

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 2,6% EN JULIO Y UN 3,4% EN AGOSTO DE 2026

- En el acumulado enero-agosto el incremento asciende a un 4,3%



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 (JULIO '26 vs. JULIO '25)

Medios	evol. Jul '26 vs. Jul '25	Julio 2026				Julio 2025			
		Non digital	Digital	Total	% vs total	Non digital	Digital	Total	% vs total
Cine	32,4%	2,1		2,1	0,5%	1,6		1,6	0,4%
Diarios + Dominicales	-2,2%	29,9	34,6	64,5	14,0%	31,7	34,2	65,9	14,7%
Exterior	-0,4%	22,6	16,4	39,0	8,5%	24,6	14,5	39,2	8,8%
Radio + Audio digital (*)	-1,3%	32,7	7,1	39,8	8,7%	33,4	6,9	40,3	9,0%
Revistas	-5,8%	9,3	5,4	14,8	3,2%	9,7	6,0	15,7	3,5%
Televisión (1)	-0,6%	93,3	18,1	111,4	24,3%	96,2	15,8	112,1	25,0%
Redes sociales	13,5%		72,2	72,2	15,7%		63,6	63,6	14,2%
Search	10,4%		80,1	80,1	17,5%		72,6	72,6	16,2%
Websites (**)	-4,3%		35,1	35,1	7,6%		36,7	36,7	8,2%
Total Medios	2,6%	189,9	269,1	458,9	100,0%	197,2	250,3	447,5	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 julio de 2026, la inversión publicitaria ha alcanzado los 458,9 millones de euros, un 2,6% más que en el mismo mes de 2025, cuando se registraron 447,5 millones de euros.

Televisión, que encabeza la clasificación por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un ligero decrecimiento del 0,6% frente al mes de julio de 2025, lo que deja su inversión en 111,4 millones de euros. En segundo lugar, **Search** contabiliza 80,1 millones de euros, con una evolución positiva del 10,4% respecto a julio de 2025. **Redes Sociales** figura en tercera posición y eleva su cifra de inversión en un 13,5%, hasta los 72,2 millones de euros en el periodo analizado.

En cuarto lugar, se sitúa **Diarios + Dominicales**, cuya inversión disminuye un 2,2%, hasta los 64,5 millones de euros, frente a los 65,9 millones registrados en julio de 2025.

Radio + Audio digital aparece en el quinto puesto por inversión, con 39,8 millones de euros y un descenso del 1,3%. **Exterior**, en sexta posición, presenta una inversión de 39,0 millones de euros, un 0,4% menos que en julio de 2025.

Websites experimenta un descenso del 4,3%, hasta los 35,1 millones de euros. **Revistas** ve reducida su inversión a 14,8 millones de euros, un 5,8% menos que en julio de 2025. **Cine**, último medio por volumen de inversión, presenta el mayor crecimiento del mes, un 32,4% respecto a julio del año anterior, y suma 2,1 millones de euros.

Evolución Medios

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

Medios	evol. Ago '26 vs. Ago '25	Agosto 2026				Agosto 2025			
		Non digital	Digital	Total	% vs total	Non digital	Digital	Total	% vs total
Cine	32,0%	0,9		0,9	0,3%	0,7		0,7	0,2%
Diarios + Dominicales	-8,7%	17,9	18,5	36,4	11,6%	18,8	21,1	39,9	13,2%
Exterior	13,5%	16,0	13,7	29,8	9,5%	15,6	10,6	26,2	8,7%
Radio + Audio digital (*)	-1,5%	25,4	4,3	29,8	9,5%	25,9	4,3	30,2	10,0%
Revistas	-11,7%	4,2	4,7	8,9	2,8%	4,7	5,3	10,0	3,3%
Televisión (1)	-6,1%	41,7	8,8	50,5	16,1%	45,4	8,4	53,7	17,8%
Redes sociales	14,0%		54,9	54,9	17,5%		48,1	48,1	15,9%
Search	7,7%		61,5	61,5	19,7%		57,1	57,1	18,9%
Websites (**)	10,6%		40,3	40,3	12,9%		36,5	36,5	12,1%
Total Medios	3,4%	106,2	206,7	312,9	100,0%	111,0	191,5	302,5	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

La inversión publicitaria de agosto de 2026 asciende a 312,9 millones de euros, un 3,4% más que en el mismo mes de 2025, cuando se registraron 302,5 millones de euros.

Search encabeza la clasificación por volumen de inversión publicitaria en agosto, con 61,5 millones de euros y un crecimiento del 7,7% respecto al mismo mes de 2025. En segundo lugar, **Redes Sociales** suma 54,9 millones de euros, un 14,0% más que un año antes. **Televisión** figura en tercera posición y reduce su inversión un 6,1%, hasta los 50,5 millones de euros.

En cuarto lugar, se sitúa **Websites**, cuya inversión aumenta un 10,6%, hasta los 40,3 millones de euros, frente a los 36,5 millones registrados en agosto de 2025.

Diarios + Dominicales aparece en el quinto puesto por inversión, con 36,4 millones de euros y un descenso del 8,7%. **Exterior**, en sexta posición, alcanza 29,8 millones de euros, un 13,5% más que en agosto de 2025.

Radio + Audio digital contabiliza una inversión de 29,8 millones de euros, un 1,5% menos que un año antes. **Revistas** registra 8,9 millones de euros, lo que supone un descenso del 11,7% respecto a agosto de 2025. **Cine**, último medio por volumen de inversión, presenta el mayor crecimiento del mes, un 32,0%, y suma 0,9 millones de euros.

Evolución Medios

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

Medios	evol. Ene-Ago '26 vs. Ene-Ago '25	Enero-Agosto 2026				Enero-Agosto 2025			
		Non digital	Digital	Total	% vs total	Non digital	Digital	Total	% vs total
Cine	13,1%	13,0		13,0	0,3%	11,5		11,5	0,3%
Diarios + Dominicales	-0,9%	192,4	252,6	445,0	11,7%	193,0	256,1	449,1	12,3%
Exterior	5,0%	155,9	136,6	292,5	7,7%	161,2	117,4	278,5	7,6%
Radio + Audio digital (*)	2,4%	305,9	56,6	362,5	9,5%	299,2	55,0	354,2	9,7%
Revistas	-3,5%	80,3	42,1	122,4	3,2%	83,6	43,2	126,7	3,5%
Televisión (1)	1,4%	894,5	184,1	1.078,6	28,3%	923,3	140,0	1.063,3	29,1%
Redes sociales	12,3%		553,7	553,7	14,5%		493,0	493,0	13,5%
Search	8,6%		608,5	608,5	16,0%		560,5	560,5	15,3%
Websites (**)	5,9%		335,7	335,7	8,8%		316,8	316,8	8,7%
Total Medios	4,3%	1.642,0	2.169,8	3.811,8	100,0%	1.671,7	1.982,0	3.653,7	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 el acumulado enero a agosto de 2026, la inversión publicitaria asciende a 3.811,8 millones de euros, frente a los 3.653,7 millones contabilizados en los mismos meses de 2025. Esta evolución supone un crecimiento del 4,3%.

Televisión, que encabeza la clasificación por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un incremento del 1,4%, con una inversión de 1.078,6 millones de euros en los ocho primeros meses del año. En segundo lugar, **Search** crece un 8,6% y suma 608,5 millones de euros. **Redes Sociales**, que figura en tercer lugar, eleva su cifra de inversión un 12,3%, hasta los 553,7 millones de euros en el periodo analizado.

El cuarto medio por volumen de inversión, **Diarios + Dominicales**, anota un descenso del 0,9%, con 445,0 millones de euros frente a los 449,1 millones del periodo enero-agosto de 2025.

Radio + Audio digital figura en el quinto puesto por inversión, con 362,5 millones de euros y un crecimiento del 2,4%. **Websites**, en sexta posición, totaliza 335,7 millones de euros entre enero y agosto, un 5,9% más que en el mismo periodo del año anterior.

Exterior experimenta un crecimiento del 5,0%, hasta los 292,5 millones de euros. **Revistas** registra 122,4 millones de euros entre enero y agosto de 2026, lo que supone un descenso del 3,5%. **Cine**, último medio por volumen de inversión, presenta el mayor crecimiento del acumulado, un 13,1% respecto a los ocho primeros meses del año anterior, y suma 13,0 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. Los medios más afectados por esta medida son Radio, Exterior, Televisión y especialmente los medios digitales: Search, Redes sociales y Websites.