

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

- Todos los medios publicitarios 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 (abr '26 vs. abr '25)

Durante el mes de abril de 2026, la inversión publicitaria ha alcanzado los 490,6 millones de euros, un 6,3% superior al periodo equivalente del año anterior, cuyo volumen registrado fue de 461,7 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. Abr '26 vs. Abr '25 | Abril '26 | | | | Abril '25 | | | |
|---------------------------|---------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | | Non digital | Digital | Total | Cuota | Non digital | Digital | Total | Cuota |
| Cine | 35,6% | 1,6 | | 1,6 | 0,3% | 1,2 | | 1,2 | 0,3% |
| Diarios + Dominicales | 1,0% | 19,4 | 33,2 | 52,5 | 10,7% | 18,6 | 33,4 | 52,0 | 11,3% |
| Exterior | 6,8% | 16,7 | 13,9 | 30,6 | 6,2% | 17,7 | 11,0 | 28,7 | 6,2% |
| Radio + Audio digital (*) | 1,2% | 40,2 | 7,3 | 47,5 | 9,7% | 39,9 | 7,1 | 46,9 | 10,2% |
| Revistas | 0,1% | 11,9 | 5,7 | 17,6 | 3,6% | 12,4 | 5,2 | 17,6 | 3,8% |
| Televisión (1) | 3,7% | 118,1 | 22,6 | 140,8 | 28,7% | 118,1 | 17,7 | 135,8 | 29,4% |
| Redes sociales | 15,6% | | 77,1 | 77,1 | 15,7% | | 66,7 | 66,7 | 14,4% |
| Search | 8,9% | | 71,7 | 71,7 | 14,6% | | 65,8 | 65,8 | 14,3% |
| Websites (**) | 8,8% | | 51,2 | 51,2 | 10,4% | | 47,0 | 47,0 | 10,2% |
| Total Medios | 6,3% | 208,0 | 282,6 | 490,6 | 100,0% | 207,9 | 253,8 | 461,7 | 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

Televisión, que ocupa la primera posición por volumen de inversión publicitaria, ha experimentado un incremento del 3,7% frente al mes de abril de 2025, obteniendo 140,8 millones de euros. En segundo lugar, **Redes Sociales** alcanza los 77,1 millones de euros, con un destacado crecimiento del 15,6% respecto a 2025. **Search** ocupa la tercera posición y eleva su cifra de inversión en un 8,9%, y obtiene un volumen en el periodo analizado de 71,7 millones de euros.

El cuarto medio por volumen de inversión durante el mes de abril es **Diarios y Dominicales**, que mantiene un nivel de inversión muy similar al del año anterior, con 52,5 millones de euros frente a los 52,0 millones registrados en abril de 2025, lo que se traduce en una ligera variación del 1,0%.

Websites, que ocupa el quinto puesto por inversión, se sitúa en 51,2 millones de euros y presenta un incremento del 8,8%. En sexta posición se encuentra **Radio + Audio digital**, que aumenta su inversión en el mes analizado un 1,2%, hasta alcanzar los 47,5 millones de euros.

En el caso de **Exterior**, su cifra aumenta un 6,8% hasta los 30,6 millones de euros. **Revistas** registra una inversión de 17,6 millones de euros, manteniéndose prácticamente estable, con una variación del 0,1% frente al mes de abril de 2025. **Cine**, último medio por volumen de inversión, experimenta un crecimiento del 35,6% respecto al mismo periodo del año anterior, y se sitúa en 1,6 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-ABRIL '26 vs. ENERO-ABRIL '25)

| Medios | Evol. Ene-Abr '26 vs. Ene-Abr '25 | Enero-Abril '26 | | | | Enero-Abril '25 | | | |
|---------------------------|-----------------------------------|-----------------|----------------|----------------|---------------|-----------------|--------------|----------------|---------------|
| | | Non digital | Digital | Total | Cuota | Non digital | Digital | Total | Cuota |
| Cine | 1,5% | 5,7 | | 5,7 | 0,3% | 5,6 | | 5,6 | 0,3% |
| Diarios + Dominicales | -1,1% | 73,4 | 122,0 | 195,4 | 10,6% | 72,0 | 125,4 | 197,5 | 11,2% |
| Exterior | 3,5% | 63,9 | 57,5 | 121,4 | 6,6% | 67,1 | 50,2 | 117,4 | 6,6% |
| Radio + Audio digital (*) | 2,6% | 152,9 | 27,2 | 180,2 | 9,8% | 149,2 | 26,4 | 175,6 | 9,9% |
| Revistas | -1,2% | 34,8 | 22,4 | 57,3 | 3,1% | 36,3 | 21,7 | 57,9 | 3,3% |
| Televisión (1) | 2,1% | 471,1 | 105,4 | 576,5 | 31,2% | 490,3 | 74,5 | 564,9 | 31,9% |
| Redes sociales | 11,6% | | 260,9 | 260,9 | 14,1% | | 233,8 | 233,8 | 13,2% |
| Search | 7,4% | | 293,1 | 293,1 | 15,9% | | 273,0 | 273,0 | 15,4% |
| Websites (**) | 9,1% | | 157,3 | 157,3 | 8,5% | | 144,1 | 144,1 | 8,1% |
| Total Medios | 4,4% | 801,9 | 1.045,9 | 1.847,7 | 100,0% | 820,7 | 949,1 | 1.769,7 | 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 base a lo anterior, la inversión publicitaria en los cuatro primeros meses del año alcanza los 1.847,7 millones de euros, lo que supone un incremento del 4,4% en comparación con el mismo periodo de 2025, que ascendió a 1.769,7 millones.

Televisión concentra el mayor volumen de inversión publicitaria, con una cifra de 576,5 millones de euros y una cuota del 31,2% sobre el total del mercado, tras registrar un crecimiento del 2,1% respecto al mismo periodo del año anterior.

Search se sitúa en segunda posición, con una inversión de 293,1 millones de euros, lo que representa el 15,9% del mercado y supone un incremento del 7,4% en comparación con el acumulado de 2025. En tercer lugar, **Redes Sociales** alcanza los 260,9 millones de euros invertidos y una cuota del 14,1%, con un destacado crecimiento interanual del 11,6%.

Diarios y Dominicales ocupan la cuarta posición del ranking, con una inversión total de 195,4 millones de euros registran una variación del -1,1% respecto al mismo periodo del año anterior.

Radio + Audio digital se encuentra en quinto lugar, con una inversión conjunta de 180,2 millones de euros, lo que representa un 9,8% de participación en el mercado. **Websites** alcanza los 157,3 millones de euros y presenta un incremento del 9,1%, con una cuota de mercado del 8,5%.

En el caso de **Exterior**, su cifra aumenta un 3,5%, hasta los 121,4 millones de euros. El medio **Revistas** obtiene una cifra de inversión de 57,3 millones de euros en el periodo enero-abril de 2026, lo que supone un descenso del -1,2%. **Cine**, último medio por volumen de inversión, muestra un crecimiento del 1,5% durante los cuatro primeros meses del año, lo que lo sitúa en 5,7 millones de euros de inversión publicitaria.