



## Inversión en medios

■ Más de 84 por ciento de la facturación total de las agencias, unos 430 millardos de bolívares correspondió a la inversión en medios. Como en años anteriores, la televisión se mantiene en el primer lugar de captación de pautas publicitarias, con 74 por ciento, una diferencia de dos puntos porcentuales con respecto al año anterior. La prensa, revistas y las vallas bajaron un punto y la radio se mantuvo prácticamente igual. Internet, que había generado numerosas expectativas a finales de los años 90, prácticamente desapareció del menú de inversiones. Al igual que en el 2002, los folletos y encartes (ubicados en otros rubros) también mostraron una sensible baja.