

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 14,0% EN EL MES DE FEBRERO DE 2024

27 de marzo de 2024

Todos los medios presentan evoluciones positivas, a excepción de Diarios y Dominicales.



EVOLUCIÓN FEBRERO 2024 VS FEBRERO 2023

Durante el mes de febrero de 2024, la inversión publicitaria ha alcanzado los 400,6 millones de euros, creciendo un 14,0% respecto al periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 351,5 millones de euros.

Como recordatorio incidir en que se incluyen en los datos de la presente nota de prensa aquellos medios y soportes no controlados directamente por InfoAdex en base a datos declarados/estimados del mercado publicitario. Por ello los datos que aquí se presentan podrán no coincidir con aquellos que se extraigan de las herramientas que InfoAdex pone a disposición de los usuarios de su información. Los medios más afectados por esta medida son Radio, Exterior y Digital, éste último por la inclusión de datos de Search y Redes Sociales.

Digital, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria durante el mes de febrero de 2024, ha experimentado un crecimiento del 10,0% frente al mes de febrero de 2023, obteniendo 181,2 millones de euros. Dentro de Digital el mejor comportamiento este mes es para **Redes Sociales**, que incrementa su cifra de inversión un 14,8%, alcanzando los 52,8 millones de euros. **Websites**, crece un 9,3% con una inversión de 63,5 millones de euros frente a los 58,1 millones que obtuvo en el mismo periodo de 2023. Por último, dentro de los medios contemplados en digital, **Search** aumenta un 7,1% pasando de los 60,6 millones de euros en el mes de febrero de 2023 a los 64,9 millones del mes analizado.

INFOADEX

Medios	Febrero 2023	Febrero 2024	% Evol. 24/23	
Cine	0,6	0,8	20,4%	
Diarios	18,6	17,4	-6,6%	
Dominicales	0,4	0,3	-8,8%	
Exterior	21,4	24,7	15,3%	
Radio	32,2	37,3	15,7%	
Revistas	6,4	6,6	3,9%	
Televisión	107,1	132,2	23,5%	
Total Digital	164,7	181,2	10,0%	
	Search	60,6	64,9	7,1%
	Websites (Display + Video)	58,1	63,5	9,3%
	Redes Sociales (Display + Video)	46,0	52,8	14,8%
Total medios	351,5	400,6	14,0%	

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.

El segundo medio por inversión es **Televisión** que concentra una inversión publicitaria de 132,2 millones de euros, con un crecimiento del 23,5% frente a los 107,1 millones de euros del mismo periodo del 2023.

Radio, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 37,3 millones y un aumento del 15,7%, por encima del cuarto medio, **Exterior**, cuya cifra asciende en el segundo mes del ejercicio a 24,7 millones de euros y registra una subida del 15,3% sobre la cifra correspondiente al año anterior. El medio **Diarios**, presenta un descenso en su inversión del -6,6% alcanzando los 17,4 millones de euros. **Revistas**, sexto medio por volumen de inversión, aumenta su cifra un 3,9% y 6,6 millones de euros.

Cine, registra 0,8 millones de euros durante el mes de febrero de 2024 aumentando su inversión en un 20,4%. En último lugar, el medio **Dominicales**, registra un decrecimiento en su inversión de un -8,8% alcanzando los 0,3 millones de euros durante el mes de febrero de 2024.