

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 1,3% EN EL MES DE MAYO DE 2025

27 de junio de 2025

- **Cine, Diarios + Dominicales, Exterior, Radio + Audio digital y Otros Websites incrementan su inversión publicitaria.**



En el marco del Estudio InfoAdex sobre la Inversión Publicitaria en España 2025, que recopila datos correspondientes al año 2024 y fue presentado el pasado febrero, InfoAdex continúa con la publicación mensual de la evolución de la inversión publicitaria por medios. Este análisis incluye un desglose detallado del componente digital en cada medio, proporcionando una visión más precisa de la distribución de los recursos publicitarios.

A continuación, se presenta la información que distingue la inversión entre los segmentos digital y no digital, alineada con el nuevo enfoque metodológico adoptado por InfoAdex.

EVOLUCIÓN MEDIOS DIGITAL + NON DIGITAL (MAYO'25 vs. MAYO'24)

Medios	evol. may'25 vs. may'24	Mayo '25				Mayo '24			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	11,3%	1,5		1,5	0,3%	1,3		1,3	0,2%
Diarios + Dominicales	2,0%	29,6	38,6	68,2	12,5%	29,5	37,4	66,9	12,4%
Exterior	9,0%	23,6	18,1	41,7	7,6%	24,5	13,8	38,3	7,1%
Radio + Audio digital (*)	9,7%	46,3	8,9	55,2	10,1%	41,9	8,4	50,3	9,3%
Revistas	-2,3%	13,6	5,3	18,9	3,5%	14,1	5,2	19,3	3,6%
Televisión	-3,5%	143,4	20,9	164,3	30,1%	151,8	18,4	170,2	31,5%
Otros Websites (**)	9,4%		47,8	47,8	8,7%		43,6	43,6	8,1%
Redes Sociales	-0,5%		74,1	74,1	13,5%		74,5	74,5	13,8%
Search	-0,2%		75,0	75,0	13,7%		75,2	75,2	13,9%
Total Medios	1,3%	257,9	288,7	546,6	100,0%	263,1	276,4	539,6	100,0%

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

(*) 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.

Durante el mes de mayo de 2025, la inversión publicitaria ha alcanzado los 546,6 millones de euros, un 1,3% superior que en el periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 539,6 millones de euros.

Incidir en que se añaden 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.

Televisión, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un decremento del -3,5%, frente al mes de mayo de 2024, obteniendo 164,3 millones de euros. En segundo lugar, **Search**, alcanza los 75,0 millones de euros, con una evolución del -0,2% respecto a 2024. **Redes Sociales** ocupa la tercera posición y disminuye su cifra de inversión en un -0,5%, y obtiene un volumen en el periodo analizado de 74,1 millones de euros.

El cuarto medio por volumen de inversión durante el mes de mayo es **Diarios y Dominicales**, que aumenta su cifra un 2,0%, con 68,2 millones de euros frente a los 66,9 registrados el año anterior.

El medio **Radio + Audio digital**, que ocupa el quinto puesto por inversión, se sitúa en 55,2 millones y un crecimiento del 9,7%, por encima del sexto medio, **Otros Websites** que sube su inversión en el mes analizado un 9,4%, alcanzando los 47,8 millones de euros.

En el caso de **Exterior** su cifra aumenta un 9,0% hasta los 41,7 millones de euros. El medio **Revistas** registra una inversión de 18,9 millones de euros, lo que supone un decrecimiento del -2,3% frente al mes de mayo de 2024. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta un crecimiento del 11,3% respecto al mismo mes del año anterior, y se sitúa en 1,5 millones de euros de inversión publicitaria.

A continuación, se presenta el enfoque que InfoAdex viene desarrollando y que continuará actualizándose mensualmente. Este incluye los datos acumulados de inversión publicitaria desde enero hasta el mes correspondiente, ofreciendo una visión clara de la evolución del mercado y aportando información útil para comprender las dinámicas del sector publicitario.

EVOLUCIÓN MEDIOS DIGITAL + NON DIGITAL (ENERO_MAYO'25 vs. ENERO_MAYO'24)

Medios	evol. ene_may'25 vs. ene_may '24	Enero_Mayo '25				Enero_Mayo '24			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	9,7%	6,9	0,0	6,9	0,3%	6,3		6,3	0,3%
Diarios + Dominicales	0,4%	101,6	164,0	265,7	11,5%	103,2	161,3	264,5	11,4%
Exterior	12,5%	102,3	56,9	159,2	6,9%	93,3	48,2	141,5	6,1%
Radio + Audio digital (*)	1,8%	195,5	35,3	230,8	10,0%	191,5	35,1	226,7	9,8%
Revistas	-0,1%	49,9	27,0	76,8	3,3%	50,5	26,4	76,9	3,3%
Televisión	-6,4%	626,6	95,5	722,1	31,3%	687,7	83,5	771,2	33,2%
Otros Websites (**)	9,4%		191,9	191,9	8,3%		175,5	175,5	7,6%
Redes Sociales	0,7%		307,8	307,8	13,3%		305,7	305,7	13,2%
Search	-1,1%		348,0	348,0	15,1%		351,8	351,8	15,2%
Total Medios	-0,5%	1.082,8	1.226,3	2.309,2	100,0%	1.132,5	1.187,5	2.320,0	100,0%

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

(*) 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.

En base a lo anterior, la inversión publicitaria en los cinco primeros meses del año se sitúa en 2.309,2 millones de euros, lo que representa un leve descenso del -0,5% en comparación con el mismo periodo de 2024, cuando alcanzó los 2.320,0 millones.

Televisión se mantiene como el primer medio por volumen de inversión, con una cifra de 722,1 millones de euros y una cuota del 31,3% sobre el total del mercado publicitario, a pesar de haber registrado un decrecimiento del -6,4% respecto al mismo periodo del año anterior.

Search ocupa la segunda posición, con una inversión de 348,0 millones de euros, lo que representa el 15,1% del mercado. El medio ha experimentado una leve caída del -1,1% en comparación con el acumulado de 2024. En tercer lugar, **Redes sociales** ha alcanzado los 307,8 millones de euros invertidos y una cuota del 13,3% con un leve crecimiento interanual del 0,7%.

Diarios + Dominicales ocupan la cuarta posición en el ranking, con una inversión total de 265,7 millones de euros con un crecimiento del 0,4% frente al mismo periodo del año anterior.

Radio + Audio digital se encuentran en la quinta posición, con una inversión conjunta de 230,8 millones de euros, lo que representa un 10,0% de participación en el mercado. **Otros Websites** se sitúan con 191,9 millones de euros y un crecimiento destacado del 9,4%, alcanzando así una cuota de mercado del 8,3%.

En el caso de **Exterior** su cifra supone un crecimiento del 12,5% alcanzando los 159,2 millones. El medio **Revistas** obtiene una cifra de inversión de 76,8 millones de euros en el periodo enero-mayo del 2025, que se traduce en un decremento del -0,1%. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta un crecimiento del 9,7% durante los primeros cinco meses del año, lo que lo sitúa en 6,9 millones de euros de inversión publicitaria.