

Estudio La FEDE: Los Concursos de Publicidad de la Administración

En 2021 las Administraciones públicas convocaron 2.997 concursos de publicidad y comunicación, con 1.412 millones de euros de presupuesto

El Estudio La FEDE Los Concursos de Publicidad de la Administración confirma que la Administración en su conjunto es el mayor anunciante del país, y presupuesta una inversión en publicidad y comunicación muy superior a la de cualquier empresa o compañía privada.

- En 2021 las administraciones públicas (europea, estatal, autonómica y local) convocaron 2.997 concursos para la contratación de campañas de publicidad y servicios relacionados con la comunicación, con un presupuesto superior a los 1.412 millones de euros.
- Hubo una media de 250 concursos mensuales, 10 concursos diarios, considerando los 253 días laborables.
- El presupuesto medio de cada concurso sobre publicidad y comunicación está en torno al medio millón de €, (471.279 €). Hay enormes diferencias desde 112 millones de euros del más alto; a los 25 € del más reducido. En 40 concursos no se establece el presupuesto.



José Carlos Gutiérrez, presidente de La FEDE, señala que “el estudio confirma que la Administración pública en su conjunto es el mayor anunciante del país, si se consideran los presupuestos para publicidad de sus concursos. Nuestro objetivo es velar por la transparencia en las convocatorias y en las adjudicaciones, pues es dinero de todos y debe beneficiar a todos. Debe avanzarse en conocer lo que se adjudica cada año y qué resultados obtiene, y en medir la eficacia de la publicidad de la administración”.

José Carlos Gutiérrez señala que La FEDE también impulsa el **Observatorio de Concursos Públicos**, que analiza trimestralmente los concursos de mayor presupuesto, y que confirma que hay mucho por mejorar, pues **“en publicidad y comunicación la parte técnica y cualitativa debe prevalecer sobre el precio, pero en muchos de los concursos es al contrario”.** Además, **“los concursos no deben cerrar la competencia a las agencias y empresas de publicidad medianas y pequeñas, como sucede en bastantes casos,** cuando las PYMES son las que mueven la economía del país”.

LOS CONCURSOS CON MAYOR PRESUPUESTO

Seis de los diez concursos con mayor presupuesto convocados en 2021 fueron para invertir en Medios de Comunicación, tres fueron de publicidad directa, y uno de servicios digitales.

El concurso con mayor presupuesto de 2021 fue el Acuerdo Marco para la compra de espacios en Medios, con 112 mm €. También destacan los 87 mm € del Acuerdo Marco para la gestión e inversión en Medios de la Generalitat de Cataluña, el de 48,4 millones de Lotería Nacional, y el de 29,3 millones de la UOC.

Hay tres grandes concursos de servicios postales, dos de Euskadi y uno de Aragón que, sin ser exclusivamente de publicidad directa, suelen incluir información y publicorreo de la administración a los ciudadanos, y a los que pueden presentarse las empresas de publicidad directa. Completa la lista un concurso de Digital para la creación, diseño, maquetación y mantenimiento de páginas web de Bizkaia Lantik, por 18 millones de euros.

Concursos con mayor presupuesto 2021

FECHA	COMUNIDAD CONVOCANTE	ADMINISTRACIÓN	TIPO DE CONCURSO	EXTRACTO DE SU CONTENIDO	PRESUPUESTO
02/04/2021	MADRID	ESTATAL	MEDIOS	Acuerdo Marco para compra de espacios en medios de comunicación	112.000.000,00 €
25/06/2021	CATALUÑA	LOCAL	MEDIOS	Acuerdo marco de gestión e inserción de publicidad institucional de la Generalitat de Catalunya	87.000.000,00 €
24/05/2021	PAÍS VASCO	LOCAL	DIRECTA	Servicios postales para la administración de la Comunidad Autónoma de Euskadi	68.937.252,44 €
10/04/2021	MADRID	EMPRESA PÚBLICA	MEDIOS	Servicio integral de medios para Euromillones, Apuestas Deportivas e Hípicas, La Primitiva y Joker, El Gordo de la Primitiva, Bonoletto y nuevos juegos distintos de Lotería Nacional	48.400.000,00 €
29/10/2021	CATALUÑA	EMPRESA PÚBLICA	MEDIOS	Serveis de difusió publicitària dels programes formatius i difusió/promoció de continguts, a nivell nacional i internacional de la UOC	29.350.079,51 €
22/10/2021	CATALUÑA	EMPRESA PÚBLICA	MEDIOS	Servicio de planificación, gestión y ejecución de la planificación y pago de los consumos del Search Engine Marketing al mercado nacional	25.922.016,00 €
27/05/2021	MADRID	EMPRESA PÚBLICA	MEDIOS	Estrategia, Compra, Ejecución y Medición del plan de medios de Correos	21.330.000,00 €
02/09/2021	ARAGÓN	COMUNIDADES AUTÓNOMAS	DIRECTA	Servicios postales y telegráficos para Comunidad Autónoma de Aragón	19.531.734,20 €
12/02/2021	PAÍS VASCO	LOCAL	DIRECTA	Servicio postal para entidades forales, ayuntamientos y entidades municipales	18.540.245,57 €
05/04/2021	PAÍS VASCO	EMPRESA PÚBLICA	DIGITAL	Creación, diseño, maquetación y mantenimiento de páginas web	18.024.652,80 €

La FEDE: Primer estudio de los Concursos de Publicidad de la Administración

17

CONCURSOS POR SERVICIOS

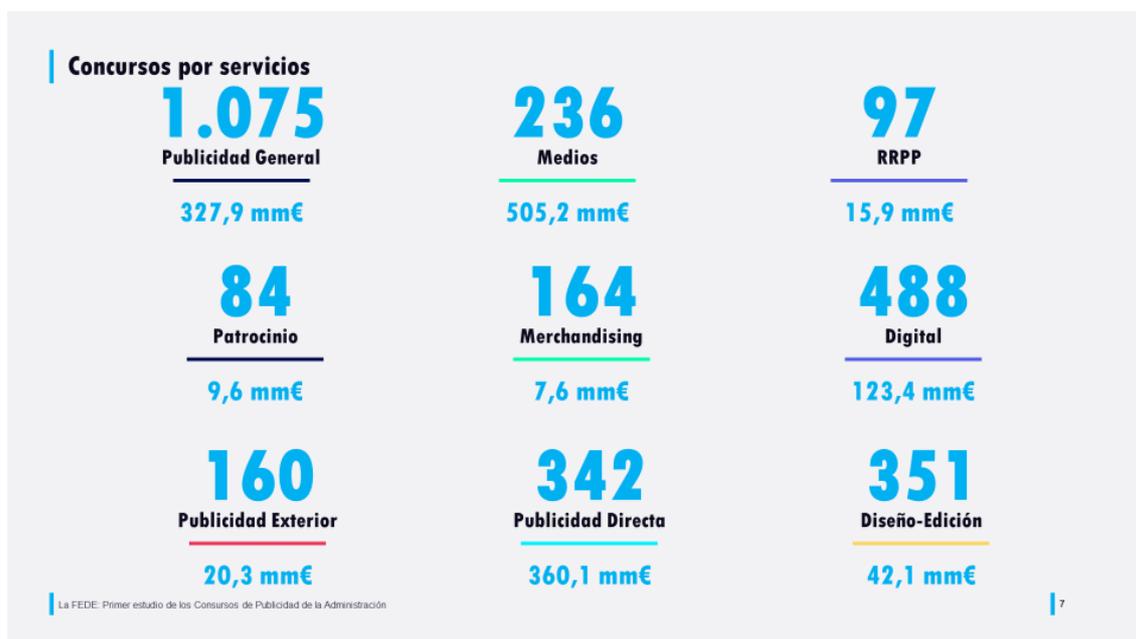
De los 2.997 concursos convocados, 1.075 fueron de Publicidad General (35,8%), con un presupuesto de 327.9 mm€, el 23,2% del presupuesto total.

El mayor porcentaje de la inversión corresponde a los 236 concursos de Medios, el 7.8% del total, que suman el 35,7% del presupuesto, 505 mm de €.

Los 342 concursos de Publicidad Directa (el 11,4% del total) sumaron un presupuesto de 360 millones de euros (el 25,5%). En la mayoría de los casos estos concursos incluyen servicios postales de la administración más allá de la publicidad.

Digital es el segundo servicio más requerido, con 488 concursos (16,2%) y 123,4 millones de euros (el 8,7% del total). En el primer estudio ni siquiera se contempló de forma diferenciada, pues eran muy pocos los concursos solicitando estos servicios, pero en 2021 todas las administraciones han requerido de forma significativa acciones en redes sociales, páginas web y otros servicios digitales.

Los 97 concursos de RRPP (el 3,2%) tuvieron un presupuesto de 15,9 mm.€, el 1,1% del total.



Hubo 160 concursos de Infraestructuras y Elementos de Publicidad Exterior (el 5,3% de todos los concursos), con un presupuesto de 20,3 mm.€, el 1,4% del total.

Se convocaron 351 concursos de Diseño y Edición, el 11,7% del total, con 42,1 mm.€ de presupuesto, el 2,9% del total. Este apartado tampoco se contemplaba de forma separada en el anterior estudio, pero es importante por convocar un buen número de concursos de presupuestos no muy elevados.

Los 84 concursos de Patrocinio, el 2,8% del total; sumaron un presupuesto de 9,6 mm.€, el 0,7% del total. Y hubo 164 concursos de Merchandising, el 5,4% de todos los analizados, que sumaron un presupuesto de 7,6 millones de euros, el 0,5% del total.

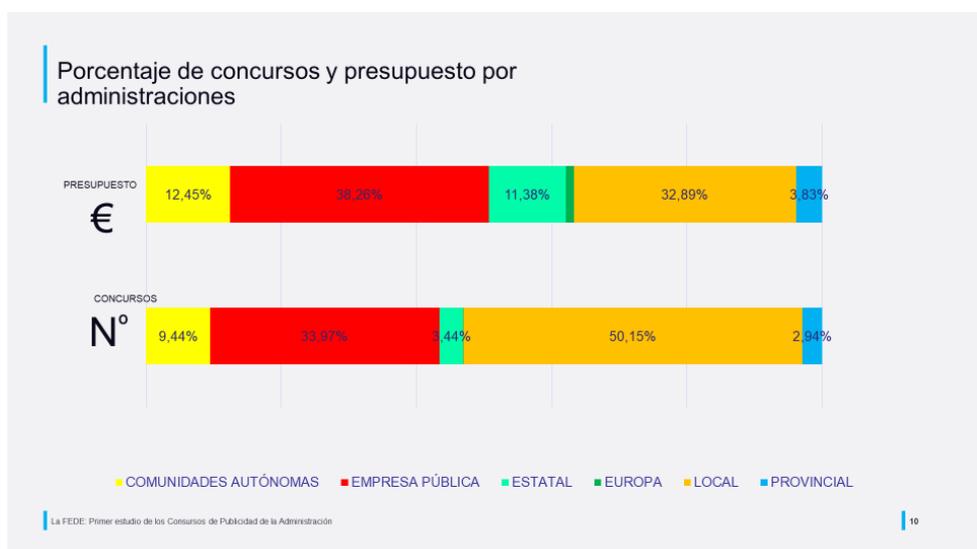
Otros dos no se incluyen en los datos del estudio global aunque tienen relación con la publicidad, los concursos de Ferias y Congresos y de Exclusivas. En el primer caso, junto a las ferias y congresos publicitarias y comerciales hay numerosos concursos que solicitan servicios relacionados con eventos de todo tipo que es complicado determinar hasta qué punto pueden considerarse publicitarios: mercados medievales, fiestas populares, conciertos, ferias del libro, etc. Contando de una forma amplia todos estos eventos, en 2021 hubo 391 concursos de Ferias y Congresos, con 130 millones de presupuesto.

Los concursos de Exclusivas Publicitarias no suponen una inversión publicitaria de la administración pública, sino todo lo contrario, pues estos concursos aportan ingresos para la Administración en concepto de canon por explotación que pagan las empresas adjudicatarias para encargarse de la gestión y comercialización de espacios y soportes públicos. En 2021 se convocaron 44 concursos de Exclusivas, con un importe de 105,6 millones de euros, si bien el importe real suele ser muy superior al mínimo fijado por los concursos, pues casi siempre la adjudicación se realiza al alza.

CONCURSOS POR ADMINISTRACIONES

La Administración Local convocó 1.503 concursos, el 50,1% del total. Siguen los 1.018 de Empresas Públicas (33,9%); los 283 concursos de las Comunidades Autónomas (9,4%); los 103 de la Administración Central (3,4%); 88 de Diputaciones, Mancomunidades, Cabildos y entidades supramunicipales (2,9%); y los 2 concursos de la Ad. Europea.

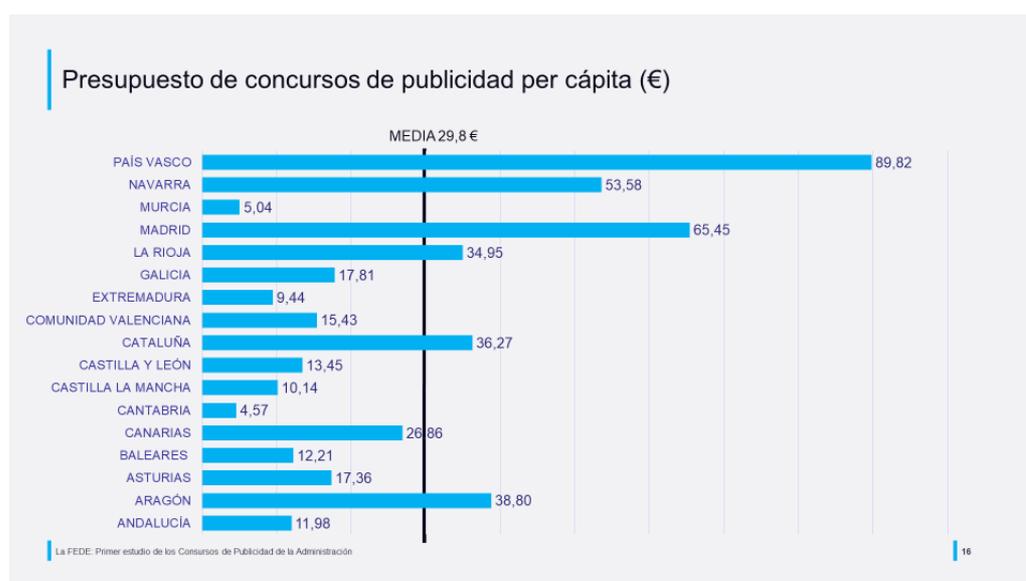
Por presupuesto, también destaca la Ad. Local con 551,6 mm.€, un 39% del total. La Ad. Autonómica convocó concursos por un presupuesto de 88,7 mm.€ (el 31,8% del total). Otros 540,3 mm.€ corresponden a Empresas Públicas (el 17,5%) dependientes tanto de la Ad. Central, como de las autonómicas y locales. La Ad. Central presupuestó 160,7 mm.€ (el 9,6% del total); y además hubo 16,7 mm.€ de los concursos de la Ad. Europea.



30 € PER CÁPITA EN PUBLICIDAD

El presupuesto por persona de los concursos de Publicidad de la Administración en 2021 fue de casi 30 € (29,8 €): los 14.412 millones de € de inversión previstos en las convocatorias entre los 47,3 mm. de habitantes (INE). Si consideramos solo las campañas de publicidad tradicionales (los concursos de publicidad general y de medios), la inversión per cápita fue de 17,6 €..

Por autonomías destaca el País Vasco, con 89 € per-cápita. En segundo lugar están los 65,4 € de Madrid, pero si se quitan los concursos de la administración central que se convocan y adjudican en Madrid, bajaría a 42 € por madrileño. Las siguientes autonomías con mayor inversión en publicidad per-cápita son Navarra, con 53,5 €; Aragón, 38,8 €; Cataluña, 36,2 €; y La Rioja, 34,9 €. Son las que se colocan por encima de la media de 29,8 €. En el extremo opuesto, las de menos presupuesto per-cápita fueron Cantabria, con 4,5 €; Murcia, 5 €; Extremadura, 9,4 €; y Castilla La Mancha, con 10,1 € por habitante.



CONCURSOS POR AUTONOMÍAS

En 2021 Cataluña convocó el mayor número de concursos de Publicidad, 620, el 20,7% del total. Cerca queda Andalucía, con 530 concursos (17,7%). Destacan también Madrid, con 504 concursos (16,8%); Comunitat Valenciana, con 246 concursos (8,2%) y País Vasco, con 223 concursos (7,4% del total).

Madrid fue la autonomía con mayor presupuesto, 441 mm €, contando los concursos de la Administración Central, pues sin ellos la inversión sería de 283 mm. €, muy cercana a los 281 mm € de Cataluña. Las siguientes comunidades con mayor presupuesto fueron País Vasco (198 mm €); Comunidad Valenciana (78 mm €); Canarias (58 mm €), Aragón (51 mm €), y Galicia (48 mm €).

Concursos por autonomías

COMUNIDAD	NÚMERO DE CONCURSOS	PRESUPUESTO	COMUNIDAD	NÚMERO DE CONCURSOS	PRESUPUESTO
ANDALUCÍA	530	101,510,521 €	CEUTA	11	850,393 €
ANDORRA	13	48,000 €	COMUNIDAD VALENCIANA	246	78,063,791 €
ARAGÓN	50	51,463,802 €	EXTREMADURA	132	10,006,560 €
ASTURIAS	52	17,568,710 €	GALICIA	113	48,012,538 €
BALEARES	49	14,326,561 €	LA RIOJA	49	11,177,669 €
CANARIAS	157	58,355,793 €	MADRID	504	441,857,759 €
CANTABRIA	22	2,670,642 €	MELILLA	2	106,725 €
CASTILLA LA MANCHA	51	20,790,637 €	MURCIA	45	7,650,266 €
CASTILLA Y LEÓN	106	32,042,663 €	NAVARRA	22	35,446,002 €
CATALUÑA	620	281,606,298 €	PAÍS VASCO	223	198,870,149 €

103

Administración Central

160,7 mm€

La FEDE: Primer estudio de los Concursos de Publicidad de la Administración

13

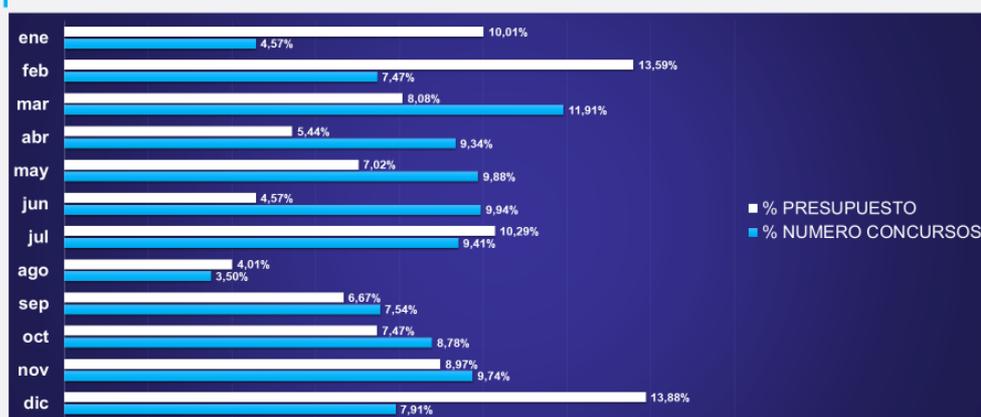
101 CONCURSOS MENSUALES

En 2021 se convocaron una media mensual de 250 concursos de publicidad, 10 cada día laborable. **Tres meses destacan por el número de concursos: marzo, con 357; junio con 298; mayo con 296; y noviembre con 292.** En el extremo opuesto se sitúan agosto, con 105 concursos; y enero, con 137.

Por presupuesto destacan dos meses, diciembre, con el 13,9 % del presupuesto total del año, y febrero, con el 13,6%.

Por trimestres, en el último del año se concentró el 31,7% del presupuesto, y en el primero el 30,3%; mientras en el segundo solo fue el 21% y en el tercero el 17%. Por número de concursos destaca el tercer trimestre, que concentró el 29,1%; seguido del 26,% del primero; el 24% del cuarto, y el 20,4% del segundo trimestre.

Porcentaje de concursos y presupuesto por meses



La FEDE: Primer estudio de los Concursos de Publicidad de la Administración

7

FUENTES Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

El “Estudio La FEDE los Concursos de Publicidad de la Administración” analiza las convocatorias publicadas en todos los boletines y diarios (de la Comunidad Europea, del Estado, de cada una de las Autonomías y de los ayuntamientos) oficiales y la Plataforma de Contratación del Sector Público, e incluye todos los concursos relacionados con publicidad, compra de medios y otros servicios relacionados.

El Estudio se ha realizado sobre los concursos convocados. No establece si posteriormente fueron adjudicados, anulados o declarados desiertos. El presupuesto de cada concurso es el que aparece en las bases y pliegos de condiciones de las convocatorias. La cifra puede no coincidir con el de la adjudicación y posterior inversión real.

La FEDE facilita diariamente a todos sus asociados las convocatorias de todos los concursos públicos relacionados con la publicidad y comunicación.

El estudio divide los concursos en nueve categorías o tipologías, establecidas a partir de los servicios solicitados por las distintas administraciones:

GENERAL. Publicidad General, gestión integral de campañas de publicidad, y distintos servicios relacionados con las mismas.

MEDIOS. Servicios de gestión, planificación y compra de espacios publicitarios en medios de comunicación.

DIRECTA. Servicios prestados para el envío de mensajes publicitarios de forma directa.

RELACIONES PÚBLICAS. Servicios de comunicación, gabinete de prensa, protocolo y otras acciones de RRPP.

EXTERIOR. Soportes, infraestructuras y elementos para señalética y acciones de comunicación en el medio Exterior.

PATROCINIO. Servicios relacionados con la gestión, contratación y desarrollo de patrocinio de eventos, actividades, asociaciones, clubes, etc.

DIGITAL. Servicios de desarrollo, mantenimiento, asesoramiento, creatividad, contenidos y otros trabajos digitales para webs, portales y redes sociales.

DISEÑO-EDICIÓN. Servicios de diseño gráfico, edición, maquetación, dirección de arte e impresión de libros, revistas, folletos y todo tipo de materiales gráficos y de comunicación en general.

MERCHANDISING. Suministro de todo productos publicitarios y materiales promocionales.

También se analizan los concursos de FERIAS Y CONGRESOS (Servicios relacionados con Ferias, Congresos, Exposiciones, Eventos y otras actividades similares) y EXCLUSIVAS, concesiones y servicios de explotación publicitaria de espacios o soportes de la administración. Estos concursos aportan ingresos y a las Administraciones, en vez de suponer un gasto, además de proporcionar

servicios a los ciudadanos (Marquesinas, relojes, etc.). Estos dos tipos de concursos no están incluidos en el estudio.

El Estudio analiza también la convocatoria de los concursos por tipo de administración convocante, estableciéndose seis diferentes:

- **LOCAL.** Ayuntamientos y entidades municipales.
- **PROVINCIAL.** Entidades supramunicipales: comarcales, mancomunidades de municipios, diputaciones provinciales, etc.
- **COMUNIDADES AUTÓNOMAS.** Gobiernos autonómicos, así como sus distintas consejerías y departamentos dependientes.
- **ESTATAL.** Ministerios, direcciones generales y todo tipo de organismos dependientes directamente de la Administración Central del Estado.
- **EMPRESA PÚBLICA.** Empresas, Organismos, Fundaciones y otro tipo de entidades establecidas como sociedades, que forman parte de la administración pública y, por tanto, dependen directa o indirectamente de cualquiera de las diferentes administraciones y que, como tales, deben adjudicar sus acciones de comunicación por concurso. Las hay que dependen de municipios, diputaciones, autonomías, o de la propia administración central.
- **EUROPA.** Organismos dependientes de la UE.

El análisis se realiza también por Comunidades Autónomas, aunque las acciones tienen en muchos casos ámbitos de realización y difusión diferentes, y en determinados casos incluso son de ámbito internacional.

El director del Estudio es Fernando Montañés, Profesor de Publicidad, Marketing y Comunicación Comercial en la Universidad Autónoma de Madrid y Universidad Nebrija.

SOBRE LA FEDE

La Asociación de Empresas de la Comunicación (La FEDE) es la organización empresarial que aúna a las empresas de servicios de publicidad, marketing comunicación. Con más de 40 años de historia, La FEDE está formada por una red de más de 120 empresas y asociaciones regionales y provinciales con un alcance de 250 empresas de servicios que forman parte de los diferentes colectivos de la industria publicitaria. Su principal objetivo es impulsar el desarrollo de la industria publicitaria, motor clave de la sociedad, representando y defendiendo los intereses de sus asociados y de la industria publicitaria en general, así como en la divulgación, investigación y creación de sinergias entre los diferentes colectivos.

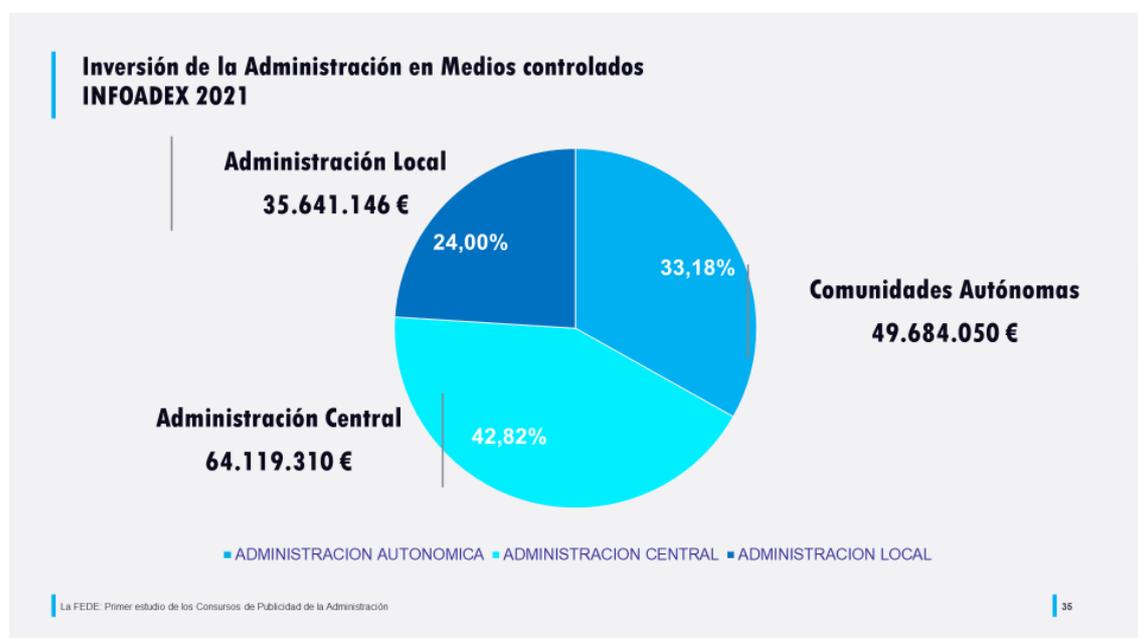
ANEXOS

INFOADEX: 149 MILLONES DE € EN MEDIOS

Más allá de los concursos presupuestados y convocados, **la inversión publicitaria de la Administración en medios convencionales en 2021 ascendió a 149.744.508 €, según la estimación de la consultora INFOADEX**, que controla los anuncios publicados en los medios de comunicación.

La Administración Central invirtió 64.119.310 €; la Autonómica, 49.684.050 €; y la Local, 35.641.146 €.

Según Infoadex, el reparto por medios de la inversión es muy diferente según la administración. En la central la TV se lleva el 29% del total, seguido del 21,3% de Digital, el 16% en Radio, 14,8% en Diarios y 14,2% en Exterior. Las Comunidades Autónomas prefieren mucho más los Diarios, que se llevan el 33% del total de inversión, por el 21,5% de Digital y el 20,7% que va a Televisión. La Radio, con el 11,2%, y Exterior, con el 8,9%, quedan por debajo. Los Ayuntamientos concentran más de la mitad de su publicidad, el 51,3%, en Diarios, y un 19,3% en Digital. Los demás medios tienen una inversión mucho menor: un 8,5% en Televisión, el 7,9% en Radio y el 7,7% en Exterior. La segmentación geográfica y el diferente ámbito de influencia de cada medio explican en gran medida estas grandes diferencias.



INFORME 2021 DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Otros datos comparativos para el estudio son los informes de Publicidad y Comunicación Institucional de los años 2021 y 2022, que señalan la inversión prevista exclusivamente por la administración central y las empresas públicas que dependen de la misma.

La inversión publicitaria total prevista (campañas institucionales más comerciales) de la Administración General del Estado en 2021 se planificó en 243.504.899 euros, un 20,8% más que los 201,52 millones de 2020. A comienzos de 2021 estaban previstas 168 campañas de publicidad institucional, con un coste total previsto de 123.382.342 euros. Son 57,32 millones más que en 2020, un incremento del 86,77%.

Otras 41 campañas comerciales de Empresas Públicas y organismos dependientes de Ministerios preveían invertir 120.122.557 euros, 10 campañas menos que en 2020, y un -11,33% de presupuesto, (15.341.578 euros menos). Las campañas comerciales (Empresas Públicas) con mayor presupuesto planificado por la Administración en 2021 fueron Loterías. 56.366.700 €; Correos. 17.868.000 €; Renfe: 16.162.017 €; Turespaña: 15.000.000 €; Paradores: 3.271.235 €; AENA: 2.081.910 €; y RTVE: 1.6895.562 €.

La inversión publicitaria total prevista de la Administración General del Estado en 2022 será de 286,7 millones de euros, un 17,75% más que los 243,5 millones de 2021. La Administración Estatal prevé hacer 167 campañas de publicidad institucional, con un coste total previsto de 158.348.753 euros, 34,96 millones más que en 2021, lo que supone un incremento del 28,34%. Otras 41 campañas comerciales de Empresas Públicas y organismos dependientes de Ministerios prevén invertir 128.367.817 euros, el mismo número de campañas que en 2021, y un 6,86% más de presupuesto, (8.245.260 euros). Las campañas comerciales (Empresas Públicas) con mayor presupuesto planificado por la Administración para 2022 son Loterías. 55.326.268 €; Correos. 15.805.000 €; Renfe: 16.185.791 €; AENA: 16.005.638 €; Turespaña: 8.000.000 €; Paradores: 3.525.547 €; y RTVE: 3.198.013 €.