

ESTUDIO INFOADEX DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA - ENERO - OCTUBRE 2025

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 1,9% EN EL MES DE OCTUBRE DE 2025

CINE, DIARIOS + DOMINICALES, EXTERIOR, RADIO + AUDIO DIGITAL, OTROS WEBSITES, REDES SOCIALES Y SEARCH INCREMENTAN SU INVERSIÓN PUBLICITARIA.

EVOLUCIÓN OCTUBRE 2025 VS OCTUBRE 2024

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 (OCTUBRE'25 VS. OCTUBRE'24)

Medios	evol. % Oct '25 vs Oct'24	Octubre '25				Octubre '24			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	18,5%	3,7	-	3,7	0,5%	3,1	-	3,1	0,5%
Diarios + Dominicales	0,2%	32,9	36,2	69,1	9,7%	33,6	35,4	69	9,9%
Exterior	3,8%	30,3	22,4	52,7	7,4%	29,3	21,5	50,8	7,3%
Radio + Audio digital (*)	11,1%	56,9	8,3	65,2	9,2%	50,7	8	58,7	8,4%
Revistas	-2,7%	10,7	6,7	17,4	2,4%	11,6	6,3	17,9	2,6%
Televisión	-3,1%	162,2	32,5	194,6	27,4%	182,1	18,8	200,8	28,8%
Otros Websites (**)	3,7%	-	87,2	87,2	12,3%	-	84,2	84,2	12,1%
Redes sociales	3,1%	-	94,6	94,6	13,3%	-	91,7	91,7	13,2%
Search	3,9%	-	125,4	125,4	17,7%	-	120,7	120,7	17,3%
Total Medios	1,9%	296,7	413,4	710,1	100,0%	310,3	386,6	697	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.

Durante el mes de octubre de 2025, la inversión publicitaria se sitúa en 710,1 millones de euros, un 1,9% más que en el periodo equivalente del año anterior, cuando el volumen registrado fue de 697,0 millones de euros.

Televisión, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un descenso del -3,1% frente al mes de octubre de 2024, obteniendo 194,6 millones de euros. En segundo lugar, **Search** alcanza los 125,4 millones de euros, con un avance del 3,9% respecto a 2024. **Redes Sociales** ocupa la tercera posición y eleva su cifra de inversión en un 3,1%, hasta un volumen en el periodo analizado de 94,6 millones de euros.

El cuarto medio por volumen de inversión durante el mes de octubre es **Diarios y Dominicales**, cuya inversión se mantiene prácticamente en los mismos niveles, con 69,1 millones de euros frente a los 69,0 millones del año anterior (+0,2%).

El medio **Radio + Audio digital**, que ocupa el quinto puesto por inversión, se sitúa en 65,2 millones de euros y registra una notable mejora del 11,1%, por encima del sexto medio, **Otros Websites**, que eleva su inversión en el mes analizado un 3,7%, alcanzando los 87,2 millones de euros.

En el caso de **Exterior**, su cifra aumenta un 3,8% hasta los 52,7 millones de euros. El medio **Revistas** registra una inversión de 17,4 millones de euros, lo que supone un retroceso del -2,7% frente al mes de octubre de 2024. **Cine**, último medio por volumen de inversión, muestra un fuerte repunte del 18,5% respecto al mismo mes del año anterior y se sitúa en 3,7 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.

GESMEDIa/360
GRUPO

EVOLUCIÓN MEDIOS DIGITAL + NON DIGITAL (ENERO-OCTUBRE'25 VS. ENERO-OCTUBRE'24)

Medios	evol. % Ene-Oct' 25 vs. Ene-Oct'24	Enero-Octubre '25				Enero-Octubre '24			
		Non Digital	Digital	Total	Cuota	Non Digital	Digital	Total	Cuota
Cine	8,5%	16,5	-	16,5	0,3%	15,2	-	15,2	0,30%
Diarios + Dominicales	-0,1%	256,5	326,9	583,4	11,8%	258,8	325	583,8	11,90%
Exterior	7,5%	228,8	153,2	382	7,8%	217,0	138,4	355,4	7,20%
Radio + Audio digital (*)	3,3%	398,3	70,3	468,6	9,5%	384,3	69,3	453,6	9,20%
Revistas	0,4%	102,4	56,2	158,5	3,2%	103,4	54,4	157,9	3,20%
Televisión	-5,6%	1204,6	194,7	1399,3	28,4%	1324,8	156,9	1481,7	30,10%
Otros Websites (**)	8,0%	-	471,7	471,7	9,6%	-	436,9	436,9	8,90%
Redes sociales	1,2%	-	667,3	667,3	13,5%	-	659,4	659,4	13,40%
Search	1,2%	-	780,2	780,2	15,8%	-	771,3	771,3	15,70%
Total Medios	0,3%	2207,1	2720,6	4927,6	100,0%	2303,6	2611,6	4915,2	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.

En base a lo anterior, la inversión publicitaria en los diez primeros meses del año se sitúa en 4.927,6 millones de euros, lo que representa un ligero avance del 0,3% en comparación con el mismo periodo de 2024, cuando alcanzó los 4.915,2 millones.

Televisión se mantiene como el primer medio por volumen de inversión, con una cifra de 1.399,3 millones de euros y una cuota del 28,4% sobre el total del mercado publicitario, a pesar de haber registrado una caída del -5,6% respecto al mismo periodo del año anterior.

Search ocupa la segunda posición, con una inversión de 780,2 millones de euros, lo que representa el 15,8% del mercado. El medio ha experimentado un leve incremento del 1,2% en comparación con el acumulado de 2024. En tercer lugar, **Redes Sociales** ha alcanzado los 667,3 millones de euros invertidos y una cuota del 13,5%, con un avance interanual también del 1,2%.

Diarios + Dominicales ocupan la cuarta posición en el ranking, con una inversión total de 583,4 millones de euros, prácticamente estable frente al mismo periodo del año anterior, con un ligero ajuste a la baja del -0,1%.

Radio + Audio digital se encuentran en la quinta posición, con una inversión conjunta de 468,6 millones de euros, lo que representa un 9,5% de participación en el mercado. **Otros Websites** se sitúan en 471,7 millones de euros y registran un destacado incremento del 8,0%, alcanzando así una cuota de mercado del 9,6%.

En el caso de **Exterior**, su cifra supone una subida del 7,5%, alcanzando los 382,0 millones de euros. El medio **Revistas** obtiene una cifra de inversión de 158,5 millones de euros en el periodo enero-octubre de 2025, que se traduce en un ligero avance del 0,4%. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta un aumento del 8,5% durante los primeros diez meses del año, lo que lo sitúa en 16,5 millones de euros de inversión publicitaria.