INSTITUTO
COORDENADAS
DE GOBERNANZA Y ECONOMÍA APLICADA

Informe – Industria mediática en España – Noviembre 2026
Instituto Coordenadas de Gobernanza y Economía Aplicada

El TOP 10 del sector mediático en España 2026: liderazgo, situación y transformación

Informe del equipo de Análisis y Prospectiva del Instituto Coordenadas de Gobernanza y Economía Aplicada

Los diez grupos y sus presidentes

1. **Atresmedia** — José Creuheras
2. **PRISA** — Joseph Oughourlian
3. **Mediaset España** — Mario Rodríguez Valderas
4. **Henneo** — Fernando de Yarza López-Madrazo
5. **Vocento** — Ignacio Eyriès
6. **Prensa Ibérica** — Javier Moll
7. **Unidad Editorial** — Marco Pompignoli
8. **Grupo Godó** — Carlos Godó Valls
9. **Ábside Media (COPE)** — José Luis Restán
10. **RTVE** — José Pablo López

Resumen ejecutivo

El Sector mediático español está liderado por tres grupos que superan los 750 millones de euros de ingresos: Atresmedia (1.002 millones en 2025), PRISA (904) y Mediaset España (770). Por debajo de los 500 millones se sitúa un segundo grupo de seis empresas privadas, encabezado por Henneo y Vocento. RTVE completa el mapa como operador público.

El año 2026 ha traído tres relevos en la cúpula: Mario Rodríguez Valderas en Mediaset España, Ignacio Eyriès en Vocento y Carlos Godó en el Grupo Godó. El sector demuestra capacidad de adaptación: los grupos que se diversifican hacia tecnología, contenidos, eventos y suscripciones son los que crecen.

En resultados, el sector cierra 2025 mayoritariamente en positivo. Vocento vuelve a beneficios, RTVE logra superávit y Atresmedia y Godó mantienen ganancias. Dos grupos cierran con pérdidas: PRISA (27 millones), que las ha reducido a la mitad en el primer semestre de 2026, y Prensa Ibérica (7 millones, frente a 3,3 en 2024).

Contexto: de la extracción al acuerdo petrolero

Atresmedia lidera el sector por ingresos y por audiencia. La tabla ordena a los grupos privados por facturación de 2025; RTVE figura aparte por su modelo de financiación pública.

#	Grupo	Presidente	2023 (M€)	2024 (M€)	2025 (M€)	Tendencia
1	Atresmedia	José Creuheras	971	1.018	1.002	Estable
2	PRISA	Joseph Oughourlian	947	~922	904	Ligera baja y pérdidas de 27 M€ en 2025; repunte en 2026
3	Mediaset España	Mario Rodríguez Valderas	833	827	770	Estable
4	Henneo	Fernando de Yarza López-Madrazo	~243	297	347	Fuerte crecimiento
5	Vocento	Ignacio Eyriès	~362	345	337	Recuperación

#	Grupo	Presidente	2023 (M€)	2024 (M€)	2025 (M€)	Tendencia
6	Prensa Ibérica	Javier Moll	250	254	Ligero alza	Ingresos estables, pérdidas de 7 M€ en 2025
7	Unidad editorial	Marco Pompignoli	227	218	204	A la baja
8	Grupo Godó	Carlos Godó Valls	—	179	189	Al alza
9	Ábside Media (COPE)	José Luis Restán	142	—	—	Estable
10	RTVE (público)	José Pablo López	—	Pérdidas de 13 M€	Superávit de 55,7 M€	Mejora

Las cifras con "~" son estimaciones calculadas a partir de las variaciones porcentuales publicadas. Cada grupo reporta con criterios distintos (ingresos netos, de explotación o consolidados), por lo que la comparación es orientativa.

Los tres grandes: más de 750 millones

Tres grupos concentran la mayor parte del negocio mediático privado español, con modelos distintos: audiovisual diversificado, prensa y formación, y televisión integrada en un grupo europeo.

Atresmedia – José Creuheras. Presidente desde 2015 y también al frente de Grupo Planeta, su accionista de referencia. Supera los 1.000 millones de ingresos por segundo año consecutivo y es el grupo de televisión más visto por cuarto año. Ganó 62 millones en 2025 y compensa la caída publicitaria con radio (+4%), producción de contenidos y eventos. La gestión ejecutiva corresponde al consejero delegado, Javier Bardají.

PRISA – Joseph Oughourlian. Presidente no ejecutivo desde 2021 y primer accionista, con cerca del 30% del capital. Edita El País y la Cadena SER, controla el grupo editorial Santillana, su principal fuente de ingresos. En 2026 ha consolidado su liderazgo en el consejo y presentado el Plan Estratégico 2026-2029, que aspira a superar los 1.000 millones de ingresos este año. El primer semestre de 2026 ya muestra ingresos de 513 millones, un 26% más.

Mediaset España – Mario Rodríguez Valderas. Nombrado presidente el 10 de marzo de 2026, tras la salida de Cristina Garmendia. Vinculado a la compañía desde 1998, conoce a fondo su relación con los reguladores y el sector. Forma parte de MFE-MediaForEurope, el grupo paneuropeo de la familia Berlusconi, lo que le da escala continental. El consejero delegado es Alessandro Salem. Tras un 2025 de caída de ingresos, la llegada de Rodríguez Valderas ha marcado un punto de estabilización: el grupo ha frenado el retroceso y recupera terreno apoyado en la nueva estrategia comercial paneuropea que Publiespaña presentó en mayo de 2026 y en su plataforma gratuita Mediaset Infinity.

RTVE: el operador público

RTVE cerró 2025 con un superávit de 55,7 millones de euros, frente a unas pérdidas de casi 13 millones en 2024. Su presidente, José Pablo López, elegido por el Congreso en noviembre de 2024 y exdirector general de Telemadrid.

La Corporación obtuvo un resultado de explotación de 71,8 millones y sus ingresos comerciales alcanzaron 85,5 millones, la cifra más alta desde 2009. Redujo un 7,6% los gastos de explotación y costó al contribuyente 37 millones menos que en 2024.

La audiencia acompaña: La 1 cerró 2025 con un 11% de cuota, su mejor dato en 13 años. RTVE no aparece en el ranking por facturación porque se financia principalmente con fondos públicos, es controlada por la SEPI y no publica una cifra de ingresos comparable.

El segundo segmento: menos de 500 millones

Seis grupos privados facturan entre 140 y 350 millones de euros. Son los más dinámico del sector: aquí están los grupos que más crecen:

Henneo – Fernando de Yarza López-Madrazo. Editor del Heraldo de Aragón y 20minutos. Es el de mayor crecimiento: sus ingresos subieron un 15,5% en 2025, hasta 347 millones, impulsados por su división tecnológica Hiberus. Su consejero delegado es Íñigo de Yarza.

Vocento – Ignacio Eyriès. Editor de ABC y de una amplia red de diarios regionales. Eyriès, procedente del sector asegurador y de McKinsey, asumió la presidencia no ejecutiva en mayo de 2026. Ha cerrado 2025 con un beneficio de 6,7 millones y ha reducido su deuda un 72%. El consejero delegado es Manuel Mirat.

Prensa Ibérica – Javier Moll. Primer grupo de prensa regional, con 27 cabeceras y la segunda posición en audiencia acumulada. Mantiene ingresos estables en torno a 250 millones, aunque cerró 2025 con pérdidas de 7 millones, más del doble que en 2024, por el aumento de los costes de personal. La gestión ejecutiva la lleva Aitor Moll desde 2015.

Unidad Editorial – Marco Pompignoli. Editor de El Mundo, Marca y Expansión, filial del grupo italiano RCS MediaGroup. Pompignoli, colaborador de Urbano Cairo durante más de dos décadas, impulsa la transformación digital y la oferta premium.

Grupo Godó – Carlos Godó Valls. Editor de La Vanguardia, Mundo Deportivo y RAC1. Carlos Godó releva a su padre en la presidencia desde 2025. El grupo crece un 5,6% en 2025, hasta 189 millones, y gana 4,2 millones.

Ábside Media (COPE) – José Luis Restán. Grupo de la Conferencia Episcopal, con la COPE, Cadena 100, Rock FM y TRECE. Facturó 142 millones en 2023, la radio aportando más del 90%. La gestión la dirige el consejero delegado Javier Visiers.

Situación actual del mercado

El sector español de entretenimiento y medios facturó 43.012 millones de euros en 2025, un 4% más, y crecerá un 2,3% anual hasta 48.173 millones en 2030, según el Entertainment & Media Outlook 2026-2030 de PwC. El crecimiento se concentra en lo digital y en las experiencias.

Segmento en España	Ingresos 2025 (M€)	Previsión 2026 - 2030
Publicidad en Internet	5.590	+5,4% anual, hasta 7.262 M€
Vídeo OTT (plataformas)	3.587	+5,2% anual, hasta 4.629 M€
Televisión tradicional	3.353	–3,2% anual, hasta 2.850 M€
Periódicos	920	–1,3% anual, hasta 860 M€
Radio	560	+0,7% anual, estable
Podcast (publicidad)	11	+11,1% anual
Publicidad exterior	469	42% ya digital

Cuatro rasgos definen el momento actual:

- **La publicidad digital ya domina en prensa.** De los 920 millones que ingresan los periódicos, 410 llegan por publicidad digital, frente a 167 de publicidad en papel. Internet ya supera al papel como vía de acceso a la prensa.

- **La radio conserva su fortaleza.** Mantiene cobertura y credibilidad elevadas, y grupos como PRISA y Atresmedia incorporan IA generativa para personalizar contenidos.
- **El audiovisual se desplaza al streaming.** El consumo de televisión lineal cayó a 162 minutos por persona y día, el mínimo histórico. RTVE Play es ya la segunda plataforma de vídeo con mayor penetración, con un 56,6%, solo por detrás de YouTube.
- **La prensa española se adapta mejor que la europea.** PwC destaca una capacidad de adaptación digital superior a la de otros mercados europeos, con 124,5 millones de financiación pública para la digitalización y la integración de IA.

Retos y oportunidades del sector

El sector afronta su transformación desde la fortaleza: marcas consolidadas, audiencias fieles y capacidad demostrada de reinventar su modelo de negocio.

1. Diversificación de ingresos

Crecen los que han ido más allá de la publicidad: Henneo con tecnología, Atresmedia con contenidos, cine y eventos, y Godó con servicios. La publicidad deja de ser la única palanca.

2. El lector que paga

Las suscripciones digitales se consolidan como fuente estable de ingresos. El País supera los 400.000 suscriptores y su crecimiento demuestra que el periodismo de calidad tiene demanda.

3. Inteligencia artificial como aliada

La IA abre oportunidades en producción, personalización y eficiencia. Los grupos que la integren con responsabilidad reforzarán su papel como fuente fiable frente a la desinformación.

4. La confianza como activo

En un entorno saturado de información, las marcas periodísticas con trayectoria son el principal referente de credibilidad. Es su mayor ventaja competitiva frente a las plataformas.

5. Escala europea y latinoamericana

MFE da a Mediaset una dimensión paneuropea; PRISA y Santillana proyectan el español en América Latina. La internacionalización multiplica el valor de los contenidos en español.

6. La radio, un medio en forma

Onda Cero, la SER y COPE crecen por encima del mercado. La radio, junto al audio digital y el pódcast, es uno de los formatos con mejor salud del sector.

7. Renovación de liderazgos

Los relevos de 2026 en Mediaset, Vocento y Godó incorporan perfiles con visión y continuidad, preparados para acelerar la transformación.

El estudio de PwC refuerza esta lectura con tres oportunidades a 2030. La primera, los modelos híbridos: la publicidad en vídeo bajo demanda crecerá un 11,6% anual en España, una vía natural para Atresplayer, Mediaset Infinity o RTVE Play. La segunda, las experiencias presenciales y en directo, que ganan valor en un mundo digital y conectan con la apuesta de los grupos por eventos y deporte. La tercera, la IA como generadora de valor y no solo de eficiencia: en un mercado donde los modelos se generalizan, el talento, los datos propios y el criterio editorial se convierten en la ventaja decisiva.

Jesús Sánchez Lambás, vicepresidente ejecutivo del Instituto Coordenadas, asegura que:

> *"Liderar hoy empresas de comunicación es un reto titánico: Un sector que nació como pilar de las libertades públicas, la publicidad que lo financiaba se desplaza, la audiencia se fragmenta y la inteligencia artificial redefine el oficio, son el epicentro de los cambios sociales y tecnológicos. Los grandes líderes del sector en España están respondiendo con gran capacidad de adaptación por delante de los países de referencia, y eso es una gran noticia para la economía y para la democracia, son empresas con cuenta de resultados, sí, pero también de valores y principios."*

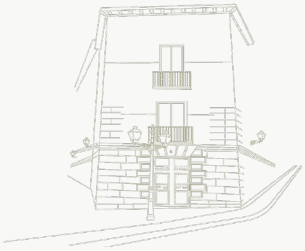
SOBRE INSTITUTO COORDENADAS DE GOBERNANZA Y ECONOMÍA APLICADA

Instituto de pensamiento e investigación de la interacción entre gobernanza y economía aplicada para avanzar en constructivo y en decisivo sobre el trinomio: bienestar social, progreso económico y sostenibilidad ambiental; en pleno entorno evolutivo sin precedentes desde finales del Siglo XVIII y principios del XIX con la revolución industrial. Fiel a sus principios fundacionales de independencia, apartidismo y pluralidad, el Instituto lidera proactivamente la fusión entre la esencia y la innovación de la liberalización económica, como mejor modelo de afrontar los retos presentes y futuros de país, de Europa y del mundo.

Para más información: www.institutocoordenadas.com

CONTACTO GABINETE DE PRENSA:
Teléfono: (+34) 661 000 231
Email: prensa@institutocoordenadas.com

SEDE CENTRAL
Palacio Colón
Segovia 6
28005, Madrid
Teléfono: (+34) 91 435 17 65
Fax: (+34) 91 575 89 77
E-mail: contacto@institutocoordenadas.com



NOTA DE INTERÉS: La información de este comunicado de prensa es un resumen de interés público proveniente de informes y estudios de análisis e investigación; de grupos y sesiones de trabajo de expertos y/o producción de artículos científicos del Instituto Coordenadas de Gobernanza y Economía Aplicada. Los documentos originales y completos son de uso interno y de titularidad exclusiva del Instituto Coordenadas de Gobernanza y Economía Aplicada.