

La inversión de las mil primeras marcas creció un 5,87%

En 2016, la inversión de las mil primeras marcas presentes en la clasificación de Arce Media creció un 5,87%, casi seis puntos porcentuales menos que el año anterior. El Corte Inglés se situó, de nuevo, en primera posición.

LAS 30 PRIMERAS MARCAS EN MEDIOS CONVENCIONALES (cifras en miles de euros)

2016	2015	MARCAS	2016	2015	VARIACIÓN	PARTICIPACIÓN 30/ TOTAL 1.000
1	1	El Corte Inglés	78.281,28	81.982,34	-4,51%	2,77%
2	3	Samsung	42.282,03	38.561,75	9,65%	1,49%
3	4	Vodafone	41.115,79	37.962,21	8,31%	1,45%
4	2	Línea Directa Aseguradora	37.544,21	41.415,30	-9,35%	1,33%
5	6	Orange	32.427,42	30.773,70	5,37%	1,15%
6	16	Mutua Madrileña	32.399,53	20.630,78	57,04%	1,15%
7	5	Movistar	31.107,42	31.893,47	-2,46%	1,10%
8	14	Ford	30.342,56	20.842,39	45,58%	1,07%
9	10	Renault	29.414,94	22.614,41	30,07%	1,04%
10	13	Seat	29.410,18	20.850,27	41,05%	1,04%
11	15	Nissan	27.796,43	20.648,11	34,62%	0,98%
12	18	Volkswagen	27.769,49	20.137,69	37,90%	0,98%
13	9	ING Direct	23.897,95	25.275,52	-5,45%	0,84%
14	8	Viajes El Corte Inglés	22.613,11	26.478,83	-14,60%	0,80%
15	7	Banco Santander	20.740,16	28.853,20	-28,12%	0,73%
16	17	Nivea	20.699,53	20.420,91	1,36%	0,73%
17	20	Lidl	20.336,84	19.055,28	6,73%	0,72%
18	12	Peugeot	20.116,94	21.549,01	-6,65%	0,71%
19	37	L'Oréal	19.964,52	24.113,51	-17,21%	0,71%
20	24	Jazztel	18.963,17	16.813,93	12,78%	0,67%
21	41	Dentix	18.824,93	11.387,37	65,31%	0,67%
22	22	Coca-Cola	18.513,03	18.224,90	1,58%	0,65%
23	32	Trivago.es	17.927,01	13.362,93	34,15%	0,63%
24	27	Media Markt	17.870,91	16.203,82	10,29%	0,63%
25	36	BBVA	17.397,87	12.349,57	40,88%	0,61%
26	19	Once	16.967,52	19.080,61	-11,07%	0,60%
27	31	Carrefour	16.659,89	13.521,66	23,21%	0,59%
28	42	Audi	16.654,57	11.380,10	46,35%	0,59%
29	21	Toyota	16.530,96	18.910,74	-12,58%	0,58%
30	26	Citroën	16.357,50	16.531,66	-1,05%	0,58%

Fuente: Arce Media

IPMARK y Arce Media presentan la quinta edición del informe de las mil primeras marcas por volumen de inversión en medios convencionales. En esta ocasión, se recogen los datos de 2016. Además de la tabla general, en la que se puede consultar la inversión total y la inversión desglosada por medios, el informe incluye una clasificación general de sectores, clasificaciones parciales por medios

y sectores de actividad, así como dos tablas en las que figuran las marcas de entre las cien primeras que más aumentaron y redujeron su inversión el año pasado.

El ejercicio 2016 parece confirmar lo que los últimos estudios *i2p* (índice de inversión publicitaria de Media Hot Line y Arce Media) sobre la evolución de la inversión publicitaria en España estaban seña-

lando: continúa el descenso de la inversión en medios tradicionales, prensa, revistas, dominicales, etc., mientras aumenta en televisión y, sobre todo, en internet. Mucho de lo que se pierde en prensa, pasa a las versiones online de los diarios.

En 2016, la inversión total en medios convencionales ascendió, según el *i2p*, a 4.207,7 millones de euros, lo que supuso un incre-



El grupo de las mil primeras marcas representa el 67,2% de la inversión publicitaria total, cuatro puntos menos que en 2015

mento del 2,9% respecto a 2015. La inversión creció en los cuatro trimestres, pero cada vez a un ritmo menor. Este crecimiento acumulado del año es inferior al 4,7% obtenido en el primer semestre, lo que indica la desaceleración de la inversión publicitaria en el mercado.

Mil primeras marcas

Las mil marcas presentes en la clasificación de Arce Media invirtieron, en 2016, 2.829 millones de euros en medios convencionales, un 5,87% más que en 2015. Este incremento es menor al registrado en 2015, que fue del 11,64%, y está muy lejano del 30% experimentado en 2014.

El grupo de las mil primeras marcas representa el 67,2% de la inversión publicitaria total, cuatro puntos menos que en 2015. En televisión, cine, revistas y dominicales los porcentajes son mayores: 83,3%, 80,9%, 72,8% y 69,9%, respectivamente. La participación en internet es del 54,9%, en radio del 53,3%, en prensa del 47,4% y en exterior del 27,4%.

En 2016, se incorporaron a la tabla 52 marcas que no estaban en el ranking de 2015. Como en años anteriores, un gran número de ellas fueron películas de cine, cuya vida publicitaria es efímera.

Entre las mil marcas con mayor inversión en 2016, 557 han mejorado su puesto en el ranking, 7 marcas conservan la misma posición y 384 han descendido puestos. Respecto a 2015, 524 marcas incrementaron su inversión y 424 la redujeron.

Al analizar las cien primeras marcas del ranking, las que más redujeron su inversión en 2016 fueron La Caixa, la DGT, Sanitas, Endesa y Verti. Y las que más la incrementaron, Vibbo, Telefónica, Aldi, Bankinter o Fotocasa.

El Corte Inglés en cabeza

El Corte Inglés repite por quinto año consecutivo como la marca que más ha invertido en publicidad, a pesar de disminuir su inversión respecto a 2015 en un 4,5%. El segundo puesto lo ocupa Samsung, que en 2015 se encontraba en tercera posición. Les siguen Vodafone que sube un 8,31% y Línea Directa Aseguradora que vuelve a invertir menos en 2016 bajando un 8,31%. En quinto lugar se sitúa Orange, que incrementa su inversión un 5,37% respecto a 2015.

En 2016, 44 marcas invirtieron más de 10 millones de euros, frente a las 48 de 2015 y las

LAS 20 MARCAS* QUE MÁS AUMENTARON SU INVERSIÓN EN 2016 (cifras en miles de euros)

2016	2015	MARCAS	INVERSIÓN		VARIACIÓN
			2016	2015	
75	3044	Vibbo	6.854,60	88,41	7653,20%
72	921	Telefónica	7.141,62	665,89	972,49%
65	289	Aldi	7.596,65	2.362,73	221,52%
99	283	Bankinter	5.831,72	2.398,13	143,18%
69	193	Fotocasa.es	7.384,43	3.475,33	112,48%
66	157	Simyo	7.594,64	4.036,19	88,16%
52	118	Bankia	8.715,92	5.090,54	71,22%
43	91	Caixabank	10.317,23	6.088,68	69,45%
21	41	Dentix	18.824,93	11.387,37	65,31%
98	183	Agencia Tributaria	5.887,38	3.626,53	62,34%
59	122	Dr.Scholl's	7.991,39	4.960,11	61,11%
50	97	Dodot	9.224,14	5.834,46	58,10%
6	16	Mutua Madrileña	32.399,53	20.630,78	57,04%
42	83	Repsol	10.409,13	6.676,49	55,91%
57	115	LG	8.087,56	5.293,84	52,77%
28	42	Audi	16.654,57	11.380,10	46,35%
8	14	Ford	30.342,56	20.842,39	45,58%
10	13	Seat	29.410,18	20.850,27	41,05%
25	36	BBVA	17.397,87	12.349,57	40,88%
12	18	Volkswagen	27.769,49	20.137,69	37,90%

(*) De entre las cien primeras. Fuente: Arce Media

LAS 20 MARCAS* QUE REDUJERON SU INVERSIÓN EN 2016 (cifras en miles de euros)

2016	2015	MARCAS	INVERSIÓN		VARIACIÓN
			2016	2015	
78	28	La Caixa	6.691,49	16.031,08	-58,26%
84	43	Gas Natural Fenosa	6.417,11	14.638,57	-56,16%
77	35	DGT	6.721,13	12.369,61	-45,66%
92	45	Sanitas	6.130,87	10.492,49	-41,57%
63	34	Endesa	7.635,64	12.371,42	-38,28%
48	33	Verti	9.543,02	13.303,70	-28,27%
15	7	Banco Santander	20.740,16	28.853,20	-28,12%
35	23	Apple	12.564,21	16.837,64	-25,38%
61	50	Actimel	7.793,40	9.722,46	-19,84%
91	69	Frijo	6.157,64	7.663,64	-19,65%
38	30	Mercedes	11.174,35	13.786,82	-18,95%
70	56	Oral-B	7.355,24	9.015,52	-18,42%
19	37	L'Oréal	19.964,52	24.113,51	-17,21%
95	73	Giorgio Armani	6.066,42	7.307,26	-16,98%
62	52	Vital Dent	7.761,38	9.162,52	-15,29%
45	39	Hiperacor	9.998,98	11.715,92	-14,65%
14	8	Viajes El Corte Inglés	22.613,11	26.478,83	-14,60%
29	21	Toyota	16.530,96	18.910,74	-12,58%
90	77	Rastreator.com	6.170,84	6.987,33	-11,69%
26	19	Once	16.967,52	19.080,61	-11,07%

(*) De entre las cien primeras. Fuente: Arce Media



Entre las mil primeras marcas, la inversión en televisión representa el 62,4%

INVERSIÓN POR SECTORES EN 2016 (cifras en miles de euros)

SECTOR	2016	2015	VARIACIÓN	PRIMERA MARCA	2016	2015	VARIACIÓN
Automoción	389.021,77	332.068,70	17,15	Ford	30.342,56	20.842,39	45,58%
Distribución y restauración	353.118,96	326.390,87	8,19	El Corte Inglés	78.281,28	81.982,34	-4,51%
Finanzas y seguros	308.839,66	312.776,97	-1,26	Línea Directa Aseguradora	37.544,21	41.415,30	-9,35%
Alimentación	308.291,61	295.309,07	4,40	Casa Tarradellas	10.276,66	9.166,86	12,11%
Belleza e higiene	299.746,22	303.131,93	-1,12	Nivea	20.699,53	20.420,91	1,36%
Telecomunicaciones e internet	266.573,96	253.115,18	5,32	Samsung	42.282,03	38.561,75	9,65%
Servicios públicos y privados	141.817,57	149.330,84	-5,03	Dentix	18.824,93	11.387,37	65,31%
Transporte, viajes y turismo	122.142,97	119.044,77	2,60	Viajes El Corte Inglés	22.613,11	26.478,83	-14,60%
Bebidas	112.390,46	105.766,47	6,26	Coca-Cola	18.513,03	18.224,90	1,58%
Salud	108.242,42	98.263,12	10,16	Durex	5.076,46	3.360,59	51,06%
Cultura, enseñanza y med. de com.	87.067,04	42.875,88	103,07	Planeta Deagostini	4.311,90	2.340,05	84,27%
Hogar	58.062,13	46.984,01	23,58	Securitas Direct	10.855,81	7.906,39	37,30%
Limpieza	52.783,81	57.666,18	-8,47	Calgonit	5.569,38	7.015,89	-20,62%
Energía	47.678,85	61.727,14	-22,76	Once	16.967,52	19.080,61	-11,07%
Juegos y apuestas	38.015,73	38.707,90	-1,79	Iberdrola	13.595,81	11.512,42	18,10%
Deportes y tiempo libre	35.345,60	36.778,48	-3,90	Sony	4.716,85	8.449,55	-44,18%
Textil y vestimenta	29.399,26	30.263,63	-2,86	Intimissimi	3.272,93	3.903,58	-16,16%
Construcción	28.955,98	24.142,87	19,94	—	—	—	—
Objetos personales	22.691,01	19.755,98	14,86	Pandora	2.938,07	2.127,46	38,10%
Equip. de oficina, electr./inf. y comercio	15.767,22	15.976,49	-1,31	HP	3.656,82	5.728,46	-36,16%
Ind., mat. de trabajo y agropecuario	3.514,84	2.605,69	34,89	—	—	—	—
Total general	2.829.467,07	2.672.682,17	5,87	—	—	—	—

Fuente: Arce Media

47 de 2014; 75 marcas, entre 5 y 10 millones; 107 marcas, entre 3 y 5 millones; 403 marcas, entre 1 y 3 millones; y 371 marcas, menos de un millón de euros.

Los sectores que más invirtieron en 2016 fueron, por este orden, Automoción, Distribución y restauración, Finanzas y seguros, Alimentación y Belleza e higiene. Automoción continúa en primera posición, y el resto de las posiciones varían: Distribución desplaza en su ascenso a Finanza, y Alimentación a Belleza. Las primeras marcas de estos cinco sectores son, respectivamente, Ford, El Corte Inglés, Línea Directa Aseguradora, Casa Tarradellas y Nivea.

En los siguientes cinco puestos se encuentran los sectores de Telecomunicaciones e internet, con Samsung como primera marca, Servicios públicos y privados (Dentix), Transporte, viajes y turismo (Viajes El Corte Inglés), Bebidas (Coca-Cola) y Salud (Durex).

Doce sectores incrementaron su inversión en 2016 y nueve la redujeron. Los que más crecieron fueron Cultura, enseñanza y medios de comunicación (103,7%), Industrial, materiales de trabajo y agropecuario (34,8%) y Hogar (23,5%). Y los que menos, Energía, que redujo su inversión un 22,7%; Limpieza, que la redujo un 8,4%; y Servicios públicos y privados, que la redujo un 5%.

Entre las mil primeras marcas, la inversión en televisión representa el 62,4% frente al 50,3% de cuota cuando lo que se compara es la inversión total en el medio con la inversión total en 2016. La participación del resto de medios es menor cuando se analizan las mil primeras marcas que cuando se contempla la actividad del mercado publicitario total, salvo en dominicales, cine y revistas, que es muy parecida, si no prácticamente la misma.

Cuando lo que se analiza es la relación entre la inversión de las mil primeras mar-

cas y la inversión total en cada medio, los porcentajes se disparan. Así, la partida destinada a televisión por las mil primeras marcas representa el 83,4% de la inversión total en el medio; la del cine, el 80,9%; la de las revistas, el 72,8%; la de los dominicales, el 69,9%; la de internet, el 54,9%; y la de la radio, el 53,4%.

La televisión es, como se ha visto, el medio preferido por las mil primeras marcas presentes en la tabla. Las enseñanzas que más invirtieron en este medio en 2016 fueron El Corte Inglés, Orange y Vodafone, con 30,8 millones, 27,4 millones y 25,4 millones de euros, respectivamente.

A la televisión le siguen, a mucha distancia y por orden de importancia, internet, la prensa y la radio. Los primeros anunciantes en internet fueron las marcas Seat y Ford; en prensa, Viajes El Corte Inglés y Línea Directa; y en Radio, El Corte Inglés y la Once. ■

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN TELEVISIÓN EN 2016
(inversión en miles de euros)

MARCAS	2016	PARTICIPACIÓN 10 PRIMEROS 2016	PARTICIPACIÓN 1.000 PRIMEROS 2016
El Corte Inglés	30.831,73	14,13%	1,75%
Orange	27.366,88	12,54%	1,55%
Vodafone	25.400,83	11,64%	1,44%
Samsung	24.773,47	11,35%	1,40%
Nivea	20.221,00	9,26%	1,14%
Dentix	18.677,04	8,56%	1,06%
Movistar	18.669,17	8,55%	1,06%
Jazztel	17.587,23	8,06%	1,00%
L'Oréal	17.515,60	8,03%	0,99%
Lidl	17.215,08	7,89%	0,97%
Total TV 10	218.258,03	100,00%	12,36%
Total TV 1.000	1.766.330,39	—	100,00%

Fuente: Arce Media

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN INTERNET EN 2016
(inversión en miles de euros)

MARCAS	2016	PARTICIPACIÓN 10 PRIMEROS 2016	PARTICIPACIÓN 1.000 PRIMEROS 2016
Seat	11.987,46	16,51%	4,05%
Ford	10.659,44	14,68%	3,60%
El Corte Inglés	9.336,19	12,86%	3,15%
Línea Directa Aseguradora	6.576,34	9,06%	2,22%
Renault	6.434,91	8,86%	2,17%
Volkswagen	6.292,76	8,67%	2,12%
Samsung	5.687,34	7,83%	1,92%
Movistar	5.331,30	7,34%	1,80%
Peugeot	5.319,42	7,33%	1,80%
Meliá	4.975,79	6,85%	1,68%
Total internet 10	72.600,95	100,00%	24,29%
Total internet 1.000	296.346,41	—	100,00%

Fuente: Arce Media

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN REVISTAS EN 2016
(inversión en miles de euros)

MARCAS	2016	PARTICIPACIÓN 10 PRIMEROS 2016	PARTICIPACIÓN 1.000 PRIMEROS 2016
Samsung	8.141,51	18,02%	5,25%
El Corte Inglés	6.766,41	14,98%	4,36%
Vodafone	6.167,34	13,65%	3,98%
Volkswagen	4.300,89	9,52%	2,77%
Orange Distribuidores	4.246,29	9,40%	2,74%
Nissan	3.901,56	8,64%	2,52%
Toyota	3.119,45	6,91%	2,01%
Mcdonald's	2.913,76	6,45%	1,88%
Coca-Cola	2.815,77	6,23%	1,82%
Ford	2.800,43	6,20%	1,81%
Total revistas 10	45.173,41	100,00%	29,12%
Total revistas 1.000	155.102,42	—	100,00%

Fuente: Arce Media

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN DOMINICALES EN 2016
(inversión en miles de euros)

MARCAS	2016	PARTICIPACIÓN 10 PRIMEROS 2016	PARTICIPACIÓN 1.000 PRIMEROS 2016
El Corte Inglés	1.813,71	31,37%	7,06%
Viajes El Corte Inglés	605,31	10,47%	2,36%
Guapabox	573,67	9,92%	2,23%
Pantene	559,73	9,68%	2,18%
Teatro Real	411,82	7,12%	1,60%
Elizabeth Arden	386,44	6,68%	1,51%
Shiseido	377,77	6,53%	1,47%
Apple	377,76	6,53%	1,47%
Chanel	338,05	5,85%	1,32%
Pullmantur	338,01	5,85%	1,32%
Total dominicales 10	5.782,27	100,00%	22,52%
Total dominicales 1.000	25.675,98	—	100,00%

Fuente: Arce Media

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN PRENSA EN 2016
(inversión en miles de euros)

MARCAS	2016	PARTICIPACIÓN 10 PRIMEROS 2016	PARTICIPACIÓN 1.000 PRIMEROS 2016
Viajes El Corte Inglés	11.439,17	16,58%	4,30%
Línea Directa Aseguradora	10.793,36	15,65%	4,05%
El Corte Inglés	10.346,14	15,00%	3,89%
Mutua Madrileña	8.854,69	12,84%	3,33%
Banco Santander	6.066,30	8,79%	2,28%
Endesa	5.107,15	7,40%	1,92%
Iberdrola	4.969,78	7,20%	1,87%
Caixabank	4.409,43	6,39%	1,66%
Repsol	3.500,76	5,07%	1,32%
Nautalia	3.494,49	5,07%	1,31%
Total prensa 10	68.981,27	100,00%	25,91%
Total prensa 1.000	266.214,60	—	100,00%

Fuente: Arce Media

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN RADIO EN 2016
(inversión en miles de euros)

MARCAS	2016	PARTICIPACIÓN 10 PRIMEROS 2016	PARTICIPACIÓN 1.000 PRIMEROS 2016
El Corte Inglés	13.499,36	19,50%	6,47%
Once	9.563,47	13,82%	4,58%
Línea Directa Aseguradora	8.168,22	11,80%	3,92%
Securitas Direct	7.517,01	10,86%	3,60%
Verti	6.741,04	9,74%	3,23%
Viajes El Corte Inglés	6.076,14	8,78%	2,91%
Mutua Madrileña	5.901,10	8,52%	2,83%
Citroën	4.306,43	6,22%	2,06%
ING Direct	3.754,82	5,42%	1,80%
DGT	3.695,67	5,34%	1,77%
Total radio 10	69.223,26	100,00%	33,18%
Total radio 1.000	208.616,71	—	100,00%

Fuente: Arce Media

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN EXTERIOR EN 2016
(inversión en miles de euros)

MARCAS	2016	PARTICIPACIÓN 10 PRIMEROS 2016	PARTICIPACIÓN 1.000 PRIMEROS 2016
El Corte Inglés	5.509,51	29,68%	6,27%
Estée Lauder	2.532,85	13,65%	2,88%
Clinique	1.488,24	8,02%	1,69%
Viajes El Corte Inglés	1.375,88	7,41%	1,57%
Volkswagen	1.357,00	7,31%	1,54%
Evax	1.349,96	7,27%	1,54%
L'Oréal	1.309,71	7,06%	1,49%
Peugeot	1.262,34	6,80%	1,44%
Renault	1.188,34	6,40%	1,35%
Christian Dior	1.188,22	6,40%	1,35%
Total exterior 10	18.562,05	100,00%	21,12%
Total exterior 1.000	87.852,20	—	100,00%

Fuente: Arce Media

LAS 10 PRIMERAS MARCAS EN CINE EN 2016
(inversión en miles de euros)

MARCAS	2016	PARTICIPACIÓN 10 PRIMEROS 2016	PARTICIPACIÓN 1.000 PRIMEROS 2016
Vodafone	1.904,16	17,90%	8,16%
Renault	1.668,57	15,69%	7,15%
Onlae	1.361,86	12,80%	5,84%
Ford	1.240,83	11,66%	5,32%
Coca-Cola	1.203,75	11,32%	5,16%
Mazda	898,86	8,45%	3,85%
Samsung	680,50	6,40%	2,92%
Audi	604,03	5,68%	2,59%
Chanel	543,54	5,11%	2,33%
Santa Lucía	531,42	5,00%	2,28%
Total cine 10	10.637,52	100,00%	45,59%
Total cine 1.000	23.328,42	—	100,00%

Fuente: Arce Media