

## LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 6,1% EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2024

24 de junio de 2024



Dando continuidad a los datos mostrados en la presentación del Estudio InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España 2024, cifras 2023, el pasado mes de febrero, y la nota de prensa del primer trimestre del presente ejercicio InfoAdex publica, con carácter trimestral, las evoluciones por medios asignando a cada uno de ellos su parte digital. A continuación, se muestra según este nuevo análisis, el desglose de la parte digital y no digital.

### EVOLUCIÓN MEDIOS DIGITAL + NON DIGITAL (1S 24 VS. 1S 23)

Medios	Non digital 1S 24	Digital 1S 24	Tot 1S 24	% Cuota 1S 24	% ev.	Tot 1S 23
Cine	8,3		8,3	0,3%	11,5%	7,4
Diarios y Dom.	143,7	191,2	334,9	11,7%	-1,2%	339,0
Exterior	108,3	86,1	194,4	6,8%	11,1%	175,0
Radio	233,7	37,9	271,6	9,4%	6,1%	256,0
Revistas	70,2	45,8	116,0	4,0%	5,7%	109,7
Televisión	839,8	98,7	938,5	32,7%	6,3%	882,6
Websites		198,3	198,3	6,9%	11,5%	177,8
RR.SS		378,8	378,8	13,2%	9,9%	344,7
Search		433,6	433,6	15,1%	4,2%	416,2
<b>Total Medios</b>	<b>1.403,9</b>	<b>1.470,3</b>	<b>2.874,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>6,1%</b>	<b>2.708,5</b>

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

**Notas:**

*Diarios y Dom: papel+web soportes*

*Exterior: soportes no digitales+ soportes digitales*

*Radio: Radio convencional+web cadenas de radio+audio digital*

*Revistas: papel+web soportes*

*Televisión: TV lineal+Web cadenas+CTV*

*Youtube está incluido en Websites*

Como aclaración a los datos de la tabla anterior: en Digital se incluye la parte que corresponde a websites de los soportes de prensa, radio y televisión, los soportes digitales de exterior, el audio online en radio y la CTV en televisión.

En base a lo anterior, la inversión publicitaria en los seis primeros meses del año habría crecido un 6,1% frente al periodo equivalente del año anterior, alcanzando una cifra de 2.874,2 millones de euros, frente a los 2.708,5 millones del periodo enero-junio de 2023.

Incidir en que se añaden 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, Televisión y especialmente Digital.

**Televisión**, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un incremento del 6,3%, obteniendo 938,5 millones de euros en los primeros seis meses del año. En segundo lugar, **Search**, que crece un 4,2%, alcanza en este semestre una cifra de 433,6 millones de euros.

**Redes Sociales**, que ocupa el tercer lugar, incrementa su cifra de inversión un 9,9%, y obtiene un volumen en el periodo analizado de 378,8 millones de euros.

El cuarto medio por volumen de inversión es **Diarios y Dominicales**, único medio que disminuye su cifra en un -1,2%, con 334,9 millones de euros frente a los 339,0 millones registrados en el primer semestre de 2023. El medio **Radio**, que ocupa el quinto puesto por inversión, se sitúa en 271,6 millones y un crecimiento del 6,1%, por encima del sexto medio, **Websites (no incluye medios digitales)**, cuya cifra asciende en este primer semestre a 198,3 millones de euros con una variación interanual del 11,5%.

En el caso de **Exterior** su cifra supone un crecimiento del 11,1% alcanzando los 194,4 millones. El medio **Revistas** obtiene una cifra de inversión de 116,0 millones de euros en el periodo enero-junio del 2024, que se traduce en un incremento del 5,7%. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta un crecimiento del 11,5% sobre el primer semestre del año anterior, lo que lo sitúa en 8,3 millones de euros, de inversión publicitaria.

A continuación, figura el planteamiento que se ha venido publicando con anterioridad y que InfoAdex mantendrá durante los próximos meses con la intención de sustituirlo por el anterior a medio plazo.

#### EVOLUCIÓN MEDIOS PLANTEAMIENTO ANTERIOR (1S 24 VS. 1S 23)

Medios	Ene_Jun 2024	Ene_Jun 2023	% Evol 24/23
Cine	8,3	7,4	11,5%
Diarios + Dominicales	143,7	147,3	-2,5%
Exterior	194,4	175,0	11,1%
Radio	233,7	222,2	5,2%
Revistas	70,2	69,5	1,0%
Televisión	839,8	801,2	4,8%
<b>Total Digital</b>	<b>1.325,1</b>	<b>1.246,1</b>	<b>6,3%</b>
<i>Search</i>	433,6	416,2	4,2%
<i>Websites (Display + Video)</i>	512,8	485,2	5,7%
<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	378,8	344,7	9,9%
<b>Total medios</b>	<b>2.815,1</b>	<b>2.668,7</b>	<b>5,5%</b>

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

EVOLUCIÓN PLANTEAMIENTO ANTERIOR (JUN 24 VS. JUN 23)

Medios	Junio 2024	Junio 2023	% Evol 24/23
Cine	2,0	2,0	0,6%
Diarios + Dominicales	40,5	39,0	3,8%
Exterior	52,8	47,7	10,8%
Radio	42,1	39,3	7,1%
Revistas	19,7	20,3	-2,9%
Televisión	152,2	153,2	-0,7%
<b>Total Digital</b>	<b>255,3</b>	<b>242,0</b>	<b>5,5%</b>
<i>Search</i>	<i>81,8</i>	<i>79,2</i>	<i>3,3%</i>
<i>Websites (Display + Video)</i>	<i>100,4</i>	<i>94,8</i>	<i>5,9%</i>
<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	<i>73,1</i>	<i>68,0</i>	<i>7,5%</i>
<b>Total medios</b>	<b>564,6</b>	<b>543,4</b>	<b>3,9%</b>

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

## LA TELEVISIÓN LINEAL AUMENTA SU INVERSIÓN UN 4,8% EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2024

La inversión publicitaria en televisión crece un 4,8% en los seis primeros meses de 2024, respecto a la cifra conseguida en el mismo período del año anterior, pasando de 801,2 millones de euros en enero-junio del 2023 a los 839,8 millones alcanzados este semestre.

Conviene destacar que las cifras que se muestran en la tabla han sido en determinados casos estimadas por InfoAdex. También es necesario tener en cuenta en el apartado de las televisiones nacionales en abierto que, a los efectos de este análisis, se han integrado bajo el paraguas «grupo» los canales de TDT que son 100% propiedad de la cadena (multiplex).

En los seis primeros meses del año de 2024 ha aumentado un 5,6% la inversión publicitaria del **grupo de las televisiones nacionales en abierto**, que ha alcanzado los 756,7 millones de euros, situando su cuota de mercado en el 90,1%.

**Atresmedia** ha alcanzado una cifra de 353,0 millones lo que supone un crecimiento del 6,6% respecto al mismo período de 2023, situando su cuota en el 42,0%.

**Mediaset España**, con un crecimiento del 4,9%, ha alcanzado una cifra de 348,7 millones, habiendo obtenido así una cuota de mercado del 41,5%.

A su vez, la inversión publicitaria en el grupo de las **televisiónes autonómicas** se situó en los seis primeros meses del año en una cifra de 42,2 millones de euros, con un decrecimiento del -5,1% sobre los 44,5 millones que se registraron en el mismo periodo de 2023. Esta evolución sitúa la cuota de mercado de este grupo de televisiones en el 5,0%.

**Los canales de pago** muestran en el período analizado un crecimiento del 1,6%, alcanzando una facturación de 39,9 millones sobre los 39,3 millones que alcanzaron en el periodo enero-junio de 2023, consiguiendo una cuota del 4,7% del mercado.

### Inversión Publicitaria en TV lineal 1S 24 VS. 1S 23

Cadenas	Total publicidad (mill. €)			% Cuota	
	Ene - Jun 24	Ene - Jun 23	% Evol 24/23	Cuota 24	Cuota 23
Total televisión	839,8	801,2	4,8	100,0	100,0
Mediaset España (*)	348,7	332,5	4,9	41,5	41,5
Atresmedia (*)	353,0	331,0	6,6	42,0	41,3
Otras tv nal.	55,0	52,8	4,1	6,5	6,6
Total TV. nacional en abierto	756,7	716,3	5,6	90,1	89,4
Total TV. autonómicas	42,2	44,5	-5,1	5,0	5,6
Total canales pago	39,9	39,3	1,6	4,7	4,9
Total TV local	1,1	1,2	-5,3	0,1	0,1

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

(\*) Se integran bajo el paraguas grupo los canales de TDT 100% propiedad de la cadena (multiplex).