



La inversión publicitaria crece un 3,8% y llega al nivel prepandemia

Alcanza en el último año un importe de 13.080 millones de euros

Javier Romera MADRID.

La inversión publicitaria creció un 3,8% en el último año, hasta los 13.080 millones de euros, consolidando la recuperación iniciada en 2021 y acercándose ya a los datos previos a la pandemia, según recogidos en el Observatorio de la Publicidad y hechos públicos hoy por la [Asociación Española de Anunciantes](#). Aunque la recuperación tras el Covid ha sido algo más lenta que la del conjunto del sector servicios, la tendencia es claramente ascendente y la evolución del índice de precios aporta además un contexto estable que confirma la ma-

El número de trabajadores del sector sube un 12,9% en el último año

durez del mercado, de acuerdo con el informe. La cifra supone, de hecho, el tercer importe más alto desde la serie histórica, solo superado por los datos de 2018 y 2019, cuando se alcanzaron 13.231 y 13.152 millones de euros respectivamente.

Crecimiento

El número de trabajadores aumentó asimismo un 12,9% en 2024, hasta alcanzar 132.300 profesionales ocupados, según los datos Observatorio de la Publicidad. “Este avance se asienta sobre un rasgo estructural consolidado a lo largo de los últimos años: la feminización del mercado laboral, con las mujeres representando el 64,9% del total de personas ocupadas en 2024”, se asegura en el informe.