

**LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 10,6% EN EL MES DE JULIO
Y UN 6,2% EN EL MES DE AGOSTO DE 2021**

- La mayoría de los medios mejoran su comportamiento durante ambos meses.

EVOLUCIÓN JULIO 2020 vs. JULIO 2021

Durante el mes de julio de 2021, la inversión publicitaria ha alcanzado los 439,0 millones de euros, un 10,6% más que en el periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 396,9 millones de euros.

Como recordatorio incidir en que se incluyen en los datos de la presente nota de prensa aquellos medios y soportes no controlados directamente por InfoAdex en base a datos declarativos del mercado publicitario. Por ello los datos que aquí se presentan podrán no coincidir con aquellos que se extraigan de las herramientas que InfoAdex pone a disposición de los usuarios de su información. Los medios más afectados por esta medida son Radio, Exterior y Digital, éste último por la inclusión de datos de Search y Redes Sociales.

Digital, que continúa ocupando la primera posición como primer medio por volumen de inversión publicitaria durante el mes de julio, ha experimentado un incremento del 17,8% frente al mes de julio de 2020, obteniendo 194,3 millones de euros. Dentro de Digital el mejor comportamiento, lo tiene **Websites**, que crece un 30,6% con una inversión de 77,6 millones frente a los 59,4 millones de euros que obtuvo en el mismo periodo de 2020. **Redes sociales**, aumenta su cifra de inversión en un 16,8% pasando de los 44,7 millones de euros en el mes de julio de 2020 a los 52,2 millones del mes analizado. **Search** también incrementa su cifra de inversión en un 6,1%, alcanzando una cifra de 64,4 millones de euros en el séptimo mes del ejercicio actual.

Medios	Julio 2020	Julio 2021	% evol.
Cine	0,2	1,0	477,2
Diarios	39,2	36,5	-6,9
Dominicales	0,6	0,7	16,4
Exterior	23,2	31,8	36,9
Radio	30,3	30,5	0,7
Revistas	5,5	10,2	85,0
Televisión	133,0	134,0	0,8
Total Digital	164,9	194,3	17,8
Search	60,7	64,4	6,1
Websites (Display + Video)	59,4	77,6	30,6
Redes Sociales (Display + Video)	44,7	52,2	16,8
Total medios	396,9	439,0	10,6

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.

El segundo medio por volumen sería **Televisión** que suma una inversión publicitaria de 134,0 millones de euros, y presenta un aumento del 0,8% frente a los 133,0 millones del mismo periodo del 2020. **Diarios**, asciende al tercer medio por inversión durante el mes de julio y se sitúa en 36,5 millones, por encima del cuarto medio, **Exterior**, cuya cifra asciende en el séptimo mes del ejercicio a 31,8 millones de euros y supone

un aumento del 36,9% sobre la cifra correspondiente al año anterior. El medio **Radio**, tendría un ligero aumento, del 0,7% en su volumen de inversión publicitaria con 30,5 millones de euros. **Revistas**, sexto medio por volumen de inversión, aumenta su cifra un 85,0% con un volumen de 10,2 millones de euros. **Suplementos y dominicales**, registra 0,7 millones de euros y un incremento del 16,4% respecto al mismo periodo del año anterior. Por último, **Cine** continúa recuperando su actividad y presenta una cifra de 1,0 millón de euros que supone un crecimiento del 477,2% frente al mes de julio de 2020.

EVOLUCIÓN AGOSTO 2020 vs. AGOSTO 2021

Analizando ahora la evolución del mes de agosto, la inversión publicitaria habría alcanzado los 300,0 millones de euros, lo que supone un 6,2% más que el mismo periodo del año anterior, cuando la inversión alcanzó una cifra de 282,5 millones. La mayoría de los medios aumentan su cifra de inversión salvo Dominicales, Revistas y Televisión.

Medios (incluye soportes no controlados)	ago-20	ago-21	% evol.
Cine	0,3	0,4	14,8
Diarios	23,0	23,7	3,3
Dominicales	0,3	0,3	-5,6
Exterior	15,8	23,1	46,1
Radio	22,9	23,2	1,4
Revistas	3,8	3,8	-1,4
Televisión	70,7	66,1	-6,5
Total Digital	145,7	159,5	9,5
<i>Search</i>	54,8	55,8	1,9
<i>Websites (*)</i>	51,6	61,3	18,9
<i>Redes Sociales</i>	39,3	42,3	7,7
Total medios	282,5	300,0	6,2

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.

Digital, que ocupa la primera posición, ha experimentado un incremento del 9,5% frente al mes de agosto de 2020, obteniendo 159,5 millones de euros. Todos los submedios de digital han incrementado su volumen de inversión y al igual que en el mes de julio el mejor comportamiento lo presenta **Websites**, con un aumento en su cifra de inversión del 18,9% pasando de los 51,6 millones de euros en el mes de agosto de 2020 a los 61,3 millones del mes analizado. El segundo lugar es para el medio **Televisión**, que desciende un -6,5%, alcanzando una inversión publicitaria de 66,1 millones de euros. **Diarios**, que ocupa el tercer lugar por inversión, aumenta en agosto un 3,3%. El medio **Radio**, cuya cifra asciende en el octavo mes del ejercicio a 23,2 millones de euros, aumenta su cifra en un 1,4%. En el caso de **Exterior** su cifra crece un 46,1% sobre la cifra correspondiente al año anterior y el medio **Revistas** registra un volumen de 3,8 millones de euros con una caída del -1,4% respecto al mismo periodo del año anterior. **Suplementos y dominicales**, registra 0,3 millones de euros durante el mes de agosto y en último lugar, **Cine** con una cifra de 0,4 millones, asciende un 14,8% frente al mes de agosto de 2020.

Tal y como hemos venido haciendo desde el inicio del presente ejercicio, a continuación, se muestran los datos comparativos incluyendo 2019 con el fin de ofrecer un escenario más realista en cuanto a evoluciones se refiere. De tal forma que se puedan comparar los datos con los de un periodo exento de los efectos de la pandemia y las medidas adoptadas, que han afectado de manera importante al sector publicitario.

EVOLUCIÓN JULIO 2021 VS. JULIO 2020

Medios	Julio 2019	Julio 2020	Julio 2021	% evol. 21/20	% evol. 21/19
Cine	1,9	0,2	1,0	477,2%	-46,5%
Diarios	40,9	39,2	36,5	-6,9%	-10,6%
Dominicales	1,5	0,6	0,7	16,4%	-54,4%
Exterior	37,1	23,2	31,8	36,9%	-14,3%
Radio	33,7	30,3	30,5	0,7%	-9,5%
Revistas	12,4	5,5	10,2	85,0%	-17,5%
Televisión	132,5	133,0	134,0	0,8%	1,2%
Total Digital	160,2	164,9	194,3	17,8%	21,3%
Search	60,7	60,7	64,4	6,1%	6,2%
Websites (Display + Video)	58,2	59,4	77,6	30,6%	33,3%
Redes Sociales (Display + Video)	41,3	44,7	52,2	16,8%	26,4%
Total medios	420,1	396,9	439,0	10,6%	4,5%

Fuente InfoAdex, S.A./ Millones de euros.

EVOLUCIÓN AGOSTO 2021 VS. AGOSTO 2020

Medios	Agosto 2019	Agosto 2020	Agosto 2021	% evol. 21/20	% evol. 21/19
Cine	1,2	0,3	0,4	14,8%	-69,0%
Diarios	28,6	23,0	23,7	3,3%	-17,2%
Dominicales	1,1	0,3	0,3	-5,6%	-71,2%
Exterior	28,2	15,8	23,1	46,1%	-18,2%
Radio	26,6	22,9	23,2	1,4%	-12,6%
Revistas	6,1	3,8	3,8	-1,4%	-37,8%
Televisión	72,0	70,7	66,1	-6,5%	-8,2%
Total Digital	145,1	145,7	159,5	9,5%	9,9%
Search	54,9	54,8	55,8	1,9%	1,7%
Websites (Display + Video)	52,7	51,6	61,3	18,9%	16,3%
Redes Sociales (Display + Video)	37,4	39,3	42,3	7,7%	13,1%
Total medios	308,9	282,5	300,0	6,2%	-2,9%