

## La inversión publicitaria decrece un -2,0% en el mes de abril de 2022

- Todos los medios presentan evoluciones positivas a excepción de Diarios, Dominicales y Televisión

### EVOLUCIÓN ABRIL 2022 vs. ABRIL 2021

Durante el mes de abril de 2022, la inversión publicitaria ha alcanzado los 416,5 millones de euros, decreciendo un -2,0% respecto al periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 425,2 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	Abr 2021	Abr 2022	% ev.22/21
Cine	0,2	0,8	261,2%
Diarios	23,3	17,9	-22,9%
<b>Total Digital</b>	<b>188,2</b>	<b>201,6</b>	<b>7,1%</b>
<i>Search</i>	57,5	62,4	8,5%
<i>Websites (display+video)</i>	79,4	82,1	3,4%
<i>RR.SS. (display+video)</i>	51,3	57,1	11,4%
Dominicales	0,7	0,6	-11,5%
Exterior	17,7	20,8	17,8%
Radio	33,6	34,7	3,5%
Revistas	8,4	10,8	28,5%
Televisión	153,2	129,3	-15,7%
<b>Total medios</b>	<b>425,2</b>	<b>416,5</b>	<b>-2,0%</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 abril de 2022, ha experimentado un incremento del 7,1% frente al mes de abril de 2021, obteniendo 201,6 millones de euros. Dentro de Digital el mejor comportamiento este mes es para **Redes Sociales** que crece un 11,4% pasando de los 51,3 millones de euros en el mes de abril de 2021 a los 57,1 millones del mes analizado.

**Search**, incrementa su cifra de inversión en un 8,5%, alcanzando los 62,4 millones de euros y **Websites**, aumenta un 3,4% su volumen con 82,1 millones de euros frente a los 79,4 millones de euros que obtuvo en el mismo periodo de 2021.

El segundo medio por volumen sería **Televisión** que aglutina una inversión publicitaria de 129,3 millones de euros con un decrecimiento del -15,7% frente a los 153,2 millones de euros registrados en abril de 2021. **Radio**, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 34,7 millones y un incremento del 3,5%, por encima del cuarto medio, **Exterior**, cuya cifra asciende en el cuarto mes del ejercicio a 20,8 millones de euros y registra una subida del 17,8% sobre la cifra correspondiente al año anterior. El medio **Diarios** decrece un -22,9% su volumen de inversión publicitaria con 17,9 millones de euros en el mes de abril. **Revistas**, sexto medio por volumen de inversión, aumenta su cifra un 28,5% y 10,8 millones de euros. **Cine**, registra 0,8 millones de euros y una evolución positiva del 261,2% frente al mes de abril de 2021.

Por último, **Dominicales**, alcanza los seiscientos mil euros y un descenso del -11,5% respecto al mismo periodo del año anterior.