

Kippel⁰¹

ENTORNO

Google y Facebook acaparan el 80% de los ingresos por publicidad digital en España

El sector mediático en España se reparte el 20% de los ingresos publicitarios online. Casi el 50% del total se lo queda Google con las búsquedas por internet.

23 JUN 2017 — 11:45

POR KIPPEL01



Google y **Facebook** se comen casi todo el pastel publicitario. Ambos gigantes se están quedando con el 80% de los ingresos por publicidad digital en el sector mediático en España. Así se refleja en el último informe sobre publicidad digital de la *Interactive Advertising Bureau (IAB)*, el cual destaca que de 1.526 millones de euros anuales que ingresa en el sector, casi el 50% corresponde a búsquedas, ámbito dominado por **Google**.

En este sentido, el fin de *Google News* en España en 2014 ha pesado mucho en esta pérdida de ingresos por publicidad en los medios. Si a parte de las búsquedas añadimos lo que se factura por *display* y vídeo (unos 400 millones de euros), la cifra aumenta a los 1.100 millones de euros, que es lo que se llevarían **Google** y **Facebook**, dejando entre un 20% y un 30% del total a repartir entre los actores de la industria mediática española.

Este porcentaje deja apenas 400 millones de euros a repartir entre todos los medios, que engloba los periódicos digitales y convencionales, las televisiones, los portales de radio y los blogs. A modo de ejemplo, la versión online de *El País* facturó 10,5 millones de euros en el primer cuatrimestre de

1/2

<https://www.kippel01.com/entorno/google-y-facebook-acaparan-el-80-de-los-ingresos-por-publicidad-digital-en-espana.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

ENTORNO

2017, según *El Español*, lo que supuso un retroceso en su publicidad del 6,7%. Por su parte, *El Mundo* alcanzó los ocho millones en el mismo periodo, lo que representó una caída del 3,1% de sus ingresos en esa rama.

Algunos grupos mediáticos se han puesto manos a la obra para recuperar terreno

En cuanto a las grandes cadenas de televisión, sus ingresos por publicidad digital están cerca de 20 millones de euros, lo que supone una cifra residual para empresas acostumbradas a facturar al menos 900 millones al año.

Algunos grupos mediáticos se han puesto manos a la obra para recuperar terreno. **Atresmedia** compró el pasado mayo **Smartclip**, una de las principales comercializadoras de publicidad *online* de España. Por su lado, **Mediaset** se alió con la francesa **TF1 Group** y la alemana **ProSiebenSat.1** para crear la **European Broadcaster Exchange (EBX)**, una empresa que también cuenta con el objetivo de competir en el mercado publicitario digital.

Por otra parte, no se trata de un caso único de España. En Estados Unidos, el duopolio de Google y Facebook acumula el 60% de los ingresos publicitarios, según *eMarketer*. **Google** es el dueño de las búsquedas y **Facebook** saca músculo con el *display*.

2/2

<https://www.kippel01.com/entorno/google-y-facebook-acaparan-el-80-de-los-ingresos-por-publicidad-digital-en-espana.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.
