

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECE UN 4,1% EN EL PERIODO ENERO-SEPTIEMBRE DE 2026

- Cine y Redes Sociales son los medios que registran mayores crecimientos



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 (ENE-SEP '26 vs. ENE-SEP '25)

Medios	Evol. Ene-Sep '26 vs. Ene-Sep '25	Enero-Septiembre 2026				Enero-Septiembre 2025			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	15,1%	15,1		15,1	0,3%	13,1		13,1	0,3%
Diarios + Dominicales	-2,0%	221,6	282,5	504,1	11,4%	223,6	290,7	514,3	12,1%
Exterior	5,3%	185,3	161,3	346,6	7,9%	189,0	140,2	329,2	7,8%
Radio + Audio digital (*)	1,4%	345,4	63,7	409,1	9,3%	341,4	61,9	403,3	9,5%
Revistas	-3,4%	87,9	48,5	136,4	3,1%	91,7	49,5	141,2	3,3%
Televisión (1)	0,3%	1.014,0	211,8	1.225,7	27,8%	1.059,5	162,3	1.221,8	28,9%
Redes sociales	12,4%		643,6	643,6	14,6%		572,7	572,7	13,5%
Search	9,5%		717,1	717,1	16,3%		654,8	654,8	15,5%
Websites (**)	6,4%		409,1	409,1	9,3%		384,5	384,5	9,1%
Total Medios	4,1%	1.869,3	2.537,6	4.406,9	100,0%	1.918,2	2.316,6	4.234,9	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 periodo de enero a septiembre de 2026 y registra una cifra de 4.406,9 millones de euros, frente a los 4.234,9 millones del mismo periodo de 2025.

Televisión, que lidera el ranking por volumen de inversión publicitaria, experimenta un incremento del 0,3% y alcanza los 1.225,7 millones de euros en los nueve primeros meses del año. En segundo lugar se sitúa **Search**, que crece un 9,5% hasta los 717,1 millones de euros. **Redes Sociales**, en tercera posición, avanza un 12,4% y suma 643,6 millones de euros en el periodo analizado.

El cuarto medio por volumen de inversión, **Diarios + Dominicales**, presenta un descenso del -2,0%, con 504,1 millones de euros frente a los 514,3 millones de un año antes.

El medio **Websites**, que ocupa el quinto puesto por inversión, obtiene 409,1 millones tras crecer un 6,4%, prácticamente empatado con el sexto medio, **Radio + Audio digital**, cuya cifra asciende también a 409,1 millones de euros de enero a septiembre, con una variación interanual del 1,4%.

En el caso de **Exterior**, la inversión aumenta un 5,3%, hasta los 346,6 millones. El medio **Revistas** cierra el periodo enero a septiembre de 2026 con 136,4 millones de euros, lo que representa un descenso del -3,4%. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta una variación del 15,1% respecto al mismo periodo del año anterior y alcanza los 15,1 millones de euros.

Cabe destacar que en los datos de la presente nota de prensa se incluyen 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 (SEP '26 vs. SEP '25)

Medios	Evol. Sep '26 vs. Sep '25	Septiembre 2026				Septiembre 2025			
		Non digital	Digital	Total	Cuota	Non digital	Digital	Total	Cuota
Cine	28,8%	2,1		2,1	0,4%	1,6		1,6	0,3%
Diarios + Dominicales	-9,3%	29,2	29,9	59,1	9,9%	30,6	34,6	65,2	11,2%
Exterior	6,9%	29,5	24,7	54,2	9,1%	27,8	22,9	50,7	8,7%
Radio + Audio digital (*)	-5,3%	39,5	7,1	46,6	7,8%	42,2	7,0	49,2	8,5%
Revistas	-2,8%	7,6	6,4	14,0	2,4%	8,1	6,3	14,4	2,5%
Televisión (1)	-7,1%	119,4	27,7	147,1	24,7%	136,2	22,2	158,4	27,3%
Redes sociales	12,7%		89,9	89,9	15,1%		79,7	79,7	13,7%
Search	15,2%		108,7	108,7	18,3%		94,3	94,3	16,2%
Websites (**)	8,6%		73,4	73,4	12,3%		67,6	67,6	11,6%
Total Medios	2,4%	227,3	367,8	595,1	100,0%	246,6	334,6	581,2	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 -4,3% EN EL PERIODO ENERO-SEPTIEMBRE DE 2026

La inversión publicitaria en televisión lineal ha registrado un descenso del -4,3% en los nueve primeros meses de 2026 respecto al mismo periodo del año anterior y se cifra en 1.014,0 millones de euros, frente a los 1.059,5 millones alcanzados en enero-septiembre 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 periodo de enero a septiembre de 2026, la inversión publicitaria del grupo de las **televisiones nacionales en abierto** desciende un -4,8%, hasta los 903,6 millones de euros, con una cuota de mercado del 89,1%.

Atresmedia alcanza una cifra de 422,6 millones, lo que supone un descenso del -3,8% respecto a enero-septiembre de 2025, aunque eleva su cuota hasta el 41,7%.

Mediaset España, con un decrecimiento del -6,5%, obtiene 399,9 millones, lo que equivale a una cuota de mercado del 39,4%.

A su vez, el grupo de las **televisiones autonómicas** registra una inversión publicitaria de 57,4 millones de euros en los nueve primeros meses del año, lo que supone una variación del -2,6% sobre los 58,9 millones del mismo periodo de 2025. Con esta evolución, su cuota de mercado se sitúa en el 5,7%.

El grupo de **canales de pago** crece un 2,4%: su facturación pasa de los 50,3 millones de enero a septiembre de 2025 a 51,5 millones en 2026, con una cuota de mercado del 5,1%.

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

Cadenas	Ene-Sep 2026	Ene-Sep 2025	%26/25	Cuota '26	Cuota '25
Total TV	1.014,0	1.059,5	-4,3	100,0	100,0
Atresmedia (*)	422,6	439,3	-3,8	41,7	41,5
Mediaset España (*)	399,9	427,8	-6,5	39,4	40,4
Otras tv's nal.(1)	81,1	81,6	-0,7	8,0	7,7
Total TV. nacional en abierto	903,6	948,7	-4,8	89,1	89,5
Total TV. autonómicas	57,4	58,9	-2,6	5,7	5,6
Total canales pago	51,5	50,3	2,4	5,1	4,8
Total TV local	1,4	1,5	-4,5	0,1	0,1

Datos estimados por InfoAdex, S.A. (cifras en millones de euros)

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

(1) Incluye RTVE

LA INVERSIÓN EN MARKETING DIRECTO EN PAPEL ALCANZA LOS 34,4 MILLONES DE EUROS EN EL PERIODO ENERO-SEPTIEMBRE DE 2026

InfoAdex publica trimestralmente los 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-septiembre de 2026, los sectores con mayor peso son **Venta a Distancia y Promocional**, con una cuota del 28,0%; **Distribución y Gran Consumo**, con el 20,8%, y **Otras Empresas**, con el 19,9%.

Evolución Inversión Marketing Directo en Papel (ENE-SEP '26)

Sectores	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Total 9M 2026	Cuota 9M
Asociaciones/Fundación/ONG y Coleg. Profesionales	247.008	210.418	446.737	525.285	504.466	609.459	639.953	304.487	816.462	4.304.275	12,5%
Banca y Seguros	23.873	59.057	34.446	21.930	83.764	30.634	101.767	16.755	31.647	403.874	1,2%
Distribución y Gran Consumo (incluido Editoriales y Prensa)	743.848	437.359	1.178.066	754.391	1.232.122	1.006.850	368.546	676.261	764.839	7.162.284	20,8%
Operadores Logísticos	453.472	437.359	478.607	395.735	377.375	879.797	342.744	183.623	831.976	4.380.687	12,7%
Otras Empresas	807.774	778.204	880.462	728.238	1.143.116	555.994	603.992	521.855	819.450	6.839.085	19,9%
Servicios	88.791	1.087.750	68.534	89.395	75.414	142.421	32.980	56.234	50.724	1.692.243	4,9%
Venta a Distancia y Promocional	1.275.391	1.067.684	744.307	1.004.457	1.190.114	1.239.509	762.063	888.563	1.458.389	9.630.477	28,0%
Total 9M 2026	3.640.157	4.077.832	3.831.159	3.519.431	4.606.370	4.464.664	2.852.046	2.647.778	4.773.486	34.412.924	100,0%

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

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