

# Las PYMES aumentan la inversión en publicidad un 47% ante la mejor campaña de Navidad, según Corporalia

## El 94% de las PYMES han realizado inversiones para preparar la campaña de Navidad

Según datos de un estudio presentado por MediaShark ([www.mediashark.es](http://www.mediashark.es)) división especializada en PYMES del Grupo Corporalia, las PYMES han aumentado su inversión publicitaria un 47% de cara a las buenas previsiones de consumo que se esperan estas Navidades.

Una vez cerrada la primera fase de la campaña de Navidad con la semana del BlackFriday en la que las campañas de publicidad por parte de las PYMES crecieron un 19% respecto al mismo periodo del año pasado, las inversiones se centran en el último mes del año.

Durante el mes de Noviembre, aumentaron un 32% las contrataciones de espacios publicitarios con objetivo el consumo de Navidad por parte de las PYMES.

La publicidad exterior sigue creciendo entre las pequeñas y medianas empresas especialmente los MUPIS y soportes exteriores de cartelería con un crecimiento del 12% de contrataciones entre las PYMES y autobuses con un aumento del 7% respecto al resto del año.

"Después de los dos últimos años en los que la campaña de Navidad se convirtió en un salvavidas para las PYMES, este año se enfoca como un punto de inflexión para superar las expectativas de los años pasados. De esta manera, la inversión en publicidad es la pieza clave para cerrar un buen año en ventas para los pequeños negocios", explica el CEO de Corporalia.

Durante el mes de Diciembre crecerá el número de anunciantes de pequeños y medianos empresas que apuestan por otros canales de publicidad gracias al mejor acceso que hay hoy para conseguirlo como es el caso de las líneas de autobuses (que crecieron un 17%), el uso de marquesinas (con un aumento del 12%), y por último MUPIS (15%).

"Los pequeños y medianos empresarios esperan que la campaña de Navidad de este año sea la mejor de los últimos 5 años con un retorno de la inversión que genere beneficios no vistos desde la pandemia para las finanzas de estos negocios", explica Álvaro Canelo.

### INVERSIÓN MEDIA

Grupo Corporalia ha detectado un aumento en la inversión media entre las pymes de menos de 5 empleados pasando de 10.000€ a un mínimo de 15.000, mientras que las empresas medianas han

decidido apostar con inversiones de publicidad superiores a los 100.000€.

"La campaña de Navidad concentra los mayores esfuerzos de ventas de todos los negocios independientemente de su sector. Por este motivo el presupuesto medio ha aumentado un 20% especialmente centrados en todos los negocios enfocados en el consumo: regalos, restauración, alimentación, servicios, moda y retail", explica Álvaro Canelo.

Por comunidades Madrid, Barcelona Valencia, Andalucía y País Vasco siguen liderando el crecimiento de inversión publicitaria por parte de las pymes. Se estima que la inversión se realice hasta el mes de febrero, momento en el que finalice la primera fase de las rebajas post navideñas.

**Datos de contacto:**

Grupo Corporalia  
605065567

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>