



Las grandes empresas elevan su inversión publicitaria en Internet

Las grandes empresas invirtieron una media de 4,2 millones de euros en 2016 en publicidad en Internet, medio que ya representa el 24,4% de su gasto total en márketing. Así lo refleja el último 'Barómetro Digital', elaborado por la **Asociación Española de Anunciantes (AEA)** y el centro académico ISDI, en el que se ha pulsado el gasto publicitario del año pasado de las gran-

des empresas, un 76,1% de las cuales tienen más de 500 empleados y un 69,6% son internacionales. Internet se afianza como segundo destinatario de la inversión publicitaria de las grandes marcas, por detrás de la televisión, medio que sigue acaparando el mayor porcentaje de la facturación, el 50%, pero que está "en franco retroceso en favor del canal digital.