La inversión publicitaria en medios digitales crece a doble dígito

La publicidad digital recorta distancia con el medio de televisión y se queda a 3 puntos porcentuales de alcanzarla. El dato total de inversión en publicidad digital en 2018 ha sido de 1.972 millones de euros, tal cifra de inversión se compone en Desktop y Mobile (1.858 M€), DOOH (60,9 M€), Native y Branded Content (43,1 M€), Audio Online (6,5€) y Televisión Conectada (2,8€). El dato total de inversión en publicidad ha crecido un 13,5% respecto al año 2017. La publicidad digital representa una penetración del 34,3% respecto a la inversión total publicitaria, creciendo en tres puntos porcentuales respecto al 2017 y recortando distancia a la televisión, que se queda en un 37,1%. A continuación, se muestra la inversión y el porcentaje que representa cada una: **1. Inversión en Desktop y Mobile.** La inversión publicitaria en Desktop y Mobile ha alcanzado los 1.858,6 M€ distribuida en 695,9 M€ en Display (35,3%), 951,7 M€ en Search (48,3%) y 211 M€ en video (10,7%) **2. Compra Programática.** La distribución de la inversión en este caso se reparte en un 68,8% en el caso de compra directa y un

31,2% en el caso de compra programática. **3. Inversión en Publicidad Nativa & Branded Content.** La inversión realizada ha sido 43,1 M€, teniendo una cuota del 2,2% en publicidad digital. **4. Inversión en DOOH.** La inversión ha sido de 60,9 M€, representando una cuota del 3,1% respecto a la inversión total. **5. Inversión en Televisión Conectada.** Respecto a este la inversión ha sido de 2,8 M€, representando una cuota de la inversión total del 0,1%. **6. Inversión en Audio Online.** La inversión realizada es de de 6,5 M€, representando un total del 0,3% de la inversión total. Puede ver el estudio completo aquí.

Link to Original article: https://www.valgo.es/blog/la-inversion-publicitaria-en-medios-digitales-crece-a-doble-digito?elem=175340