

## **La imprenta, una herramienta de gran valor en las campañas publicitarias, según ImprentaMadrid.com**

**Las mejores campañas publicitarias son aquellas que se emiten de forma física, ya que el contenido gráfico es una herramienta con un gran potencial. Las pequeñas, medianas y grandes empresas tienen la falsa creencia de que los medios digitales son los únicos por los cuales deben optar. Se equivocan**

La publicidad, hoy en día, se puede manifestar en muchas formas, formatos, soportes, medios, etc. La imprenta es uno de esos formatos en los que es posible plasmar la publicidad y lo cierto es que, a día de hoy, la imprenta es un formato que sigue funcionando como en sus principios. A lo largo de los últimos años la inversión que se ha realizado en la publicidad se ha ido repartiendo de distintas formas entre los diversos medios existentes. Un estudio del INE ha demostrado que, en el año 2008, la televisión cobraba el primer puesto para las empresas a la hora de gastar dinero en publicidad (con 3000 millones de euros aproximadamente).

En segundo lugar, se posicionaban los periódicos (con 1600 millones de euros) y el resto de los medios se repartían de forma más o menos aproximada alrededor de 600 millones de euros (entre ellos la imprenta). Actualmente, en el año 2020 los medios digitales son los que más inversión reciben cada año (muy por encima de la televisión, los periódicos, medios exteriores y los demás medios). Por lo tanto, las empresas actualmente tienen el pensamiento, cada vez más creciente, de que el marketing digital es el medio por excelencia para promocionarse y el camino directo y cuesta abajo hacia su público objetivo.

Sin embargo, según ImprentaMadrid.com, las empresas que tienen esa visión tan radical sobre la publicidad probablemente estén perdiéndose una vía mucho más concreta y eficaz de llegar a su target. ImprentaMadrid.com es una empresa especialista en imagen corporativa y muchos otros productos (alrededor de 10000 tipos de productos impresos). ImprentaMadrid.com explica que los medios impresos son ideales para aquellas empresas que quieran realizar una segmentación más detallada de su público objetivo, ya que permitirá llegar solamente a aquellos que ellos escojan.

Además, ImprentaMadrid.com explica lo siguiente: “Cuando el público objetivo recibe publicidad impresa recibe algo físico que en la mayoría de los casos se guardan ‘por si acaso’. Esto significa que nuestra publicidad estará en sus manos durante cierto tiempo, cosa que no ocurre con la publicidad digital”. A diario las personas se ven invadidas por cientos de mensajes publicitarios provenientes de los medios digitales y en la mayoría de los casos el público objetivo recibe de forma negativa o de forma pasiva los mensajes publicitarios. De esta manera es como mayor parte de los mensajes publicitarios de las empresas caen en saco roto. Ante esta problemática, ImprentaMadrid.com aconseja aprovechar las ventajas de ambos medios y realizar una publicidad mixta.

**Datos de contacto:**  
ImprentaMadrid.com  
910 015 455

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consultoría](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>