



DOSSIER

MARCAS Y ANUNCIANTES

Televisión acapara el grueso de la inversión publicitaria en 2023



En 2023, la inversión publicitaria alcanzó los 2.563 millones de euros, un 9,51% más que en 2022. Televisión, con una partida de 1.353,24 millones, vuelve a acaparar la mayor cuota, dejando a Internet como segundo medio.

TEXTO REDACCIÓN IPMARK

En 2023, la inversión publicitaria en medios en España alcanzó los 2.563 millones de euros, un incremento del 9,51% respecto a la partida destinada un año antes. A diferencia de años anteriores, Televisión logra situarse como medio con la mayor cuantía, un total de 1.353,24 millones, un 2,47% más que en 2022, superando a Digital, cuya inversión, a pesar de crecer un 27,07%, se ha situado en los 582,03 millones de euros.

El que fuera durante años el medio Rey ha vuelto a situarse primero en cuanto a volumen de inversión, habiendo acaparado 1.353,24 mi-





LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN CINE

(en miles de euros)

MARCAS	2022	2023
BCO.SANTANDER	161,67	1.824,41
HYUNDAI	1.071,40	1.112,66
ECOEMBES	3,26	821,99
ORANGE	1.029,78	810,98
CHANEL	168,81	779,73
COCA COLA	792,46	778,19
BANKINTER	256,66	751,97
IKEA	691,00	680,06
BBVA	203,40	676,01
ENERYETI		615,92
TOTAL CINE	19.437,53	23.916,29

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN EXTERIOR

(en miles de euros)

MARCAS	2022	2023
SAMSUNG	7.509,85	9.966,22
COCA COLA	6.276,67	7.747,67
UBER EATS	441,22	4.679,13
ORANGE	2.008,07	4.125,11
VOLKSWAGEN	1.150,39	3.143,35
SKODA	2.199,21	3.112,11
AMAZON	4.133,37	2.981,05
L'OREAL	1.863,34	2.970,25
NETFLIX.COM	4.287,04	2.908,94
CARREFOUR	3.082,06	2.620,13
TOTAL EXTERIOR	153.979,80	200.827,07

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN PRENSA

(en miles de euros)

MARCAS	2022	2023
VIAJES EL CORTE INGLES	3.537,30	3.852,78
XUNTA DE GALICIA	4.975,97	3.677,74
IBERDROLA	4.092,51	3.344,85
BCO.SANTANDER	4.011,77	3.156,27
CAIXABANK	3.377,31	2.901,65
MOVISTAR	2.233,10	2.720,46
MINIS.CULTURA Y DEPORTE	881,10	2.618,30
GENERALITAT CATALUNYA	1.935,92	2.286,64
E-DISTRIBUCION	1.804,46	2.259,07
MINIS.ASUNTOS ECONOMICOS Y TRANSFORMACION DIGITAL	0,92	1.977,78
TOTAL PRENSA	160.482,51	158.226,44

llones de euros. Iberdrola ha sido la marca que más partida ha destinado a Televisión, un total de 27 millones, lo que ha supuesto un crecimiento del 530,84% respecto a 2022. Le siguen lumiuky Veterinaria, con 21,12 millones, y Lidl, con 20,12 millones.

A pesar de ser el medio con la mayor cuantía, no ha resultado ser el que más crece. Dicho título lo ha adquirido Exterior, que en 2023 logró atraer un 30,42% más de inversión publicitaria, pasando de los 153,98 millones a los 200,83 millones de euros el año pasado. Sam-

sung ha vuelto a ser la enseña que más destinó a Exterior, un total de 9,97 millones, un 32,76% más que en 2022, seguido por Coca-Cola, con 7,75 millones, y Uber Eats, con 4,68 millones.

Internet es, por otro lado, el segundo medio con mayor volumen de inversión. En 2023, los

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN DOMINICALES

(en miles de euros)

MARCAS	2022	2023
SISLEY	275,01	236,82
TEATRO REAL	190,77	136,38
CARTIER	163,52	133,52
LANCOME	107,86	126,94
TELEFONICA	41,60	125,07
GUGGENHEIM BILBAO	82,15	118,37
BVLGARI	40,04	114,26
EL CORTE INGLES	81,35	113,91
ENDESA	16,51	112,31
KUTXA BANK	51,57	107,94
TOTAL DOMINICALES	4.934,11	5.561,29

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN INTERNET

(en miles de euros)

MARCAS	2022	2023
EL CORTE INGLES	14.636,78	18.013,66
AYTO.MADRID	13.876,56	10.679,73
KIA	9.678,71	10.290,53
AMAZON	6.248,76	9.385,58
BCO.SANTANDER	6.648,83	9.275,38
CARREFOUR	4.910,68	9.096,41
O2	9.070,24	8.660,86
NISSAN	2.680,04	8.244,62
MOVISTAR	4.884,99	6.971,85
IBERDROLA	6.893,43	6.964,16
TOTAL INTERNET	458.047,64	582.032,53

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN RADIO

(en miles de euros)

MARCAS	2022	2023
MUTUA MADRILEÑA	12.484,80	13.146,73
ONCE	10.153,59	11.550,76
LINEA DIRECTA ASEGURADORA	11.129,24	11.133,07
EL CORTE INGLES	10.949,20	10.790,45
SECURITAS DIRECT	16.518,42	10.114,19
REPSOL	3.735,92	4.374,69
VIAJES EL CORTE INGLES	3.631,20	3.720,85
CITROEN	2.278,15	3.712,08
IBUDOL	1.627,39	2.776,89
IBERDROLA	1.910,32	2.746,17
TOTAL RADIO	192.190,68	209.333,73

Fuente: ARCE Media. Elaboración propia IPMARK



1 Julio, 2024

DOSSIER

MARCAS Y ANUNCIANTES

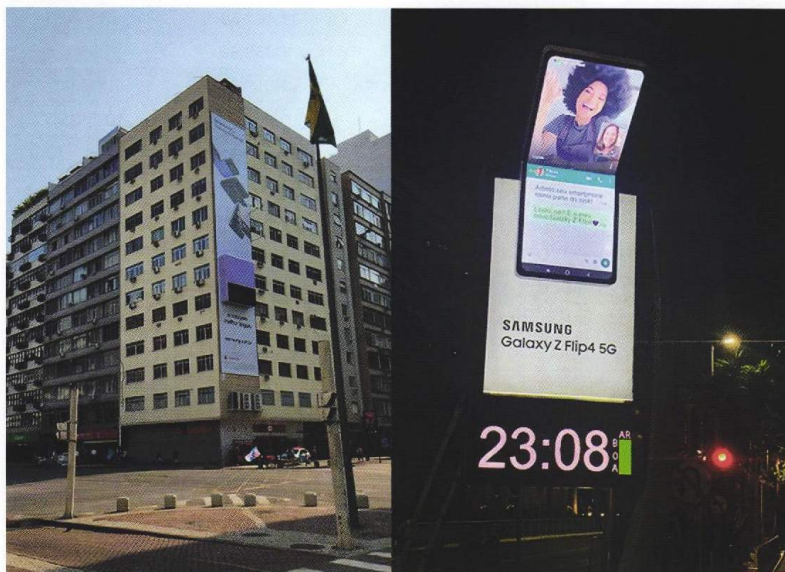
LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN REVISTAS
 (en miles de euros)

MARCAS	2022	2023
ROLEX	1.026,09	888,39
CHRISTIAN DIOR	762,63	878,71
CHANEL	899,12	813,39
OMEGA	458,00	809,13
SISLEY	1.043,32	783,52
EL CORTE INGLES	896,61	754,93
GIORGIO ARMANI	372,52	718,06
LOUIS VUITTON	652,75	676,30
GUESS	749,81	651,00
BVLGARI	536,90	630,32
TOTAL REVISTAS	30.947,14	29.956,00

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN TELEVISIÓN
 (en miles de euros)

MARCAS	2022	2023
IBERDROLA	4.280,49	26.996,38
IUMIUKY VETERINARIA		21.116,51
LIDL	17.892,58	20.116,74
REPSOL	60,13	17.998,13
NATURGY	3.347,30	17.610,71
ENDESA	1.310,45	15.759,40
PLENITUDE	4.531,89	14.408,34
GALERIA DEL COLECCIONISTA	15.396,04	13.801,79
EL CORTE INGLES	18.370,03	13.184,91
L'OREAL	14.041,94	12.050,25
TOTAL TV	1.320.558,56	1.353.240,91

Fuente: ARCE Media. Elaboración propia IPMARK



anunciantes destinaron un total de 582,03 millones, un 27,07% más que lo dedicado un año antes. El Corte Inglés es la marca que mayor presupuesto para Digital maneja, un total de 18,01 millones, seguido por el Ayuntamiento de Madrid, con 10,68 millones, y Kia, con 10,29 millones.

También crece a doble dígito Cine, del orden de un 23,04% hasta los 23,92 millones. Han confiado en la pantalla grande Banco Santander, que ha destinado al medio 1,82 millones; Hyundai, con 1,11 millones; y Ecoembes, con 0,82 millones.

Revistas y Prensa han presenciado, en contra, un descenso de la inversión publicitaria. Ambas partidas decrecen un 3,20% y un 1,41%, respectivamente, dejando un volumen de inversión de 29,96 millones y 158,23 millones. Rolex ha sido el anunciante que más presupuesto ha destinado a Revistas, 0,88 millones, una inversión un 14,56% más baja que en 2022, mientras que Viajes El Corte Inglés, el que más ha dedicado a Prensa, 3,85 millones, un 8,76% más respecto al año anterior. ■