



Resultados enero-marzo 2026

23/04/2026

**ATRESMEDIA logra unos Ingresos Netos de 237,3 millones de euros. Mantiene el liderazgo en audiencias y su estrategia de diversificación de ingresos.**

- El Grupo alcanza unos Ingresos Netos de 237,3 millones de euros, un Resultado Bruto de Explotación de 38,0 millones de euros y un Beneficio Neto de 23,8 millones de euros.
- A 31 de marzo de 2026 la Posición Financiera Neta es positiva por 97,1 millones de euros, mejorando 39,0 millones de euros respecto de diciembre 2025.
- Atresmedia se mantiene como líder en audiencias<sup>1</sup> de Televisión con una notable ventaja sobre su competidor comercial directo (Mediaset). Antena 3 (12,8%) sigue como la cadena más vista en el periodo y es la que tiene, dentro de los canales comerciales, mejor perfil comercial tanto en Total Día como en Prime Time.
- Atresmedia continúa siendo el grupo audiovisual líder en internet, hegemonía que mantiene desde hace 10 años, con una media de 22,5 millones de visitantes únicos<sup>2</sup> a marzo de 2026.
- El negocio de Atresmedia Radio crece en ingresos un 1,1%. Onda Cero logra su mejor registro de audiencia<sup>3</sup> de la última década.

## Grupo Atresmedia

---

Atresmedia logra en el primer trimestre de 2026 unos ingresos netos de 237,3 millones de euros y un Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) de 38,0 millones de euros.

Millones de euros

### Grupo Atresmedia

**Ene-Mar 2026   Ene-Mar 2025   Evolución**

Ingresos Netos	237,3	243,2	(2,4%)
Resultado Bruto de Explotación	38,0	43,1	(11,7%)
Resultado de Explotación	33,7	38,7	(12,8%)
Beneficio del ejercicio	23,8	28,6	(16,6%)

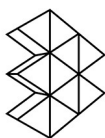
---

1 Fifty5Blue

2 Comscore

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Estimaciones internas



La inversión publicitaria total<sup>4</sup>, que incluye todos los soportes publicitarios, crece un 2% respecto al primer trimestre de 2025.

<b>Variables operativas destacadas</b>	<b>Ene-Mar 2026</b>	<b>Ene-Mar 2025</b>
Audiencia TV <sup>1</sup>	25,6%	26,2%
Oyentes Radio (millones) <sup>3</sup>	3,2	2,9

## Posición financiera

La posición financiera neta del Grupo es positiva por 97,1 millones de euros, mejorando en 39,0 millones respecto de diciembre de 2025.

## Audiovisual

El negocio Audiovisual alcanza unos ingresos netos de 220,1 millones de euros.

Millones de euros <b>Audiovisual</b>	<b>Ene-Mar 2026</b>	<b>Ene-Mar 2025</b>	<b>Evolución</b>
Publicidad en Contenido Audiovisual	180,8	186,2	(2,9%)
Producción y Distribución de Contenidos	21,5	28,6	(24,7%)
Otros Ingresos	17,9	11,6	54,0%
Eliminaciones	(0,1)	0,0	
<b>Ingresos Netos</b>	<b>220,1</b>	<b>226,4</b>	<b>(2,8%)</b>

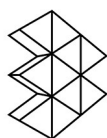
**Los ingresos netos de publicidad en Contenido Audiovisual** en el periodo ascienden a 180,8 millones de euros. Estos ingresos incluyen todos los ingresos publicitarios por comercialización de espacios en los soportes en los que interviene el Grupo (TV lineal, TV conectada, atresplayer, canales digitales, influencers marketing, webs propias y soportes editoriales de terceros).

1 Fifty5Blue

2 Comscore

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

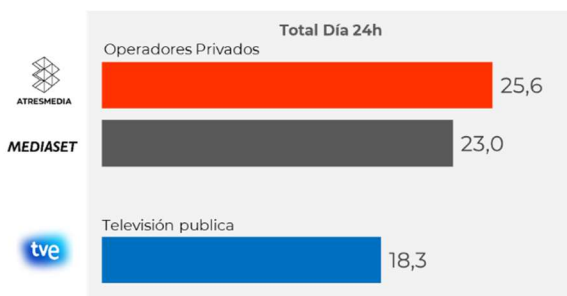
4 Estimaciones internas



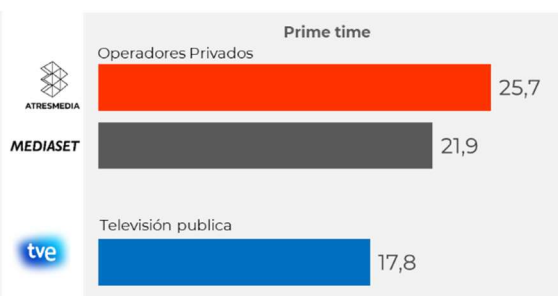
El consumo de televisión tradicional<sup>1</sup> en España, por persona y día, ha sido en el periodo de 2 horas y 50 minutos.

Atresmedia inicia 2026 reafirmando un liderazgo sólido y sostenido en el sector audiovisual español. Con un 25,6% en total día y un 25,7% en prime time, el grupo mantiene su ventaja competitiva frente a Mediaset en ambas franjas, a pesar de contar con un canal menos.

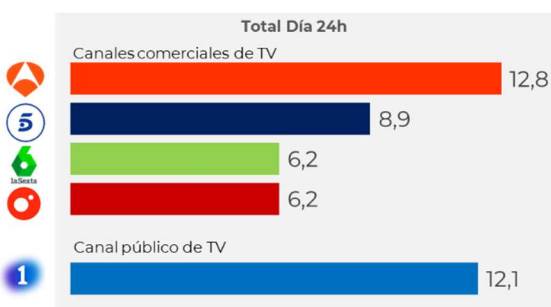
### 1er Trimestre 2026



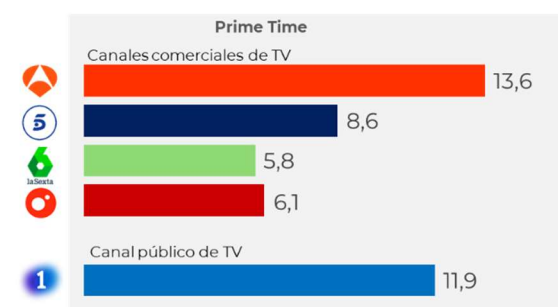
Fuente: Fifty5Blue. Total día Ind. 4+



Fuente: Fifty5Blue. Prime Time (20:30-24:00)



Fuente: Fifty5Blue. Total día Ind. 4+



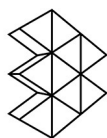
Fuente: Fifty5Blue. Prime Time (20:30-24:00)

Antena 3 prolonga su hegemonía como cadena más vista en España, con un 12,8% de cuota y 20 meses consecutivos en primera posición.

Continúa con los contenidos más vistos en la TV. Sus informativos son líderes durante 75 meses consecutivos. A3 Noticias 2 (18,6% y 2.269.000 espectadores) es el informativo más visto de la TV. A mediodía A3 Noticias 1 (23,6% y 2.262.000 espectadores) lidera su franja de forma contundente. Y los fines de semana (16,9% y 1.794.000) también líderes absolutos.

En la noche El hormiguero (14,2% y 1.817.000 espectadores) y en la tarde Pasapalabra (19,7% y 2.024.000) se sitúan como los programas más vistos. Además, el concurso entrega el bote el 5 de febrero siendo la emisión no deportiva más vista de la temporada y la más vista en tres años (36,8% y 3.696.000). Sueños de libertad (14,4% y 1.287.000) cumple dos años de emisión como la serie más vista de la TV y con máximos históricos.

1 Fifty5Blue  
 2 Comscore  
 3 EGM 1ª Ola (media móvil)  
 4 Estimaciones internas



En prime time El desafío (14,3% y 1.276.000) cierra su sexta temporada de nuevo líder y lo más visto de la noche del viernes. También revalida su éxito Joaquín Sánchez con El capitán en Japón (11,5% y 788.000 espectadores).

Con 20 años de vida, laSexta alcanza en el trimestre una cuota media de audiencia de 6,2%, siendo en el mes de marzo del 6,5% y superando de nuevo a Cuatro. En target comercial laSexta (7,5%) también deja claro su dominio sobre Cuatro (6,9%).

Lo de Évole (9,0% y 1.122.000 espectadores) y El intermedio (6,7% y 875.000) vuelven a situarse como lo más visto de la cadena. Sus informativos también cosechan excelentes resultados: Noticias 14H (8,7% y 728.000) y Noticias 20H (7,4% y 728.000 espectadores). En el fin de semana Noticias 14H (8,6% y 614.000) logra su mejor dato en cuatro años y la edición de la noche (8,0% y 806.000) en más de cinco años.

Equipo de investigación (5,9% y 640.000) celebra sus 15 años como referente en su género. La actualidad de estos primeros meses del año también eleva el dato de los especiales de El objetivo (6,7% y 477.000).

Nova (1,9%) sigue como la cadena femenina líder. A3S (1,8%), Neox (1,7%) y Mega (1,3%) también son referencia en su segmento. El conjunto de canales refuerza la estrategia de diversificación y cobertura de audiencias.

En el negocio Digital, según los datos publicados por Comscore en el mes de marzo, Atresmedia sigue siendo el grupo audiovisual líder en internet, hegemonía que mantiene desde abril de 2016. Alcanza una media de 22,5 millones de visitantes únicos en el periodo enero a marzo de 2026, con 11,4 millones más que Mediaset y alcanza el noveno puesto en el ranking de los sitios más visitados de España.

La plataforma de vídeo online del Grupo, atresplayer, acumula una media de 2,9 millones de visitantes únicos<sup>2</sup>. Alcanza en marzo de 2026 un consumo de más de 22 millones de horas de vídeo y más de 18 millones de usuarios registrados.

**Los ingresos de producción y distribución de contenidos** que incluyen principalmente las ventas internacionales de contenidos, los ingresos B2C y B2B de la plataforma SVOD atresplayer y el negocio del Cine, alcanzan los 21,5 millones de euros frente a los 28,6 millones de euros del año anterior. Esta diferencia se explica especialmente por una distinta estacionalidad en los contratos de venta de contenidos, estimando que la evolución será positiva en el total año para este epígrafe.

---

1 Fifty5Blue

2 Comscore

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Estimaciones internas



Atresplayer premium se mantiene como la plataforma líder de un grupo audiovisual español manteniendo su apuesta por el contenido original y exclusivo. Este año ha estrenado series como Padre no hay más que uno, Rafaela y su loco mundo y Entre tierras T2.

Las películas de Atresmedia Cine en explotación durante el periodo representan el 62% de la recaudación de la taquilla del Cine Español. "Torrente, presidente" lidera el Ranking General de Taquilla en España, tanto de cine nacional como de producciones extranjeras.

En el ámbito internacional, los canales de Atresmedia suman 58 millones de abonados creciendo un 9% con respecto al año anterior.

**Los otros ingresos**, procedentes principalmente de eventos, licencias, derechos editoriales y ventas de la plataforma de viajes Waynabox alcanzan los 17,9 millones de euros, lo que representa un incremento del 54,0% respecto a los 11,6 millones obtenidos en 2025. Este crecimiento se debe principalmente a la incorporación de la sociedad Last Lap dentro del área de eventos del Grupo.

## Radio

---

El negocio Radio alcanza en el primer trimestre de 2026 unos ingresos netos de 19,8 millones de euros, frente a los 19,5 millones de euros obtenidos en el mismo periodo del año anterior, lo que supone un crecimiento del 1,1%.

Millones de euros	Ene-Mar	Ene-Mar	
<b>Radio</b>	<b>2026</b>	<b>2025</b>	<b>Evolución</b>
Ingresos Netos	19,8	19,5	1,1%

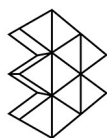
Atresmedia Radio tiene una audiencia<sup>3</sup> media de 3,2 millones de oyentes. Onda Cero con 2,3 millones de oyentes logra su mejor registro de la última década y mantiene su posición como tercera opción en el ámbito de las radios generalistas. Con respecto a las radios temáticas, Europa FM registra 0,8 millones de oyentes, y Melodía FM 61 mil.

1 Fifty5Blue

2 Comscore

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Estimaciones internas



## ASG

---

En el primer trimestre de 2026, Atresmedia ha alcanzado el mayor avance hasta la fecha en el cumplimiento de los objetivos de su estrategia Cero Neto, con una reducción del 80,9% en sus emisiones de alcance 1 y 2 y del 26,2% en alcance 3. Además, ha iniciado la elaboración de un nuevo plan de movilidad y ha reforzado la colaboración con sus proveedores para impulsar una industria audiovisual más sostenible. En este contexto, ha actualizado la cláusula de sostenibilidad de sus contratos incorporando tres guías de gestión ambiental que reúnen 33 principios dirigidos a sus proveedores.

En el ámbito social, Atresmedia y Fundación AXA han renovado hasta 2032 una alianza histórica que consolida 20 años de compromiso social. Durante este tiempo, **Ponle Freno** ha recaudado más de 3,5 millones de euros para mejorar la seguridad vial y la calidad de vida de las víctimas de accidentes de tráfico. Por su parte, **Constantes y Vitales** ha contribuido a cuadruplicar la instalación de desfibriladores y a destinar más de 1 millón de euros a investigación científica. Asimismo, tras 10 años del nacimiento de **Contra el Maltrato, Tolerancia Cero**, Fundación Mutua Madrileña y Antena 3 Noticias, han ampliado su alianza para continuar combatiendo la violencia de género. Además, coincidiendo con el 8M, el Grupo ha lanzado la campaña “Preguntas a quién preguntes” que pone a prueba la tecnología para visibilizar la desigualdad hacia la mujer.

Adicionalmente, la Fundación Atresmedia ha reforzado su alianza con Fundación Telefónica para promover la concienciación y la educación digital entre los jóvenes y ha lanzado, junto a la Universidad de Deusto, el título universitario “Experto en Bienestar Digital y Prevención en la Adolescencia y Juventud”, orientado a la formación de profesionales en este ámbito. Asimismo, ha puesto en marcha la quinta edición de los Premios Mentes AMI y de Efecto Mil, que ha batido récord de participación con más de 900 inscripciones y casi 500 vídeos presentados.

Por su parte, el Consejo de Administración de Atresmedia ha aprobado el Estado de Información No Financiera e Información de Sostenibilidad 2025, elaborado conforme a las directrices de la CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) y que incluye información adicional en respuesta a la Ley 11/2018 de Información no financiera y al Reglamento de Taxonomía de la Unión Europea. Además, en el primer trimestre del año, Atresmedia ha comenzado a trabajar en la actualización de su análisis de doble materialidad, que servirá de base para la elaboración de su próximo informe.

---

1 Fifty5Blue

2 Comscore

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Estimaciones internas



## Perspectivas futuras

---

Las perspectivas económicas para España en estos primeros meses del año presentan cierta heterogeneidad, en gran medida porque, tras el estallido del conflicto en Irán, no todos los organismos han actualizado aún sus previsiones de crecimiento.

El último panel de expertos de FUNCAS recoge estimaciones elaboradas tanto en los días previos como inmediatamente posteriores al inicio del conflicto, por lo que no incorporan plenamente su posible impacto en la economía española. Aun así, el consenso del panel sitúa el crecimiento medio del PIB en 2026 en el 2,3%, lo que supone una revisión a la baja de cuatro décimas respecto al panel de enero. Para 2027, la previsión se modera hasta el 2,0%, frente al 2,2% estimado anteriormente.

En este contexto estimamos que el mercado publicitario total crecerá en línea con estas previsiones, en torno al 2%. En el caso de la televisión y la radio, nuestros principales soportes publicitarios, esperamos que la evolución de nuestra inversión se mantenga alineada con la del mercado durante el resto del año.

En este entorno, Atresmedia continúa consolidando su posición de liderazgo en audiencias, que monetiza de forma eficiente gracias a una sólida política comercial. Este desempeño, unido a una gestión disciplinada de los costes, refuerza nuestra confianza en el cumplimiento de los objetivos fijados para el ejercicio: crecimiento de ingresos y mejora de los márgenes operativos en línea con los alcanzados el año anterior.

En cuanto a la posición financiera, mantenemos la previsión comunicada con los resultados de 2025, esto es, una deuda neta en torno a los 25 millones de euros. Esta cifra incorpora tanto el impacto de la adquisición de Clear Channel como el cobro pendiente de la AEAT, y se sitúa en niveles plenamente compatibles con una estructura financiera sólida y flexible.

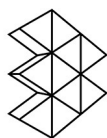
---

1 Fifty5Blue

2 Comscore

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Estimaciones internas



#### Limitación de responsabilidad

Este documento contiene supuestos sobre el mercado, información de diversas fuentes y proyecciones relativos a la situación financiera, los resultados de las actividades, el negocio, la estrategia y los planes de Atresmedia y sus filiales. Dicha información no constituye garantía alguna de resultados futuros y está sujeta a riesgos e incertidumbres que los pueden hacer diferir sustancialmente de los esperados.

Atresmedia no asume la obligación de hacer públicos los resultados de cualquier modificación que se haga sobre las previsiones contenidas en esta nota. Tampoco se incluyen en la misma hechos o circunstancias posteriores a la fecha de referencia de los resultados e información financiera presentados.

La información suministrada no ha sido auditada, pero es en la medida de lo posible la más actualizada, sin que ello constituya garantía alguna de exactitud. Ni Atresmedia ni ninguna de sus filiales se responsabiliza de si alguna información es incompleta, inadecuada o desfasada o de los perjuicios generados por el uso de esta información, o por su aceptación.

Se recomienda a los analistas e inversores que consulten la información financiera y de otro tipo que la Sociedad registra en la CNMV.

---

1 Fifty5Blue

2 Comscore

3 EGM 1ª Ola (media móvil)

4 Estimaciones internas