



# Data Stories

## Inside Advertising

Os principais movimentos da indústria publicitária em 2024

Abril/2025

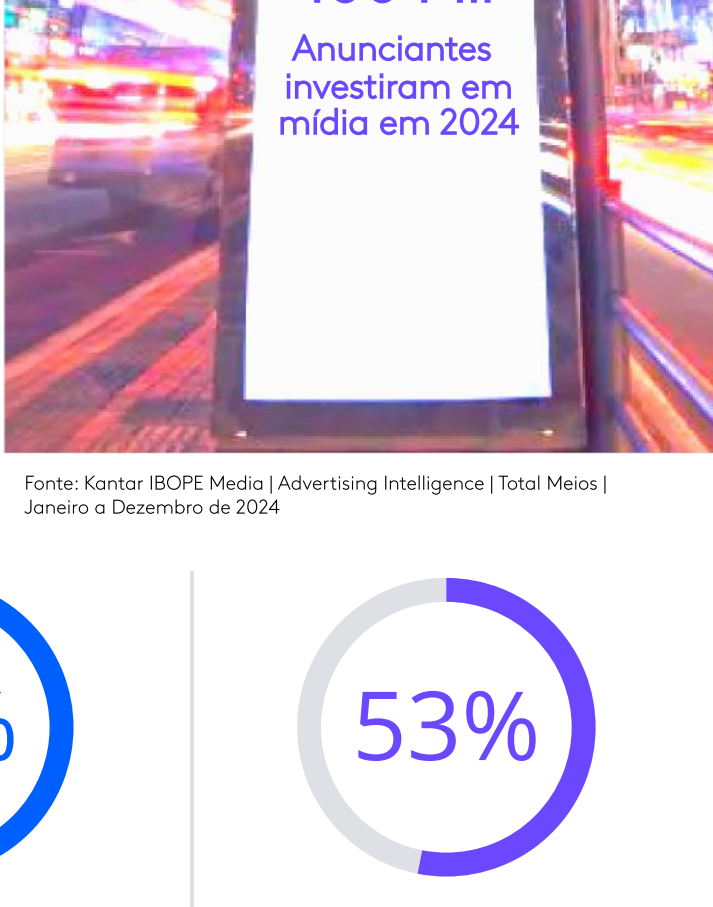
### A publicidade e a receptividade do consumidor

A publicidade vai muito além da função de informar os produtos e ofertas das marcas. Há décadas a criatividade da publicidade brasileira faz com que ela seja incluída nas conversas, expressando valores, gerando memes e ajudando as empresas a se conectarem com os públicos certos através tanto do entretenimento como de posicionamentos.

Em 2024 mais de 100 mil anunciantes de todos os segmentos apostaram na publicidade em pelo menos um dos meios monitorados pela Advertising Intelligence da Kantar IBOPE Media. E a soma destes meios atingiu o patamar de **R\$ 88 bilhões** investidos, um valor 10% mais alto que o de 2023, e duas vezes maior que a inflação entre os anos (IPCA 4,73%).

Esta atividade das marcas encontra um público receptivo. Mais da metade dos respondentes das soluções de Consumer Intelligence da Kantar IBOPE Media afirmam que a propaganda proporciona assunto para conversas, e que procuram pelos produtos que veem anunciados, e que são receptivos a publicidade nos serviços de streaming.

Na 46ª edição do Data Stories trazemos detalhes exclusivos sobre os principais movimentos da publicidade no Brasil em 2024. Boa leitura!



Fonte: Kantar IBOPE Media | Advertising Intelligence | Total Meios | Janeiro a Dezembro de 2024



Acreditam que a publicidade na TV é interessante e proporciona assunto para conversas



Afirmam procurar online pelos produtos que vêem anunciados enquanto assistem TV

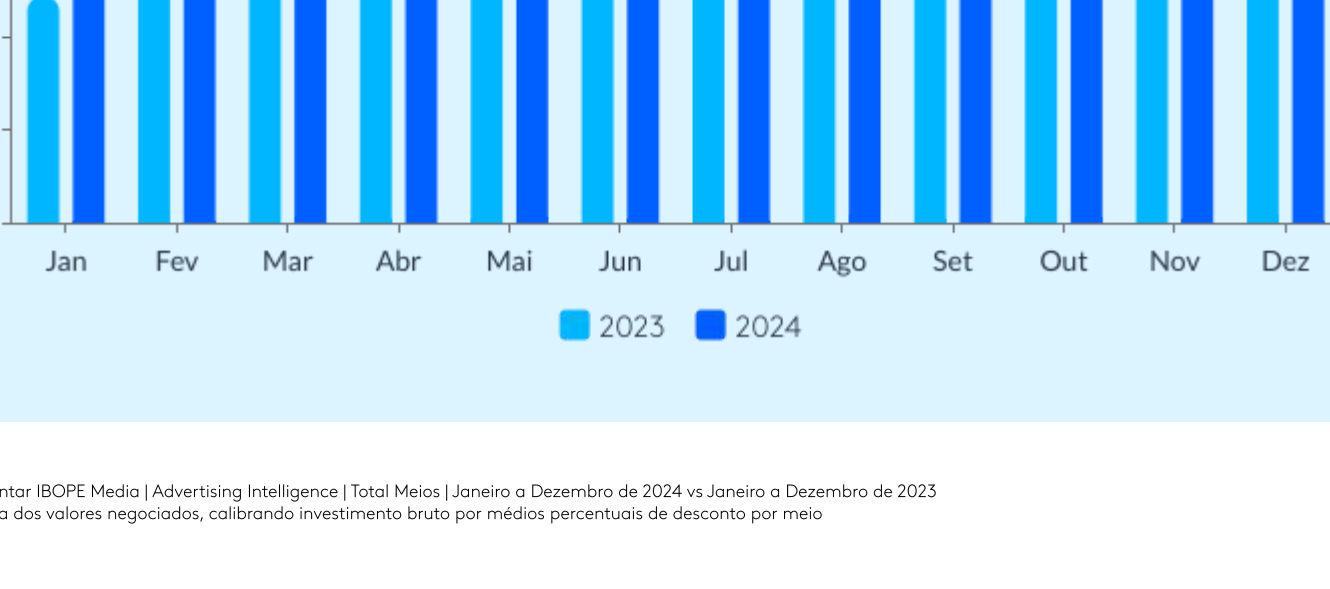


Declararam ser favoráveis à publicidade em plataformas de streaming\*

Kantar IBOPE Media - Target Group Index - TG BR 2024 R3 | Kantar IBOPE Media - Target Group Index Digital View 2023  
\* entre os que assistiram VOD nos últimos 6 meses

### Publicidade cresce 10% em 2024

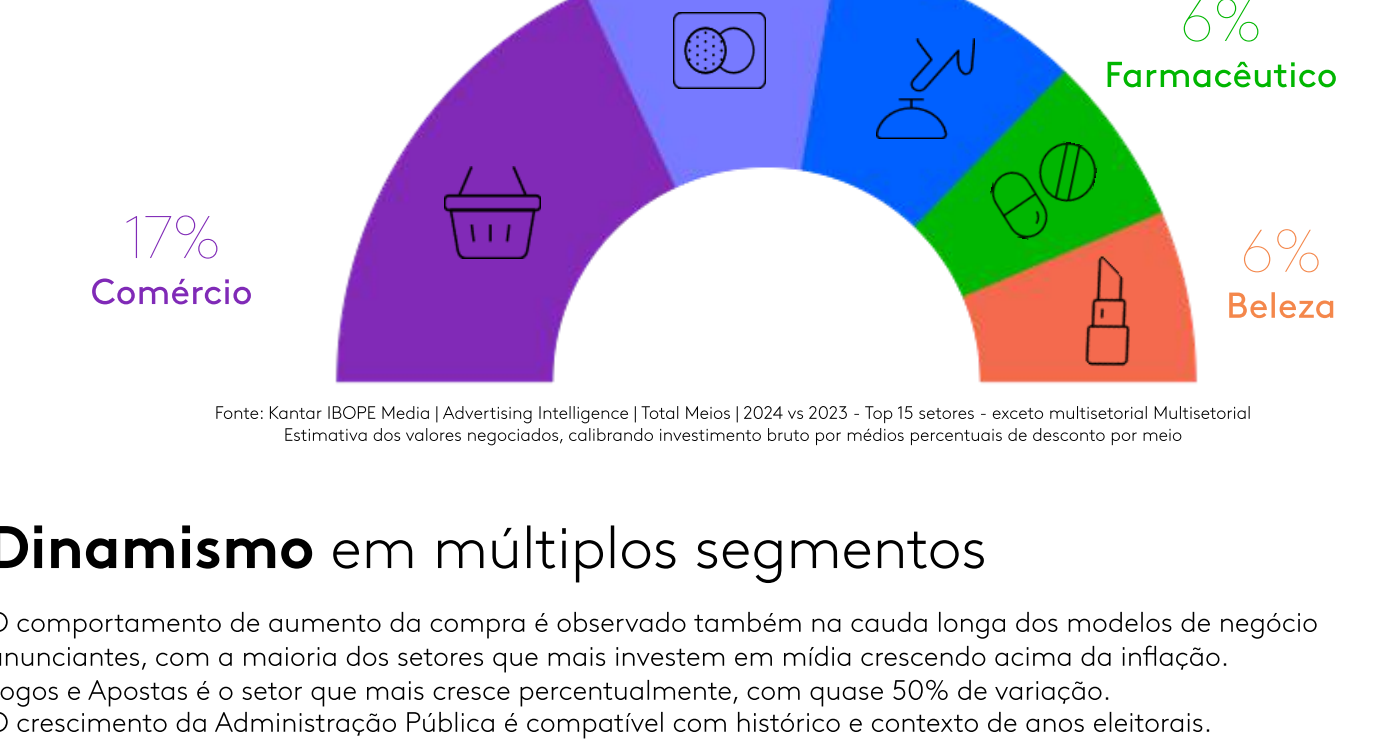
Em 2024 o investimento publicitário atingiu o patamar de R\$ 88 Bilhões, um crescimento de 10% frente a 2023, duas vezes maior que a inflação acumulada do ano (4,73%) e superando também as variações de 2022 e 2023. O crescimento só fica atrás dos 29% de 2021 vs 2020, quando a publicidade se recuperava da pandemia. De 2020 a 2024 o salto nos investimentos foi de 65%



Fonte: Kantar IBOPE Media | Advertising Intelligence | Total Meios | Janeiro a Dezembro de 2020, 2021, 2022, 2023 e 2024  
Estimativa dos valores negociados, calibrando investimento bruto por médias percentuais de desconto por meio

### Forte crescimento no Q1

Todos os meses de 2024 apresentaram patamares de investimento superiores aos correspondentes de 2023. Com exceção de dezembro, que apresentou uma variação mais tímida de 6%, todos os demais meses cresceram dois dígitos, em especial janeiro, fevereiro e julho, este último marcado pelo início dos Jogos Olímpicos.

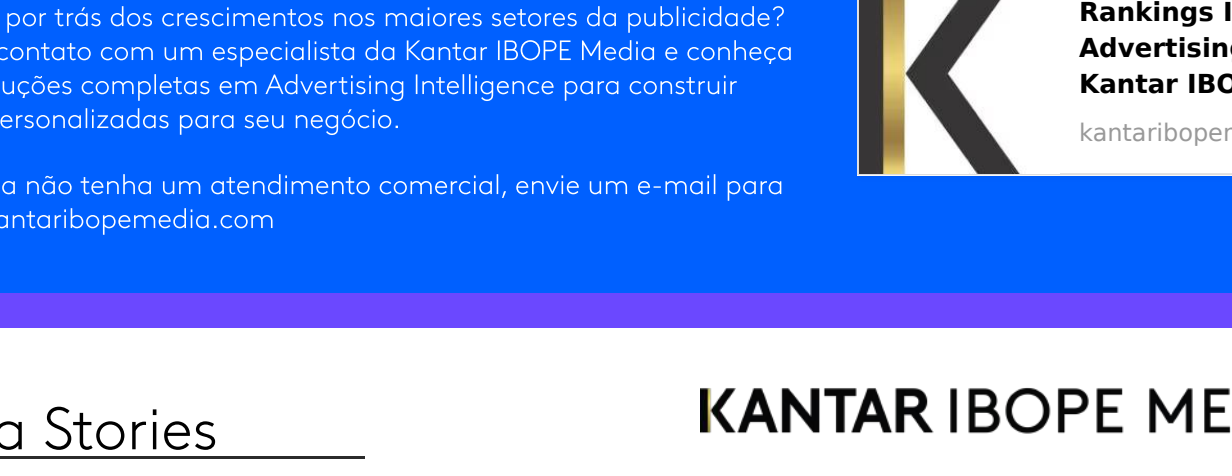


Fonte: Kantar IBOPE Media | Advertising Intelligence | Total Meios | Janeiro a Dezembro de 2024 vs Janeiro a Dezembro de 2023  
Estimativa dos valores negociados, calibrando investimento bruto por médias percentuais de desconto por meio

### Finanças e serviços, share + crescimento

Dos 29 setores anunciantes, os top 5 concentraram 48% do faturamento no espaço publicitário. E entre estes top 5, os setores financeiro e de serviços foram os que mais cresceram, com respectivamente 22% e 25% de variação entre 2023 e 2024, combinando forte representatividade e crescimento expressivo.

Top 5 Setores (%) Share



Fonte: Kantar IBOPE Media | Advertising Intelligence | Total Meios | 2024 vs 2023 - Top 15 setores - exceto multisectorial Multisectorial  
Estimativa dos valores negociados, calibrando investimento bruto por médias percentuais de desconto por meio

### Dinamismo em múltiplos segmentos

O comportamento de aumento da compra é observado também na cauda longa dos modelos de negócio anunciantes, com a maioria dos setores que mais investem em mídia crescendo acima da inflação. Jogos e Apostas é o setor que mais cresce percentualmente, com quase 50% de variação. O crescimento da Administração Pública é compatível com histórico e contexto de anos eleitorais.

Variação (%) entre os top setores 2024 vs 2023



Kantar IBOPE Media | Advertising Intelligence | Total Meios | 2024 vs 2023 - Crescimento nos Top 15 setores - exceto Multisectorial.  
Estimativa dos valores negociados, calibrando investimento bruto por médias percentuais de desconto por meio

Clique aqui e confira os rankings completos de setor, categoria e praças em nosso site.

Quer entender mais a fundo quais anunciantes, marcas ou categorias estiveram por trás dos crescimentos nos maiores setores da publicidade? Entre em contato com um especialista da Kantar IBOPE Media e conheça nossas soluções completas em Advertising Intelligence para construir análises personalizadas para seu negócio.

**Rankings Inside Advertising 2025**  
**Kantar IBOPE Media**  
kantaribopemedia.com

Caso ainda não tenha um atendimento comercial, envie um e-mail para [digital@kantaribopemedia.com](mailto:digital@kantaribopemedia.com)

### De Norte ao Sul

O eixo São Paulo-Rio deteve 24% dos investimentos, mas a compra de mídia cresceu acima da inflação em 15 regiões metropolitanas, e em 10 delas acima de 10%.

Confira abaixo as 5 capitais com maior variação percentual positiva de investimento publicitário

Top crescimentos percentuais nas praças (2024 vs 2023)



Fonte: Kantar IBOPE Media | Advertising Intelligence - Principais crescimentos percentuais entre capitais nos 15 mercados do PNT - 2024 vs 2023  
Estimativa dos valores negociados, calibrando investimento bruto por médias percentuais de desconto por meio

### Social media, cada app, um ecossistema

Diferentes mídias sociais possuem dinâmicas específicas de conteúdo e publicidade, e o Advertising Insights mostra quais setores, categorias e anunciantes possuem maior representatividade dentro de cada plataforma monitorada. Veja abaixo o top 5 setores e seus respectivos shares (%) em Facebook, Instagram e TikTok em 2024.



Fonte: Kantar IBOPE Media | Advertising Insights | Paid Social | Janeiro a Dezembro de 2024  
Estimativa dos valores negociados, calibrando investimento bruto por médias percentuais de desconto por meio

Para saber mais sobre este e outros conteúdos entre em contato com: [digital@kantaribopemedia.com](mailto:digital@kantaribopemedia.com)

Mais informações em [www.kantaribopemedia.com](http://www.kantaribopemedia.com)

Para fazer o download deste material, clique no botão abaixo:

**BAIXAR ESTUDO**

Sobre o Data Stories:

Sobre a Kantar IBOPE Media:

Esta é a quadragésima sexta edição do conteúdo temático produzido bimestralmente pela Kantar IBOPE Media com o objetivo de trazer o cenário e novas perspectivas sobre temas e tendências importantes relacionados a audiência, publicidade, planejamento de mídia e comportamento do consumidor.

Com as pessoas apresentando cada vez mais um comportamento cross-media por meio de canais e plataformas, os serviços de dados e medição de audiência, segmentação, análise e inteligência publicitária da Kantar IBOPE Media revelam ao mercado de mídia insights para possibilitar decisões fundamentadas.

Trabalhando com dados de painel e first-party data em mais de 80 países, temos o portfólio de medição cross-media que mais cresce no mundo, apoiado por nossa versatilidade, escala, tecnologia e experiência, para impulsionar o crescimento dos negócios dos nossos clientes e parceiros.