LA INVERSIÓN PUBLICITARIA DECRECE UN -0,3% EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2025

30 de julio de 2025

- **Todos los medios incrementan su cifra de inversión a excepción de Revistas, Televisión y Search.**



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 non digital, alineada con el nuevo enfoque metodológico adoptado por InfoAdex.

EVOLUCIÓN MEDIOS
DIGITAL + NON DIGITAL (1S '25 VS. 1S '24)

Medios	evol. 1S '25 vs. 1S '24	1S '25				1S '24			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	8,8%	9,0		9,0	0,3%	8,3		8,3	0,3%
Diarios + Dominicales	0,5%	142,6	200,7	343,3	11,9%	143,7	198,0	341,6	11,8%
Exterior	9,7%	132,5	80,8	213,3	7,4%	122,0	72,4	194,4	6,7%
Radio + Audio digital (*)	2,5%	239,9	43,8	283,7	9,8%	233,7	43,1	276,8	9,5%
Revistas	-0,6%	69,2	31,9	101,1	3,5%	70,2	31,5	101,7	3,5%
Televisión	-5,9%	770,3	115,9	886,1	30,6%	839,8	101,8	941,6	32,5%
Otros Websites (**)	9,0%		243,7	243,7	8,4%		223,7	223,7	7,7%
Redes Sociales	0,7%		381,3	381,3	13,2%		378,8	378,8	13,1%
Search	-0,6%		430,8	430,8	14,9%		433,6	433,6	14,9%
Total Medios	**-0,3%**	**1.363,4**	**1.528,8**	**2.892,2**	**100,0%**	**1.417,6**	**1.482,8**	**2.900,4**	**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 seis primeros meses del año habría decrecido un -0,3% frente al periodo equivalente del año anterior, alcanzando una cifra de 2.892,2 millones de euros, frente a los 2.900,4 millones del periodo enero-junio de 2024.

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.

Televisión, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un decrecimiento del -5,9%, obteniendo 886,1 millones de euros en los primeros seis meses del año. En segundo lugar, **Search**, disminuye un -0,6%, alcanzando en este semestre una cifra de 430,8 millones de euros. **Redes Sociales**, que ocupa el tercer lugar, incrementa su cifra de inversión un 0,7%, y obtiene un volumen en el periodo analizado de 381,3 millones de euros.

El cuarto medio por volumen de inversión es **Diarios y Dominicales**, que aumenta su cifra en un 0,5%, con 343,3 millones de euros frente a los 341,6 millones registrados en el primer semestre de 2024.

El medio **Radio + Audio digital**, que ocupa el quinto puesto por inversión, se sitúa en 283,7 millones y un crecimiento del 2,5%, por encima del sexto medio, Otros **Websites**, cuya cifra asciende en este primer semestre a 243,7 millones de euros con una variación interanual del 9,0%.

En el caso de **Exterior** su cifra supone un crecimiento del 9,7% alcanzando los 213,3 millones. El medio **Revistas** obtiene una cifra de inversión de 101,1 millones de euros en el periodo enero-junio del 2025, que se traduce en un decremento del -0,6%. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta un crecimiento del 8,8% sobre el primer semestre del año anterior, loque lo sitúa en 9,0 millones de euros, de inversión publicitaria.

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

Medios	evol. Jun'25 vs.	Jun '25				Jun '24			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	5,8%	2,1		2,1	0,4%	2,0		2,0	0,3%
Diarios + Dominicales	0,7%	40,9	36,7	77,7	13,3%	40,5	36,7	77,1	13,3%
Exterior	2,3%	30,2	23,9	54,1	9,3%	28,6	24,2	52,8	9,1%
Radio + Audio digital (*)	5,4%	44,4	8,5	52,9	9,1%	42,1	8,0	50,2	8,6%
Revistas	-2,1%	19,3	4,9	24,2	4,2%	19,7	5,0	24,7	4,3%
Televisión	-3,7%	143,7	20,4	164,1	28,1%	152,2	18,3	170,4	29,4%
Otros Websites (**)	7,5%		51,8	51,8	8,9%		48,2	48,2	8,3%
Redes Sociales	0,5%		73,5	73,5	12,6%		73,1	73,1	12,6%
Search	1,2%		82,8	82,8	14,2%		81,8	81,8	14,1%
Total Medios	**0,5%**	**280,5**	**302,5**	**583,0**	**100,0%**	**285,1**	**295,3**	**580,4**	**100,0%**

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

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 MEDIOS PLANTEAMIENTO ANTERIOR (1S '25 VS. 1S '24)

Medios	1S '25	1S '24	% Evol '25/'24
Cine	9,0	8,3	8,8%
Diarios y Dominicales	142,6	143,7	-0,8%
Exterior	213,1	194,4	9,7%
Radio	239,9	233,7	2,7%
Revistas	69,2	70,2	-1,4%
Televisión	770,3	839,8	-8,3%
Total Digital	**1.349,0**	**1.325,1**	1,8%
Search	*430,8*	*433,6*	*-1,2%*
Websites (Display + Video)	*537,0*	*512,8*	*7,1%*
Redes Sociales (Display + Video)	*381,3*	*378,8*	*2,9%*
Total medios	**2.793,1**	**2.815,1**	**-0,8%**

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

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

Medios	Jun '25	Jun '24	% Evol '25/'24
Cine	2,1	2,0	5,8%
Diarios y Dominicales	40,9	40,5	1,2%
Exterior	54,1	52,8	2,4%
Radio	44,4	42,1	5,3%
Revistas	19,3	19,7	-2,0%
Televisión	143,7	152,2	-5,6%
Total Digital	**260,7**	**255,3**	**2,1%**
Search	*82,8*	*81,8*	*-1,2%*
Websites (Display + Video)	*104,5*	*100,4*	*7,1%*
Redes Sociales (Display + Video)	*73,5*	*73,1*	*2,9%*
Total medios	**565,2**	**564,6**	**0,1%**

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

LA TELEVISIÓN LINEAL DISMINUYE SU INVERSIÓN UN -8,3% EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2025

La inversión publicitaria en televisión lineal ha decrecido un -8,3% en los seis primeros meses de 2025, respecto a la cifra conseguida en el mismo período del año anterior, pasando de los 839,8 millones de euros en enero-junio del 2024 a los 770,3 millones alcanzados este 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 seis primeros meses de 2025 ha bajado un -9,0% la inversión publicitaria del grupo de **las televisiones nacionales en abierto**, que ha alcanzado los 688,9 millones de euros, situando su cuota de mercado en el 89,4%.

Atresmedia ha alcanzado una cifra de 324,7 millones lo que supone una disminución del -8,0% respecto al mismo período de 2024, situando su cuota en el 42,2%.

Mediaset España, con un decrecimiento del -9,4%, ha alcanzado una cifra de 315,9 millones, habiendo obtenido una cuota de mercado del 41,0%.

A su vez, la inversión publicitaria en el grupo de las **televisiones autonómicas** se situó en el primer semestre del año en una cifra de 42,1 millones de euros, con una caída del -0,3% sobre los 42,2 millones que se registraron en el mismo periodo de 2024. Esta evolución sitúa la cuota de mercado de este grupo de televisiones en el 5,5%.

Los **canales de pago** muestran en el período analizado un decrecimiento del -4,2%, alcanzando una facturación de 38,2 millones sobre los 39,9 millones que tenían en el periodo enero- junio de 2024, situando su cuota de mercado en el 5,0%.

Inversión Publicitaria en TV lineal 1S '25 VS. 1S '24

	Total Publicidad (mill. €)		% Evol '25/'24	% Cuota	
Cadenas	1S '25	1S '24		1S '25	1S '24
Total televisión	**770,3**	**839,8**	**-8,3%**	**100,0%**	**100,0%**
Mediaset España (*)	315,9	348,7	-9,4%	41,0%	41,5%
Atresmedia (*)	324,7	353,0	-8,0%	42,2%	42,0%
Resto Tv's nacionales	48,3	55,0	-12,1%	6,3%	6,5%
Total Tv's nac. Abierto	**688,9**	**756,7**	**-9,0%**	**89,4%**	**90,1%**
Total Tv's autonómicas	**42,1**	**42,2**	**-0,3%**	**5,5%**	**5,0%**
Total canales pago	**38,2**	**39,9**	**-4,2%**	**5,0%**	**4,7%**
Total TV local	**1,1**	**1,1**	**-1,0%**	**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).