

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 5% EN EL MES DE ABRIL DE 2023

26 de mayo de 2023

Todos los medios incrementan sus cifras de inversión a excepción de Radio



EVOLUCIÓN ABRIL 2023 vs ABRIL 2022

Durante el mes de abril de 2023, la inversión publicitaria ha alcanzado los 437,1 millones de euros, creciendo un 5,0 % respecto al periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 416,5 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 ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria durante el mes de abril de 2023, ha experimentado un crecimiento del 6,7% frente al mes de abril de 2022, obteniendo 215,1 millones de euros. Dentro de Digital el mejor comportamiento este mes es para Redes Sociales, que incrementa su cifra de inversión un 8,4%, alcanzando los 61,9 millones de euros. Websites, crece un 7,4% con una inversión de 88,1 millones de euros frente a los 82,1 millones que obtuvo en el mismo periodo de 2022. Por último, dentro de los medios contemplados en digital, Search aumenta un 4,3% pasando de los 62,4 millones de euros en el mes de abril de 2022 a los 65,1 millones del mes analizado.

Medios	Abril 2022	Abril 2023	% Evol 23/22
Cine	0,8	1,2	52,9%
Diarios	17,9	19,4	8,2%
Dominicales	0,6	0,7	12,1%
Exterior	20,8	24,1	15,9%
Radio	34,7	34,5	-0,7%
Revistas	10,8	11,6	7,4%
Televisión	129,3	130,5	1,0%
Total Digital	201,6	215,1	6,7%
Search	62,4	65,1	4,3%
Websites (Display + Video)	82,1	88,1	7,4%
Redes Sociales (Display + Video)	57,1	61,9	8,4%
Total medios	416,5	437,1	5,0%

El segundo medio por inversión es Televisión que concentra una inversión publicitaria de 130,5 millones de euros, con un crecimiento del 1,0% frente a los 129,3 millones de euros del mismo periodo del 2022. Radio, que ocupa el tercer lugar por inversión, se sitúa en 34,5 millones y una leve bajada del -0,7%, por encima del cuarto medio, Exterior, cuya cifra asciende en el cuarto mes del ejercicio a 24,1 millones de euros y registra una subida del 15,9% sobre la cifra correspondiente al año anterior. El medio Diarios, presenta un crecimiento en su inversión del 8,2% alcanzando los 19,4 millones de euros. Revistas, sexto medio por volumen de inversión, aumenta su cifra un 7,4% y 11,6 millones de euros.

Cine, registra 1,2 millones de euros durante el mes de abril de 2023 aumentando su inversión en un 52,9%. En último lugar, el medio Dominicales, registra un crecimiento en su inversión de un 12,1% alcanzando los 0,7 millones de euros durante el mes de abril de 2023.