

**LA INVERSIÓN PUBLICITARIA DECRECE UN -3,4% EN EL MES DE JULIO  
Y CRECE UN 0,3% EN EL MES DE AGOSTO DE 2022**

- *Diarios y televisión, los medios con peor comportamiento.*

**EVOLUCIÓN JULIO 2021 vs. JULIO 2022**

Durante el mes de julio de 2022, la inversión publicitaria ha alcanzado los 424,1 millones de euros, un -3,4% menos que en el periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 439,0 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 declarados/estimados 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 1,4% frente al mes de julio de 2021, obteniendo 196,9 millones de euros. Dentro de Digital el mejor comportamiento, lo tiene **Search**, que crece un 3,5% con una inversión de 66,7 millones frente a los 64,4 millones de euros que obtuvo en el mismo periodo de 2021. **Redes sociales**, aumenta su cifra de inversión en un 2,9% pasando de los 52,2 millones de euros en el mes de julio de 2021 a los 53,7 millones del mes analizado. **Websites** disminuye su cifra de inversión en un -1,4%, alcanzando una cifra de 76,6 millones de euros en el séptimo mes del ejercicio actual.

Medios	Julio 2021	Julio 2022	% evol.
<b>Cine</b>	1,0	1,5	48,5
<b>Diarios</b>	36,5	33,7	-7,7
<b>Dominicales</b>	0,7	0,7	-1,7
<b>Exterior</b>	31,8	34,5	8,4
<b>Radio</b>	30,5	30,9	1,3
<b>Revistas</b>	10,2	9,4	-7,7
<b>Televisión</b>	134,0	116,5	-13,1
<b>Total Digital</b>	194,3	196,9	1,4
<i>Search</i>	64,4	66,7	3,5
<i>Websites (Display + Video)</i>	77,6	76,6	-1,4
<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	52,2	53,7	2,9
<b>Total medios</b>	<b>439,0</b>	<b>424,1</b>	<b>-3,4</b>

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

El segundo medio por volumen sería **Televisión** que suma una inversión publicitaria de 116,5 millones de euros, y presenta un decrecimiento del -13,1% frente a los 134,0 millones del mismo periodo del 2021. **Exterior**, asciende al tercer medio por inversión durante el mes de julio y se sitúa en 34,5 millones, por encima del cuarto medio, **Diarios**, cuya cifra asciende en el séptimo mes del ejercicio a 33,7 millones de

euros y supone una bajada del -7,7% sobre la cifra correspondiente al año anterior. El medio **Radio**, tendría un ligero aumento, del 1,3% en su volumen de inversión publicitaria con 30,9 millones de euros. **Revistas**, sexto medio por volumen de inversión, disminuye su cifra un -7,7% con un volumen de 9,4 millones de euros. **Cine**, registra 1,5 millones de euros y un notable incremento del 48,5% respecto al mismo periodo del año anterior. Por último, **Dominicales** desciende su actividad y presenta una cifra de 0,7 millones de euros que supone un decrecimiento del -1,7% frente al mes de julio de 2021.

## EVOLUCIÓN AGOSTO 2021 vs. AGOSTO 2022

Analizando ahora la evolución del mes de agosto, la inversión publicitaria habría alcanzado los 300,8 millones de euros, lo que supone un 0,3% más que el mismo periodo del año anterior, cuando la inversión alcanzó una cifra de 300,0 millones. La mayoría de los medios aumentan su cifra de inversión salvo Diarios y Televisión.

Medios (incluye soportes no controlados)	Agosto 2021	Agosto 2022	% evol.
<b>Cine</b>	0,4	0,9	139,1
<b>Diarios</b>	23,7	20,8	-12,3
<b>Dominicales</b>	0,3	0,3	5,6
<b>Exterior</b>	23,1	24,4	5,5
<b>Radio</b>	23,2	26,2	12,5
<b>Revistas</b>	3,8	4,1	8,9
<b>Televisión</b>	66,1	60,4	-8,7
<b>Total Digital</b>	159,5	163,8	2,7
<i>Search</i>	55,8	56,8	1,7
<i>Websites (Display + Video)</i>	61,3	62,9	2,6
<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	42,3	44,1	4,3
<b>Total medios</b>	<b>300,0</b>	<b>300,8</b>	<b>0,3</b>

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

**Digital**, que ocupa la primera posición, ha experimentado un incremento del 2,7% frente al mes de agosto de 2021, obteniendo 163,8 millones de euros. Todos los medios de digital han incrementado su volumen de inversión y el mejor comportamiento lo presenta **Redes Sociales**, con un aumento en su cifra de inversión del 4,3% pasando de los 42,3 millones de euros en el mes de agosto de 2021 a los 44,1 millones del mes analizado. El segundo lugar es para el medio **Televisión**, que desciende un -8,7%, alcanzando una inversión publicitaria de 60,4 millones de euros. **Radio**, que ocupa el tercer lugar por inversión, aumenta en agosto un 12,5%. El medio **Exterior**, cuya cifra asciende en el octavo mes del ejercicio a 24,4 millones de euros, aumenta su cifra en un 5,5%. En el caso de **Diarios** su cifra decrece un -12,3% sobre la cifra correspondiente al año anterior y el medio **Revistas** registra un volumen de 4,1 millones de euros con una subida del 8,9% respecto al mismo periodo del año anterior. **Cine**, registra 0,9 millones de euros durante el mes de agosto y en último lugar, **Dominicales** con una cifra de 0,3 millones, asciende un 5,6% frente al mes de agosto de 2021.