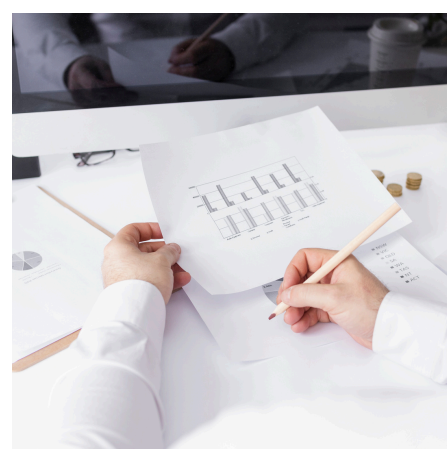


# INFOADEX - LA INVERSIÓN PUBLICITARIA DECRECE UN -7,4% EN EL MES DE ABRIL DE 2025

**Exterior, Revistas 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 (ABRIL '25 vs. ABRIL '24)

Medios	evol. abr'25 vs. abr'24	Abril '25				Abril '24			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	-11,3%	1,2		1,2	0,30%	1,4		1,4	0,3%
Diarios + Dominicales	-7,9%	18,6	33,4	52,0	11,3%	20,4	36,1	56,5	11,4%
Exterior	1,1%	21,9	6,7	28,7	6,2%	22,4	5,9	28,3	5,7%
Radio + Audio digital (*)	-7,0%	39,9	7,1	46,9	10,2%	42,4	8,1	50,5	10,2%
Revistas	0,4%	12,4	5,2	17,6	3,8%	11,9	5,7	17,5	3,5%
Televisión	-17,8%	116,0	17,7	133,7	29,1%	145,1	17,5	162,6	32,7%
Otros Websites (**)	7,3%		47,0	47,0	10,2%		43,8	43,8	8,8%
Redes Sociales	-3,2%		66,7	66,7	14,5%		68,9	68,9	13,9%
Search	-1,7%		65,8	65,8	14,3%		66,9	66,9	13,5%
<b>Total Medios</b>	<b>-7,4%</b>	<b>210,0</b>	<b>249,5</b>	<b>459,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>243,6</b>	<b>252,9</b>	<b>496,4</b>	<b>100,0%</b>

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 abril de 2025, la inversión publicitaria ha alcanzado los 459,6 millones de euros, un -7,4% inferior que en el periodo equivalente del año anterior cuando el volumen registrado fue de 496,4 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 -17,8%, frente al mes de abril de 2024, obteniendo 133,7 millones de euros. En segundo lugar, **Redes Sociales**, alcanza los 66,7 millones de euros, con una evolución del -3,2% respecto a 2024. **Search** ocupa la tercera posición y disminuye su cifra de inversión en un -1,7%, y obtiene un volumen en el periodo analizado de 65,8 millones de euros.

El cuarto medio por volumen de inversión durante el mes de abril es **Diarios y Dominicales**, que decrece su cifra en un -7,9%, con 52,0 millones de euros frente a los 56,5 registrados el año anterior.

El medio **Otros Websites**, que ocupa el quinto puesto por inversión, se sitúa en 47,0 millones y un crecimiento del 7,3%, por encima del sexto medio, **Radio + Audio digital** que baja su inversión en el mes analizado un -7,0%, alcanzando los 46,9 millones de euros.

En el caso de **Exterior** su cifra aumenta un 1,1% hasta los 28,7 millones de euros. El medio **Revistas** registra una inversión de 17,6 millones de euros, lo que supone un aumento del 0,4% frente al mes de abril de 2024. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta un decrecimiento del -11,3% respecto al mismo mes del año anterior, y se sitúa en 1,2 millones de euros de inversión publicitaria.

Fuente InfoAdex.