

ESTUDIO INFOADEX DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA - ENERO Y SEPTIEMBRE 2025

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA SE MANTIENE EN EL PERIODO ENERO-SEPTIEMBRE 2025

EXTERIOR Y OTROS WEBSITES REGISTRAN LOS MAYORES INCREMENTOS.

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 (ENE-SEP '25 VS. ENE-SEP '24)

Medios	evol. abr'25 vs. abr'24	Enero_Septiembre '25				Enero_Septiembre '24			
		Non digital	Digital	Total Ene_Sep '25	Cuota	Non digital	Digital	Total Ene_Sep '24	Cuota
Cine	5,9%	12,8		12,8	0,3%	12,1		12,1	0,3%
Diarios + Dominicales	-0,1%	223,6	290,7	514,3	12,2%	225,2	289,6	514,8	12,2%
Exterior	8,1%	198,5	130,8	329,3	7,8%	187,7	116,8	304,6	7,2%
Radio + Audio digital (*)	2,1%	341,4	61,9	403,3	9,6%	333,6	61,3	394,9	9,4%
Revistas	0,8%	91,7	49,5	141,2	3,3%	91,9	48,1	140,0	3,3%
Televisión	-6,0%	1.042,4	162,3	1.204,7	28,6%	1.142,7	138,2	1.280,9	30,4%
Otros Websites (**)	9,0%		384,5	384,5	9,1%		352,8	352,8	8,4%
Redes Sociales	0,9%		572,7	572,7	13,6%		567,6	567,6	13,5%
Search	0,7%		654,8	654,8	15,5%		650,6	650,6	15,4%
Total Medios	0,0%	1.910,4	2.307,2	4.217,6	100,0%	1.993,3	2.225,0	4.218,2	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. Incluye Youtube.

La inversión publicitaria se mantiene prácticamente estable en los nueve primeros meses del año respecto al mismo periodo de 2024, registrando una cifra de 4.217,6 millones de euros, frente a los 4.218,2 millones del periodo enero-septiembre de 2024.

Televisión, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado una disminución del -6,0%, obteniendo 1.204,7 millones de euros en los primeros nueve meses del año. En segundo lugar, Search, que crece un 0,7%, alcanza en el periodo enero-septiembre una cifra de 654,8 millones de euros. Redes Sociales, que ocupa el tercer lugar, incrementa su cifra de inversión un 0,9%, y obtiene un volumen de 572,7 millones de euros en el periodo analizado.

El cuarto medio por volumen de inversión, Diarios y Dominicales, disminuye su cifra en un -0,1%, con 514,3 millones de euros frente a los 514,8 millones registrados en el periodo enero-septiembre de 2024. El medio Radio + Audio digital, que ocupa el quinto puesto por inversión, se sitúa en 403,3 millones y un crecimiento del 2,1%, por encima del sexto medio, Otros Websites, cuya cifra asciende a 384,5 millones de euros de enero a septiembre con una variación interanual del 9,0%.

En el caso de Exterior su cifra supone un crecimiento del 8,1% alcanzando los 329,3 millones. El medio Revistas obtiene una cifra de inversión de 141,2 millones de euros en el periodo enero-septiembre del 2025, que se traduce en un incremento del 0,8%. Cine, último medio por volumen de inversión, experimenta un crecimiento del 5,9% sobre los nueve primeros meses del año anterior, que lo sitúa en 12,8 millones de euros de inversión publicitaria.

GESMEDIa/360
GRUPO

EVOLUCIÓN MEDIOS DIGITAL + NON DIGITAL (SEP'25 VS. SEP'24)

Medios	evol. sep'25 vs. sep'24	Septiembre '25				Septiembre '24			
		Non digital	Digital	Total Sep '25	Cuota	Non digital	Digital	Total Sep '24	Cuota
Cine	0,3%	1,6		1,6	0,3%	1,6		1,6	0,3%
Diarios + Dominicales	11,3%	30,6	34,6	65,2	11,3%	29,2	32,1	61,3	11,0%
Exterior	8,8%	28,5	22,2	50,7	8,8%	27,2	18,7	45,8	8,3%
Radio + Audio digital (*)	8,5%	42,2	7,0	49,2	8,5%	37,7	6,6	44,3	8,0%
Revistas	2,5%	8,1	6,3	14,4	2,5%	7,9	6,1	14,0	2,5%
Televisión	26,9%	133,7	22,2	155,9	26,9%	140,1	14,9	155,0	27,9%
Otros Websites (**)	11,7%		67,6	67,6	11,7%		62,8	62,8	11,3%
Redes Sociales	13,8%		79,7	79,7	13,8%		78,9	78,9	14,2%
Search	16,3%		94,3	94,3	16,3%		91,3	91,3	16,5%
Total Medios	4,3%	244,7	334,0	578,7	100,0%	243,7	311,4	555,0	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. Incluye Youtube.

A continuación, figura el planteamiento que se ha venido publicando con anterioridad y que InfoAdex mantendrá durante los próximos meses con la intención de sustituirlo por el anterior a medio plazo.

EVOLUCIÓN PLANTEAMIENTO ANTERIOR (SEP '25 VS. SEP '24)

Medios	Ene_Sep '25	Ene_Sep '24	% Evol '25/'24
Cine	12,8	12,1	5,9%
Diarios y Dominicales	223,6	225,2	-0,7%
Exterior	329,2	304,6	8,1%
Radio	341,4	333,6	2,3%
Revistas	91,7	91,9	-0,2%
Televisión	1.042,4	1142,7	-8,8%
Total Digital	2.035,0	1990,2	2,3%
<i>Search</i>	654,8	650,6	0,7%
<i>Websites (Display + Video)</i>	807,5	772,0	4,6%
<i>Redes Sociales (Display + Video)</i>	572,7	567,6	0,9%
Total medios	4076,1	4100,3	-0,6%

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

LA TELEVISIÓN LINEAL REDUCE SU INVERSIÓN UN -8,8% EN EL PERIODO ENE-SEP DE 2025

La inversión publicitaria en televisión lineal ha arrojado una disminución del -8,8% en los nueve primeros meses de 2025, respecto a la cifra conseguida en el mismo período del año anterior, pasando de los 1.042,7 millones de euros en enero-septiembre del 2025 a los 1.142,7 millones alcanzados el pasado año.

Conviene destacar que las cifras que se muestran en la tabla han sido en determinados casos estimadas por InfoAdex. También es necesario tener en cuenta en el apartado de las televisiones nacionales en abierto que, a los efectos de este análisis, se han integrado bajo el paraguas «grupo» los canales de TDT que son 100% propiedad de la cadena (multiplex).

En los nueve primeros meses de 2025 ha bajado un -9,5% la inversión publicitaria del grupo de las televisiones nacionales en abierto, situando su cuota de mercado en el 89,4%, al conseguir 931,8 millones de euros.

Mediaset España, con un decrecimiento del -9,5%, ha alcanzado una cifra de 427,8 millones, que se traduce en una cuota de mercado del 41,0%.

Atresmedia consigue una cifra de 439,3 millones lo que supone una bajada del -8,7% respecto al mismo período de 2024, situando su cuota en el 42,1%.

A su vez, la inversión publicitaria en el grupo de las televisiones autonómicas registró 58,7 millones de euros en los primeros nueve meses del año, que supone una caída del -0,4% sobre los 59,0 millones que obtuvo en el mismo periodo de 2024. Esta evolución se traduce en una cuota de mercado del 5,6% para este grupo de televisiones.

Los canales de pago muestran en el período analizado un decrecimiento del -4,7%, con una facturación de 50,3 millones sobre los 52,8 millones que lograron en el periodo enero-septiembre de 2024, que supone una cuota de mercado del 4,8%.

EVOLUCIÓN PLANTEAMIENTO ANTERIOR (SEP '25 VS. SEP '24)

Cadenas	Total Publicidad (mill.€)		% Evol '25/'24	% Cuota	
	Ene_Sep '25	Ene_Sep '24		Ene_Sep '25	Ene_Sep '24
Total Televisión	1.042,4	1.142,7	-8,8%	100,0%	100,0%
Mediaset España (*)	427,8	472,9	-9,5%	41,0%	41,4%
Atresmedia (*)	439,3	480,9	-8,7%	42,1%	42,1%
Resto Tv's nacionales	64,7	75,6	-14,4%	6,2%	6,6%
Total Tv's nac.Abierto	931,8	1029,4	-9,5%	89,4%	90,1%
Total Tv's automáticas	58,7	59,0	-0,4%	5,6%	5,2%
Total canales pago	50,3	52,8	-4,7%	4,8%	4,6%
Total TV local	1,5	1,5	-2,1%	0,1%	0,1%

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

(*) Se integran bajo el paraguas grupo los canales de TDT 100% propiedad de la cadena (multiplex).

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.

Los medios más afectados por esta medida son Radio, Exterior, Televisión y especialmente Digital.

GESMEDIa/360
GRUPO