

## LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 11,1% EN EL MES DE ENERO DE 2022

- Todos los medios presentan evoluciones positivas a excepción de Revistas y Televisión

### EVOLUCIÓN ENERO 2022 vs. ENERO 2021

Durante el mes de enero de 2022, la inversión publicitaria ha alcanzado los 359,4 millones de euros, creciendo un 11,1% respecto al periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 323,6 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.

Medios	Ene 2021	Ene 2022	% ev.22/21
<b>Cine</b>	0,4	0,7	96,0%
<b>Diarios</b>	15,6	17,6	13,3%
<b>Total Digital</b>	<b>151,1</b>	<b>177,1</b>	<b>17,2%</b>
<i>Search</i>	57,6	64,2	11,4%
<i>Websites</i>	54,7	66,5	21,5%
<i>RR.SS.</i>	38,7	46,4	19,6%
<b>Dominicales</b>	0,49	0,51	4,5%
<b>Exterior</b>	9,9	14,0	41,7%
<b>Radio</b>	23,3	28,2	21,1%
<b>Revistas</b>	6,6	6,5	-0,2%
<b>Televisión</b>	116,4	114,8	-1,4%
<b>Total medios</b>	<b>323,6</b>	<b>359,4</b>	<b>11,1%</b>

Fuente InfoAdex, S.A.  
Datos en millones de euros

**Digital**, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria durante el mes de enero de 2022, ha experimentado un notable incremento del 17,2% frente al mes de enero de 2021, obteniendo 177,1 millones de euros. Dentro de Digital el mejor comportamiento este mes es para **Websites** que crece un 21,5% pasando de los 54,7 millones de euros en el mes de enero de 2021 a los 66,5 millones del mes analizado.

**Redes Sociales**, incrementa su cifra de inversión en un 19,6%, alcanzando los 46,4 millones de euros y **Search**, aumenta un 11,4% su volumen con 64,2 millones de euros frente a los 57,6 millones de euros que obtuvo en el mismo periodo de 2021.

El segundo medio por volumen sería **Televisión** que aglutina una inversión publicitaria de 114,8 millones de euros, un -1,4% menos que los 116,4 millones de euros registrados en enero de 2021. **Radio**, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 28,2 millones y un incremento del 21,1%, por encima del cuarto medio, **Diarios**, cuya cifra asciende en el primer mes del ejercicio a 17,6 millones de euros y registra una subida del 13,3% sobre la cifra correspondiente al año anterior. El medio **Exterior** crece un 41,7% su volumen de inversión publicitaria con 14,0 millones de euros en el mes de enero. **Revistas**, sexto medio por volumen de inversión, disminuye su cifra un -0,2% y 6,5 millones de euros. **Cine**, registra 0,7 millones de euros y una evolución positiva del 96,0% frente al mes de enero de 2021.

Por último, **Suplementos y dominicales**, registra medio millón de euros y un ascenso del 4,5% respecto al mismo periodo del año anterior