

## **Delivery duplica el crecimiento del mercado en 2023**

**Delivery ha cerrado el ejercicio con un crecimiento global orgánico de su facturación del 6% y un incremento muy relevante en el área de prensa de casi un 11%**

Hace unos días se publicaron los datos de inversión publicitaria en 2023, tanto en Infoadex como en i2p. Estos anuncios tan alentadores han coincidido con el cierre del ejercicio de Delivery y unas proyecciones de la compañía muy positivas para 2024.

Gran parte de los medios de comunicación del sector de marketing y publicidad se han hecho eco a lo largo del mes de febrero de los datos de inversión publicitaria correspondientes al ejercicio 2023.

Como siempre, se encuentran ligeras variaciones entre las diversas fuentes de información.

Para Infoadex el mercado crece en torno al 3,7%, con severas caídas en dominicales y algo más contenidas en diarios (-2,1%) y cine (-3,2%).

En el caso de i2p el retroceso también se percibe en TV y el crecimiento total es 4 puntos menor. Pero evidentemente habría que tener en cuenta las diferencias en lo relativo a search y social media, además del hecho de que i2p tiene en cuenta partidas, como Influencers, que no se reflejan en el análisis de Infoadex.

Ante estos datos, que aún esperanzadores, se quedan algo cortos en relación a las proyecciones que se manejaban el año pasado, Delivery ha cerrado el ejercicio con un incremento global orgánico de su facturación del 6%.

Destaca especialmente el crecimiento de Delivery en el área de prensa de casi un 11%, en comparación al decrecimiento del mercado de un 2,1% según Infoadex y del 2,8% según los registros de i2p.

Ignacio Monar, CEO de Delivery, ha explicado que están "muy cerca de recuperar las cifras pre-COVID y en 2023 hemos cerrado nuestro mejor ejercicio desde 2019. Nuestro objetivo en este 2024 es superar el dato de aquel año y mejorar los beneficios del ejercicio 2023 gracias. Apoyamos esta expectativa de crecimiento en la mejora de nuestro negocio en televisión conectada y al crecimiento de nuestro inventario digital. Pero también y sobre todo a la inversión que desde Delivery estamos realizando en talento y servicio".

Delivery continúa en fase de crecimiento en todas sus áreas productivas, lideradas por Jordi Sabat y Juan Antonio Muñoz-Gallego, especialmente en lo relativo a IT y producto, con la contratación hace algunas semanas de Antonio Martínez como CTO. Como especialistas en comercialización y gestión

de medios, han fortalecido un área clave como es la comercial, con la incorporación de Maika Callejas, como Subdirectora General Comercial, que junto a Alberto Pérez, Alicia López y Susana Martín han cerrado un ejercicio brillante. Toda la compañía focalizada en la venta y el negocio.

Estos refuerzos son un reflejo de la apuesta de Delivery por mejorar sus servicios a editores e incrementar las líneas de negocio.

Ignacio Monar ha destacado que "en los próximos meses anunciaremos interesantes novedades en lo relativo al posicionamiento de Delivery como a acuerdos estratégicos de gran relevancia".

Delivery tiene como objetivo ayudar a acelerar el negocio de los editores locales en España, abriendo una nueva vía para agencias y anunciantes. Cuenta con los mejores resultados en prensa demostrables en 32 provincias.

**Datos de contacto:**

Fabiana Ruiz  
Customer & Operations Director  
635133172

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Marketing Madrid Digital Actualidad Empresarial](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>