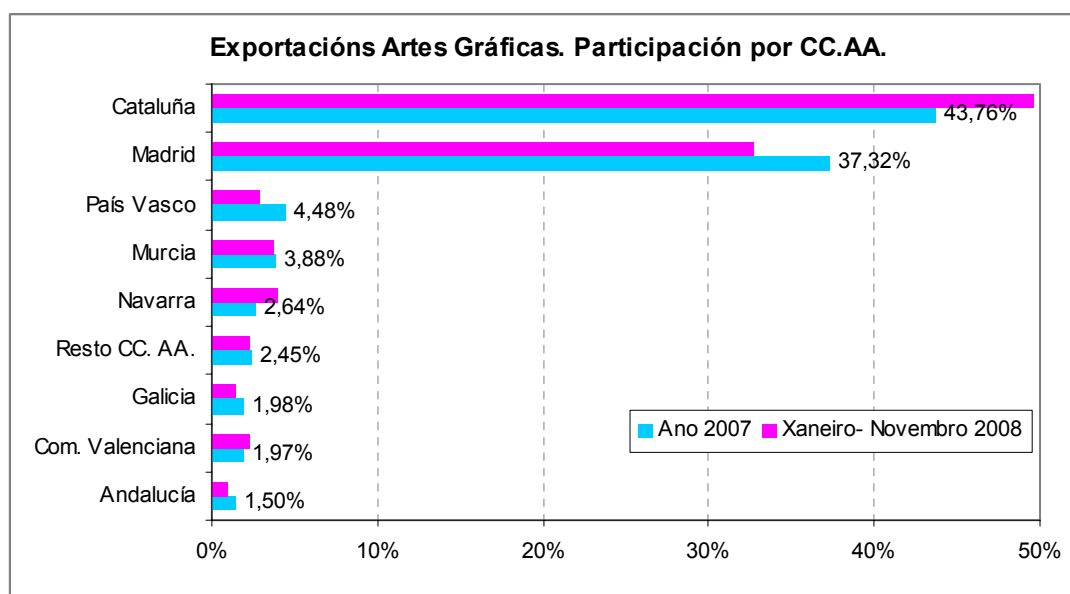
Coñecer a experiencia internacional dos sectores da edición, das artes gráficas e da publicidade constitúe o punto de partida deste traballo. Así, neste capítulo analízase, para cada un destes sectores, o volume e a evolución das exportacións, os tipos de produtos exportados, as zonas de destino destas exportacións así como os principais países importadores deses produtos.

2.1. O sector das artes gráficas

A continuación preséntanse as cifras de exportación do sector gráfico no tocante ao valor, evolución, tipo de produtos e principais países de destino.

2.1.1. Volume e evolución das exportacións

As exportacións españolas de produtos das artes gráficas totalizaron un volume de 144 millóns de euros no ano 2007³, e ata novembro de 2008 o importe das vendas do sector gráfico ao estranxeiro acadaba un valor de 111 millóns.



Fonte: ICEX

³ Na data de peche deste estudo, os datos oficiais estaban actualizados ata Novembro de 2008, pólo que o último ano completo do que se dispón de información é de 2007.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

No panorama nacional, Cataluña e Madrid son as comunidades con maior volume de exportacións (cunha participación de máis do 80% do total nacional); Galicia ocupa a sexta posición no ranking español. Así, as exportacións galegas do sector gráfico en 2007 supuxeron un total de 2,8 millóns de euros, o que supón case o 2% das exportacións do total nacional. Ata novembro de 2008, o volume de exportacións acadaban algo máis de 1,5 millóns.

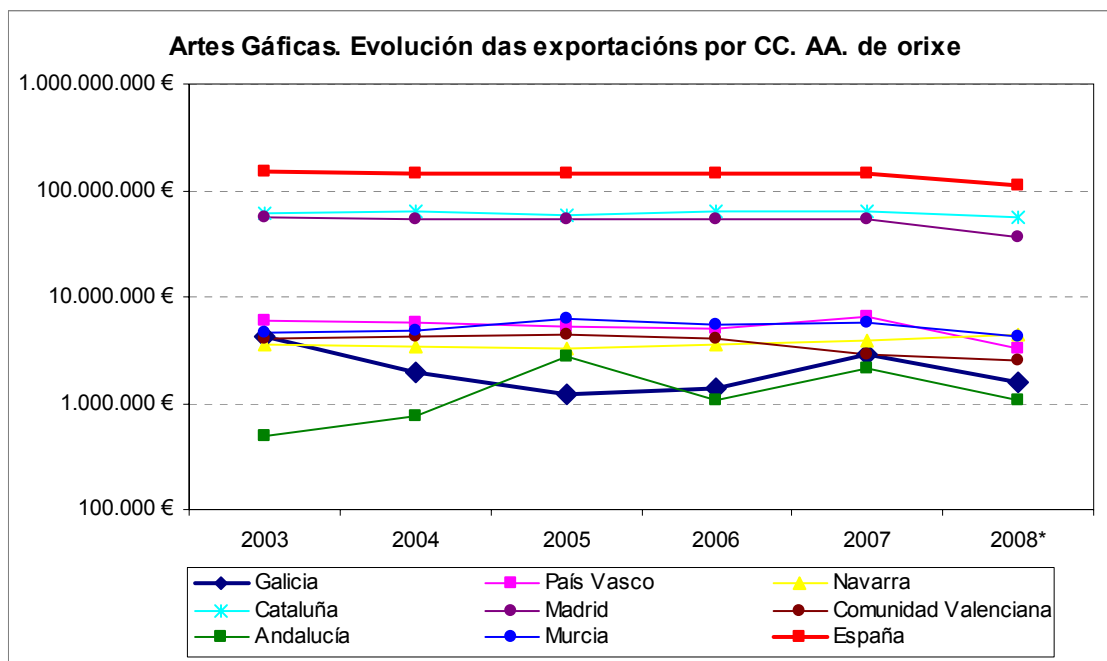
Evolución das exportacións de produtos gráficos nas CC.AA.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008*
Galicia	4.316.585 €	1.967.910 €	1.221.330 €	1.395.079 €	2.857.892 €	1.572.116 €
Asturias	29.066 €	47.984 €	136.874 €	133.876 €	128.044 €	50.561 €
Cantabria	88.598 €	102.937 €	41.850 €	413.075 €	48.135 €	22.842 €
País Vasco	5.948.324 €	5.712.848 €	5.346.501 €	5.127.715 €	6.460.741 €	3.260.807 €
Navarra	3.527.699 €	3.393.838 €	3.236.868 €	3.618.678 €	3.804.303 €	4.439.110 €
Aragón	130.559 €	164.984 €	76.639 €	211.526 €	564.817 €	476.192 €
Cataluña	61.706.075 €	62.637.152 €	57.546.843 €	64.954.212 €	63.052.759 €	55.101.892 €
Castilla y León	555.467 €	443.886 €	552.761 €	689.037 €	217.393 €	307.686 €
La Rioja	18.912 €	481.924 €	43.676 €	32.265 €	25.324 €	144.158 €
Madrid	54.834.783 €	53.792.409 €	54.298.189 €	52.872.172 €	53.774.360 €	36.408.738 €
Castilla la Mancha	10.602.355 €	7.176.580 €	8.093.384 €	4.266.643 €	815.497 €	511.784 €
Com. Valenciana	4.066.003 €	4.140.178 €	4.340.927 €	4.017.050 €	2.842.252 €	2.534.196 €
Baleares	440.854 €	189.020 €	191.796 €	316.861 €	318.432 €	170.894 €
Extremadura	191.646 €	152.759 €	239.360 €	672.263 €	709.746 €	689.291 €
Andalucía	499.795 €	763.474 €	2.750.575 €	1.058.324 €	2.168.539 €	1.064.224 €
Murcia	4.697.414 €	4.820.655 €	6.152.939 €	5.591.819 €	5.595.553 €	4.175.060 €
Canarias	262.079 €	76.449 €	354.400 €	17.337 €	366.306 €	74.901 €
Otros	325.422 €	431.281 €	552.788 €	210.778 €	342.494 €	58.210 €
España	152.241.635 €	146.496.267 €	145.177.699 €	145.598.710 €	144.092.589 €	111.062.663 €

Fonte: ICEX. *Os datos do ano 2008 fan referencia ao período xaneiro-novembro.

Polo que respecta á evolución dende o ano 2003, apréciase un estancamento das exportacións de produtos gráficos no panorama nacional con taxas de crecemento medio anual do 1,35%. Nembargantes, as exportacións galegas deste sector amosan un comportamento ben diferente neste período; así en 2004 e 2005 as vendas ao exterior dos produtos gráficos galegos sofren caídas importantes (54% e 38%), namentres que no período 2006 e 2007 a evolución das exportacións tórnase substancialmente máis positiva que a media nacional, chegando a acadar unha taxa de crecemento superior ao 100%.

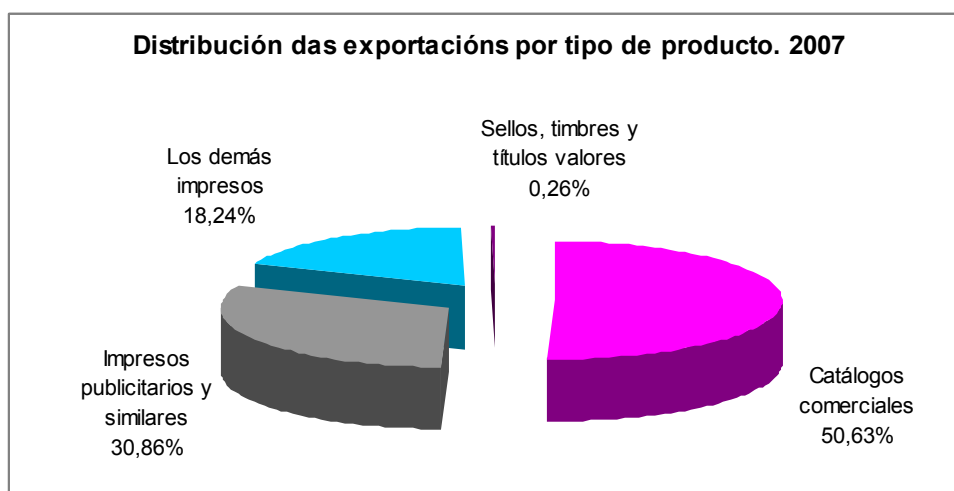
Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior



Fonte: ICEX. *Os datos do ano 2008 fan referencia ao período xaneiro-novembro.

2.1.2. Tipos de productos exportados

En relación coa tipoloxía de produtos exportados polo sector gráfico español no ano 2007, apréciase que máis da metade das exportacións corresponden a catálogos comerciais, unha terceira parte a impresos publicitarios e algo menos dun 20% a outro tipo de impresos.



Fonte: ICEX

Polo que respecta á evolución do tipo de produtos exportados polo sector gráfico, na seguinte táboa pódese apreciar que a partida que presenta unha mellor evolución é a

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

de catálogos comerciais, cun incremento do 20% no ano 2007. A partida “os demais impresos” é a que presenta unha maior caída no último ano (-21%), nembargantes é a que presenta unhas mellores taxas de crecemento nos anos 2005 e 2006 (28% e 15% respectivamente).

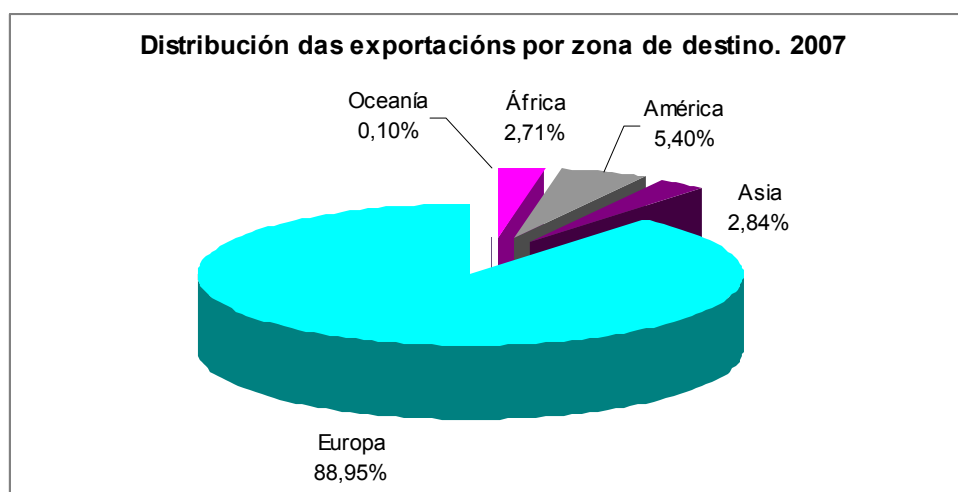
Evolución das exportacións por tipo de productos

	2003	2004	2005	2006	2007
Sellos, timbres y títulos valores				98.333 €	376.402 €
Catálogos comerciais	70.978.755 €	63.761.942 €	64.175.418 €	60.403.521 €	72.957.904 €
Impresos publicitarios	57.590.676 €	59.959.883 €	51.920.366 €	51.594.673 €	44.471.854 €
Los demás impresos	23.672.205 €	22.774.442 €	29.081.915 €	33.502.183 €	26.286.429 €
Total	152.241.635 €	146.496.267 €	145.177.699 €	145.598.710 €	144.092.589 €

Fonte: ICEX

2.1.3. Zonas xeográficas de destino

Europa é a principal zona de destino das exportacións de productos gráficos; así no ano 2007, España vendeulle ao resto de países europeos productos gráficos por valor de 128 millóns de euros, case o 90% das exportacións totais do sector. O 10% restante destinouse ao resto dos continentes, sendo América o segundo destino destas exportacións (cun 5,4% do total).

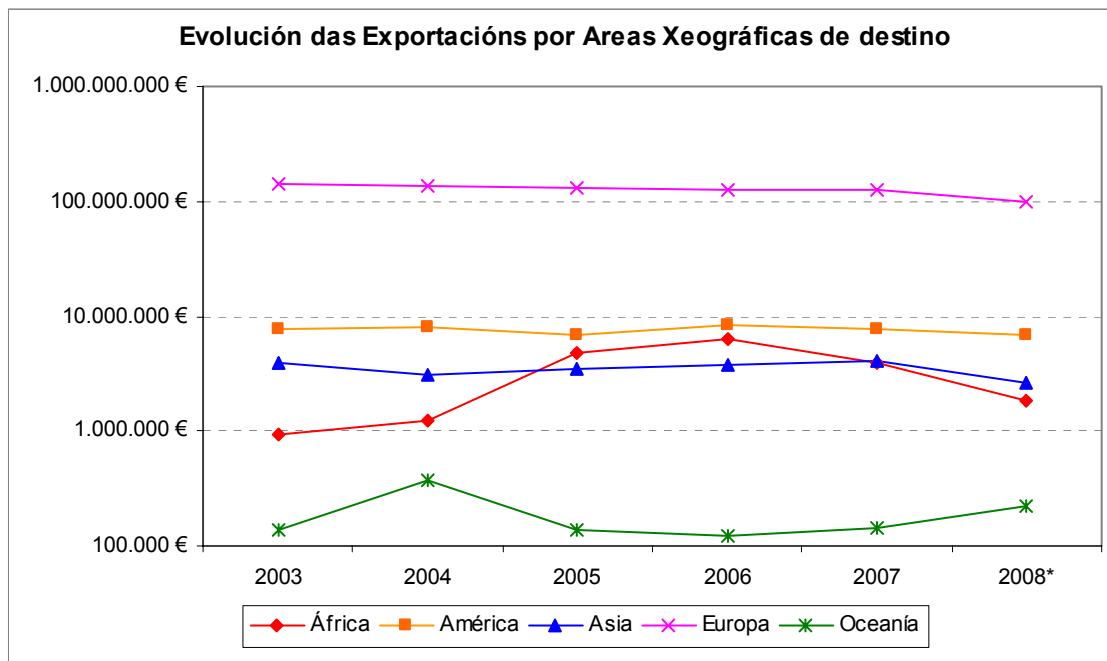


Fonte: ICEX

Polo que respecta á evolución dos destinos das exportacións de productos gráficos, no seguinte gráfico pódese apreciar que Europa é o destino prioritario ocupando o

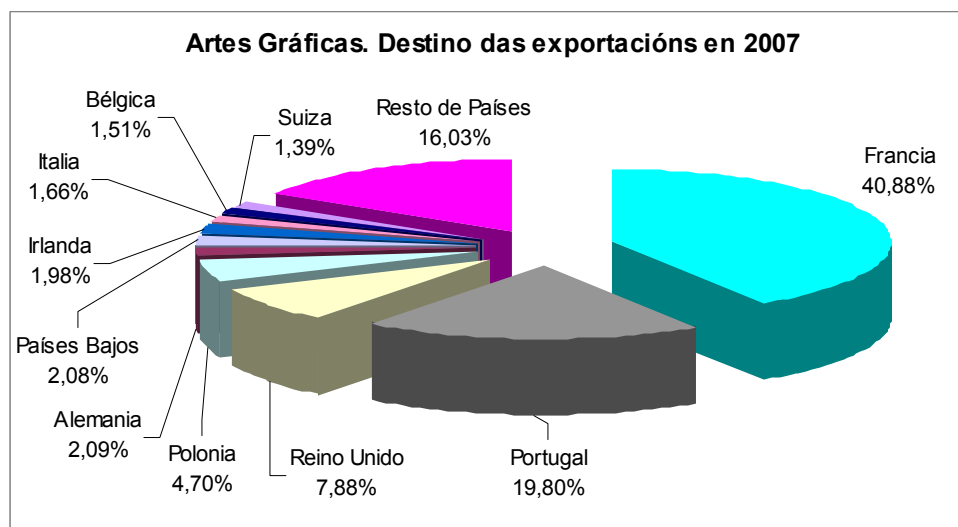
Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

primeiro lugar a gran distancia do segundo (América). Nembargantes, a partir de 2005 obsérvase un lixeiro retroceso dos continentes europeo e americano (tanto en valores absolutos como en valores relativos) en favor do africano (onde Marrocos e Guinea Ecuatorial son os principais importadores deste continente.).



Fonte: ICEX. *Os datos do ano 2008 fan referencia ao período xaneiro-novembro.

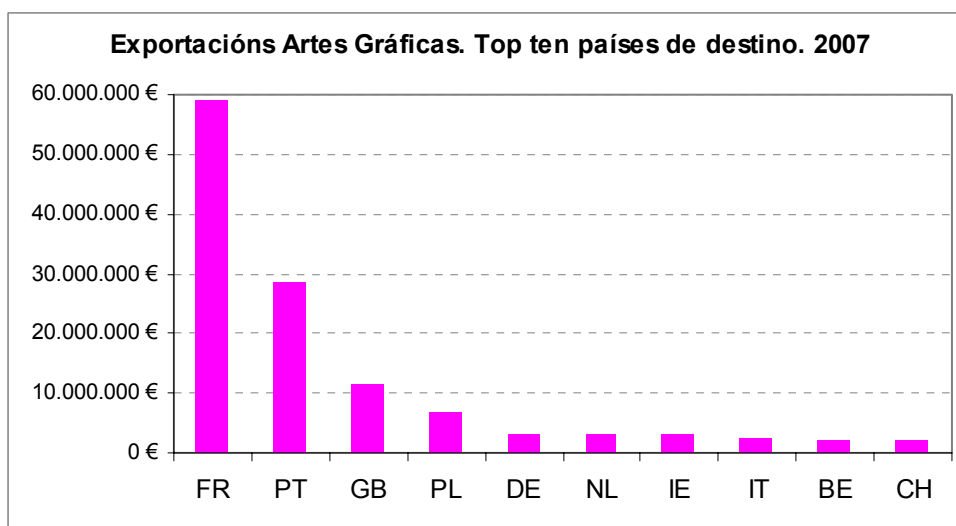
Pormenorizando por países de destino, é preciso remarcar que máis do 80% das exportacións do sector gráfico é importado por tan só 10 países e que o 20% restante repártese entre máis de 90.



Fonte: ICEX.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

Así no ano 2007, o principal país importador de produtos gráficos españois é Francia (case 59 millóns de €), seguido de Portugal (28,5 millóns) e do Reino Unido (11,3 millóns). Polonia (6 millóns), Alemania e os Países Baixos (3 millóns cada un) absorben conxuntamente case un 9% do total das exportacións. Con menos dun 2% e máis dun 1,3% das exportacións totais están Irlanda, Italia, Bélxica e Suíza.



Fonte: ICEX.

Cando se analiza a evolución dos países de destino no período 2006-2008, Francia, Portugal e Reino Unido seguen acadando os tres primeiros postos e gañando peso .

Evolución dos principais países de destino das exportacións

	2006		2007		2008*	
	Euros	%	Euros	%	Euros	%
Francia	51.861.742,75	35,62%	58.909.582,46	40,88%	49.133.463,26	44,24%
Portugal	24.294.214,28	16,69%	28.528.319,55	19,80%	19.724.266,78	17,76%
Reino Unido	12.974.848,99	8,91%	11.347.919,11	7,88%	8.050.830,69	7,25%
Polonia	7.614.565,02	5,23%	6.778.325,13	4,70%	2.974.307,86	2,68%
Alemania	3.262.825,29	2,24%	3.014.498,85	2,09%	2.471.542,87	2,23%
Países Bajos	4.101.414,90	2,82%	2.992.653,25	2,08%	2.550.292,42	2,30%
Irlanda	1.910.181,26	1,31%	2.852.496,52	1,98%	1.541.359,65	1,39%
Italia	1.337.335,24	0,92%	2.387.956,57	1,66%	2.155.358,79	1,94%
Bélgica	10.045.820,84	6,90%	2.169.962,57	1,51%	2.103.967,06	1,89%
Suíza	2.521.983,75	1,73%	2.008.599,21	1,39%	1.672.959,03	1,51%
Estados Unidos	1.689.549,98	1,16%	1.727.890,46	1,20%	1.925.913,84	1,73%
Guinea Ecuatorial	1.946.452,63	1,34%	795.661,06	0,55%	126.527,84	0,11%
Argelia	3.148.296,21	2,16%	42.951,51	0,03%	31.163,43	0,03%
Resto de Países	18.889.478,39	12,97%	20.535.772,30	14,25%	16.600.709,83	14,95%
Total	145.598.709,53	100,00%	144.092.588,55	100,00%	111.062.663,35	100,00%

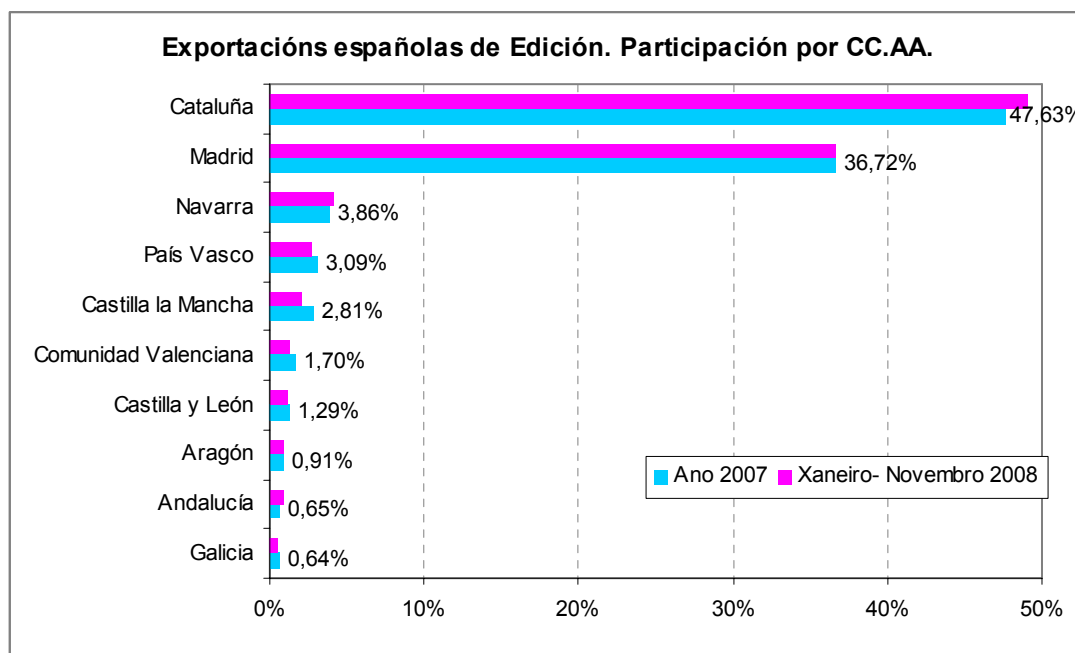
Fonte: ICEX. *Os datos do ano 2008 fan referencia ao período xaneiro-novembro.

2.2. O sector da edición

A continuación analízase a situación actual e a evolución das exportacións do sector editorial, detallando o valor das mesmas, os tipos de produtos exportados e os principais países de destino.

2.2.1. Volume e evolución das exportacións

As exportacións españolas de edición totalizaron un volume de 768 millóns de euros no ano 2007 e ata novembro de 2008 o importe das vendas de produtos editoriais ao estranxeiro acadaba un valor de 665 millóns.



Fonte: ICEX.

No panorama nacional, Cataluña e Madrid son as comunidades con maior volume de exportacións (cunha participación de máis do 80% do total nacional); Galicia ocupa a décima posición no ranking español. Así, as exportacións galegas do sector editorial en 2007 supuxeron un total de 4,9 millóns de euros, cun peso de 0,64%% nas exportacións do total nacional. Ata novembro de 2008, o volume de exportacións acadaban algo máis de 3,1 millóns.

Polo que respecta a evolución das exportacións editoriais en España no período 2003-2007, apréciase que no ano 2004 producíase un lixeiro crecemento das vendas ao

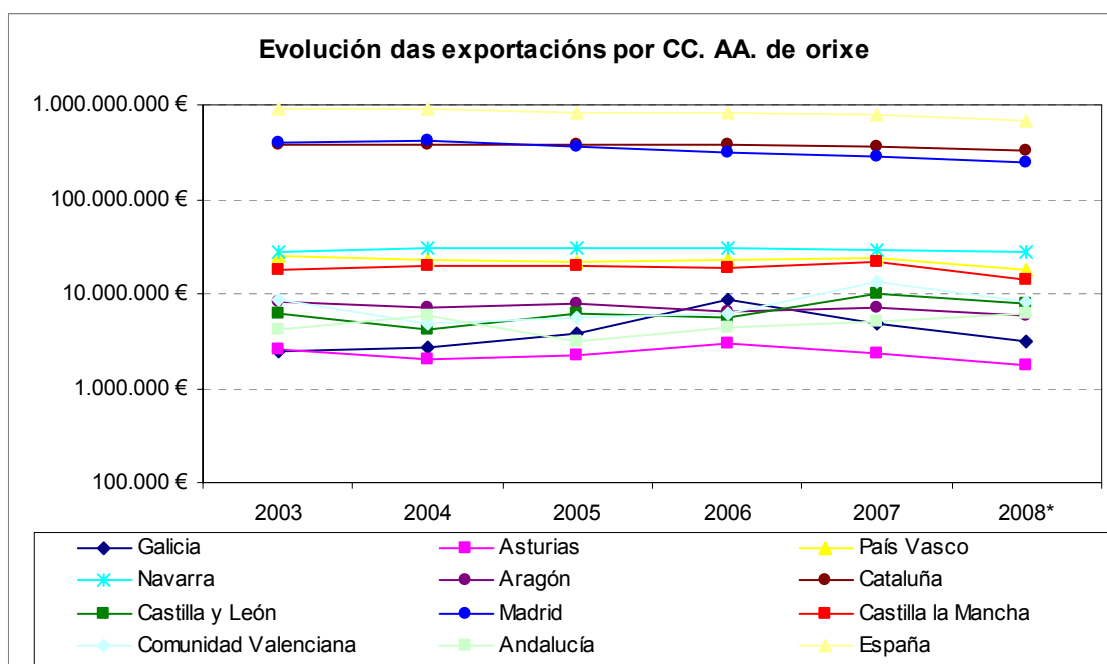
Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

estranxeiro (0,7%), pero a partir de 2005, o sector editorial comeza a sufrir unha recesión con taxas de crecemento medio anual de -4,8%.

Evolución das exportacións de produtos editoriais nas CC.AA.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008*
Galicia	2.495.670 €	2.767.277 €	3.858.046 €	8.827.421 €	4.939.041 €	3.145.011 €
Asturias	2.546.878 €	2.043.385 €	2.266.552 €	2.956.642 €	2.352.228 €	1.768.495 €
Cantabria	552.162 €	600.101 €	592.479 €	358.234 €	598.810 €	339.065 €
País Vasco	25.034.794 €	22.662.294 €	21.537.259 €	22.659.055 €	23.732.047 €	17.811.502 €
Navarra	27.885.398 €	30.113.983 €	31.176.797 €	30.809.433 €	29.660.273 €	27.184.384 €
Aragón	8.094.857 €	7.132.515 €	7.767.297 €	6.598.792 €	6.983.741 €	5.988.824 €
Cataluña	380.398.086 €	380.131.743 €	374.039.155 €	387.270.213 €	366.160.012 €	326.637.679 €
Castilla y León	6.168.919 €	4.114.768 €	6.067.416 €	5.518.722 €	9.931.844 €	7.971.928 €
La Rioja	19.052 €	91.283 €	115.514 €	86.195 €	136.446 €	51.706 €
Madrid	398.943.830 €	408.660.135 €	360.633.993 €	310.553.140 €	282.252.342 €	244.224.696 €
Castilla la Mancha	17.612.125 €	19.265.675 €	19.909.615 €	18.378.161 €	21.631.867 €	13.920.022 €
Com. Valenciana	8.632.195 €	4.777.814 €	5.638.071 €	6.095.429 €	13.093.382 €	8.268.028 €
Baleares	283.566 €	500.117 €	408.933 €	327.552 €	160.870 €	158.495 €
Extremadura	20.698 €	162.736 €	151.027 €	484.387 €	347.366 €	88.954 €
Andalucía	4.169.630 €	5.883.267 €	3.150.564 €	4.411.512 €	4.990.892 €	6.086.535 €
Murcia	319.347 €	234.540 €	189.286 €	277.361 €	469.296 €	363.370 €
Canarias	258.506 €	412.523 €	173.770 €	399.860 €	1.003.735 €	709.870 €
Otros	2.976.712 €	3.054.969 €	3.299.285 €	1.983.222 €	285.630 €	690.437 €
España	886.412.424 €	892.609.125 €	840.975.059 €	807.995.333 €	768.729.824 €	665.409.000 €

Fonte: ICEX. *Os datos do ano 2008 fan referencia ao período xaneiro-novembro.



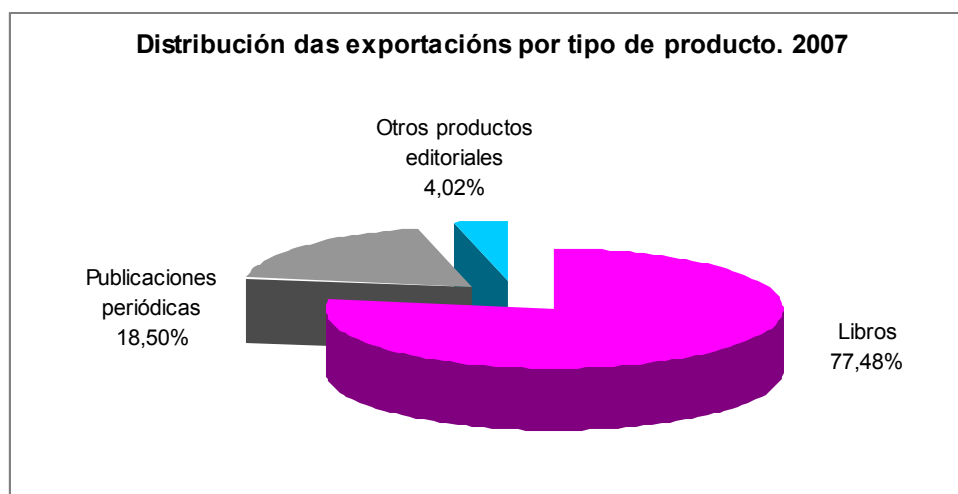
Fonte: ICEX. *Os datos do ano 2008 fan referencia ao período xaneiro-novembro.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

No caso do sector editorial galego, as exportacións no período 2003-2007 presentan unha traxectoria máis favorable que a media nacional, xa que a taxa media de crecemento anual neste período é de 33,7%. Nembargantes, apréciase fortes cambios de tendencia nestes cinco últimos anos. Así nos tres primeiros (2003-2006) a taxa media anual de crecemento foi de case un 60%, acadando o seu maior nivel en 2006, cunhas exportacións valoradas en 8,8 millóns de euros, o que lle valeu situarse no sexto posto do ranking de CC.AA. Pero a partir de entón a tendencia cambia de signo pasando a un crecemento negativo en 2007 de -44% e de -36% nos once primeiros meses de 2008.

2.2.2. Tipos de produtos exportados

En relación coa tipoloxía de produtos exportados polo sector editorial no ano 2007, apréciase que máis das $\frac{3}{4}$ partes das exportacións corresponden a libros, algo menos dun 20% a publicacións periódicas e o 4% a outros produtos editoriais (planos, debuxos, calcomanías, tarxetas postais, estampas, gravados e fotografías).



Fonte: ICEX

Polo que respecta á evolución dos produtos exportados polo sector editorial no período 2003-2007, na seguinte táboa pódese apreciar que os libros constitúen o produto coa traxectoria máis estable, aínda que sofren unha lixeira recesión a partir de 2005, sendo a taxa media de crecemento anual de -2,5%. As publicacións periódicas acusan caídas nas vendas ao estranxeiro en 2004 e 2005 (do 9% e 12% respectivamente), para amosar unha lixeira melloría en 2006 e 2007. Os outros produtos editoriais son os que amosan unha tendencia máis inestable no período

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

2003-2007, xa que contando cunha taxa media anual de crecemento de -7,6%, no ano 2006 presenta un incremento do 15%.

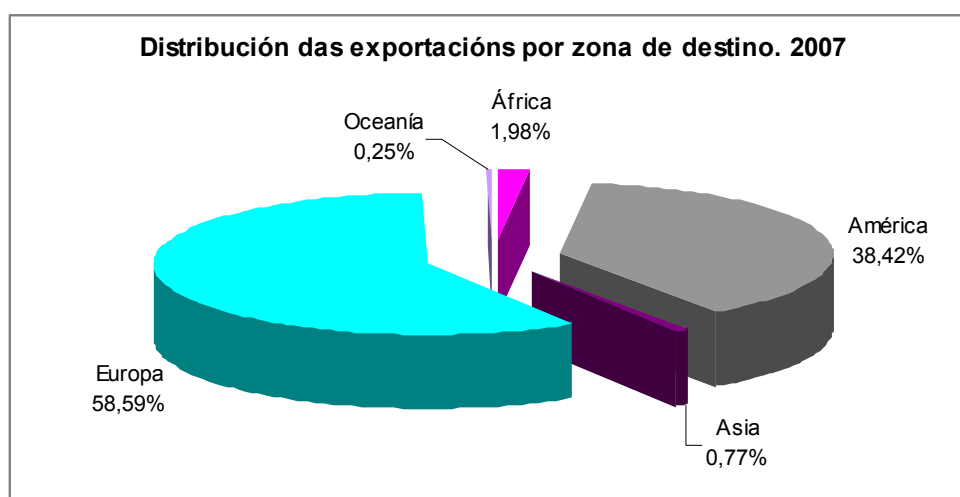
Evolución das exportacións por tipo de productos

	2003	2004	2005	2006	2007
Libros	661.795.557 €	695.168.192 €	663.569.179 €	623.379.350 €	595.639.264 €
Publicaciones periódicas	179.745.811 €	162.529.046 €	142.770.270 €	144.753.233 €	142.208.910 €
Otros productos editoriales	44.871.056 €	34.911.888 €	34.635.610 €	39.862.751 €	30.881.650 €
Total	886.412.424 €	892.609.125 €	840.975.059 €	807.995.333 €	768.729.824 €

Fonte: ICEX

2.2.3. Zonas xeográficas de destino

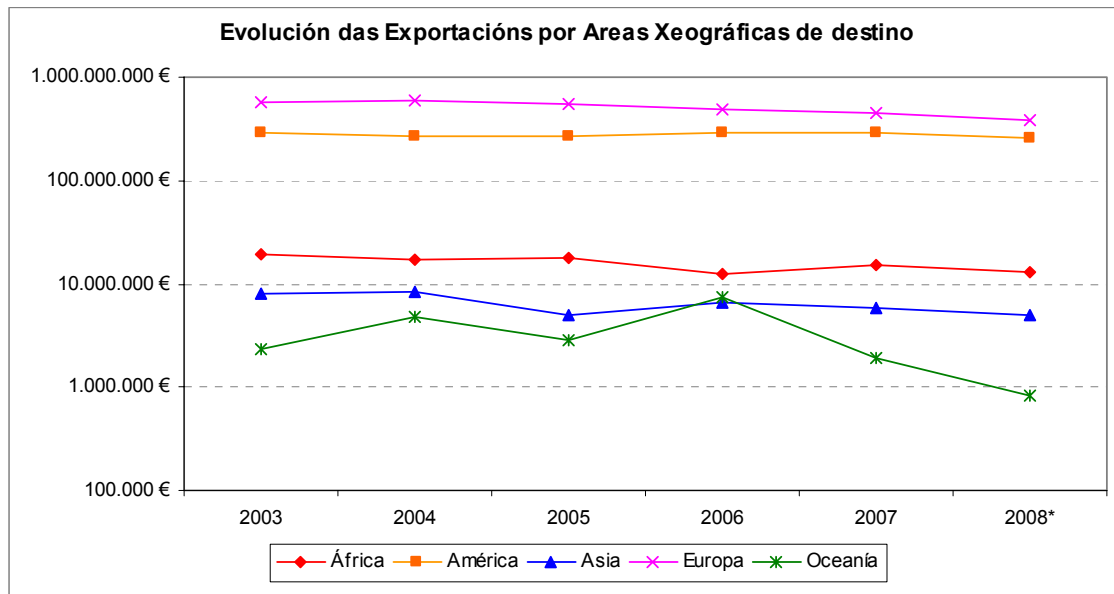
Europa é a principal zona de destino das exportacións de productos editoriais; así no ano 2007, España vendeulle ao resto de países europeos productos editoriais por valor de 450 millóns de euros, case o 60% das exportacións totais do sector. O segundo continente importador das edicións españolas é América, que en 2007 comprou productos editoriais a España por valor de 295 millóns.



Fonte: ICEX

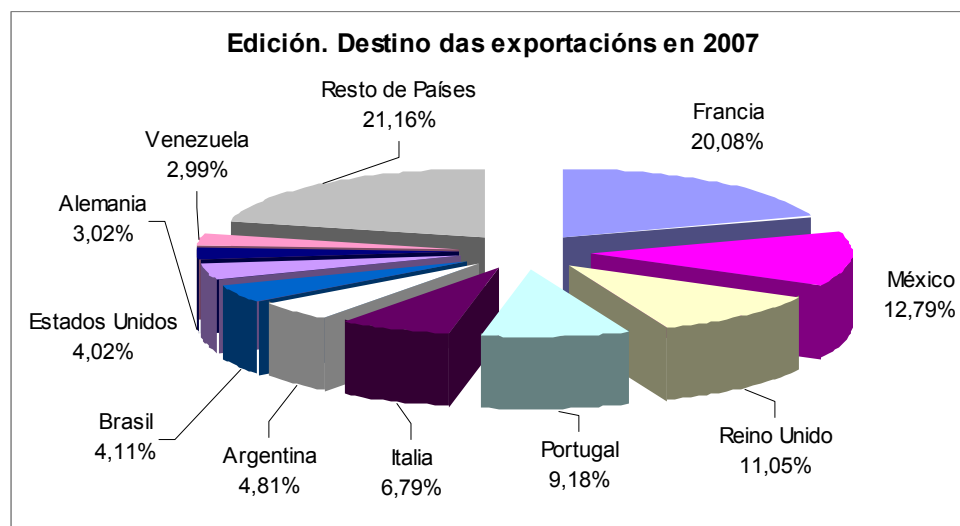
Polo que respecta á evolución dos destinos das exportacións das edicións españolas, no seguinte gráfico pódese apreciar que Europa é o destino prioritario seguido do continente americano. Nembargantes a partir de 2005, apréciase una perda de peso nas exportacións europeas en favor do continente americano.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior



Fonte: ICEX. *Os datos do ano 2008 fan referencia ao período xaneiro-novembro.

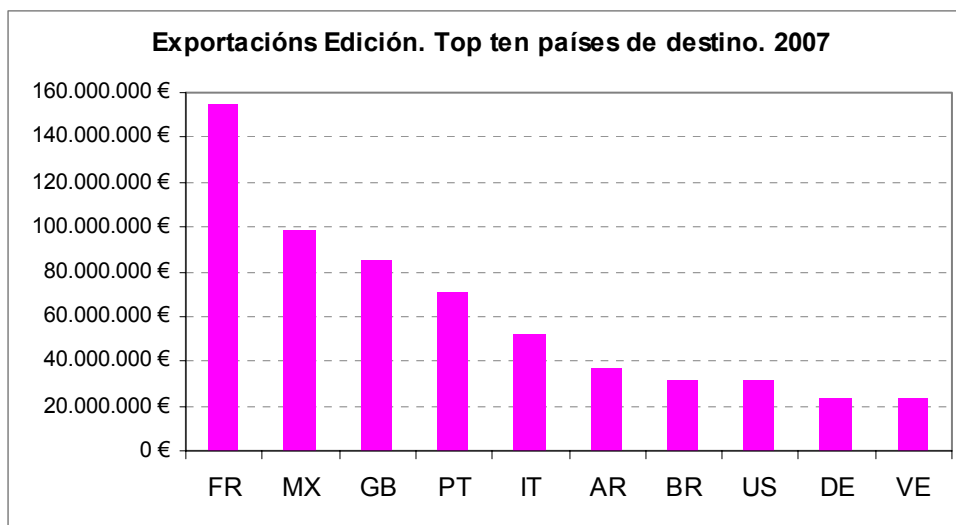
Pormenorizando por países de destino, é preciso remarcar que máis das $\frac{3}{4}$ partes das exportacións do sector editorial é importado por tan só 10 países e que o 25% restante repártese entre máis de 90 países.



Fonte: ICEX.

Así no ano 2007, o principal país importador de edicións españolas é Francia (154 millóns de €), seguido de México (98 millóns), Reino Unido (85 millóns) e Portugal (70 millóns). No rango de 30-50 millóns de euros, atopamos a países coma Italia, Arxentina, Brasil ou Estados Unidos.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior



Fonte: ICEX.

Cando se analiza a evolución dos países de destino no período 2006-2008, Francia, México e Reino Unido seguen acadando os tres primeiros postos coa mesma participación no total das exportacións (20%, 12% e 10% respectivamente). Tamén se observa que países coma Portugal, Arxentina, Brasil ou Venezuela van gañando importancia no conxunto das exportacións españolas de produtos editoriais.

Evolución dos principais países de destino das exportacións

	2006		2007		2008*	
	Euros	%	Euros	%	Euros	%
Francia	169.541.595,65	20,98%	154.322.771,76	20,08%	135.294.629,26	20,33%
México	98.059.265,40	12,14%	98.302.170,95	12,79%	82.128.495,51	12,34%
Reino Unido	85.080.206,74	10,53%	84.943.704,57	11,05%	66.804.841,45	10,04%
Portugal	70.756.353,90	8,76%	70.596.988,48	9,18%	69.408.268,16	10,43%
Italia	60.100.670,32	7,44%	52.169.378,91	6,79%	42.316.214,40	6,36%
Arxentina	33.643.734,33	4,16%	36.974.297,41	4,81%	35.950.296,43	5,40%
Brasil	19.723.575,47	2,44%	31.617.043,70	4,11%	22.423.010,26	3,37%
Estados Unidos	37.786.591,82	4,68%	30.936.946,06	4,02%	24.151.009,79	3,63%
Alemania	32.717.860,93	4,05%	23.251.498,13	3,02%	15.755.671,03	2,37%
Venezuela	21.544.033,33	2,67%	22.973.302,30	2,99%	21.889.845,67	3,29%
Resto de Países	179.041.445,17	22,16%	162.641.721,66	21,16%	149.286.718,29	22,44%
Total	807.995.333,06	100,00%	768.729.823,93	100,00%	665.409.000,25	100,00%

Fonte: ICEX. *Os datos do ano 2008 fan referencia ao período xaneiro-novembro.

2.2.4. *Perspectivas do sector*

Segundo o ICEX e a Federación de Cámaras do Libro, as tendencias de futuro do sector editorial son positivas.

- **España é o terceiro país de Europa Occidental en consumo de libros** per cápita, despois de Noruega e Austria. O sector editorial español atópase nunha fase de crecemento que permite prever bos escenarios de futuro.
- Prevese un **alza nas actividades ata agora minoritarias do sector**, xestión de dereitos, servizos a clientes e marketing que producirá un desprazamento progresivo de parte dos ingresos producidos pola edición de libros cara ao resto de actividades complementarias do sector.
- **Internet representa o principal desafío das editoriais** á hora de definir as súas estratexias para atraer a novos lectores. Os libros electrónicos experimentarán un importante crecemento, especialmente no segmento de libros para profesionais. Este formato de libros chegará aos 1.800 millóns de dólares en 2011.
- **A proxección internacional das editoriais españolas é unha aposta crecente** e con tendencia a expandirse por novos mercados, especialmente Estados Unidos e os principais mercados latinoamericanos.
- O mercado do libro en Europa Occidental crecerá a un ritmo do 2% anual ata acadar os 52.000 millóns de dólares en 2011.
- **En Europa, os libros de consumo crecerán a una media do 3%**; os libros de texto farano ao 1,3% e a versión impresa de libros para profesionais decrecerá a un 0,7% de media anual.
- En España, o crecemento global do mercado do libro será dun 2,2%, lixeiramente superior á media de Europa.

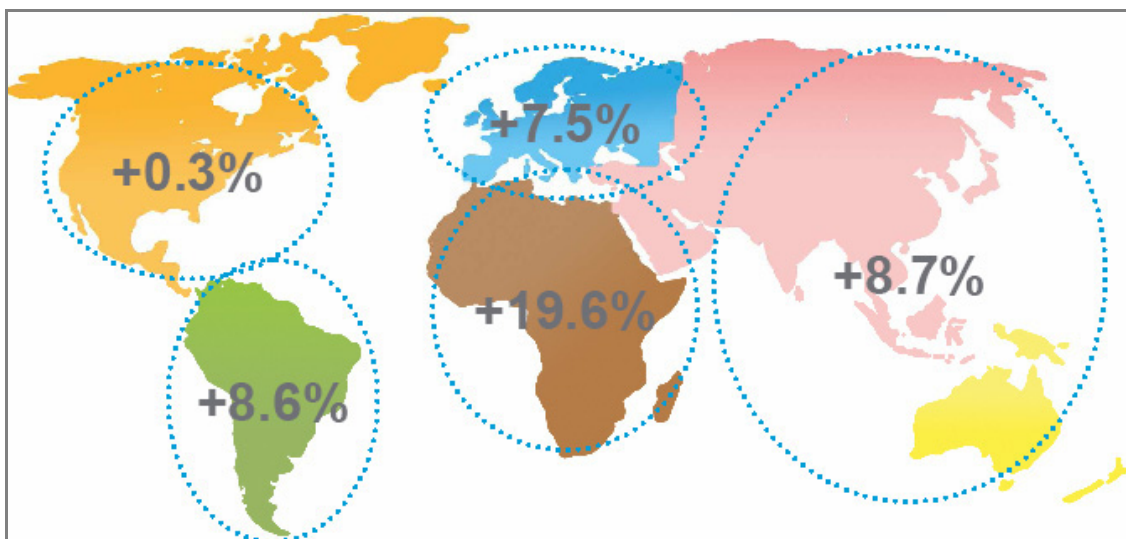
2.3. O sector da publicidade

A continuación analízanse as cifras do mercado publicitario mundial en termos de volume, evolución, distribución xeográfica e inversión por tipos de produtos publicitarios.

2.3.1. Volume e evolución da inversión mundial

Segundo a axencia Nielsen o mercado publicitario mundial creceu un 4,4% no ano 2007, sendo África, Asia e América do Sur son as áreas xeográficas que experimentaron un maior crecemento con respecto a 2006.

Variación da inversión publicitaria por continentes. 2006-2007.



Fonte: Nielsen Company "Global Advertising Trends"

Segundo a axencia Zenith Optimedia, a inversión publicitaria mundial ascendeu a máis de 485.000 millóns de dólares no ano 2007 e as previsións de crecemento apuntan que en 2010 o volume da inversión publicitaria acadará os 585.000 millóns de dólares.

Máis do 50% da inversión publicitaria mundial se realiza en América do Norte e Europa Occidental. As previsións de crecemento para o ano 2010 estimanse nun 30%, e aínda que os países de América do Norte e Europa Occidental seguirán sendo os principais inversores en publicidade, espérase un forte crecemento investidor países de Europa do leste e Iberoamérica.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

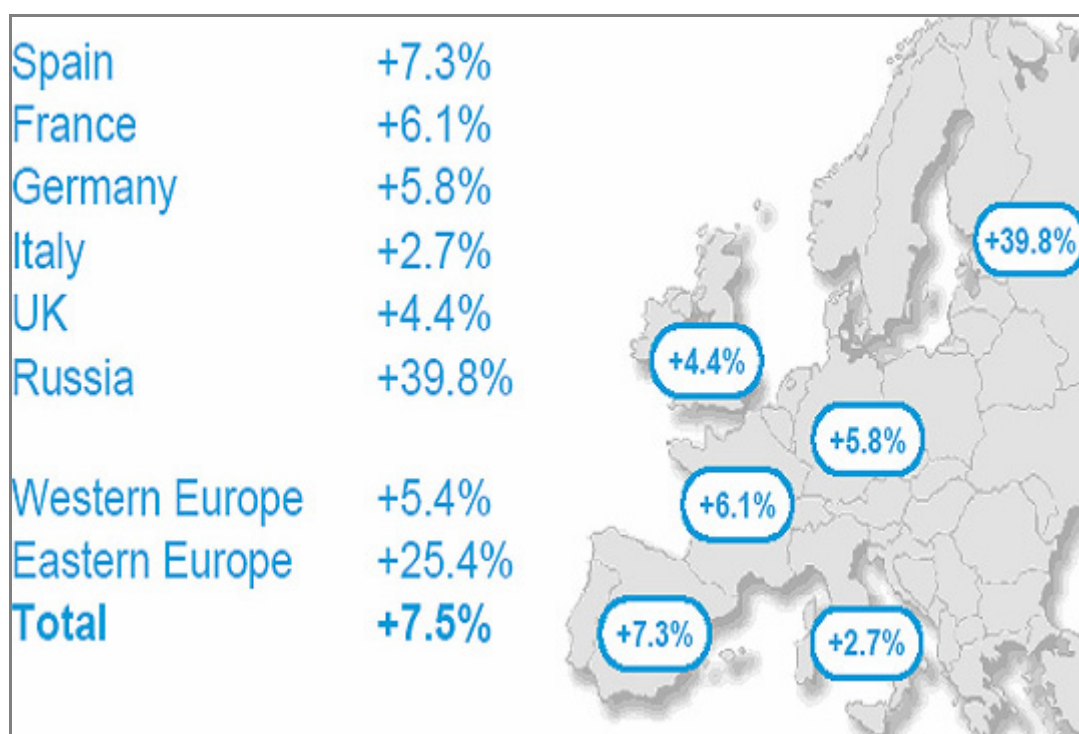
Inversión publicitaria mundial (en millones de €)

	2006	2007	p 2008	p 2009	p 2010
América del Norte	183.520	188.415	194.990	200.271	207.570
Europa Occidental	113.513	119.976	124.420	129.770	135.781
Asia-Pacífico	94.719	102.807	111.534	119.001	127.916
Europa Central/Oriental	25.799	31.563	37.041	42.628	48.424
Iberoamérica	22.638	26.329	30.924	35.130	38.920
Africa/M. East/ROW	13.406	16.490	18.606	21.871	25.938
Global	453.595	485.580	517.515	548.671	584.550

Fonte: Zenith Optimedia

No que respecta á inversión publicitaria no continente europeo, os países que experimentaron un maior crecemento no ano 2007 son Rusia e España.

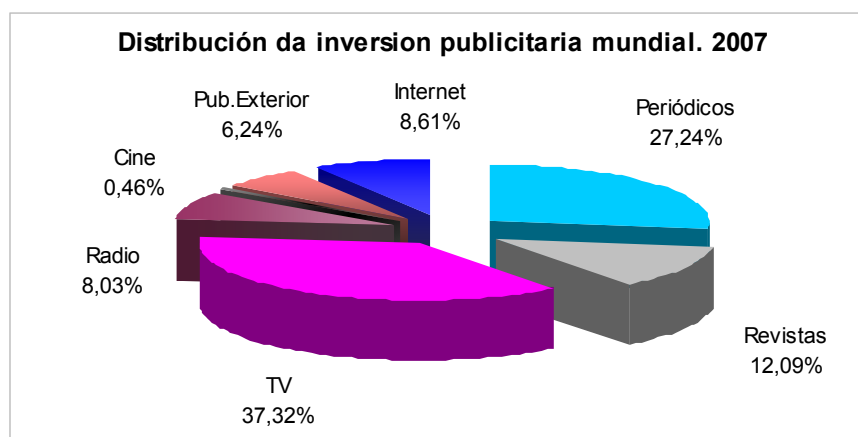
Variación da inversión publicitaria en Europa. 2006-2007.



Fonte: Nielsen Company "Global Advertising Trends"

2.3.2. Inversión mundial por tipo de productos

A televisión e a prensa son os principais medios publicitarios, cunha participación de 37% e 27%, respectivamente, na inversión publicitaria mundial do ano 2007. Nese ano, a publicidade en internet (cun 8,6% do investimento global) supera á radio (cun 8,03%).



Fonte: Zenith Optimedia

Si se analiza a distribución publicitaria por sectores, atópase que son as actividades relacionadas coa automoción e co coidado da saúde as que máis invisten en publicidade (un 10% e un 9,8%, respectivamente).

Distribución da inversión publicitaria mundial por sectores

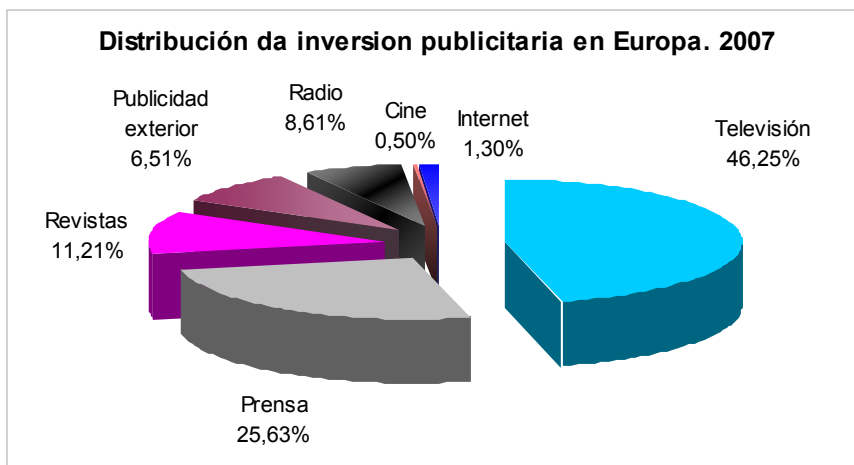
Rank	Sector	% '07 v '06	%Total Spend
1	Automotive	↓ -2.0%	10%
2	Healthcare	↑ +4.9%	9.8%
3	Media & Publishing	↓ -1.2%	9.0%
4	Cosmetics & Toiletries	↑ +5.9%	7.9%
5	Entertainment	↑ +3.2%	7.0%
6	Financial	↑ 15.5%	6.9%
7	Food	↑ +7.7%	6.6%
8	Telecommunications	↑ +9.4%	6.0%
9	Retail	↑ +6.3%	4.2%
10	Drink	↑ +5.1%	4.0%

Countries: Australia, Canada, China, Germany, Hong Kong, India, Indonesia, Italy, Malaysia, Netherlands, New Zealand, Norway, Philippines, Singapore, South Africa, Spain, Switzerland, Thailand, UK, USA

Fonte: Nielsen Company "Global Advertising Trends"

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

En canto á inversión publicitaria por medios en Europa, evidénciase que en 2007 o medio no que máis se investiu foi a televisión (46,25%), seguida da prensa (25,63%). A participación de internet como medio publicitario en Europa é menor que a media mundial, aínda que a taxa de variación con respecto ao ano 2006 foi a maior de todos os medios e esperase que experimente un forte crecemento nos anos seguintes.



Fonte: Zenith Optimedia

2.3.3. Principais países inversores

A continuación amósanse os 10 países que experimentarán un maior crecemento na inversión publicitaria no período 2007-2010.

País	Var. 2007 - 2010 Millóns de \$	Var. 2007 - 2010 %
USA	17.720	9,9
China	10.194	63,5
Russia	8.248	92,1
Brazil	7.723	79,6
UK	5.808	22,8
India	3.465	52,2
Japan	2.318	5,7
South Korea	2.153	21,6
South Africa	2.070	47,7
Philippines	2.035	56,6

Fonte: Zenith Optimedia

Na táboa anterior reflíctese a contribución de países emerxentes ao crecemento dos investimentos publicitarios globais. China, Rusia e Brasil seguen de cerca a Estados Unidos como contribuíntes ao crecemento nos próximos anos, a pesar de que o mercado publicitario en China é só o 9% do tamaño deste mercado en EEUU e Brasil e Rusia representan só o 5% do mercado estadounidense. No mesmo período esperase que os mercados desenvolvidos (Norteamérica, Europa Occidental e Xapón) contribúan nun 38% ao crecemento dos investimentos publicitarios, fronte ao 63% que representarán neste crecemento o resto dos mercados. A porcentaxe de investimento publicitario destinado aos mercados en vías de desenvolvemento pasará do 27% ao 33%.

2.3.4. *Perspectivas do sector*

Segundo o estudo realizado por Zenith Optimedia, as previsións do mercado publicitario nos países desenvolvidos estancaranse namentres que o crecemento económico dos países en vías de desenvolvemento impulsará as inversións publicitarias. Así, as principais conclusións deste estudio son as seguintes:

- As previsións de crecemento para 2009 rebaixáronse do 3,7% ao 3,5% en Norteamérica e do 3,9% ao 3,7% en Europa Occidental.
- Nembargantes, as estimacións para o resto do mundo son positivas e alcistas, dun 11,1% a un 11,8%.
- **Os mercados en desenvolvemento** representarán un 62% do crecemento nas inversións publicitarias no período 2007 - 2010, e **aumentarán a súa participación no mercado publicitario global** do 27% ao 33%.
- **A incerteza económica** en mercados desenvolvidos **está a favorecer** que os orzamentos publicitarios se inclinen aos **medios dixitais**.
- A **publicidade en internet** romperá a barreira do 10% este ano 2009 e representará o 13,6% da inversión global en 2010.