

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 3,6% EN EL MES DE MAYO DE 2026

- Cine, Diarios y Dominicales, Exterior, Redes Sociales, Search y Websites incrementan su inversión publicitaria



InfoAdex realiza un seguimiento de la actividad publicitaria de forma diaria, permanente y continua, en base al cual realiza 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.

Evolución Medios

DIGITAL + NON DIGITAL (may '26 vs. may '25)

Durante el mes de mayo de 2026, la inversión publicitaria ha alcanzado los 568,5 millones de euros, un 3,6% superior al periodo equivalente del año anterior, cuyo volumen registrado fue de 548,8 millones de euros.

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.

Medios	evol. May '26 vs. May '25	Mayo '26				Mayo '25			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	35,7%	2,0		2,0	0,4%	1,5		1,5	0,3%
Diarios + Dominicales	1,9%	33,4	36,0	69,5	12,2%	29,6	38,6	68,2	12,4%
Exterior	8,1%	22,9	22,2	45,1	7,9%	23,0	18,7	41,7	7,6%
Radio + Audio digital (*)	-1,7%	45,3	8,9	54,3	9,5%	46,3	8,9	55,2	10,1%
Revistas	-5,8%	12,9	4,9	17,8	3,1%	13,6	5,3	18,9	3,4%
Televisión (1)	-0,2%	140,7	25,5	166,2	29,2%	145,5	20,9	166,4	30,3%
Redes sociales	11,8%		82,8	82,8	14,6%		74,1	74,1	13,5%
Search	9,6%		82,2	82,2	14,5%		75,0	75,0	13,7%
Websites (**)	1,9%		48,7	48,7	8,6%		47,8	47,8	8,7%
Total Medios	3,6%	257,3	311,3	568,5	100,0%	259,4	289,3	548,8	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

Televisión, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, se mantiene prácticamente estable frente al mes de mayo de 2025, con una variación del -0,2%, obteniendo 166,2 millones de euros. En segundo lugar, **Redes Sociales** alcanza los 82,8 millones de euros, con un destacado crecimiento del 11,8% respecto al mismo mes de 2025. **Search** ocupa la tercera posición y eleva su cifra de inversión en un 9,6%, y obtiene un volumen en el periodo analizado de 82,2 millones de euros.

El cuarto medio por volumen de inversión durante el mes de mayo de 2026 es **Diarios y Dominicales**, que registra 69,5 millones de euros frente a los 68,2 millones registrados en mayo de 2025, lo que se traduce en una variación del 1,9%.

Radio + Audio digital, que ocupa el quinto puesto por inversión, se sitúa en 54,3 millones de euros y presenta una caída moderada del -1,7%. En sexta posición se encuentra **Websites**, que aumenta su inversión en el mes analizado un 1,9%, hasta alcanzar los 48,7 millones de euros.

En el caso de **Exterior**, su cifra aumenta un 8,1% hasta los 45,1 millones de euros. **Revistas** registra una inversión de 17,8 millones de euros, con un descenso del -5,8% frente al mes de mayo de 2025. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta un crecimiento del 35,7% respecto al mismo periodo del año anterior, y se sitúa en 2,0 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.

Evolución Medios

DIGITAL + NON DIGITAL (ENERO-MAYO '26 vs. ENERO-MAYO '25)

Medios	evol. Ene-May '26 vs. Ene-May '25	Enero-Mayo '26				Enero-Mayo '25			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	8,6%	7,7		7,7	0,3%	7,1		7,1	0,3%
Diarios + Dominicales	-0,3%	106,8	158,0	264,8	11,0%	101,6	164,0	265,7	11,5%
Exterior	4,7%	86,8	79,7	166,5	6,9%	90,1	68,9	159,1	6,9%
Radio + Audio digital (*)	1,6%	198,3	36,2	234,4	9,7%	195,5	35,3	230,8	10,0%
Revistas	-2,3%	47,7	27,4	75,0	3,1%	49,9	27,0	76,8	3,3%
Televisión (1)	1,6%	611,8	130,9	742,7	30,7%	635,9	95,5	731,3	31,5%
Redes sociales	11,7%		343,7	343,7	14,2%		307,8	307,8	13,3%
Search	7,9%		375,4	375,4	15,5%		348,0	348,0	15,0%
Websites (**)	7,4%		206,0	206,0	8,5%		191,9	191,9	8,3%
Total Medios	4,2%	1.059,1	1.357,1	2.416,3	100,0%	1.080,1	1.238,4	2.318,5	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

En base a lo anterior, la inversión publicitaria en los cinco primeros meses del año alcanza los 2.416,3 millones de euros, lo que supone un incremento del 4,2% en comparación con el mismo periodo de 2025, que ascendió a 2.318,5 millones.

Televisión concentra el mayor volumen de inversión publicitaria, con una cifra de 742,7 millones de euros y una cuota del 30,7% sobre el total del mercado, tras registrar un crecimiento del 1,6% respecto al mismo periodo del año anterior.

Search se sitúa en segunda posición, con una inversión de 375,4 millones de euros, lo que representa el 15,5% del mercado y supone un incremento del 7,9% en comparación con el acumulado de 2025. En tercer lugar, **Redes Sociales** alcanza los 343,7 millones de euros invertidos y una cuota del 14,2%, con un destacado crecimiento interanual del 11,7%.

Diarios y Dominicales ocupan la cuarta posición del ranking, con una inversión total de 264,8 millones de euros, y se mantienen prácticamente en línea con el mismo periodo del año anterior, al registrar una variación del -0,3%.

Radio + Audio digital se encuentra en quinto lugar, con una inversión conjunta de 234,4 millones de euros, lo que representa un 9,7% de participación en el mercado. **Websites** alcanza los 206,0 millones de euros y presenta un incremento del 7,4%, con una cuota de mercado del 8,5%.

En el caso de **Exterior**, su cifra aumenta un 4,7%, hasta los 166,5 millones de euros. El medio **Revistas** obtiene una cifra de inversión de 75,0 millones de euros en el periodo enero-mayo de 2026, lo que supone un moderado retroceso del -2,3%. **Cine**, último medio por volumen de inversión, muestra un crecimiento del 8,6% durante los cinco primeros meses del año, lo que lo sitúa en 7,7 millones de euros de inversión publicitaria.