



Marcas que más invirtieron en Search durante el Q4: Líderes, su crecimiento y más.

Octubre a Diciembre de 2025



Metodología

Este análisis ha sido elaborado utilizando las métricas avanzadas de Digital Marketing Intelligence de Similarweb. La data presentada se centra exclusivamente en el periodo correspondiente al cuarto trimestre de 2025 (octubre a diciembre).

Para garantizar la relevancia del ranking, el listado de marcas está estrictamente ordenado por inversión en search (PPC Spend). Este indicador refleja el gasto estimado en publicidad de búsqueda pagada para cada dominio en sus respectivos mercados nacionales.











Además del gasto, el reporte ofrece visibilidad sobre:

Visitas mensuales: Tráfico total dirigido al sitio durante el periodo analizado.

Cambio PoP (Period-over-Period): Evolución porcentual de la inversión y el tráfico respecto al trimestre anterior.











Alcance de marca: Volumen de búsquedas con intención de marca frente a términos genéricos.

Argentina durante el Q4 de 2025: Top 10 sitios webs con más inversión en Search

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 google.com	1.2B 29.13%	↑ 0.16%	961.5M	36.2M 9.31%	\$5.150M	39.50M
2	 facebook.com	205M 4.90%	↓ 0.57%	136.2M	10.1M 2.60%	\$2.676M	16.81M
3	 booking.com	14.2M 0.34%	↑ 35.29%	6.203M	790.3K 0.20%	\$2.238M	5.461M
4	 tiktok.com	54.7M 1.31%	↑ 8.52%	27.20M	4.9M 1.25%	\$2.217M	17.49M
5	 youtube.com	579.1M 13.83%	↑ 2.09%	420.5M	18.6M 4.78%	\$1.511M	52.61M
6	 mercadolibre.com.ar	92.9M 2.22%	↓ 0.86%	49.95M	16.6M 4.27%	\$1.196M	14.18M
7	 claro.com.ar	19.4M 0.46%	↓ 14.23%	11.41M	1.6M 0.42%	\$1.110M	4.683M
8	 temu.com	18.2M 0.43%	↑ 6.17%	7.557M	1.4M 0.35%	\$875,436	6.298M
9	 personal.com.ar	20.7M 0.50%	↑ 51.07%	9.615M	1.8M 0.47%	\$684,298	6.068M
10	 gemini.google.com	23.9M 0.57%	↑ 102.55%	17.77M	21.6M 5.56%	\$675,693	4.202M

- Google domina la inversión en search con 5.1M USD liderando el mercado local.
- Booking.com incrementa su pauta un 35.2% por la alta temporada de fin de año.
- Personal.com.ar registra el mayor salto en inversión con un 51% de alza PoP.











Brasil durante el Q4 de 2025: Top 10 sitios webs con más inversión en Search

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 google.com	4.9B 28.13%	↓ 0.28%	3.784B	99.3M 6.91%	\$53.63M	183.0M
2	 shein.com	65.5M 0.38%	↑ 3.07%	28.69M	4.2M 0.29%	\$47.15M	24.13M
3	 amazon.com.br	238.7M 1.37%	↑ 33.28%	99.78M	18.9M 1.32%	\$33.45M	99.52M
4	 vivo.com.br	47.5M 0.27%	↑ 14.95%	18.61M	12M 0.84%	\$30.95M	17.58M
5	 99app.com	41.4M 0.24%	↑ 80.58%	20.88M	1.5M 0.10%	\$24.48M	17.45M
6	 tiktok.com	909.4M 5.21%	↑ 15.07%	474.1M	30.2M 2.10%	\$22.59M	210.5M
7	 facebook.com	303.7M 1.74%	↓ 1.68%	207.0M	26.7M 1.85%	\$19.33M	31.32M
8	 mercadolibre.com.br	275.3M 1.58%	↑ 6.05%	108.6M	34.7M 2.41%	\$15.31M	61.61M
9	 samsung.com	88.6M 0.51%	↑ 9.68%	22.13M	16.8M 1.17%	\$12.02M	48.06M
10	 shopee.com.br	173.1M 0.99%	↑ 16.59%	85.31M	22.7M 1.58%	\$9.943M	59.59M

- Shein invierte 47.1M USD en search, acercándose al gasto total de Google.br.
- Amazon.com.br eleva su presupuesto un 33.2% para dominar el retail en Brasil.
- 99app.com dispara su inversión un 80.5% logrando un crecimiento récord en Q4.











Chile durante el Q4 de 2025:

Top 10 sitios webs con más inversión en Search

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 facebook.com	66.6M 3.42%	↓ 2.53%	43.70M	4.2M 2.03%	\$5.811M	7.033M
2	 shein.com	4.1M 0.21%	↑ 42.14%	1.568M	665.3K 0.32%	\$3.479M	2.104M
3	 lider.cl	12.5M 0.64%	↑ 18.69%	4.447M	2.1M 1.02%	\$2.169M	5.751M
4	 temu.com	13M 0.67%	↓ 54.95%	5.400M	443.1K 0.22%	\$2.027M	4.885M
5	 google.com	552.6M 28.36%	↓ 1.36%	445.9M	25.3M 12.33%	\$1.885M	17.21M
6	 entel.cl	13.5M 0.69%	↑ 15.07%	4.493M	2.5M 1.22%	\$1.445M	4.695M
7	 mercadolibre.cl	33.1M 1.70%	↑ 7.26%	11.78M	4.7M 2.27%	\$1.165M	10.05M
8	 movistar.cl	7.7M 0.39%	↓ 1.77%	3.028M	2.4M 1.19%	\$1.142M	3.157M
9	 wom.cl	6.7M 0.34%	↑ 9.96%	2.109M	1.4M 0.66%	\$971,449	2.670M
10	 clarochile.cl	4.3M 0.22%	↑ 33.47%	1.428M	1.2M 0.60%	\$963,660	1.712M











- Shein desplaza a retailers locales con una inversión masiva de 3.4M en pauta.
- Temu.com acelera su gasto un 54.9% consolidando su irrupción en el país sur.
- Lider.cl lidera el retail nacional invirtiendo 2.1M USD en search este Q4.

Colombia durante el Q4 de 2025: Top 10 sitios webs con más inversión en Search

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 facebook.com	121.1M <div><div></div></div> 4.02%	↓ 0.96%	80.84M	6.1M <div><div></div></div> 1.90%	\$8.423M	11.86M
2	 google.com	959.9M <div><div></div></div> 31.87%	↓ 0.57%	759.3M	51.3M <div><div></div></div> 16.05%	\$4.082M	37.81M
3	 amazon.com	20.4M <div><div></div></div> 0.68%	↑ 10.30%	10.49M	4.4M <div><div></div></div> 1.36%	\$1.527M	5.944M
4	 temu.com	31.1M <div><div></div></div> 1.03%	↓ 8.96%	15.60M	1.4M <div><div></div></div> 0.43%	\$1.181M	7.533M
5	 booking.com	6M <div><div></div></div> 0.20%	↑ 11.51%	2.527M	440.7K <div><div></div></div> 0.14%	\$1.033M	2.574M
6	 shein.com.co	9.7M <div><div></div></div> 0.32%	↑ 30.94%	4.844M	872.4K <div><div></div></div> 0.27%	\$999,715	4.387M
7	 chatgpt.com	92.7M <div><div></div></div> 3.08%	↓ 1.53%	67.06M	14.9M <div><div></div></div> 4.66%	\$917,334	8.320M
8	 tigo.com.co	9.4M <div><div></div></div> 0.31%	↓ 4.36%	4.037M	2M <div><div></div></div> 0.62%	\$906,821	3.297M
9	 youtube.com	321.7M <div><div></div></div> 10.68%	↑ 3.17%	239.2M	22.4M <div><div></div></div> 6.99%	\$820,643	22.37M
10	 whatsapp.com	137.8M <div><div></div></div> 4.57%	↓ 0.88%	95.59M	10.9M <div><div></div></div> 3.41%	\$728,580	25.62M











- Facebook encabeza la inversión con 8.4M USD superando ampliamente a Google.
- Shein.com.co crece un 30.9% en pauta reafirmando su expansión en el mercado.
- Amazon y Booking mantienen presupuestos millonarios para captar nuevos leads.

Perú durante el Q4 de 2025: Top 10 sitios webs con más inversión en Search

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 google.com	827.4M <div><div>32.90%</div></div>	↑ 3.57%	655.5M	38.9M <div><div>13.79%</div></div>	\$2.245M	32.46M
2	 facebook.com	143.9M <div><div>5.72%</div></div>	↑ 3.39%	97.76M	7.4M <div><div>2.62%</div></div>	\$2.113M	10.20M
3	 temu.com	18.4M <div><div>0.73%</div></div>	↓ 31.87%	8.181M	1.1M <div><div>0.39%</div></div>	\$1.758M	5.446M
4	 tiendaclaro.pe	4.6M <div><div>0.18%</div></div>	↑ 16.04%	994,341	89K <div><div>0.03%</div></div>	\$1.194M	2.373M
5	 chatgpt.com	86.8M <div><div>3.45%</div></div>	↑ 6.22%	60.32M	16.7M <div><div>5.92%</div></div>	\$979,537	6.507M
6	 gemini.google.com	20.5M <div><div>0.81%</div></div>	↑ 67.58%	14.60M	22.9M <div><div>8.14%</div></div>	\$885,520	3.271M
7	 upc.edu.pe	10.1M <div><div>0.40%</div></div>	↑ 5.45%	4.745M	1.9M <div><div>0.67%</div></div>	\$711,023	1.072M
8	 falabella.com.pe	23.5M <div><div>0.93%</div></div>	↑ 27.59%	5.961M	3M <div><div>1.07%</div></div>	\$658,615	7.535M
9	 whatsapp.com	138.5M <div><div>5.51%</div></div>	↓ 10.71%	100.2M	13.3M <div><div>4.70%</div></div>	\$538,387	11.85M
10	 aliexpress.com	5.2M <div><div>0.21%</div></div>	↑ 14.16%	3.254M	699K <div><div>0.25%</div></div>	\$503,174	2.063M

- Google y Facebook concentran casi el 50% de la inversión en search del Top 10.
- Temu.com irrumpe con 1.7M USD desafiando el liderazgo de los grandes retailers.
- Gemini.google.com escala su gasto un 67.5% reflejando el auge de la IA en Perú.











México durante el Q4 de 2025: Top 10 sitios webs con más inversión en Search

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 facebook.com	312.9M <div><div>5.27%</div></div>	↓ 3.26%	202.7M	19.9M <div><div>3.49%</div></div>	\$22.34M	29.66M
2	 google.com	2.2B <div><div>37.13%</div></div>	↓ 1.64%	1.637B	69.4M <div><div>12.17%</div></div>	\$13.45M	102.0M
3	 amazon.com.mx	107M <div><div>1.80%</div></div>	↑ 12.40%	52.92M	16.8M <div><div>2.95%</div></div>	\$12.81M	41.15M
4	 temu.com	31.7M <div><div>0.53%</div></div>	↓ 49.63%	14.01M	1.6M <div><div>0.28%</div></div>	\$9.542M	11.32M
5	 walmart.com.mx	27.4M <div><div>0.46%</div></div>	↑ 14.87%	8.554M	5.9M <div><div>1.04%</div></div>	\$8.863M	12.64M
6	 bodegaaurrera.com.mx	14.7M <div><div>0.25%</div></div>	↑ 33.22%	3.487M	2.2M <div><div>0.39%</div></div>	\$5.027M	7.480M
7	 mercadolibre.com.mx	99.1M <div><div>1.67%</div></div>	↑ 4.54%	43.12M	19.5M <div><div>3.42%</div></div>	\$3.075M	25.11M
8	 telcel.com	8M <div><div>0.14%</div></div>	↑ 3.79%	3.741M	2.7M <div><div>0.47%</div></div>	\$2.037M	3.784M
9	 homedepot.com.mx	14.7M <div><div>0.25%</div></div>	↑ 18.87%	3.042M	3.3M <div><div>0.58%</div></div>	\$2.027M	7.011M
10	 liverpool.com.mx	31.5M <div><div>0.53%</div></div>	↑ 35.84%	13.21M	5.1M <div><div>0.90%</div></div>	\$1.701M	13.03M

- Facebook lidera la inversión con 22.3M USD duplicando el presupuesto de Google.
- Bodega Aurrera sube su gasto un 33.2% ganando terreno frente a Walmart en Q4.
- Amazon.com.mx mantiene 12.8M USD de inversión para asegurar su cuota retail.

España durante el Q4 de 2025:

Top 10 sitios webs con más inversión en Search

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 google.com	1.8B 30.16%	↑ 1.97%	1.387B	70.8M 12.16%	\$224.0M	53.49M
2	 facebook.com	134.5M 2.28%	↓ 9.02%	85.50M	9.2M 1.59%	\$40.95M	14.52M
3	 temu.com	38M 0.64%	↓ 21.70%	16.65M	2.6M 0.45%	\$9.162M	11.55M
4	 amazon.es	114.4M 1.94%	↑ 11.04%	56.18M	21.6M 3.71%	\$7.207M	22.10M
5	 booking.com	24.4M 0.41%	↓ 35.88%	10.92M	2.5M 0.43%	\$5.586M	9.877M
6	 shein.com	17.9M 0.30%	↑ 3.70%	7.353M	3.3M 0.57%	\$4.125M	7.646M
7	 aliexpress.com	52.9M 0.90%	↑ 6.97%	32.54M	5.4M 0.92%	\$3.784M	15.23M
8	 mediamarkt.es	15M 0.26%	↑ 23.03%	4.532M	4.6M 0.80%	\$2.386M	6.650M
9	 zalando.es	11M 0.19%	↑ 36.44%	4.369M	2.4M 0.42%	\$2.216M	4.410M
10	 chatgpt.com	136M 2.31%	↑ 6.07%	102.8M	23.2M 3.99%	\$1.791M	10.34M

- Google.com centraliza 224M USD de inversión siendo el hub principal de search.
- Zalando.es aumenta su pauta un 36.4% liderando el crecimiento en moda online.
- Temu ya invierte 9.1M USD en España superando a competidores locales en pauta.

Sobre nosotros



Similarweb es una plataforma de inteligencia digital que permite a las marcas y Retailers aumentar su cuota de mercado digital al agregar información sobre el comportamiento en línea de los usuarios reales, obtenida de mediciones directas, redes contributivas, paneles medidos, asociaciones de datos y extracción de datos públicos.

Confiada por los especialistas en marketing de todo el mundo, Similarweb proporciona los datos y herramientas para el análisis de la industria y la inteligencia competitiva, para que las empresas puedan superar a sus rivales.



Ad Intelligence permite conocer la participación de mercado de diferentes marcas en una categoría, conocer los planes de medios de los competidores, conocer el aporte individual e incremental que aporta cada medio al reach, obtener GRPs para comparar con medios offline y verificar que las campañas aparecieron en un medio. En el siguiente reporte de Ad Intelligence, podrás encontrar las industrias, medios, formatos y dispositivos con mayor inversión en publicidad digital.

Agenda tu llamada

Descubre cómo AdIntelligence puede transformar tu estrategia publicitaria. Agenda una llamada con nosotros y conoce todas las ventajas que nuestra plataforma puede ofrecerte.

[¡Conoce más aquí!](#)