

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 6,4% EN EL MES DE FEBRERO DE 2026

- Exterior, Radio + Audio digital, Redes Sociales, Search, Televisión 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 (feb '26 vs. feb '25)

Medios	evol. Feb '26 vs. Feb '25	Febrero '26				Febrero '25			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	-26,0%	1,1		1,1	0,3%	1,5		1,5	0,4%
Diarios + Dominicales	-0,3%	18,3	25,9	44,2	10,3%	17,7	26,6	44,3	11,0%
Exterior	4,0%	15,7	14,2	30,0	7,0%	16,1	12,7	28,8	7,1%
Radio + Audio digital (*)	8,5%	37,3	6,4	43,7	10,2%	34,1	6,2	40,3	10,0%
Revistas	-0,6%	6,7	4,6	11,4	2,6%	7,0	4,5	11,4	2,8%
Televisión (1)	4,2%	109,0	29,5	138,5	32,3%	114,0	19,0	133,0	33,0%
Redes sociales	12,5%		62,5	62,5	14,6%		55,6	55,6	13,8%
Search	7,9%		67,7	67,7	15,8%		62,7	62,7	15,6%
Websites (**)	17,6%		29,9	29,9	7,0%		25,4	25,4	6,3%
Total Medios	6,4%	188,2	240,8	428,9	100,0%	190,3	212,7	403,0	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

Durante el mes de febrero de 2026, la inversión publicitaria ha alcanzado los 428,9 millones de euros, un 6,4% superior que en el periodo equivalente del año anterior, cuyo volumen registrado fue de 403,0 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.

Televisión, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un incremento del 4,2% frente al mes de febrero de 2025, obteniendo 138,5 millones de euros. En segundo lugar, **Search** alcanza los 67,7 millones de euros, con una evolución del 7,9% respecto a 2025. **Redes Sociales** ocupa la tercera posición y eleva su cifra de inversión en un 12,5%, y obtiene un volumen en el periodo analizado de 62,5 millones de euros.

El cuarto medio por volumen de inversión durante el mes de febrero es **Diarios y Dominicales**, que mantiene un nivel de inversión muy similar al del año anterior, con 44,2 millones de euros frente a los 44,3 millones registrados en febrero de 2025, lo que se traduce en una ligera variación del -0,3%.

El medio **Radio + Audio digital**, que ocupa el quinto puesto por inversión, se sitúa en 43,7 millones de euros y presenta un incremento del 8,5%, por encima del sexto medio, **Websites**, que incrementa su inversión en el mes analizado un 17,6%, alcanzando los 29,9 millones de euros.

En el caso de **Exterior**, su cifra aumenta un 4,0% hasta los 30,0 millones de euros. El medio **Revistas** registra una inversión de 11,4 millones de euros, lo que supone un descenso del -0,6% frente al mes de febrero de 2025. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta un descenso del -26,0% respecto al mismo periodo del año anterior, y se sitúa en 1,1 millones de euros de inversión publicitaria.