

La publicidad online aumentó un 33% en 2006

Internet fue el medio que registró mayor aumento de inversión publicitaria el año pasado, hasta lograr 160,3 millones de euros.

Aunque la televisión sigue siendo el medio de comunicación que lidera la lista de inversión publicitaria en España (hay que tener en cuenta el precio de colocar un spot en prime time), Internet posee mayor proyección de futuro.

De hecho, según el informe sobre publicidad online que ha hecho público hoy [Infoadex](#), el año pasado los ingresos por este canal aumentaron un 33% en relación al ejercicio anterior, situándose en 160,3 millones de euros. La progresión es tan alta que en 2006 incluso ha conseguido superar el nivel de inversión de un soporte tan tradicional como la publicidad exterior (de vallas y carteles, principalmente)

Estos datos vienen a confirmar las previsiones de [ZenithOptimedia](#), quien auguró un crecimiento del 28,2% para la publicidad en Internet durante 2007, mientras que sus estimaciones para el resto de medios no alcanzaban el 4%.

Del resto de canales cabe destacar el aumento del 7,8% de la publicidad en televisión, que facturó 3.181 millones de euros, y el 7,5 % de aumento de los diarios en papel, que recibieron 1.790,5 millones de euros.