

**la inversión publicitaria crece un 1,5% en el mes de noviembre de 2021**

*Radio y Digital; únicos medios con comportamiento positivo frente a niveles prepandemia*

**EVOLUCIÓN NOVIEMBRE 2021 vs. NOVIEMBRE 2020**

Durante el mes de noviembre de 2021, la inversión publicitaria ha alcanzado los 538,6 millones de euros, creciendo un 1,5% respecto al periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 530,4 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.

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.

Medios	Nov 2019	Nov 2020	Nov 2021	% evol. 21/20	% evol. 21/19
<b>Cine</b>	4,5	0,9	2,4	181,6	-46,5
<b>Diarios</b>	52,3	37,6	38,1	1,4	-27,2
<b>Dominicales</b>	3,5	1,7	1,2	-27,4	-65,8
<b>Exterior</b>	35,8	19,5	24,3	24,6	-32,1
<b>Radio</b>	46,7	41,9	47,2	12,7	1,2
<b>Revistas</b>	19,5	10,9	11,2	2,8	-42,6
<b>Televisión</b>	203,8	198,5	182,5	-8,0	-10,4
<b>Total Digital</b>	204,6	219,6	231,6	5,5	13,2
<i>Search</i>	77,5	82,8	87,6	5,8	13,1
<i>Websites (Display + Video)</i>	74,4	79,8	83,3	4,3	12,0
<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	52,7	57,0	60,7	6,6	15,1
<b>Total medios</b>	<b>570,7</b>	<b>530,4</b>	<b>538,6</b>	<b>1,5</b>	<b>-5,6</b>

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

**Digital**, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria durante el mes de noviembre de 2021, ha experimentado un crecimiento del 5,5% frente al mes de noviembre de 2020, obteniendo 231,6 millones de euros. Dentro de Digital el mejor comportamiento este mes es para **Redes Sociales**, que incrementa su cifra de inversión un 6,6%, alcanzando los 60,7 millones de euros. **Search**, crece un 5,8% con una inversión de 87,6 millones de euros frente a los 82,8 millones que obtuvo en el mismo periodo de 2020. Por último, dentro de los medios contemplados en digital, **Websites** aumenta un 4,3% pasando de los 79,8 millones de euros en el mes de noviembre de 2020 a los 83,3 millones del mes analizado.

El segundo medio por inversión sería **Televisión** que aglutina una inversión publicitaria de 182,5 millones de euros, con un decrecimiento del -8,0% frente a los 198,5 millones de euros del mismo periodo del 2020. **Radio**, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 47,2 millones y un aumento del 12,7%, por encima del cuarto medio, **Diarios**, cuya cifra asciende en el undécimo mes del ejercicio a 38,1 millones de euros y registra una subida del 1,4% sobre la cifra correspondiente al año anterior. El medio **Exterior**, presenta un crecimiento en su inversión del 24,6% alcanzando los 24,3 millones de euros. **Revistas**, sexto medio por volumen de inversión, aumenta su cifra un 2,8% y 11,2 millones de euros. **Cine**, registra 2,4 millones de euros durante el mes de noviembre de 2021 aumentando notablemente su inversión en un 181,6%. No obstante, hay que recordar que, en el mes de noviembre de 2020, dicho medio estuvo prácticamente paralizado debido a la crisis sanitaria. Por último, **Suplementos y dominicales**, registra 1,2 millones de euros y disminuye su cifra en un -27,4% respecto al mismo periodo del año anterior.

Como informamos al inicio de esta nota de prensa, iremos comparando mes a mes también con 2019. En este mes del 2021 la inversión publicitaria en medios habría descendido un -5,6% respecto a noviembre de 2019.