

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 2,5% EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2023

28 de abril de 2023

- **Todos los medios presentan evoluciones positivas, a excepción de Dominicales, Revistas y Televisión.**
- **Refiriéndonos exclusivamente al mes de marzo de 2023, la inversión habría crecido un 8,0% respecto al mismo mes del año anterior.**



En los tres primeros meses del año, la inversión publicitaria ha crecido un 2,5% frente al período equivalente del año anterior, mostrando una cifra de 1.173,5 millones de euros, frente a los 1.144,8 millones del período enero-marzo de 2022. En el caso concreto del mes de marzo, la inversión habría crecido un 8,0% pasando de los 428,4 millones de euros de 2022 a los 462,5 millones del mes de marzo de 2023

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 ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un incremento del 3,7%, obteniendo 549,8 millones de euros en los primeros tres meses del año. Dentro de Digital el mejor comportamiento lo tiene **Websites**, medio que crece un 5,2% su volumen de inversión publicitaria pasando de 196,8 millones de euros a 207,1 millones durante el período analizado. **Redes Sociales**, aumenta su cifra un 4,5% con una inversión de 145,3 millones frente a los 139,0 millones de euros que obtuvo en el mismo período de 2022. **Search** también incrementa su cifra de inversión en un 1,7%, y alcanza un volumen en los tres primeros meses del año de 197,5 millones de euros

Medios	Ene_Mar 2022	Ene_Mar 2023	% Evol 23/22
Cine	2,2	2,9	29,7%
Diarios	55,1	56,2	2,1%
Dominicales	1,7	1,3	-18,8%
Exterior	54,0	68,1	26,0%
Radio	93,3	107,0	14,6%
Revistas	24,7	23,8	-3,7%
Televisión	383,7	364,3	-5,0%
Total Digital	530,0	549,8	3,7%
<i>Search</i>	<i>194,2</i>	<i>197,5</i>	<i>1,7%</i>
<i>Websites (Display + Video)</i>	<i>196,8</i>	<i>207,1</i>	<i>5,2%</i>
<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	<i>139,0</i>	<i>145,3</i>	<i>4,5%</i>
Total medios	1.144,8	1.173,5	2,5%

El segundo medio por inversión es **Televisión** que aglutina una inversión publicitaria de 364,3 millones de euros, un -5,0% menos que los 383,7 millones de euros del mismo periodo de 2022.

Radio, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 107,0 millones y un crecimiento del 14,6%, por encima del cuarto medio, **Exterior**, cuya cifra asciende en este primer trimestre a 68,1 millones de euros y obtiene una variación interanual del 26%. En el caso de **Diarios** su cifra supone un incremento del 2,1% alcanzando los 56,2 millones. El medio **Revistas** obtiene una cifra de inversión de 23,8 millones de euros en el periodo enero-marzo del 2023, que se traduce en una caída del -3,7%.

Cine, experimenta un crecimiento del 29,7% sobre el primer trimestre del año anterior, lo que lo sitúa en 2,9 millones de euros. **Suplementos y Dominicales**, último medio por volumen de inversión, muestra el peor comportamiento con un descenso del -18,8%.

EVOLUCIÓN MARZO 2023 VS MARZO 2022

Medios	Marzo 2022	Marzo 2023	% Evol 23/22
Cine	0,9	1,3	44,0%
Diarios	18,6	21,9	17,9%
Dominicales	0,7	0,6	-14,3%
Exterior	23,3	28,8	23,9%
Radio	35,9	44,7	24,6%
Revistas	11,1	11,3	1,8%
Televisión	147,2	152,2	3,3%
Total Digital	190,8	201,7	5,7%
Search	70,1	71,6	2,2%
Websites (Display + Video)	73,5	79,9	8,8%
Redes Sociales (Display + Video)	47,3	50,2	6,2%
Total medios	428,4	462,5	8,0%

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

TELEVISIÓN DISMINUYE SU INVERSIÓN UN -5,0% EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2023.

La inversión publicitaria en televisión ha disminuido un -5,0% en los tres primeros meses de 2023, respecto a la cifra conseguida en el mismo período del año anterior, pasando de los 383,7 millones de euros en enero-marzo del 2022 a los 364,3 millones alcanzados este año.

Conviene destacar que las cifras que se muestran en la tabla han sido en determinados casos estimadas por InfoAdex. También es necesario tener en cuenta en el apartado de las televisiones nacionales en abierto que, a los efectos de este análisis, se han integrado bajo el paraguas «grupo» los canales de TDT que son 100% propiedad de la cadena (multiplex).

En los tres primeros meses de 2023 ha disminuido un -5,4% la inversión publicitaria del grupo de las televisiones nacionales en abierto, que ha alcanzado los 325,0 millones de euros, situando su cuota de mercado en el 89,2%.

Mediaset España, con un decrecimiento del -6,8%, ha alcanzado una cifra de 149,0 millones, habiendo obtenido una cuota de mercado del 40,9%.

Atresmedia ha alcanzado una cifra de 151,2 millones lo que supone un decrecimiento del -5,4% respecto al mismo período de 2022, situando su cuota en el 41,5%.

A su vez, la inversión publicitaria en el grupo de las televisiones autonómicas se situó en el primer trimestre del año en una cifra de 20,9 millones de euros, con un aumento del 7,0% sobre los 19,5 millones que se registraron en el mismo periodo de 2022. Esta evolución sitúa la cuota de mercado de este grupo de televisiones en el 5,7%.

Los canales de pago muestran en el período analizado una caída del -11,3%, alcanzando una facturación de 17,9 millones sobre los 20,2 millones que tenían en el periodo enero-marzo de 2022, consiguiendo una cuota del 4,9% del mercado.

Inversión publicitaria en las cadenas de televisión en los nueve primeros meses de 2022 (millones de euros)

Cadenas	Total Publicidad (mill. €)		% Evol 23/22	% Cuota	
	Ene_Mar 22	Ene_Mar 23		Ene_Mar 22	Ene_Mar 23
Total televisión	383,7	364,3	-5,0	100,0	100,0
Mediaset España (*)	159,9	149,0	-6,8	41,7	40,9
Atresmedia (*)	159,7	151,2	-5,4	41,6	41,5
Resto TV's nacionales	23,9	24,8	4,1	6,2	6,8
Total TV's nac. Abierto	343,5	325,0	-5,4	89,5	89,2
Total TV's autonómicas	19,5	20,9	7,0	5,1	5,7
Total canales pago	20,2	17,9	-11,3	5,3	4,9
Total TV local	0,5	0,6	6,9	0,1	0,2

Fuente: InfoAdex, S.A.

(*) Se integran bajo el paraguas grupo los canales de TDT 100% propiedad de la cadena (multiplex).