

Estudio

INFOADEX

DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA
EN ESPAÑA *2025*

30 *i* Años
JUNTOS

RESUMEN

A LA VENTA EL ESTUDIO COMPLETO EN INFOADEX. TEL.: 91 556 66 99





En homenaje a
Miguel Ángel Sánchez Revilla, fundador de InfoAdex,
y a **Antonio Ruiz García**, gran amigo y patrocinador
durante muchos años de los Estudios InfoAdex.

Estudio INFOADEX DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN ESPAÑA 2025

Pedro Villa, COO de **InfoAdex**

Comité técnico del estudio:

- Elena Múgica, directora técnica **ACT**
- Leo Farache, director general **AM**
- Begoña Gómez, directora técnica **aea**
- Belén Acebes, COO de **IAB Spain**
- Elia Méndez, directora general de **La Fede**
- Patricia Sánchez, CEO de **InfoAdex**

Organizaciones colaboradoras del estudio

- Asociación de Agencias de Creatividad Transformadora (ACT)
- Asociación de Agencias de Medios (AM)
- Asociación Española de Anunciantes (aea)
- Branded Content Marketing Association (BCMA)
- Interactive Advertising Bureau Spain (IAB)
- Asociación Canales Temáticos (CONECTA)
- Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (LA FEDE)

Edita: INFOADEX, S.A.
Autora: Virginia Sánchez Eguinoa
Ctra. De Fuencarral a Alcobendas, 20.
Ed. Auge I, Planta 6.
28049 Madrid
Telef: 915 56 66 99
Fax: 915 55 41 11
Correo electrónico: iad@infoadex.es
<http://www.infoadex.es>

Derechos Reservados.

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor.

Diseño y Maquetación: Esquema Graphis

“EL PÁJARO SOLITARIO”

PATRICIA SÁNCHEZ

CEO de InfoAdex

Con este trigésimo primer Estudio InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España, le sumamos uno a esos treinta años que cumplimos recientemente.

Un año que afrontamos como El Pájaro Solitario de S. Juan de la Cruz. Como ya lo hizo nuestro fundador, Miguel Ángel Sánchez Revilla.

Primero, tratando de alcanzar la excelencia en todos nuestros procesos, permitiéndonos proporcionar un mejor servicio, sostenible en el tiempo.

Segundo, con una mayor cobertura de mercado, lo que nos permite afrontar las inversiones necesarias para que sea posible la medición de los medios del presente y el futuro.

Tercero, inspirándonos en las nuevas tecnologías y en nuestros clientes, ofreciendo nuevos productos, analizando nuevas realidades.

Cuarto, tratando de dar un dato lo más cercano a la realidad posible, desde un punto de vista, siempre, objetivo.

Quinto, con un canto suave, como el del Pájaro Solitario, facilitando el trabajo de nuestros usuarios, con una transición casi imperceptible en los cambios y las mejoras.

En esos cambios como el que se produce este año, en la presentación de nuestros datos.

Evolucionando a un análisis de mercado en el que lo digital ya forma parte del todo y en el que se hacía necesario un planteamiento distinto.

Iniciamos así un nuevo camino que seguirá planteando nuevos retos.

Gracias a todos los que nos acompañáis en este camino y que permitís que sigamos mejorando.

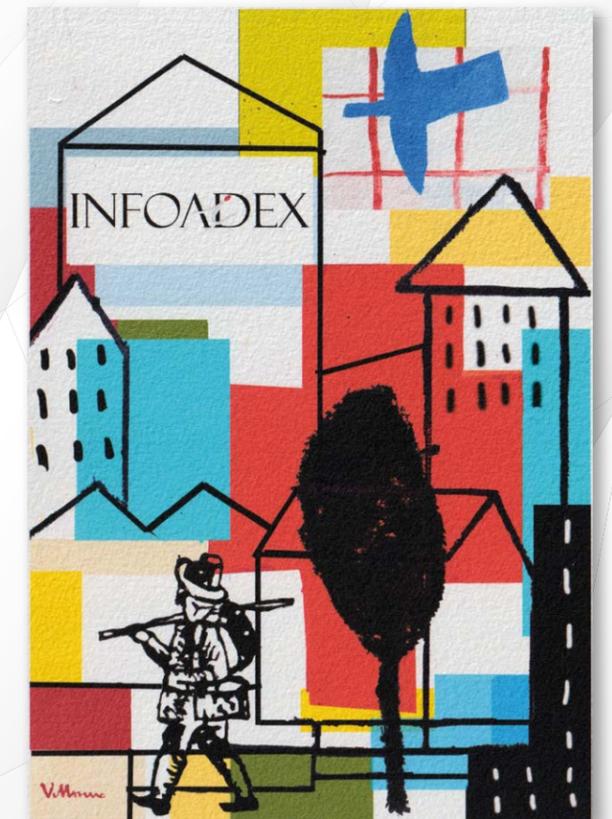
Muchas gracias a los anunciantes, a las agencias, a los medios y soportes, a nuestros clientes, a todo el equipo de InfoAdex, a ti, por estar ahí, y al Comité Técnico del Estudio. Gracias a ACT, aea, AM, Conecta, IAB y a La Fede.

Y un agradecimiento muy especial a nuestros patrocinadores, cuyo apoyo es tremendamente importante para poder seguir presentando estos datos cada año.

Muchísimas gracias a:

3Cat, Exterior Plus, Iki Media y Royal Comunicación.

**¡Por muchos más!
Un fuerte abrazo y que lo disfrutes.**



TOTAL MERCADO PUBLICITARIO

INVERSIÓN REAL ESTIMADA

Este estudio anual, que está ya en su **trigésimo primera edición**, muestra que la inversión real estimada que registró el mercado publicitario se situó en un volumen de **13.080,8 millones de euros** en 2024, lo que representa un **crecimiento del 3,8%** sobre los 12.603,3 millones de euros que se alcanzaron en el año anterior.

La tasa de crecimiento en 2024 de los **medios controlados** ha sido del **4,2%**, pasando de los 5.938,5 millones de euros que se registraron en 2023 a los **6.186,8 millones** de inversión en 2024. Como consecuencia de ello, el porcentaje que sobre el total mercado obtuvieron los **medios controlados** en 2024 fue del 47,3%.

A su vez, los denominados **medios estimados** representaron en 2024 el 52,7% de la inversión total, con **6.894,0 millones de euros** invertidos en el ejercicio, cuyo porcentaje aumenta un 3,4%, frente a los 6.664,7 millones registrados en el 2023.

EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS CONTROLADOS

La inversión real estimada en **medios controlados** alcanzó los 6.186,8 millones de euros durante el año 2024, cifra que representa un incremento en la inversión del 4,2% frente a los 5.938,5 millones registrados en el año 2023.

El medio **televisión** es el primer medio por volumen de negocio, con una participación del 30,0% del conjunto de **medios controlados** disminuyendo 0,6 puntos frente al porcentaje que alcanzaba en 2023. Aumenta su inversión en un 2,1%, situando su cifra en 1.857,1 millones de euros frente a los 1.819,6 millones del año anterior.

Search ocupa la segunda posición por volumen de inversión alcanzando los 977,2 millones de euros, con una evolución del 2,7% respecto a 2023.

Redes sociales pasa a ocupar el tercer lugar con 856,3 millones de euros, que representan el 13,8% del total de la inversión de **medios controlados**.

En el cuarto puesto por volumen de inversión se encuentra **diarios y dominicales**, que registra en 2024 una inversión de 749,1 millones de euros frente a los 778,0 millones del año anterior. La

evolución para este medio es de -3,7%.

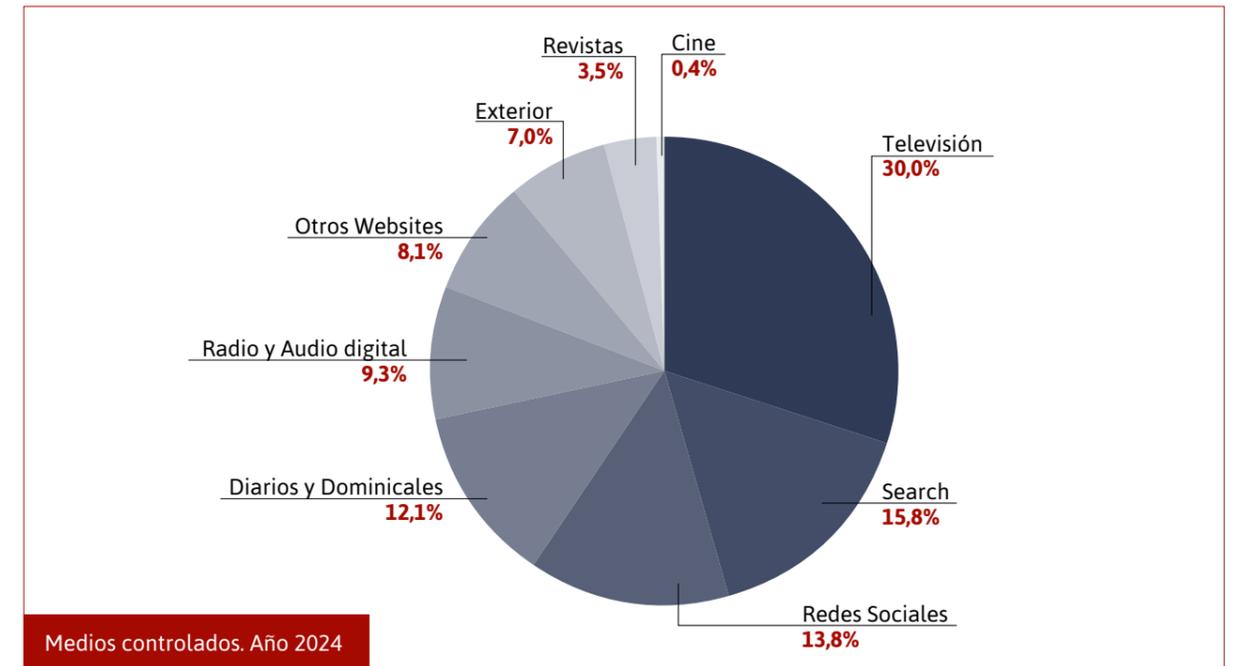
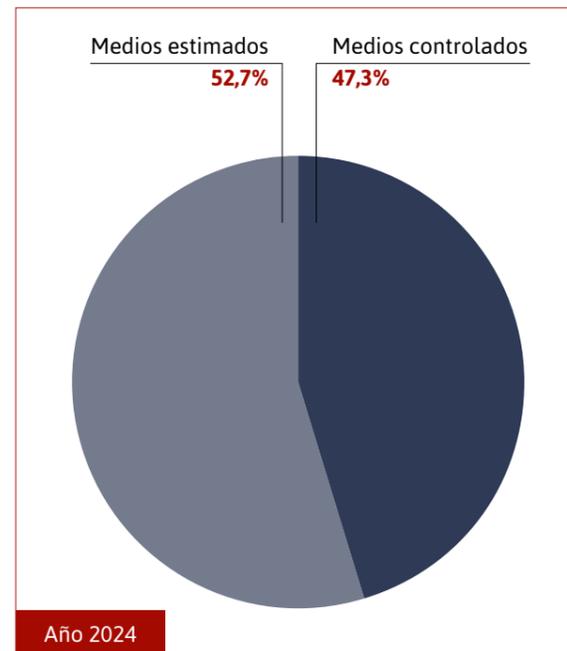
El medio **radio + audio digital**, desciende al quinto lugar, con un volumen de inversión publicitaria de 575,2 millones de euros, representa el 9,3% del total de la inversión recogida en los **medios controlados**. Su evolución frente al ejercicio anterior aumenta en un 7,4%, con respecto al año 2023.

Otros Websites se encuentra en sexto lugar con una inversión de 502,4 millones de euros y un incremento del 17,7% respecto al año anterior.

Exterior ocupa la séptima posición. La inversión publicitaria para este medio ha sido de 432,0 millones de euros, con un crecimiento del 6,2%, frente a los 406,7 millones que se registraron en 2023.

En el octavo lugar se encuentra **revistas**, con un incremento porcentual del 1,7% frente al que obtuvo el año anterior, pasando de los 210,7 millones de euros de 2023 a los 214,2 millones que se han registrado en 2024. El porcentaje obtenido para el medio **revistas** en los **medios controlados** lo sitúa en un 3,5%.

La inversión en **cine**, en último lugar, supone 23,2 millones de euros para 2024, y experimenta un crecimiento interanual del 13,6% frente a los 20,5 millones obtenidos en 2023.



MEDIOS ESTIMADOS

Bajo la denominación genérica de **medios estimados** se recogen el conjunto de medios publicitarios que, habitualmente, aparecen asimismo enmarcados bajo la expresión inglesa "below the line".

Conviene nuevamente destacar que el presente estudio versa sobre la inversión publicitaria que se lleva a cabo en los distintos medios, enfoque que es diferente del que es también posible efectuar clasificando la actividad publicitaria por las distintas técnicas de comunicación o estrategias que pueden ser utilizadas. Para evitar interpretaciones que puedan ser equívocas, no debe hacerse abstracción de este planteamiento de partida a la hora de analizar los resultados y extraer posibles conclusiones.

En el año 2024 la inversión real estimada en los **medios estimados** se situó en 6.894,0 millones de euros, lo que supone un crecimiento de la inversión interanual del 3,4% con respecto a los 6.664,7 millones que se registraron en el año anterior.

Del conjunto de quince medios que componen el grupo, once de ellos han obtenido un resultado positivo, con un incremento en su volumen de inversión frente al año anterior. Los cuatro restantes disminuyen su cifra frente al ejercicio 2023.

Ordenando los medios de mayor a menor según su cifra de inversión, el que mayor porcentaje alcanza es **Marketing telefónico**, que representa

un 25,0 % del total de los medios estimados. En 2024 recibió una inversión de 1.724,1 millones de euros frente a los 1.817,6 millones recibidos en el año anterior, y experimenta un decrecimiento interanual del -5,1%.

El segundo medio de este grupo por su cifra de inversión es **P.L.V., merchandising, señalización y rótulos**. En 2024 este medio ha experimentado un crecimiento en su cifra del 2,4%, alcanzando los 1.546,1 millones de euros frente a los 1.509,8 millones que mostraba en el año anterior. El **P.L.V., merchandising, señalización y rótulos** representa un 22,4 % sobre los 6.894,0 millones de euros que aporta la inversión total de los **medios estimados**.

Aparece en tercer lugar la inversión publicitaria del **Mailing digital y físico**, que en 2024 se ha situado en una cifra de 1.307,2 millones de euros, lo que ha supuesto un incremento del 7,9% respecto a los 1.211,4 millones de 2023. En el **Mailing digital y físico** se incluyen todos los envíos personalizados a domicilio y lugares de trabajo, lo que se denomina "mailing con respuesta y publicidad directa", y no se contemplan los gastos que corresponden al franqueo de los envíos.

Los **actos de patrocinio deportivo** se sitúan en cuarta posición, recibiendo en 2024 una inversión de 660,3 millones de euros. Una cifra que crece un 17,1% respecto al año anterior y, representa el 9,6% del total de la inversión de los **medios estimados**.

INVERSIÓN REAL ESTIMADA (en millones de euros)
Todos los medios - años 2022 / 2023 / 2024

MEDIOS CONTROLADOS	2022	2023	2024	%24/23	2024	
					Non Digital	Digital
Cine	21,1	20,5	23,2	13,6	23,2	
Diarios y Dominicales	824,4	778,0	749,1	-3,7	339,4	409,7
Exterior	350,2	406,7	432,0	6,2	251,7	180,3
Radio + Audio digital (*)	572,5	535,4	575,2	7,4	489,0	86,2
Revistas	190,6	210,7	214,2	1,7	126,7	87,5
Redes Sociales	727,4	789,3	856,3	8,5		856,3
Search	926,5	951,5	977,2	2,7		977,2
Otros Websites (**)	343,8	426,9	502,4	17,7		502,4
Televisión	1.797,4	1.819,6	1.857,1	2,1	1.647,6	209,5
SUBTOTAL MEDIOS CONTROLADOS	5.754,0	5.938,5	6.186,8	4,2	2.877,6	3.309,2
MEDIOS ESTIMADOS	2022	2023	2024	%24/23		
Actos de patroc., mecenaz., mark. social y RSC	419,2	373,9	389,4	4,1		
Actos de patrocinio deportivo	418,6	563,8	660,3	17,1		
Animación punto de venta	33,2	44,7	70,0	56,4		
Anuarios, guías y directorios	76,9	77,2	96,4	24,9		
Branded Content	453,7	550,0	560,6	1,9		
Buzoneo/folletos	256,6	255,1	224,6	-12,0		
Catálogos	48,1	40,9	52,8	29,2		
Esports	37,0	41,9	31,8	-24,0		
Ferias y exposiciones	30,2	38,3	44,3	15,7		
Influencers	63,9	79,1	125,0	58,0		
Mailing digital y físico	1.442,2	1.211,4	1.307,2	7,9		
Marketing telefónico	1.655,3	1.817,6	1.724,1	-5,1		
P.L.V., merchandising, señalización y rótulos	1.430,9	1.509,8	1.546,1	2,4		
Public. de empresas: revistas, boletines, memorias	18,2	19,9	21,5	8,1		
Regalos publicitarios off line	36,8	40,9	39,9	-2,5		
SUBTOTAL MEDIOS ESTIMADOS	6.420,8	6.664,7	6.894,0	3,4		
GRAN TOTAL	12.174,7	12.603,3	13.080,8	3,8		

(*) Audio digital: Incluye podcast y agregadores/distribuidores de música

(**) Otros websites: Sitios que no son soportes digitales de los medios TV, diarios, revistas y radio.

Branded content se sitúa en quinto lugar por su volumen sobre el total, y supone el 8,1% de la cifra de los **medios estimados**. Su cifra de inversión en 2024 ha supuesto un aumento del 1,9%, hasta situarse en los 560,6 millones de euros.

En sexta posición se sitúan los **Actos de patrocinio, mecenazgo, marketing social y RSC**, epígrafe que incluye acciones y eventos de distinto tipo como conciertos, espectáculos, fundaciones, exposiciones, actos culturales, contribuciones acti-

vas y voluntarias al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, etc. Supone un 5,6% de los **medios estimados**, con una cifra de inversión de 389,4 millones, lo que representa un crecimiento del 4,1% en relación con los 373,9 millones registrados en el 2023.

En séptimo lugar aparece **Buzoneo y folletos** con 224,6 millones de euros, lo que ha supuesto un decrecimiento del -12,0% respecto a la cifra de 255,1 millones invertida en 2023. En **Buzoneo y folletos** se recoge toda la publicidad que es repartida sin personalización, lo que quiere decir que no tiene ni nombre, ni dirección de destinatario, en domicilios y lugares de trabajo. Su participación sobre el total de **medios estimados** es del 3,3%.

Este año en octavo lugar se posiciona **Influencers**, con una inversión de 125,0 millones de euros. Representa el 1,8% dentro de los **medios estimados** y registra un crecimiento en la inversión del 58,0%.

El noveno puesto lo ocupa **Anuarios, guías y directorios**, con una inversión de 96,4 millones, que supone un crecimiento del 24,9% con respecto a los 77,2 millones invertidos en 2023.

Animación punto de venta, es el décimo medio por inversión con 70,0 millones de euros y que representa el 1,0% dentro de los medios estimados.

Supone un aumento porcentual en su inversión del 56,4% frente a los 44,7 invertidos en 2023.

Catálogos, obtiene en 2024 una cifra de 52,8 millones de euros, cuyo porcentaje crece un 29,2%, con una cuota del 0,8% sobre el total de los **medios estimados**.

Ferias y exposiciones se sitúa en duodécimo lugar en este listado, con un crecimiento de inversión de un 15,7% respecto al año anterior, con una cifra de 44,3 millones de euros.

En el puesto trece se encuentran los **Regalos publicitarios off line**, cuya inversión disminuye en un -2,5% situándose en los 39,9 millones de euros y supone un 0,6% sobre el total de **medios estimados**.

En penúltima posición aparece **Esports**, con un decrecimiento del -24,0%, colocándose en un volumen de inversión de 31,8 millones de euros, 10,1 millones menos que el año anterior.

En la última posición, se encuentran las **Publicaciones de empresa**, (en las que se incluyen las revistas corporativas, los boletines y las memorias, entre otras publicaciones), que en 2024 ha aumentado un 8,1%, alcanzando una inversión de 21,5 millones de euros, frente a los 19,9 millones que obtuvieron en 2023.

LA EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN RELACIÓN AL PIB

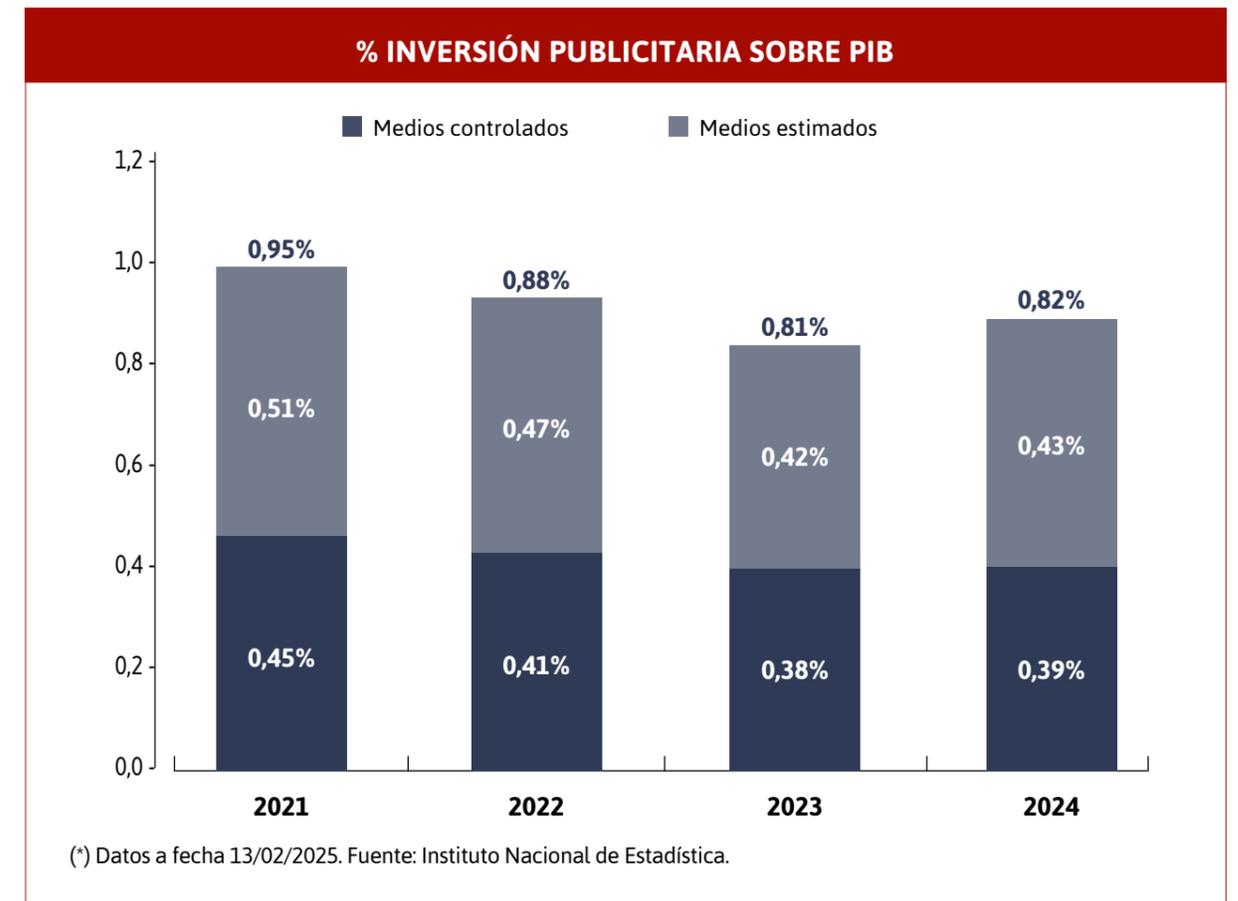
En los resultados del ejercicio 2024 se registra un crecimiento del volumen interanual de la inversión tanto en los **medios controlados** como en los **medios estimados**, tendencia similar a la evolución del PIB.

El índice conjunto de los medios sobre este indicador se sitúa en el 0,82%, 0,01 puntos superior que en el ejercicio 2023.

En lo que se refiere al comportamiento de los dos grandes grupos de medios, hay que decir que la participación sobre el PIB es una centésima mayor que en 2023, tanto en los **medios controlados**, como en los **medios estimados**.

INVERSIÓN PUBLICITARIA SOBRE PIB				
CONCEPTO	2021	2022	2023	2024
PIB a precios corrientes (*)	1.222.290,00	1.373.629,00	1.543.736,43	1.593.136,00
Inversión publicitaria en medios controlados	5.456,39	5.692,00	5.938,50	6.186,80
Inversión publicitaria en medios estimados	6.211,03	6.420,80	6.664,70	6.894,00
Total inversión publicitaria	11.667,42	12.112,80	12.603,20	13.080,80
% controlados	0,45%	0,41%	0,38%	0,39%
% estimados	0,51%	0,47%	0,42%	0,43%
% total inversión publicitaria	0,95%	0,88%	0,81%	0,82%

(*) Datos a fecha 13/02/2025. Fuente: Instituto Nacional de Estadística.



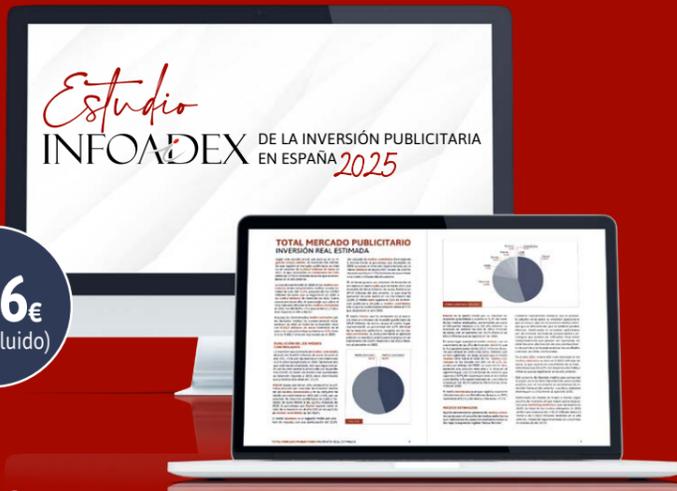
EL ESTUDIO COMPLETO DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN ESPAÑA 2024 CONTIENE, EN SUS MÁS DE 300 PÁGINAS, EL ANÁLISIS ANUAL, COMPLETO Y EXHAUSTIVO DE LAS INVERSIONES CON DETALLE DE CUÁNTO, CÓMO, DÓNDE Y QUIÉN INVIERTE EN PUBLICIDAD EN NUESTRO PAÍS

RESERVA DE EJEMPLARES: iad@infoadex.es

¿Quieres el Estudio completo?

¡Reserva ya tu ejemplar!

676€
(IVA incluido)



NOVEDAD Ahora también por capítulos

Estudio INFOADEx DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN ESPAÑA 2025

Indica el número de ejemplares del **Estudio InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España 2025**, con datos de 2024, que deseas adquirir.

Señala con una cruz la forma de pago que corresponda:

- Al contado, mediante cheque bancario a favor de InfoAdex, S.A.
 Transferencia bancaria a favor de InfoAdex, S.A. nº de cuenta: IBAN ES84 2100 0997 6602 0024 8847

Cumplimenta los siguientes datos y remite esta orden de pedido por email (rsegura@infoadex.es) a la atención de Rafael Segura.

<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Apellidos		Nombre	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Empresa		<input type="text"/>	<input type="text"/>
		N.I.F	Cargo
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Dirección		Población	Provincia
		<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	C.P.	
Teléfono1	Teléfono2	Email	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Es importante que antes de enviar la solicitud lea y acepte la siguiente información básica sobre nuestra Política de Privacidad:
INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE NUESTRA POLÍTICA DE PRIVACIDAD. RESPONSABLE: INFOADEx S.A. FINALIDAD PRINCIPAL. Gestión de la suscripción/Gestión de la candidatura/Gestionar el envío de información y prospección comercial. LEGITIMACIÓN: Consentimiento del interesado. DESTINATARIOS: No se cederán datos a terceros, salvo autorización expresa u obligación legal. DERECHOS: Acceder, rectificar y suprimir los datos, portabilidad de los datos, limitación u oposición a su tratamiento, transparencia y derecho a no ser objeto de decisiones automatizadas. INFORMACIÓN ADICIONAL: Puede consultar la información adicional y detallada sobre nuestra Política de Privacidad en <http://www.infoadex.es/home/politica-de-privacidad>. Data Protection Officer (DPO): GRUPO ADAPTALIA LEGAL – FORMATIVO S.L. C/ Julián Camarillo, 26 – 4ª Planta, 28037 Madrid. 91 553 34 08. legal@grupoadaptalia.es

- He leído y acepto la Política de Privacidad
 Autorizo al envío de comunicaciones electrónicas informativas relativas a las actividades, productos o servicios por correo postal, fax, correo electrónico o cualquier otro medio electrónico equivalente.

PERRO LADRADOR, CUCHARA DE PALO



Quien tiene datos, no se equivoca

Tenemos toda la información que necesitas sobre la actividad publicitaria, para tomar las decisiones acertadas. No te pierdas, además, nuestro completo control digital.

Info ío / MosaicoHD / Ad hoc / Consultoría

INFOADEx
INFORMACIÓN ÚTIL

lad@infoadex.es Infoadex.es

Estudio INFOADDEX DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN ESPAÑA 2025



PATROCINADORES



COLABORA



Comité Técnico del Estudio

