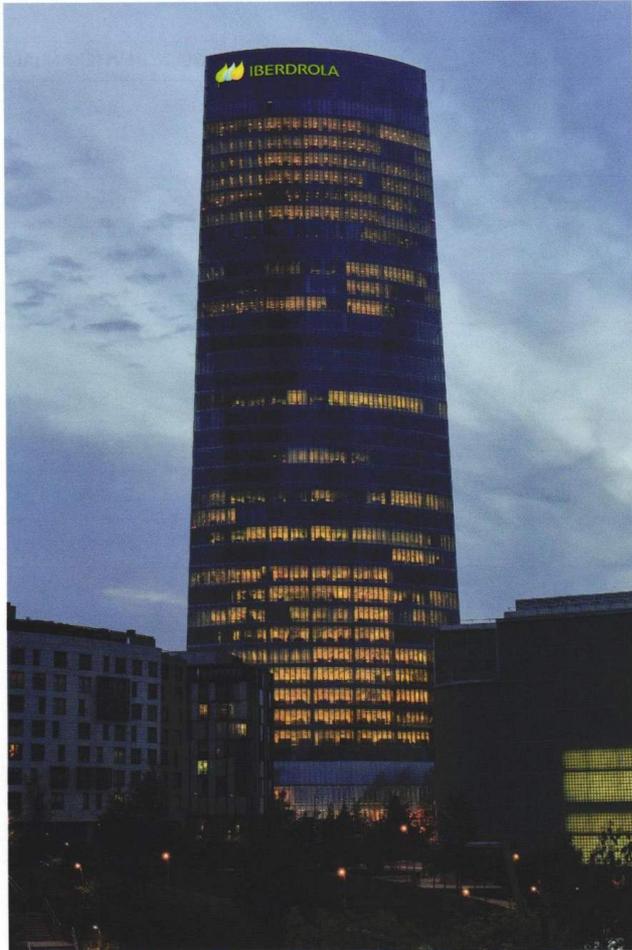




DOSSIER

MARCAS Y ANUNCIANTES



Energía y Entretenimiento protagonizan los mayores incrementos de la inversión

Energía, Entretenimiento y el sector público han acogido las marcas que más han aumentado su inversión publicitaria en 2023, mientras que los anunciantes del sector Seguros y Telecomunicaciones han sacado las tijeras, al igual que firmas Retail como Día o El Corte Inglés.

TEXTO REDACCIÓN IPMARK

Iberdrola se ha posicionado como la marca que más aumentó su presupuesto publicitario en 2023, al destinar 22,65 millones más respecto a 2022. La firma energética no fue la única de su sector en dedicar mayor presupuesto a inversión publicitaria. Endesa elevó su partida un 437,84%, dedicando 16,21 millones más; Repsol, 15,53 millones más (+123,10%); Naturgy, 12,92 millones más (+128,35%); Plenitud elevó su partida en 10,34 millones (+203,35%); y Total Energies, en 9,29 millones (+280,45%).

En 2023, el sector público también aumentó la inversión publicitaria realizada

un año antes. Metro de Madrid dedicó 11,27 millones más, un crecimiento del 1.623,23% respecto a la partida de 2022; el programa Conectamos Empleo destinó 8,77 millones; mientras que la Dirección General de Tráfico (DGT) elevó su partida en 7,9 millones (+129,29%), al igual que el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, del orden de un 2.756,43%, un incremento de 6,15 millones en términos económicos. Mismo caso para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que aumentó su partida en 5,27 millones, un incremento del 129,13% respecto a 2022. La ONCE, por su parte, aumentó su partida en 6,27 millones,



1 Julio, 2024



un 38,65% más en comparación con el año anterior.

De igual modo elevó su inversión publicitaria la industria del entretenimiento. Los musicales de El Rey León, Malinche y Peter El Musical aumentaron su partida un 2.356,13%, 3.069,27% y un 831,28%, respectivamente, situando su presupuesto en 8,16 millones, 5,05 millones y 5,33 millones. Walt Disney Company dedicó mayor inversión para la promoción de Aladdin - un incremento de 6,63 millones, un 2.083,53% más respecto a 2022-; y Disney - en 5,58 millones, un

134,64% más-; mientras que Atresmedia destinó 5,37 millones más que en 2022 para la promoción de Antena 3, un incremento del 716,28%. Aparecen en la lista también SkyShowTime, que dedicó a medios un total de 4,85 millones, y Star Lite Festival, con 4,43 millones.

En el lado opuesto se encuentran las marcas del sector Seguros. Línea Directa Aseguradora es la enseña que más ha reducido su presupuesto, un total de 25,45 millones menos que lo destinado en 2022 (-57,20%). Le siguen Mutua Madrileña, tercera en el ranking de marcas que más ajustan su inversión publicitaria a la baja, al recortar 13,5 millones (-36,88%); y Securitas Direct, que reduce la partida algo más de 13 millones (-39,31%).

Las operadoras también han sacado las tijeras en el último año. Vodafone, que en 2022 destinó 20,51 millones, en 2023 redujo la par-

LAS 30 MARCAS QUE MÁS AUMENTARON su inversión en 2023 de entre las 100 primeras (en miles de euros)

MARCAS	ANUNCIANTES	2022	2023	DIFERENCIA	VARIACIÓN INTERANUAL
IBERDROLA	IBERDROLA	17.685,21	40.339,37	22.654,16	128,10%
IUMIUKY VETERINARIA	IUMIUKY VETERINARIA		21.125,03	21.125,03	NUEVA
ENDESA	ENDESA	3.702,66	19.914,32	16.211,66	437,84%
REPSOL	REPSOL	12.612,69	28.138,74	15.526,05	123,10%
NATURGY	NATURGY IBERIA	10.067,09	22.988,04	12.920,95	128,35%
METRO MADRID	METRO MADRID	694,23	11.963,18	11.268,95	1623,23%
PLENITUDE	ALDRO ENERGIA Y SOLUCIONES	5.085,91	15.428,36	10.342,45	203,35%
TOTAL ENERGIES	TOTAL GAS Y ELECTRICIDAD	3.312,96	12.604,32	9.291,36	280,45%
NISSAN	NISSAN IBERIA	6.094,70	15.290,88	9.196,18	150,89%
CONECTAMOS EMPLEO	CONECTAMOS EMPLEO		8.772,75	8.772,75	NUEVA
DGT-DI.GRAL.TRAFICO	Mº INTERIOR	6.105,34	13.998,86	7.893,52	129,29%
EL REY LEON	STAGE ENTERTAINMENT	332,43	8.164,90	7.832,47	2356,13%
ALADDIN	WALT DISNEY COMPANY	318,23	6.948,64	6.630,41	2083,53%
OCCIDENT	CATALANA OCCIDENTE		6.539,31	6.539,31	NUEVA
SALVAT	EDITORIAL SALVAT	2.922,22	9.382,12	6.459,90	221,06%
ONCE	ONCE	16.236,30	22.512,28	6.275,98	38,65%
MINIS.ASUNTOS ECONOMICOS Y TRANSFORMACION DIGITAL	Mº ASUNTOS ECONOMICOS Y TRANSFORMACION DIGITAL	223,13	6.373,55	6.150,42	2756,43%
DISNEY	WALT DISNEY COMPANY	4.148,44	9.733,78	5.585,34	134,64%
ENPHORMA	ENPHORMA		5.387,44	5.387,44	NUEVA
FAIRY	PROCTER & GAMBLE	2.014,24	7.401,08	5.386,84	267,44%
ANTENA 3	ATRESMEDIA TELEVISION	749,70	6.119,68	5.369,98	716,28%
CITROEN	CITROEN	9.350,93	14.717,91	5.366,98	57,40%
PETER.EL MUSICAL	PETER.EL MUSICAL	641,50	5.974,16	5.332,66	831,28%
MINIS.AGRIC.PESCA ALIMEN.	Mº AGRICULTURA	4.082,06	9.353,03	5.270,97	129,13%
MALINCHE THE MUSICAL	MALINCHE THE MUSICAL SPAIN	159,48	5.054,35	4.894,87	3069,27%
SKYSHOWTIME	SKYSHOWTIME		4.852,77	4.852,77	NUEVA
GEN360	CLUB INTERNACIONAL DEL LIBRO	1.667,61	6.463,16	4.795,55	287,57%
FUND.MUTUA MADRILEÑA	MUTUA MADRILEÑA	3.562,79	8.338,01	4.775,22	134,03%
MEDIA MARKT	MEDIA MARKT	6.845,65	11.591,53	4.745,88	69,33%
STAR LITE FESTIVAL	STARLITE FESTIVAL		4.433,59	4.433,59	NUEVA

Fuente: ARCE Media. Elaboración propia IPMARK



1 Julio, 2024

DOSSIER

MARCAS Y ANUNCIANTES



tida en 10,58 millones hasta los 9,92 millones. Hizo lo mismo con su marca Lowi.es, al destinar 7,01 millones menos que en 2022. Jazztel descendió la inversión en medios en 9,53 millones, pasando de los 15,14 millones a 5,60 millones en 2023; Orange recortó en 8,34 millones su presupuesto de 2022 que ascendía a 22,33 millones, aprovechando en 2023 un total de 13,99 millones; mientras que Yoigo destinó 4,87 millones menos, pasando de los 10,17 millones en 2022 a los 5,30 millones.

Marcas del sector Retail han reducido a su vez la partida publicitaria. La cadena de supermercados Día ajustó su inversión en un 51,56%, pasando de los 13,98 millones a los 6,77 millones en el último año, mientras que El Corte Inglés redujo su presupuesto en 4,22 millones. El especialista en colchones Dormitorum descendió su inversión un 81,16%, pasando de los 5,57 millones a los 1,05 millones en 2023; mientras que las apps Glovo y Wallapop recortaron un 66,07% y un 71,66%, respectivamente, hasta los 2,58 millones y los 1,97 millones de euros. ■

LAS 30 MARCAS QUE MÁS DECRECIERON su inversión en 2023 de entre las 100 primeras (en miles de euros)

MARCAS	ANUNCIANTES	2022	2023	DIFERENCIA	VARIACIÓN INTERANUAL
LINEA DIRECTA ASEGURADORA	LINEA DIRECTA ASEGURADORA	44.492,66	19.044,24	-25.448,42	-57,20%
MOVISTAR	MOVISTAR	32.138,78	17.909,35	-14.229,43	-44,27%
MUTUA MADRILEÑA	MUTUA MADRILEÑA	36.611,12	23.109,46	-13.501,66	-36,88%
SECURITAS DIRECT	SECURITAS	33.074,98	20.073,47	-13.001,51	-39,31%
SHOPIFY.COM	SHOPIFY.COM	12.860,45	76,22	-12.784,23	-99,41%
VODAFONE	VODAFONE	20.508,98	9.923,90	-10.585,08	-51,61%
JAZZTEL	JAZZTEL	15.136,26	5.602,01	-9.534,25	-62,99%
PROSEGUR	PROSEGUR	8.688,37	80,10	-8.608,27	-99,08%
APPLE	APPLE COMPUTER	13.570,45	5.076,36	-8.494,09	-62,59%
ORANGE	ORANGE ESPAGNE	22.332,39	13.987,47	-8.344,92	-37,37%
CAIXABANK	CAIXABANK	21.127,94	13.382,97	-7.744,97	-36,66%
KINDER	FERRERO BOMBONES	10.101,02	2.495,41	-7.605,61	-75,30%
MINIS.SANIDAD	Mº SANIDAD	12.595,35	5.270,05	-7.325,30	-58,16%
DIA	DIA	13.984,96	6.773,69	-7.211,27	-51,56%
LOWI.ES	VODAFONE	10.343,81	3.332,90	-7.010,91	-67,78%
BCO.ING DIRECT	ING GROUP	13.013,04	6.905,42	-6.107,62	-46,93%
ABANCA	ABANCA CORPORACION BANCARIA	7.499,60	2.394,46	-5.105,14	-68,07%
GLOVO	GLOVOAPP23	7.606,52	2.580,71	-5.025,81	-66,07%
WALLAPOP	WALLAPOP	6.944,85	1.967,94	-4.976,91	-71,66%
GALLINA BLANCA	GALLINA BLANCA	7.087,46	2.123,62	-4.963,84	-70,04%
RENFE	RENFE	10.581,38	5.709,20	-4.872,18	-46,04%
YOIGO	GRUPO MASMOVIL	10.174,24	5.306,50	-4.867,74	-47,84%
PULEVA	PULEVA FOODS	8.635,18	3.775,92	-4.859,26	-56,27%
GALP	GALP	4.949,23	187,70	-4.761,53	-96,21%
COFIDIS	COFIDIS	8.073,24	3.495,18	-4.578,06	-56,71%
DORMITORUM	DORMITORUM	5.567,17	1.048,69	-4.518,48	-81,16%
DISNEY+	WALT DISNEY COMPANY	6.016,38	1.668,45	-4.347,93	-72,27%
EL CORTE INGLES	EL CORTE INGLES	48.968,83	44.751,73	-4.217,10	-8,61%
SONORA	SOCIEDAD DISTRIB DIGITAL SONORA DE ENTRETENIMIENTO	5.349,55	1.183,00	-4.166,55	-77,89%
UBER	UBER BV	4.920,61	792,84	-4.127,77	-83,89%

Fuente: ARCE Media. Elaboración propia IPMARK