INFOADEX

30 de julio de 2026

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 4,7% EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2026

- Redes Sociales, Search y Cine 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 non digital, alineada con el nuevo enfoque metodológico adoptado por InfoAdex.

Evolución Medios
DIGITAL + NON DIGITAL (ENE-JUN '26 vs. ENE-JUN '25)

		Enero-Junio '26				Enero-Junio '25			
Medios	evol. Ene-Jun '26 vs. Ene-Jun '25	Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	7,4%	9,9		9,9	0,3%	9,2		9,2	0,3%
Diarios + Dominicales	0,2%	144,7	199,5	344,1	11,3%	142,6	200,7	343,3	11,8%
Exterior	5,0%	117,3	106,4	223,7	7,4%	121,0	92,2	213,1	7,3%
Radio + Audio digital (*)	3,3%	247,8	45,2	293,0	9,6%	239,9	43,8	283,7	9,8%
Revistas	-2,3%	66,8	32,0	98,8	3,2%	69,2	31,9	101,1	3,5%
Televisión (1)	2,1%	759,5	157,2	916,7	30,2%	781,7	115,9	897,5	30,9%
Redes sociales	11,9%		426,7	426,7	14,0%		381,3	381,3	13,1%
Search	8,4%		466,8	466,8	15,4%		430,8	430,8	14,8%
Websites (**)	6,8%		260,3	260,3	8,6%		243,7	243,7	8,4%
Total Medios	**4,7%**	**1.345,8**	**1.694,1**	**3.039,9**	**100,0%**	**1.363,5**	**1.540,2**	**2.903,6**	**100,0%**

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

(*) Audio digital: Incluye podcast y plataformas streaming de música
(**) Websites: no incluye medios de comunicación
(1) Incluye TVE

La inversión publicitaria crece en el primer semestre del año respecto al mismo periodo de 2025, registrando una cifra de 3.039,9 millones de euros, frente a los 2.903,6 millones del periodo enero-junio de 2025.

Televisión, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un incremento del 2,1%, obteniendo 916,7 millones de euros en los primeros seis meses del año. En segundo lugar, **Search**, que crece un 8,4%, alcanza en el periodo enero-junio de 2026 una cifra de 466,8 millones de euros. **Redes Sociales**, que ocupa el tercer lugar, incrementa su cifra de inversión un 11,9%, y alcanza los 426,7 millones de euros en el periodo analizado.

El cuarto medio por volumen de inversión, **Diarios + Dominicales**, se mantiene en niveles similares al año anterior, con 344,1 millones de euros frente a los 343,3 millones registrados en el primer semestre, lo que se traduce en una variación del 0,2%.

El medio **Radio + Audio digital**, que ocupa el quinto puesto por inversión, se sitúa en 293,0 millones, con un crecimiento del 3,3%, por encima del sexto medio, **Websites**, cuya cifra asciende a 260,3 millones de euros de enero a junio con una variación interanual del 6,8%.

En el caso de **Exterior,** su cifra supone un crecimiento del 5,0% alcanzando los 223,7 millones. El medio **Revistas** obtiene una cifra de inversión de 98,8 millones de euros en el periodo enero-junio de 2026, que se traduce en un descenso del -2,3%. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta una variación del 7,4% sobre los seis primeros meses del año anterior, que lo sitúa en 9,9 millones de euros de inversión publicitaria.

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.

Evolución Medios
DIGITAL + NON DIGITAL (JUN '26 vs. JUN '25)

		Junio '26				Junio '25			
Medios	evol. Jun '26 vs. Jun '25	Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	3,5%	2,2		2,2	0,3%	2,1		2,1	0,4%
Diarios + Dominicales	2,1%	37,8	41,5	79,3	12,7%	40,9	36,7	77,7	13,3%
Exterior	5,8%	30,4	26,7	57,2	9,2%	30,8	23,2	54,1	9,2%
Radio + Audio digital (*)	10,7%	49,5	9,1	58,5	9,4%	44,4	8,5	52,9	9,0%
Revistas	-2,2%	19,1	4,6	23,7	3,8%	19,3	4,9	24,2	4,1%
Televisión (1)	4,7%	147,7	26,3	174,0	27,9%	145,8	20,4	166,2	28,4%
Redes sociales	12,9%		83,0	83,0	13,3%		73,5	73,5	12,6%
Search	10,5%		91,5	91,5	14,7%		82,8	82,8	14,1%
Websites (**)	4,7%		54,3	54,3	8,7%		51,8	51,8	8,9%
Total Medios	**6,6%**	**286,7**	**336,9**	**623,6**	**100,0%**	**283,4**	**301,8**	**585,2**	**100,0%**

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

(*) Audio digital: Incluye podcast y plataformas streaming de música
(**) Websites: no incluye medios de comunicación
(1) Incluye TVE

LA TELEVISIÓN LINEAL REDUCE SU INVERSIÓN UN -2,8% EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2026

La inversión publicitaria en televisión lineal ha registrado un descenso del -2,8% en los seis primeros meses de 2026 respecto al mismo periodo del año anterior, situándose en 759,5 millones de euros, frente a los 781,7 millones alcanzados en enero-junio de 2025.

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

En el primer semestre de 2026, la inversión publicitaria del grupo de las **televisiones nacionales en abierto** ha bajado un -3,1%, hasta los 678,7 millones de euros, lo que sitúa su cuota de mercado en el 89,4%.

Atresmedia consigue una cifra de 318,9 millones lo que supone una bajada del -1,8% respecto al mismo periodo de 2025, situando su cuota en el 42,0%.

Mediaset España, con un decrecimiento del -4,1%, ha registrado una cifra de 302,8 millones, que se traduce en una cuota de mercado del 39,9%.

A su vez, la inversión publicitaria en el grupo de las **televisiones autonómicas** registró 40,7 millones de euros en el primer semestre del año, que supone una variación del -3,4% sobre los 42,1 millones que obtuvo en el mismo periodo de 2025. Esta evolución se traduce en una cuota de mercado del 5,4% para este grupo de televisiones.

El grupo de **canales de pago** registra un crecimiento del 2,5% en el período analizado: su facturación pasa de los 38,2 millones del periodo enero-junio de 2025 a 39,1 millones en los seis primeros meses de 2026, con una cuota de mercado del 5,2%.

Inversión Publicitaria en TV lineal
(ENE-JUN '26 vs. ENE-JUN '25)

Cadenas	Ene-Jun 2026	Ene-Jun 2025	%26/25	Cuota '26	Cuota '25
Total TV	759,5	781,7	-2,8	100	100
Atresmedia (*)	318,9	324,7	-1,8	42	41,5
Mediaset España (*)	302,8	315,9	-4,1	39,9	40,4
Otras tv's nal.(1)	57	59,7	-4,5	7,5	7,6
Total TV. nacional en abierto	678,7	700,3	-3,1	89,4	89,6
Total TV. autonómicas	40,7	42,1	-3,4	5,4	5,4
Total canales pago	39,1	38,2	2,5	5,2	4,9
Total TV local	1	1,1	-5	0,1	0,1

Datos estimados por InfoAdex (cifras en millones de euros)

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

NovedAdex

INFOADEX PUBLICARÁ INVERSIÓN MENSUAL DE MARKETING DIRECTO EN PAPEL TRAS ALCANZAR UN ACUERDO CON CORREOS

InfoAdex ha alcanzado un acuerdo con Correos para comenzar a publicar mensualmente datos relativos a la actividad de marketing directo en papel desglosada por segmentos, calculados a partir del número de envíos realizados por **Grupo Correos**.

Según la información correspondiente al periodo enero-junio de 2026, los sectores con mayor peso son **Venta a Distancia y Promocional**, con una cuota del 27,0%; **Distribución y Gran Consumo,** con el 22,2% y **Otras Empresas**, con el 20,3% de cuota.

Esta nueva información refuerza el compromiso de InfoAdex con la excelencia del dato, la aproximación a la realidad del mercado y la mejora continua.

Evolución Inversión Marketing Directo en Papel
(ENE-JUN '26 vs. ENE-JUN '25)

Sectores	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total 1S 2026	Cuota 1S
Asociaciones/Fundación/ONG y Coleg. Profesionales	247.008	210.418	446.737	525.285	504.466	609.459	2.543.373	10,5%
Banca y Seguros	23.873	59.057	34.446	21.930	83.764	30.634	253.704	1,1%
Distribución y Gran Consumo (incluido Editoriales y Prensa)	743.848	437.359	1.178.066	754.391	1.232.122	1.006.850	5.352.637	22,2%
Operadores Logísticos	453.472	437.359	478.607	395.735	377.375	879.797	3.022.344	12,5%
Otras Empresas	807.774	778.204	880.462	728.238	1.143.116	555.994	4.893.789	20,3%
Servicios	88.791	1.087.750	68.534	89.395	75.414	142.421	1.552.305	6,4%
Venta a Distancia y Promocional	1.275.391	1.067.684	744.307	1.004.457	1.190.114	1.239.509	6.521.462	27,0%
Total 1S 2026	**3.640.157**	**4.077.832**	**3.831.159**	**3.519.431**	**4.606.370**	**4.464.664**	**24.139.614**	**100,0%**

Fuente InfoAdex, S.A./ Inversión en euros.