

IV Estudio de La FEDE

Una radiografía del mayor anunciante del país – La Administración Pública - a través de los concursos de publicidad y comunicación

En 2023 las Administraciones públicas convocaron 3.528 concursos de publicidad y comunicación, con 1.972 millones de euros de presupuesto

21 de marzo 2024 - IV Estudio La FEDE Los Concursos de Publicidad de la Administración: el mayor anunciante del país, que presupuesta una inversión en publicidad y comunicación muy superior a la de cualquier empresa o compañía privada.

- En 2023 las administraciones públicas (europea, estatal, autonómica y local) convocaron 3.528 concursos para la contratación de campañas de publicidad y servicios relacionados con la comunicación, con un presupuesto superior a los 1.972 millones de euros.
- Hubo una media de 294 concursos mensuales, 19 concursos diarios, (considerando los laborables).
- El concurso de mayor presupuesto tuvo un valor estimado del contrato de 440 millones de €.
- El presupuesto medio de cada concurso sobre publicidad y comunicación está en 558.987 €, con grandes diferencias desde 440 millones de euros del más alto; a 1 € del más reducido. En 49 concursos no se establece el presupuesto.



LOS CONCURSOS CON MAYOR PRESUPUESTO

Tres de los diez concursos con mayor presupuesto convocados en 2023 fueron para invertir en Medios de Comunicación, tres fueron de publicidad directa, dos digitales y dos de Publicidad General.

El concurso de publicidad con mayor presupuesto fue el “Acuerdo Marco para la prestación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional”, con 440 millones de € de presupuesto, que no es para una campaña concreta, sino para seleccionar las empresas que gestionen la compra de medios de campañas de la Administración Central.

El segundo concurso con mayor presupuesto fue de distintas universidades para el “Sistema Dinámico de Adquisición para el suministro de software y los servicios asociados que le acompañan para las Entidades que integran el grupo de compra”, con 126 millones de € de presupuesto y, como ocurre en bastantes casos, además de la publicidad y comunicación se incluyen otros servicios.

Concursos con mayor presupuesto 2023					
FECHA	COMUNIDAD CONVOCANTE	ADMINISTRACIÓN	TIPO DE CONCURSO	EXTRACTO DE SU CONTENIDO	PRESUPUESTO
19/6/2023	MADRID	ESTATAL	MEDIOS	Acuerdo Marco para la prestación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional	440.000.000,00 €
31/3/2023	CATALUÑA	EMPRESA PÚBLICA	DIGITAL	Sistema Dinámico de Adquisición para el suministro de software y los servicios asociados que le acompañan para las Entidades que integran el grupo de compra	126.000.000,00 €
14/4/2023	MADRID	LOCAL	DIRECTA	Servicios postales para las notificaciones administrativas en papel del Ayuntamiento de Madrid y sus Organismos Autónomos	79.563.763,31 €
27/10/2023	MADRID	EMPRESA PÚBLICA	MEDIOS	Servicio integral de medios para la planificación estratégica y táctica, asesoramiento permanente, compra de espacios y difusión en medios de comunicación y demás soportes publicitarios de las campañas y acciones de publicidad o comunicación para los juegos de SELAE	48.400.000,00 €
15/9/2023	CANARIAS	EMPRESA PÚBLICA	GENERAL	Servicio de planificación, diseño y realización de proyectos, consultoría, campañas y acciones de publicidad, comunicación y marketing B2C y B2B para el destino turístico Islas Canarias, cofinanciado por el FEDER y o MRR	39.300.000,00 €
7/4/2023	GALICIA	COMUNIDADES AUTÓNOMAS	DIRECTA	Servicios postales, telefónicos y de paquetería	35.640.026,24 €
26/5/2023	MADRID	EMPRESA PÚBLICA	MEDIOS	Servicio integral de medios para el Sorteo de Navidad ® y del Sorteo de El Niño ® del juego Lotería Nacional.	33.000.000,00 €
13/4/2023	MADRID	ESTATAL	DIGITAL	Servicio de desarrollo de los sistemas de información esenciales del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y de los sistemas de Información del Instituto de Turismo de España, O.A. (TURESPAÑA)	32.638.533,20 €
25/4/2023	CATALUÑA	EMPRESA PÚBLICA	DIRECTA	Contratación del servicio de distribución física y digital de documentos, para las empresas del Grupo Agbar.	32.007.135,26 €
10/5/2023	ANDALUCÍA	EMPRESA PÚBLICA	GENERAL	Creatividad, planificación y ejecución de campañas de publicidad nacionales e internacionales, así como la medición de su impacto en términos de inversión (ROI), el marco de la promoción turística	32.000.000,00 €

IV Estudio La FEDE Los Concursos de Publicidad de la Administración

19

CONCURSOS POR SERVICIOS

De los 3.528 concursos convocados, 765 fueron de Publicidad General (21,5%), con un presupuesto de 296 mm€, el 15% del presupuesto total. En 2022 hubo 939 concursos de Publicidad General (28,7%), con un presupuesto de 332,7 mm€, el 26,8% del presupuesto total.

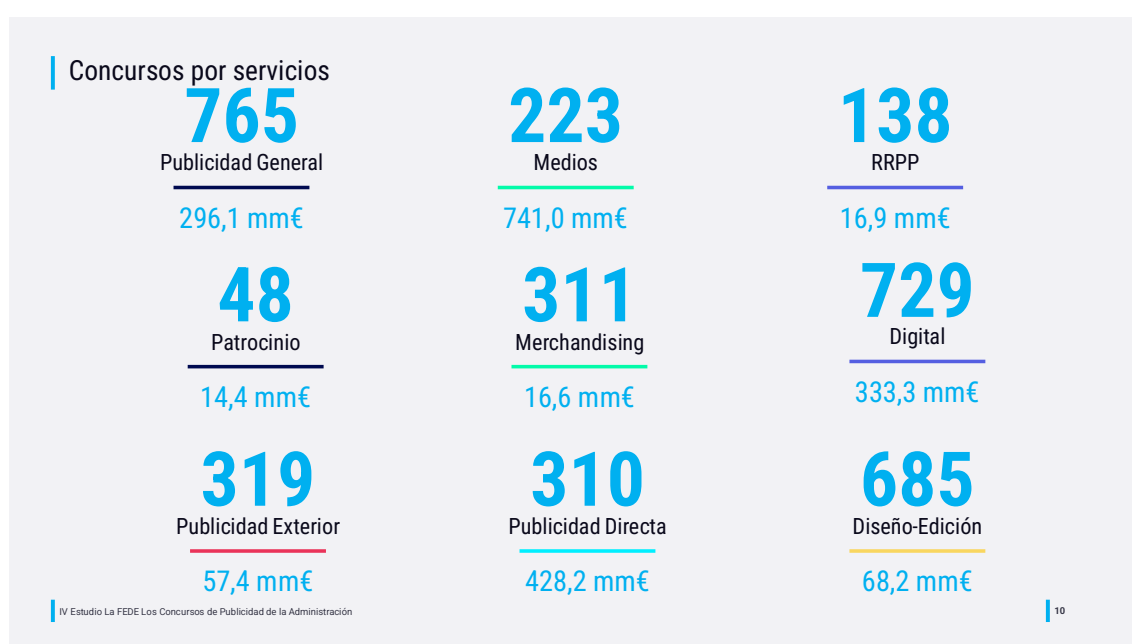
El mayor porcentaje de la inversión corresponde a los 223 concursos de Medios, el 6,3% del total, que suman el 37,5% del presupuesto, 741 mm de €. El año anterior hubo 254 concursos de Medios, el 7,8% del total, que sumaron el 26,9% del presupuesto, 333,1 mm de €.

Los 310 concursos de Publicidad Directa (el 8,8% del total) sumaron un presupuesto de 428 millones de euros (el 21,7%), si bien hay que recordar que estos concursos incluyen servicios postales de la administración más allá de la información y publicorreo. En 2022 hubo 376

concursos de Publicidad Directa (el 11,5% del total) sumando un presupuesto de 358 millones de euros (el 28,9%).

Digital es el segundo servicio más requerido, con 729 concursos (20,6%) y 333 millones de euros (el 16,9% del total). Aumentó notablemente el número de concursos sobre el año anterior, pues en 2022 hubo 510 concursos (15,6%) y 77,1 millones de € (el 6,2% del total). Es un reflejo de que todas las administraciones requieren cada vez más acciones en redes sociales, páginas web y otros servicios digitales, si bien hay que indicar que en bastantes concursos los servicios digitales solicitados son más técnicos que de comunicación o incluyen ambos conceptos.

Los 138 concursos de RRPP (el 3,9%) tuvieron un presupuesto de 16,9 mm. €, el 0,8% del total. En este caso bajaron sobre los 200 concursos de RRPP (el 6,1%) de 2022, que tuvieron un presupuesto de 36,9 mm.€, el 2,9% del total.



Hubo 319 concursos de Infraestructuras y Elementos de Publicidad Exterior (el 9% de todos los concursos), con un presupuesto de 57 mm.€, el 2,9% del total. Es más del doble de concursos de este tipo del año 2022, cuando se convocaron 151 (el 4,6% de todos los concursos), con un presupuesto de 22,6 mm€, el 1,8% del total

Se convocaron 685 concursos de Diseño y Edición, el 19,5% del total, con 68 mm.€ de presupuesto, el 3,4% del total. En 2022 se convocaron 487 concursos de este tipo de servicios, el 11,7% del total, con 55,4 mm€ de presupuesto, el 2,9% del total, reforzando la tendencia en este apartado de convocar un alto número de concursos de presupuestos no muy elevados.

Los 48 concursos de Patrocinio, el 1,2% del total; sumaron un presupuesto de 14,4 mm.€, el 0,7% del total. Un año antes se convocaron 52 concursos, el 1,6% del total; sumando un presupuesto de 6,4 mm€, el 0,5% del total. Y hubo 311 concursos de Merchandising, el 8,9% de todos los analizados, que sumaron un presupuesto de 16,6 millones de euros, el 0,8% del total. En 2022 se convocaron 302 concursos de Merchandising, el 9,2% del total, con un presupuesto de 17,7 millones de euros, el 1,4%.

Otros dos servicios 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. 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.

CONCURSOS POR ADMINISTRACIONES

La Administración Local convocó 1.518 concursos con 435 millones de € de presupuesto. Son el 43% del total de concursos y el 22% del presupuesto. En 2022 fueron 1.610 concursos, con 309,3 mm. € de presupuesto.

Siguen los 1.393 concursos de Empresas Públicas (33,5%), con un presupuesto de 786 mm. de €, el 39,4 del total de concursos y el 39,8% del presupuesto. Un año antes fueron 1.094 concursos con 574 mm. de € de presupuesto.

Las Comunidades Autónomas convocaron 219 concursos (el 6,2%) con 144 millones de presupuesto (el 7,3%). En 2021 fueron 234 concursos con 264 millones.

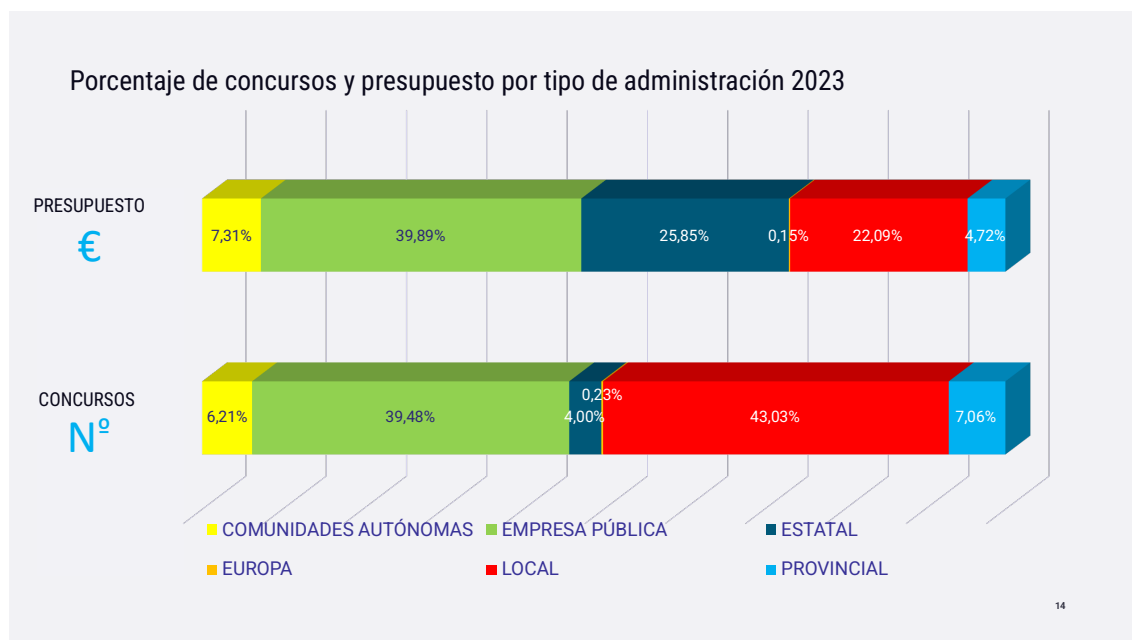
La Administración Central convocó 141 concursos (4%), con 509,7 millones de euros (25,8%). En 2022 convocó solo 113 concursos con un presupuesto de 20,5 mm. de €. Hay que recordar que varios concursos establecen presupuestos para varios años, como el Acuerdo Marco para la compra de medios convocado este año con un presupuesto de 440 millones de euros, cuatro veces más que la anterior convocatoria de 2021, que tuvo un presupuesto de 112 millones de euros.

Hubo también 249 concursos supramunicipales (el 7%), convocados por Diputaciones, Mancomunidades, Cabildos, entidades provinciales, con 93 millones de presupuesto (el 4,7% del



total). Son más que los 213 concursos de este tipo de administraciones en 2022, si bien el presupuesto disminuyó sobre los 144 millones de ese año.

Se convocaron también 8 concursos de la administración europea, con 3 millones de euros. Un año antes fueron 7 concursos con 3,8 millones.



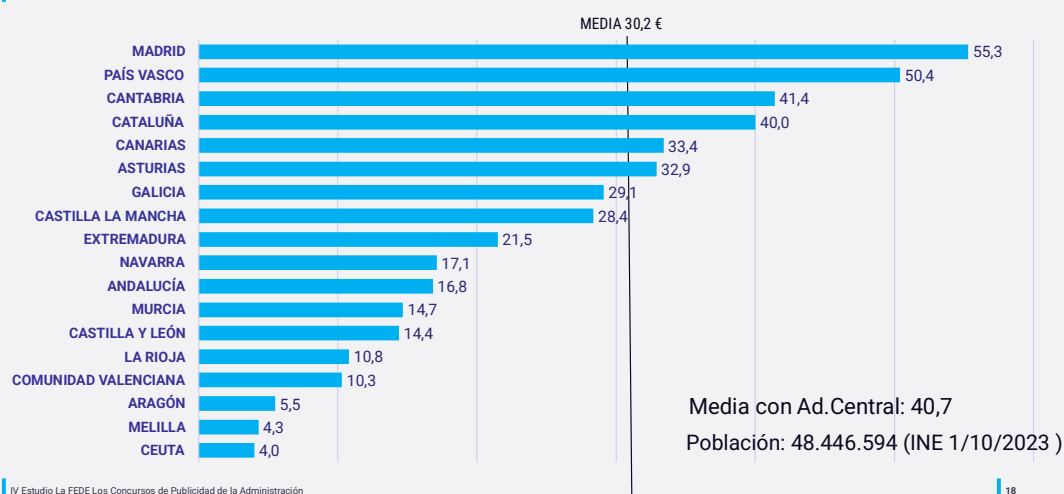
26 € PER CÁPITA EN PUBLICIDAD

El presupuesto por persona de los concursos de Publicidad de la Administración en 2023 fue de 30,2 €, al dividir los 1.972 millones de € de inversión previstos entre los 48,4 mm. de habitantes (INE, 1/10/2023). Son casi cuatro € más que los 26,1 € per cápita de 2022. La media si incluimos los concursos de la Administración Central sube hasta 40,7 € por habitante.

Por autonomías destacan los concursos convocados en Madrid, 55,3 € de Madrid por habitante; seguido de los 50,4 € del País Vasco; 41,4 € de Cantabria; 40 € de Cataluña 33,4 € de Canarias; y 32,9 € de Asturias. Son las comunidades que se colocan por encima de la media, y se incluyen tanto los concursos de la administración autonómica como de los ayuntamientos, entidades supramunicipales y de otras administraciones ubicadas en dichas comunidades.

En el extremo opuesto, las comunidades con menor presupuesto per-cápita en concursos de publicidad convocados en 2023 fueron Ceuta, con 4 € por habitante; Melilla, con 4,3 €; Aragón con 5,5 €, y Comunidad Valenciana, con 10,3 €.

Presupuesto de concursos de publicidad per cápita (€) 2023



CONCURSOS POR AUTONOMÍAS

En 2023 Cataluña convocó el mayor número de concursos de Publicidad, 780, el 22,1% del total. Cerca queda Andalucía, con 594 concursos (16,8%). Destacan también Madrid, con 463 concursos (17,1%); Comunitat Valenciana, con 302 concursos (8,5%) y País Vasco, con 228 concursos (6,4% del total).

Madrid fue la autonomía con mayor presupuesto, 393 mm €, sin contar los concursos de la Administración Central, pues con ellos la inversión sumaría 509 millones más. Le siguen los 319 millones de € de Cataluña. Las siguientes comunidades con mayor presupuesto fueron Andalucía

Concursos por Comunidades Autónomas 2023

COMUNIDAD	NÚMERO DE CONCURSOS	PRESUPUESTO	COMUNIDAD	NÚMERO DE CONCURSOS	PRESUPUESTO
ANDALUCÍA	594	144.781.029	CEUTA	8	335.455
ANDORRA	13	-	COMUNIDAD VALENCIANA	302	54.590.015
ARAGÓN	53	7.472.893	EXTREMADURA	109	22.654.027
ASTURIAS	76	33.155.212	GALICIA	160	78.660.055
BALEARES	67	69.855.149	LA RIOJA	42	3.486.734
CANARIAS	168	74.459.361	MADRID	463	393.985.645
CANTABRIA	27	24.435.855	MELILLA	3	372.313
CASTILLA LA MANCHA	88	67.681.750	MURCIA	59	22.973.141
CASTILLA Y LEÓN	124	30.089.047	NAVARRA	23	11.575.468
CATALUÑA	780	319.604.741	PAÍS VASCO	228	112.339.869

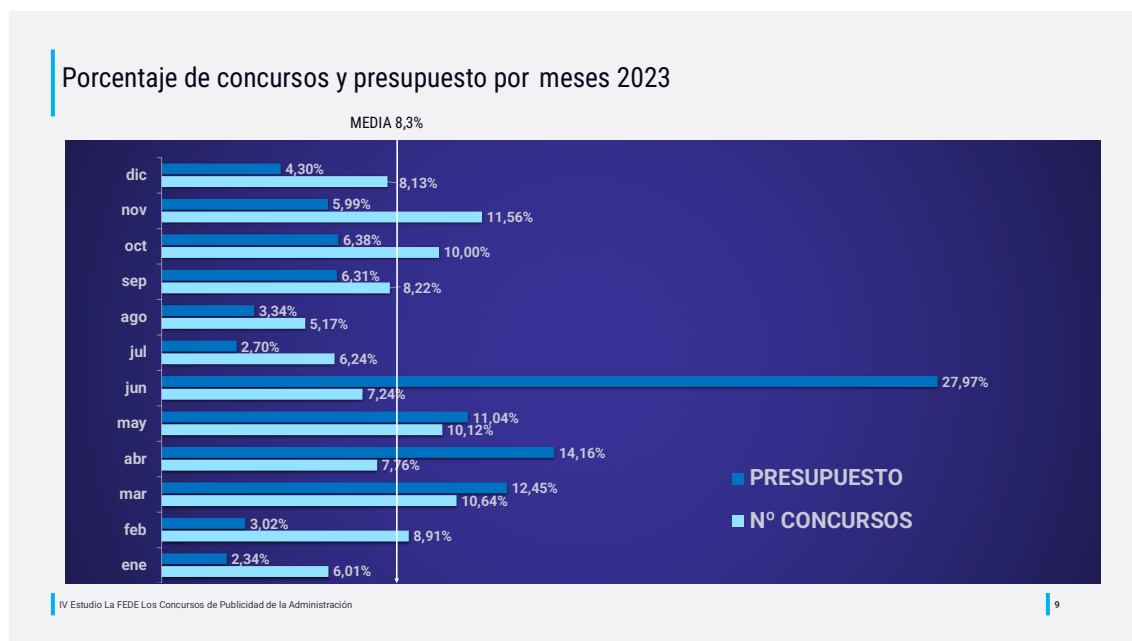
141
Administración Central
509,7 mm€

con 144 millones €; País Vasco, con 112 mm €; Galicia (78,6 mm €); Canarias (74 mm €), Baleares (69 mm€); Castilla La Mancha (67,6 mm€); y Comunidad Valenciana (54 mm €).

101 CONCURSOS MENSUALES

En 2023 se convocaron una media mensual de 294 concursos de publicidad, 10 cada día laborable. **Cuatro meses destacan por el número de concursos: noviembre, marzo, mayo y octubre.** En el extremo opuesto se sitúan agosto y julio.

Por presupuesto destaca junio por el concurso de 440 mm €; y se sitúan después abril, marzo y mayo, los tres meses de la primavera. Así, de marzo a junio se concentró más del 64% de presupuesto total de todo el año, quedando el resto de los meses muy por debajo en cuanto a presupuesto. Se observa así una gran concentración del presupuesto, mientras el número de concursos está mucho más repartido a lo largo de todo el año.



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.

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

- **LOCAL.** Ayuntamientos y entidades municipales.
- **SUPRAMUNICIPAL/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.
- **EUROPA.** Organismos dependientes de la UE.

El director del Estudio es Fernando Montañés, responsable de investigación de La FEDE, doctor en Publicidad, y profesor de Publicidad, Marketing y Comunicación Comercial en la Universidad Nebrija y la Universidad Autónoma de Madrid.

SOBRE LA FEDE (Asociación de Empresas de la Comunicación)

La Asociación de Empresas de la Comunicación (La FEDE) es la organización empresarial que aúna a las empresas de servicios de publicidad, marketing y comunicación. Con más de 40 años de historia, La FEDE está formada por una red de más de 120 empresas y asociaciones regionales que representa un alcance de 250 empresas de servicios que representan a 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 nuestros asociados y de la industria publicitaria, la divulgación e investigación y la creación de sinergias entre los diferentes colectivos.

Para ampliar o detallar la información del estudio, escribe a lafede@lafede.es, fmontanes@lafede.es, o llama a los teléfonos 679 203 666. / 915 47 94 58