



Análisis del Marketing en España 2013

Analysis of the Marketing Expenditure – Spain

30 de octubre de 2014

EAE Business
School Madrid



ASOCIACIÓN
DE MARKETING
DE ESPAÑA



Una iniciativa compartida: "Grupo de trabajo AMES"



El soporte informativo de:



Y la muy valiosa colaboración de Asociaciones profesionales, sectoriales y destacados expertos.

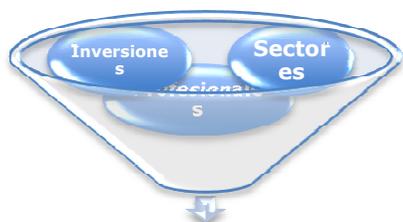
Inversión de marketing en España



20102013

.....y

algo de 2014



Inversión en marketing en 2013

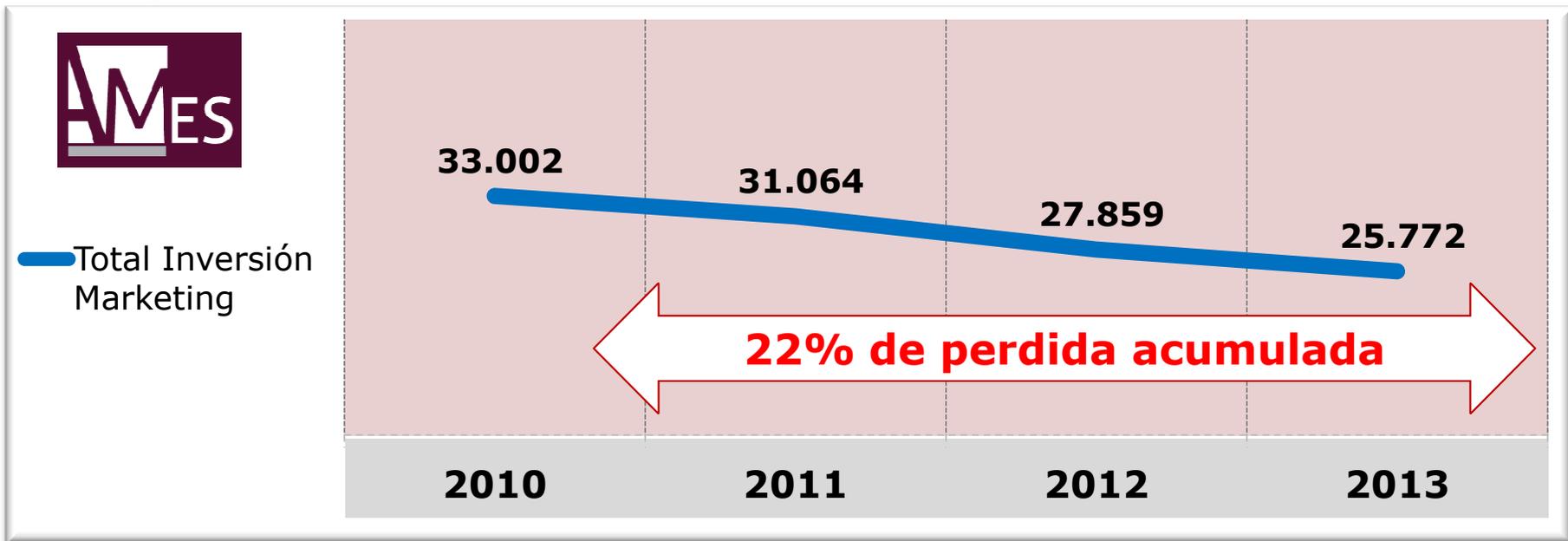
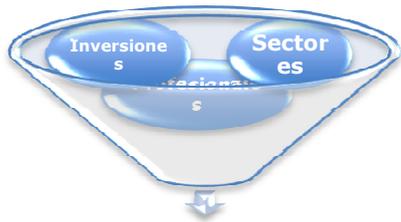


25.772
millones de euros

2,5 %
del PIB

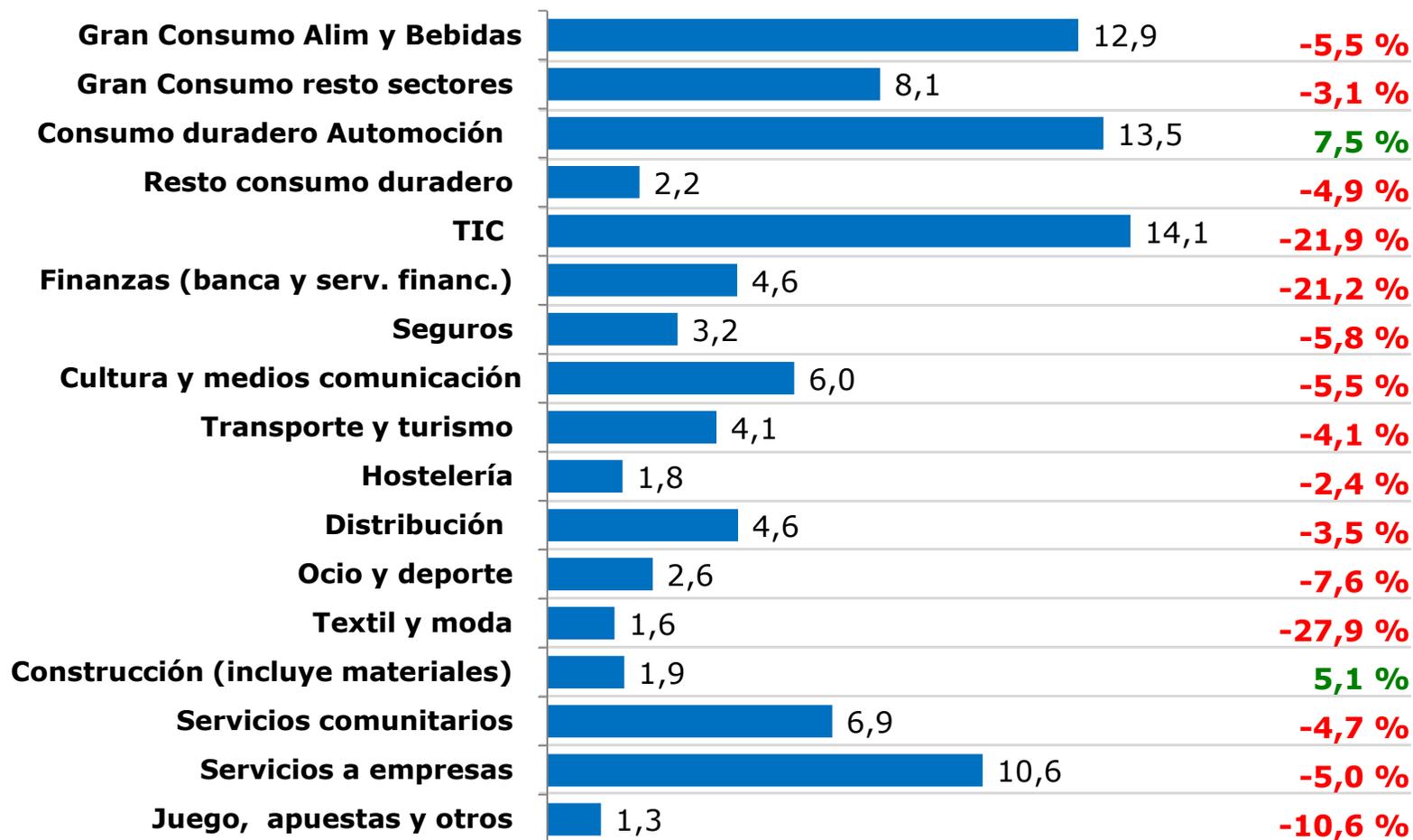
- 7,5%
de la inversión en 2012

Evolución de la inversión Total marketing (millones €)



Distribución por sectores %

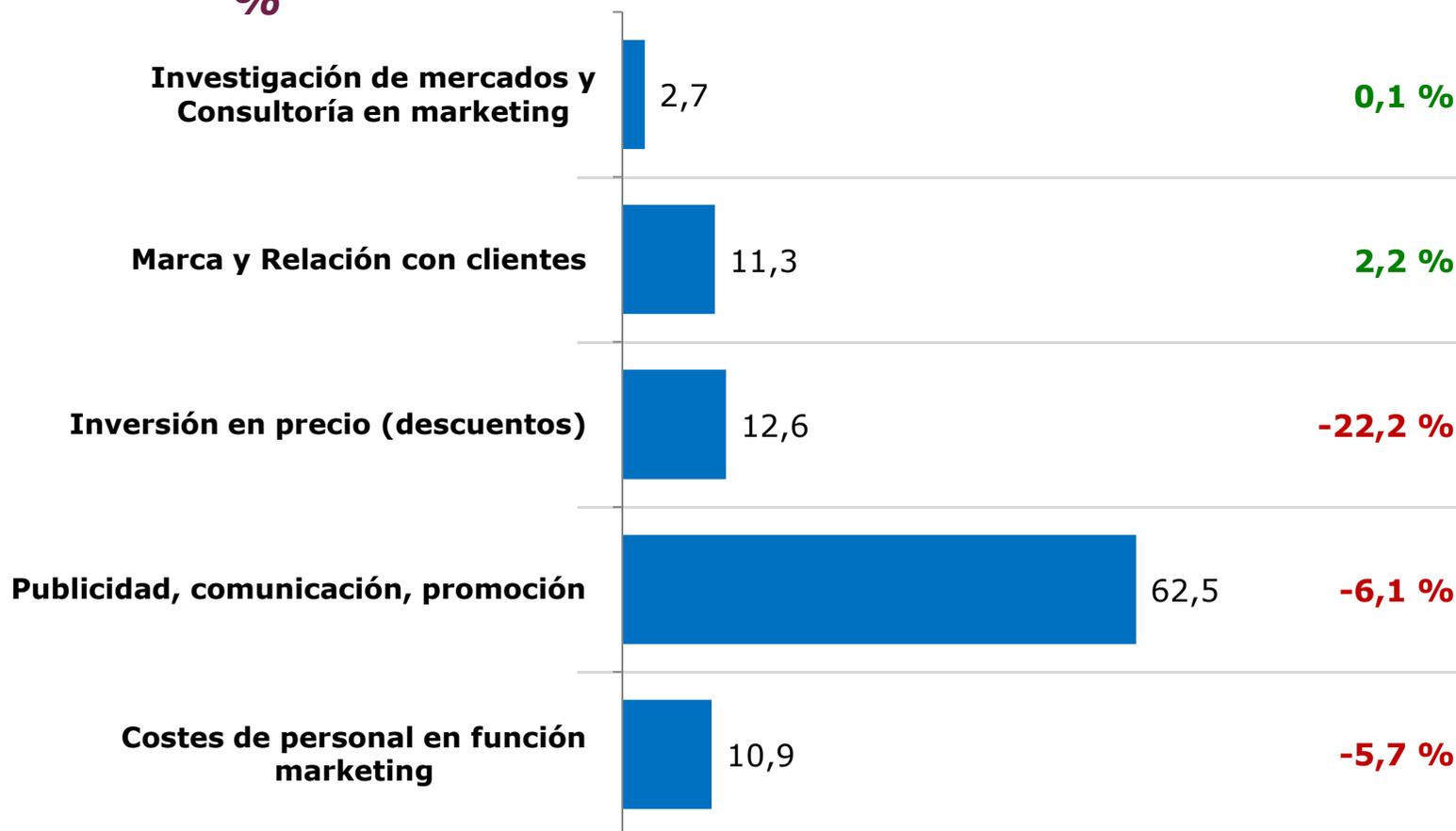
2013 vs 2012
% variación valores absolutos



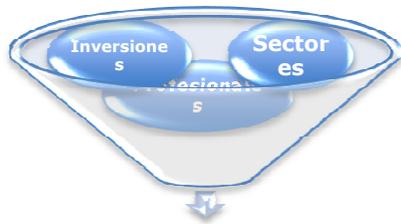
Base: Total inversión en marketing 25.771,5 Mill Eur (-7,5% vs 2012)

2013 vs 2012
% variación valores absolutos

Distribución por conceptos
%



Base: Total inversión en marketing 25.771,5 Mill Eur (-7,5% vs 2012)



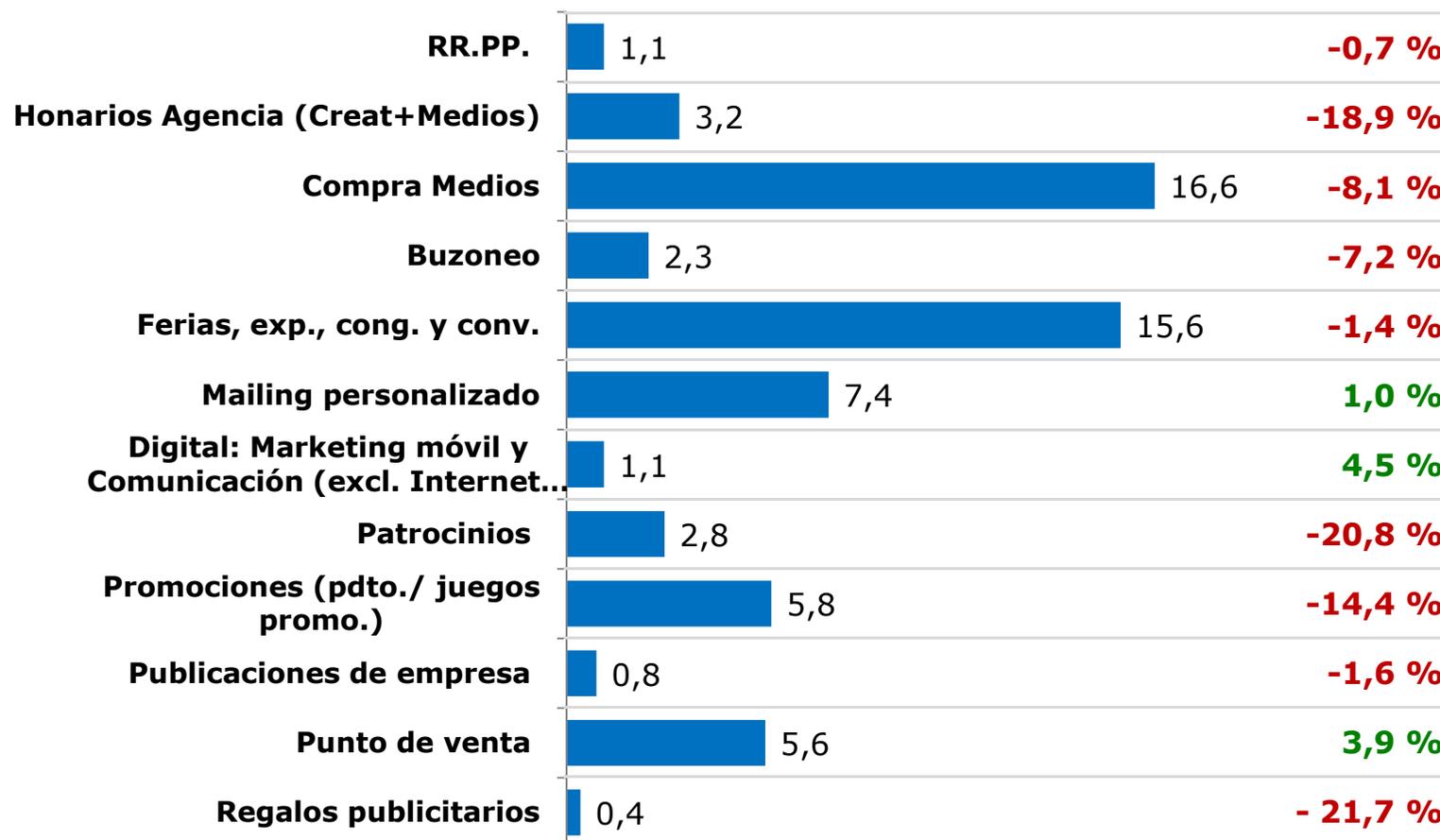
Evolución de la inversión Publicidad, comunicación y promoción

(millones €)



**Distribución por conceptos:
Detalle publicidad, comunicación y promoción**
%

2013 vs 2012
% variación valores absolutos

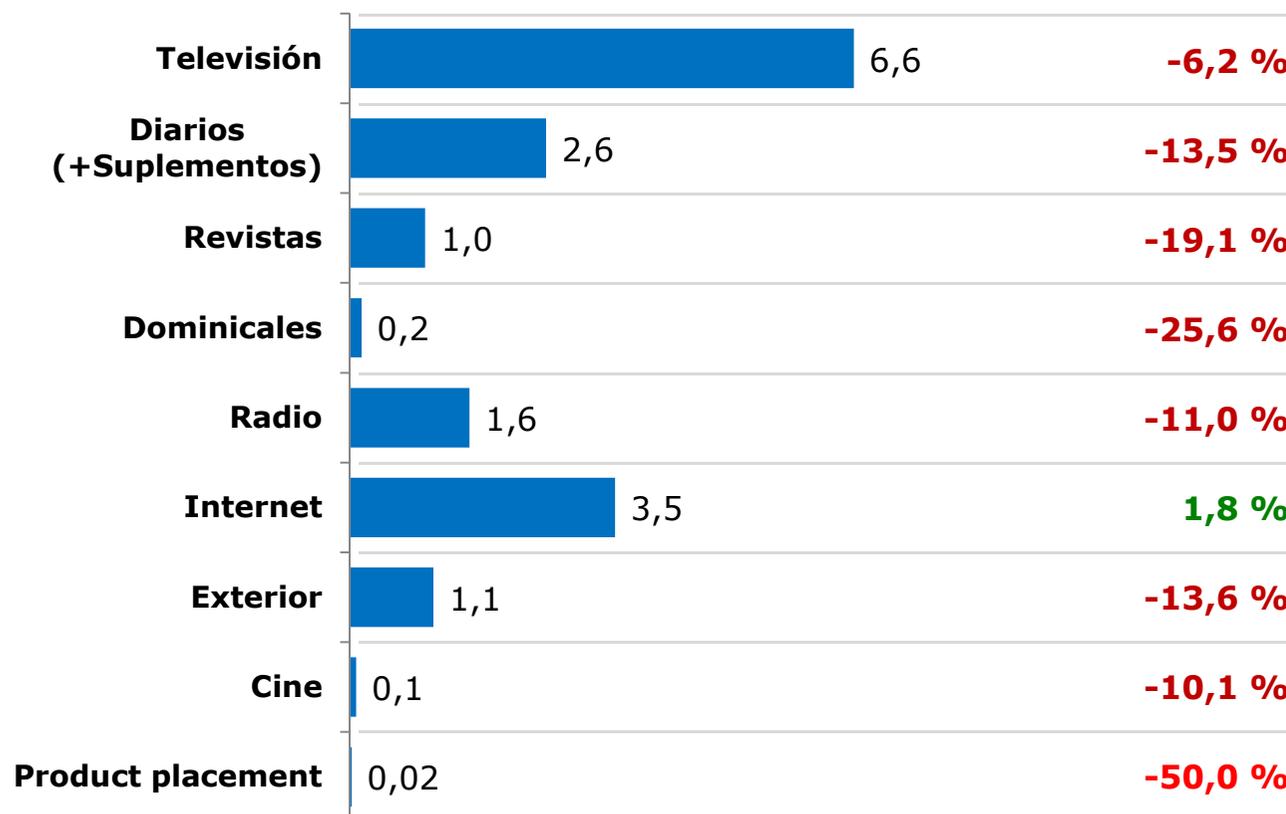


Base: Total inversión en marketing 25.771,5 Mill Eur (-7,5% vs 2012)



**Distribución por conceptos:
Detalle compra medios %**

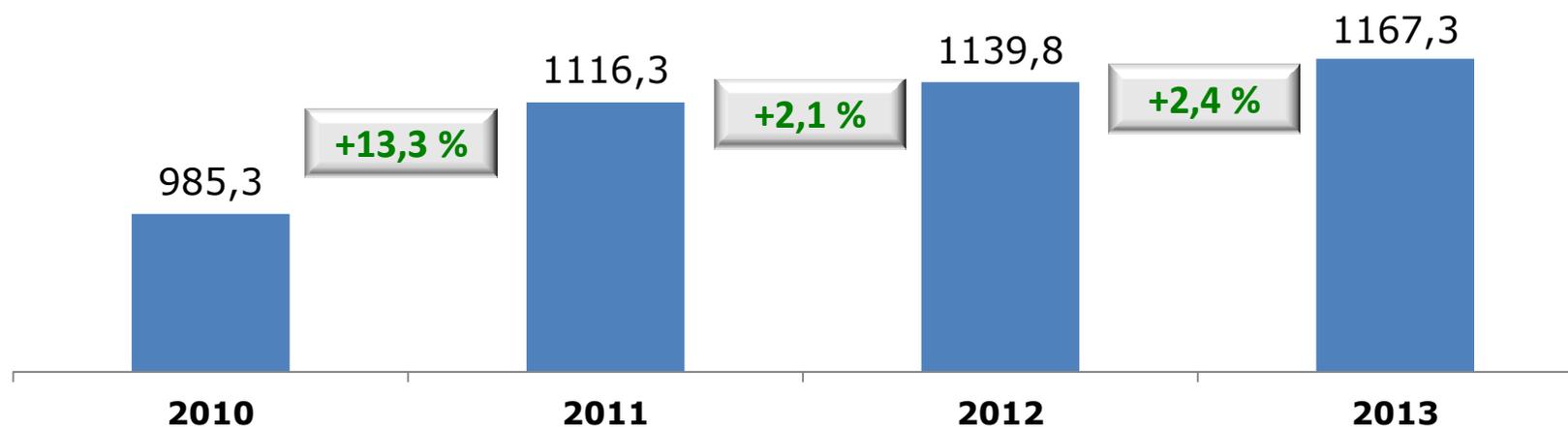
2013 vs 2012
% variación valores absolutos



Base: Total inversión en marketing 25.771,5 Mill Eur (-7,5% vs 2012)

Evolución de la inversión Entorno digital:

Publicidad internet + marketing móvil + comunicación digital



4,6% total marketing



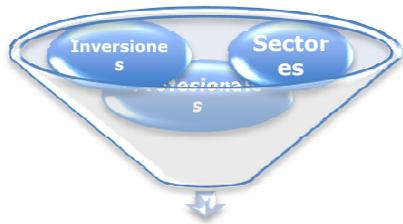
Equipo de Marketing

93.300 personas

en funciones de marketing

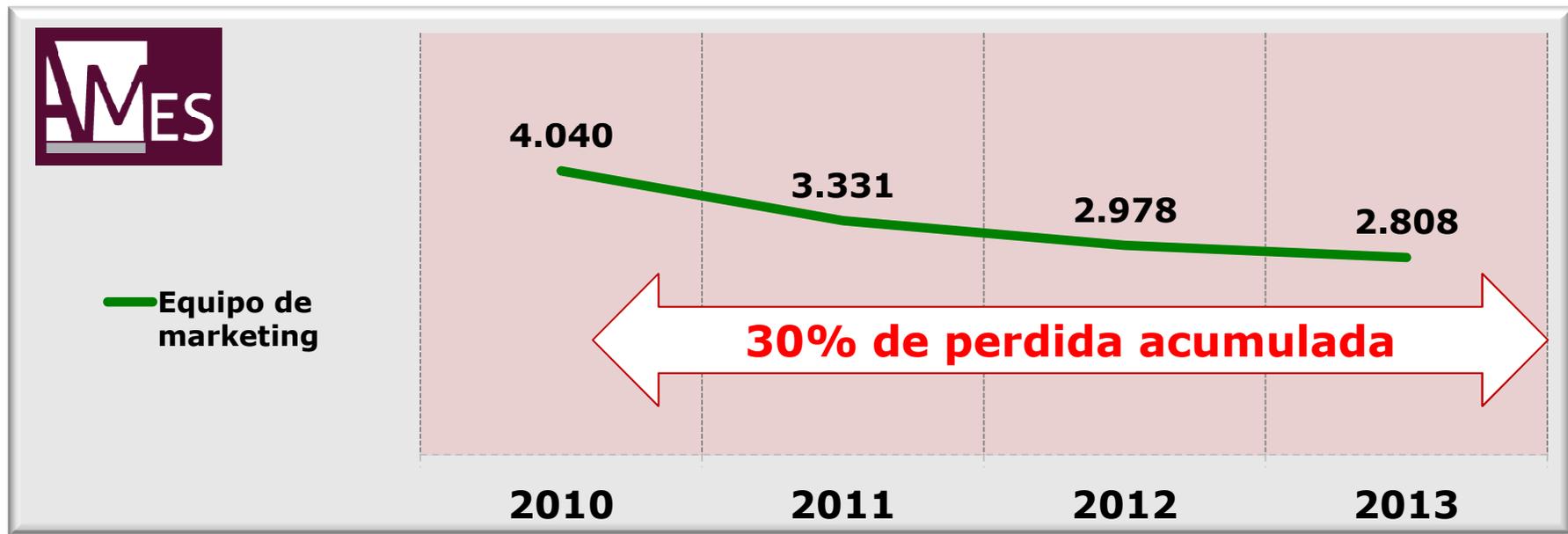


Base de referencia: Empresas con
más de 10 empleados y más de 1 millón de euros de facturación



Evolución de la inversión Equipo de marketing

(millones €)





En resumen....

- ✓ **En 2013 la pérdida de inversión total de marketing se ha atenuado como consecuencia de:**
 - ✓ **Los sectores Gran Consumo y Automoción suavizan su caída**
 - ✓ **El gran bloque de inversión Publicidad + Comunicación + Promoción, reduce fuertemente su caída**

- ✓ **Y además algunos componentes tienen comportamiento positivo**
 - ✓ **Investigación y consultoría ya no caen**
 - ✓ **Relación con clientes, mantiene su favorable desarrollo**



ASOCIACIÓN
DE MARKETING
DE ESPAÑA



Matriz AMES 2013

INVERSION EN MARKETING - Total sectores y conceptos (Millones de Euros)

Datos en Millones de euros referidos a 2013	Investigación de mercados y Consultoría en marketing	Marca y Relación con clientes	Inversión en precio (descuentos)	Publicidad, comunicación, promoción	Costes de personal en función marketing	TOTAL
Gran Consumo Alim y Bebidas	78,7	44,6	177,2	2.416,9	602,0	3.319,3
Gran Consumo resto sectores	39,0	43,6	23,9	1.876,4	98,4	2.081,4
Consumo duradero Automoción	29,7	43,1	1.909,9	1.379,0	114,3	3.476,1
Resto consumo duradero	19,0	12,6	n.d.	530,4	15,4	577,4
TIC	69,7	1.380,8	929,0	1.179,6	85,3	3.644,4
Finanzas (banca y serv. financ.)	50,1	252,7	n.d.	802,3	83,4	1.188,5
Seguros	47,5	188,9	n.d.	566,5	12,0	814,9
Cultura y medios comunicación	55,4	144,1	n.d.	1.298,7	46,7	1.544,9
Transporte y turismo	37,2	77,3	n.d.	770,1	174,0	1.058,7
Hostelería	8,2	9,9	n.d.	417,2	35,8	471,1
Distribución	22,2	58,6	n.d.	918,3	193,4	1.192,5
Ocio y deporte	8,9	11,4	141,9	484,0	13,5	659,8
Textil y moda	4,4	7,8	69,6	318,8	21,3	421,9
Construcción (incluye materiales)	7,0	7,9	n.d.	315,7	151,0	481,6
Servicios comunitarios	183,6	360,2	n.d.	1.085,4	152,6	1.781,8
Servicios a empresas	38,9	248,4	n.d.	1.442,7	990,7	2.720,8
Juego, apuestas y otros	7,4	11,3	n.d.	300,0	17,8	336,4
Total	707,1	2.903,2	3.251,5	16.102,0	2.807,7	25.771,5



ASOCIACIÓN
DE MARKETING
DE ESPAÑA



Foco en Market Research y en Publicidad



.... ¿Cuáles son las tendencias en marketing?

1. Evolución de la tecnología y las herramientas

- ✓ ***Nuevas oportunidades de actividad***
- ✓ ***Fuerte interacción entre los componentes de la actividad de marketing***

2. Intensa tecnificación del consumidor

3. Velocidad en el entorno del marketing

- ✓ ***La información fluye rápidamente***
- ✓ ***Los ciclos de toma de decisión se acortan***
- ✓ ***El desarrollo tecnológico lo permite***



Si tomamos como referente la investigación de mercados...

2/3 de pérdida de volumen de negocio



Entrevistas personales



Entrevistas telefónicas



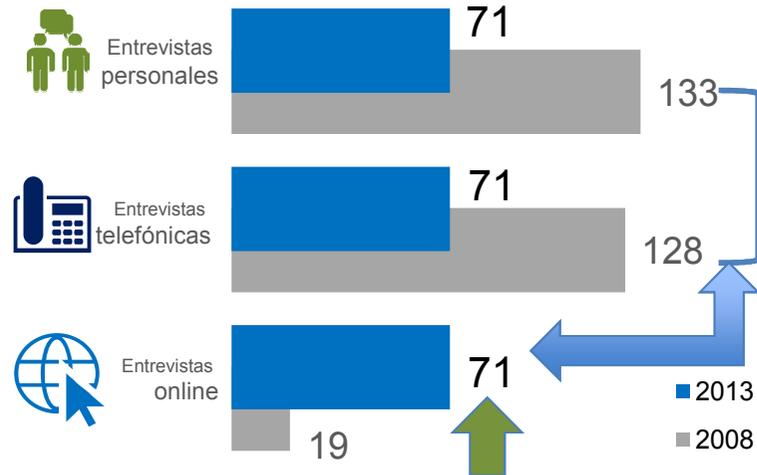
Entrevistas online



Cifra Neta de Negocio



Fuente: Datos Aneimo Aedemo. Sin corrección de inflación. Euros



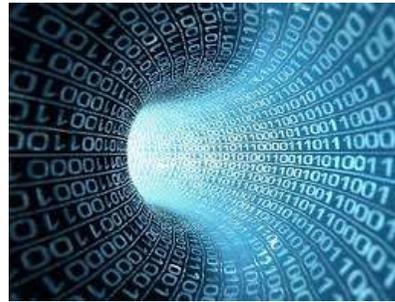
Unidad: Millones de euros. Fuente: Aedemo Aneimo

Y nuevas formas de afrontar la Investigación de Mercados

Tecnología



Nuevos Hábitos



Big Data



Neuromarketing



Observación Navegación

La investigación del tráfico online o tomas de datos automáticas supone ya el **25%** del total de la investigación que se hace en España y **creció un 10%** en el último año.

Fuente: Aneimo - Aedemo





... si reflexionamos sobre la evolución del mercado publicitario

- cambios en el mix de los medios***
- presión en el precio del GRP***
- reducción del numero de anunciantes***

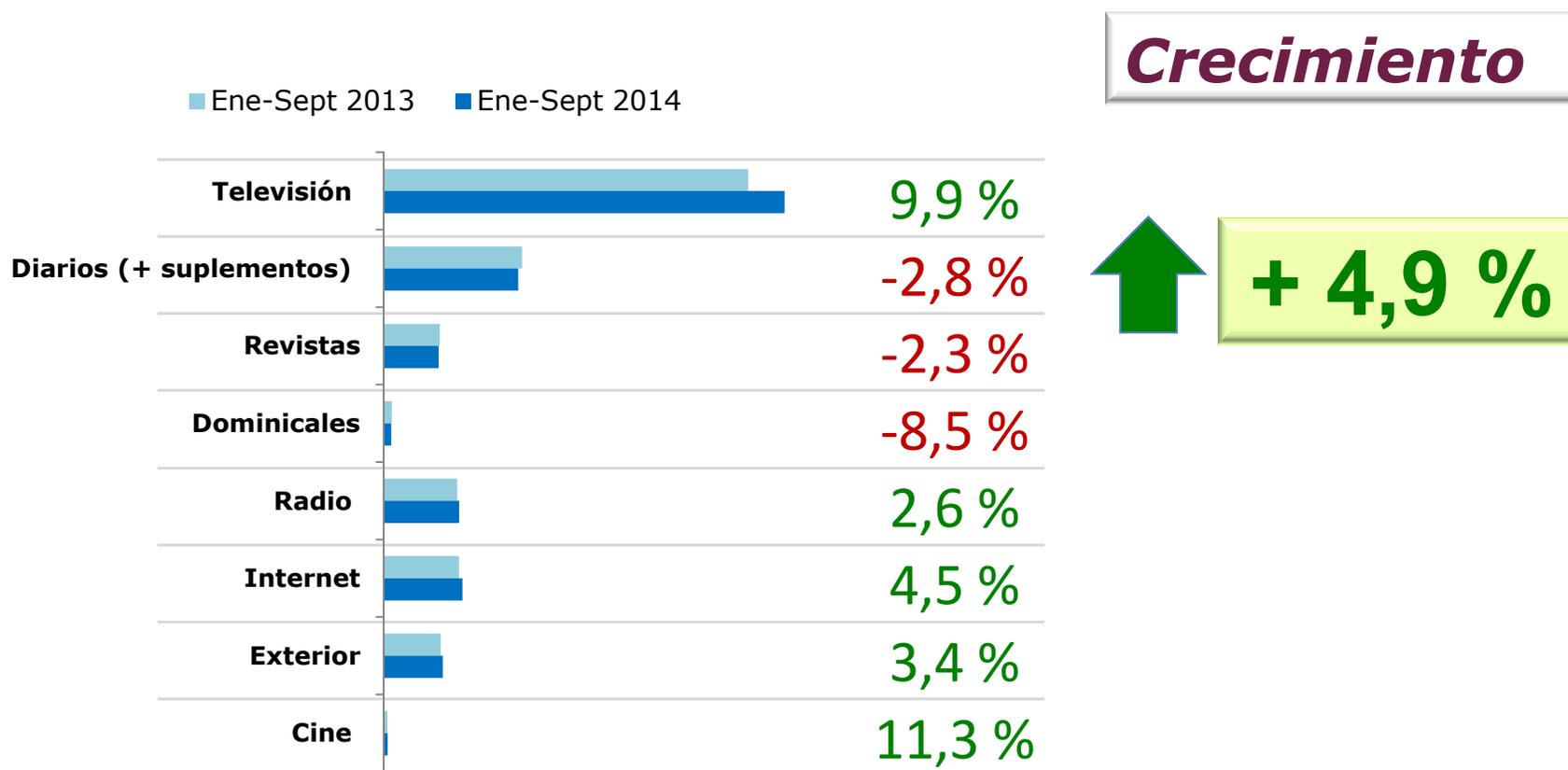


ASOCIACIÓN
DE MARKETING
DE ESPAÑA



Previsiones evolución para 2014

Comparativo COMPRA DE MEDIOS Septiembre 2014 vs Septiembre 2013





Otros componentes del marketing de comportamiento positivo ...

Investigación de mercados:

+ 2,4% a fin de agosto +1,5% a fin 2014

Equipos de marketing:

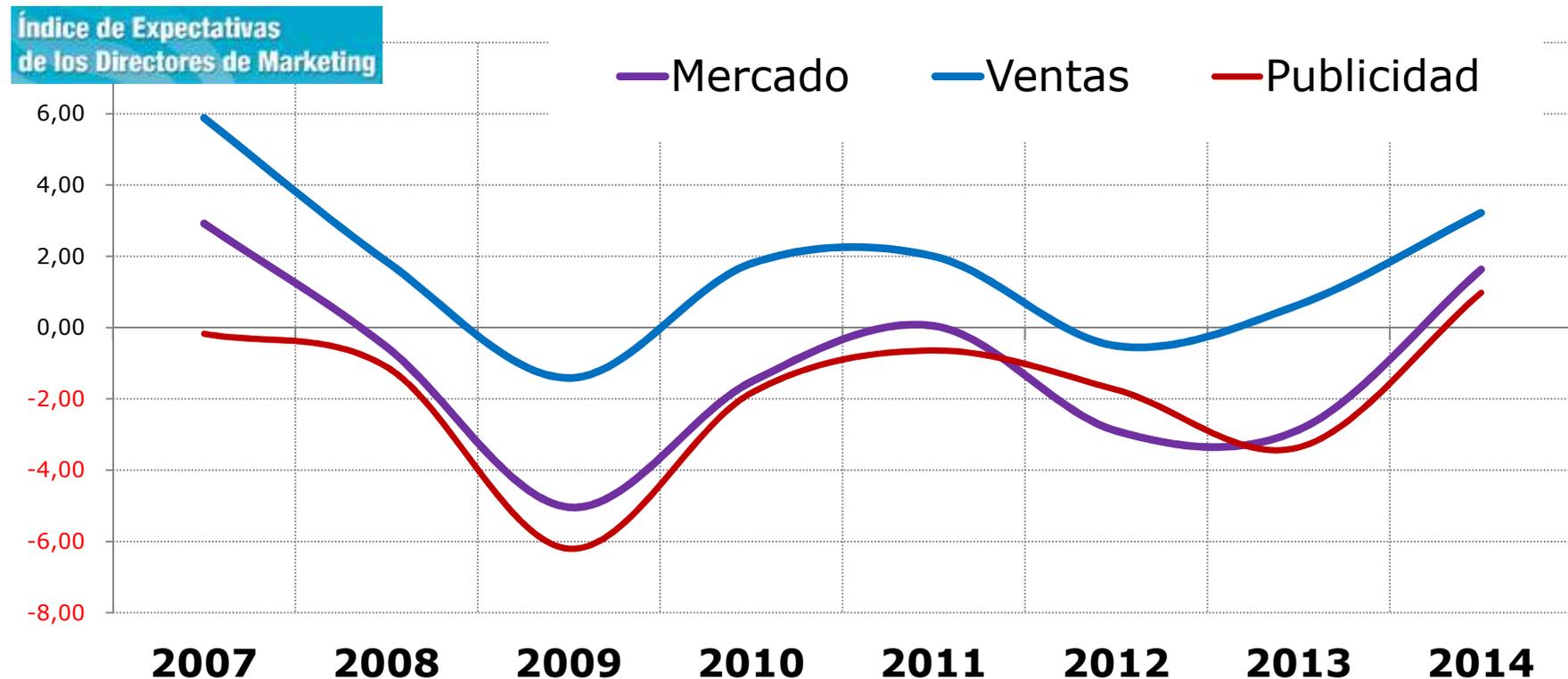
Estabilidad en plantillas y remuneración

Relación con cliente:

Expectativa del mercado +1,4%

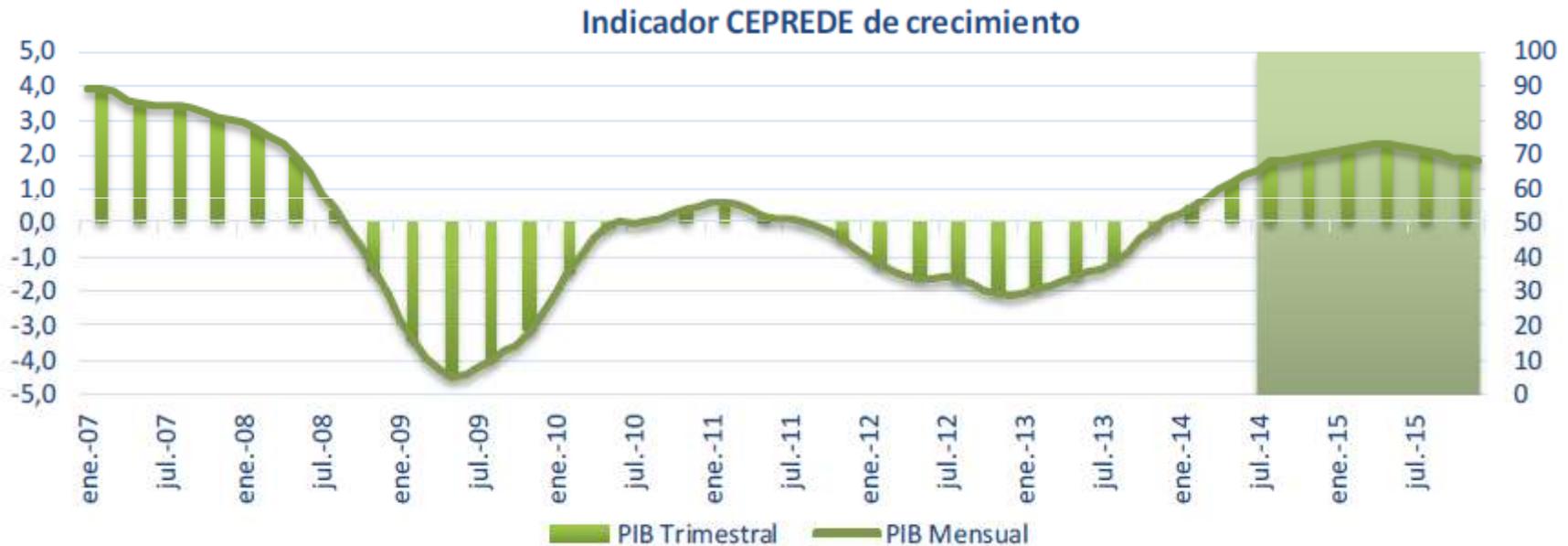


Los directores de marketing prevén crecimiento en el mercado, en sus ventas y en su inversión





Diversos indicadores estiman crecimiento en la economía



¿Qué podemos esperar para 2014?

Crecimiento

Variación de la inversión %	Publicidad, comunicación, promoción	Investigación de mercados y consultoría	Relación con clientes (CRM/Posventa)	Equipos de marketing	Total inversión MARKETING
2011 vs 2010	-5,4%	-6,5 %	+1,8%	-17,5 %	-5,9 %
2012 vs 2011	-13,6%	-14,4 %	+ 8,8%	- 10,6%	-10,3 %
2013 vs 2012	- 6,1%	+0,1 %	+ 2,2 %	-5,7 %	-7,5 %
2013 vs 2014 (estimado)	> 3,5%	+ 1,8%	+ 1,4%	=	2,5%



Análisis del Marketing en España 2013

Analysis of the Marketing Expenditure – Spain

información útil

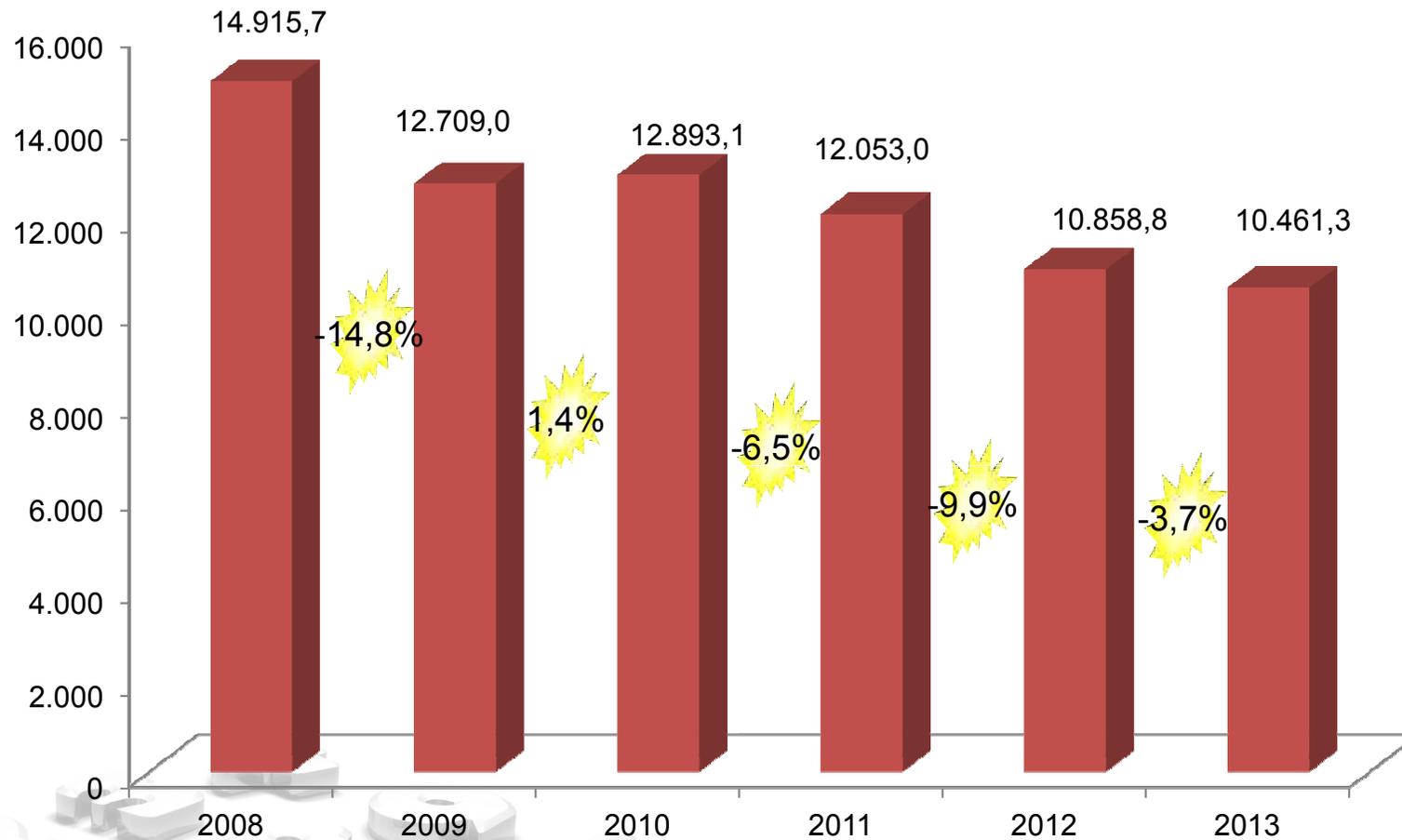
INFOADÍEX



**Evolución del mercado
publicitario nacional**

Inversión Real Estimada 2013/ evolución interanual

Datos en mill. €



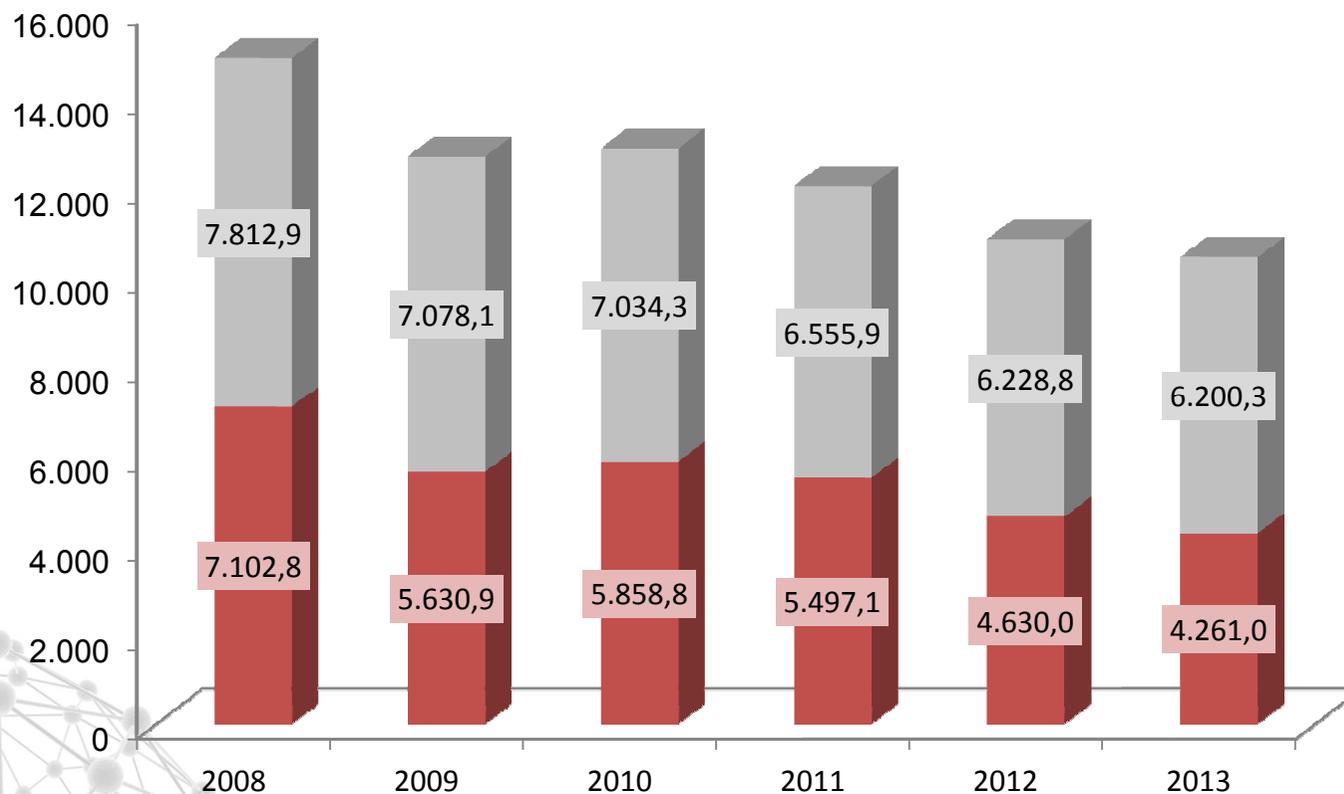
La inversión publicitaria total ha decrecido un -29,9% desde 2008

Inversión Real Estimada 2013 / evolución por tipo de medios

Datos en mill. €

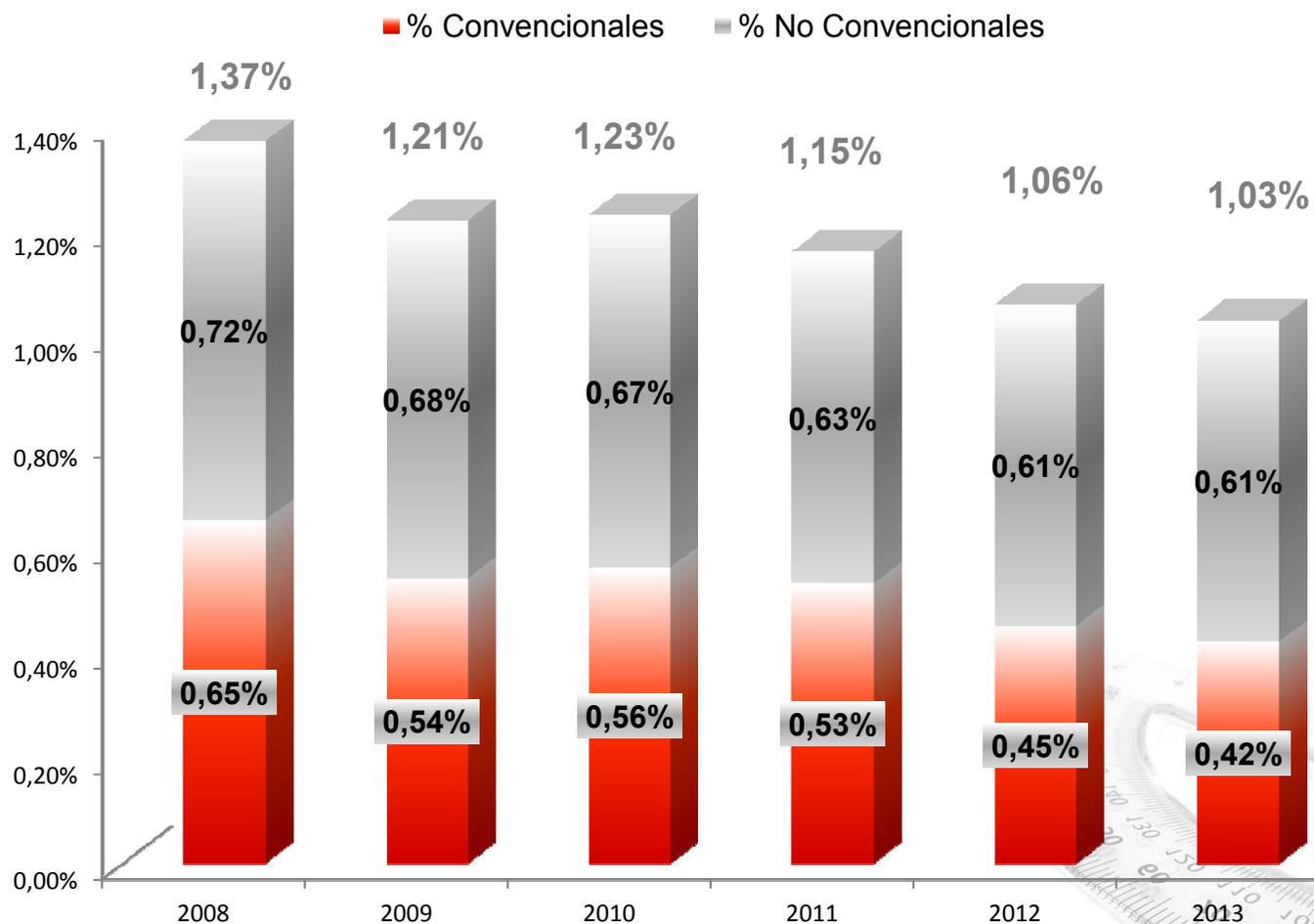


■ Medios Convencionales ■ Medios No Convencionales



Los No Convencionales tuvieron un mejor comportamiento que los Convencionales

Inversión Real Estimada 2013/ % inversión publicitaria sobre PIB



La participación sobre el PIB cayó hasta el 1,03%



Número Anunciantes 2008	47.741
Número Anunciantes 2013	30.349

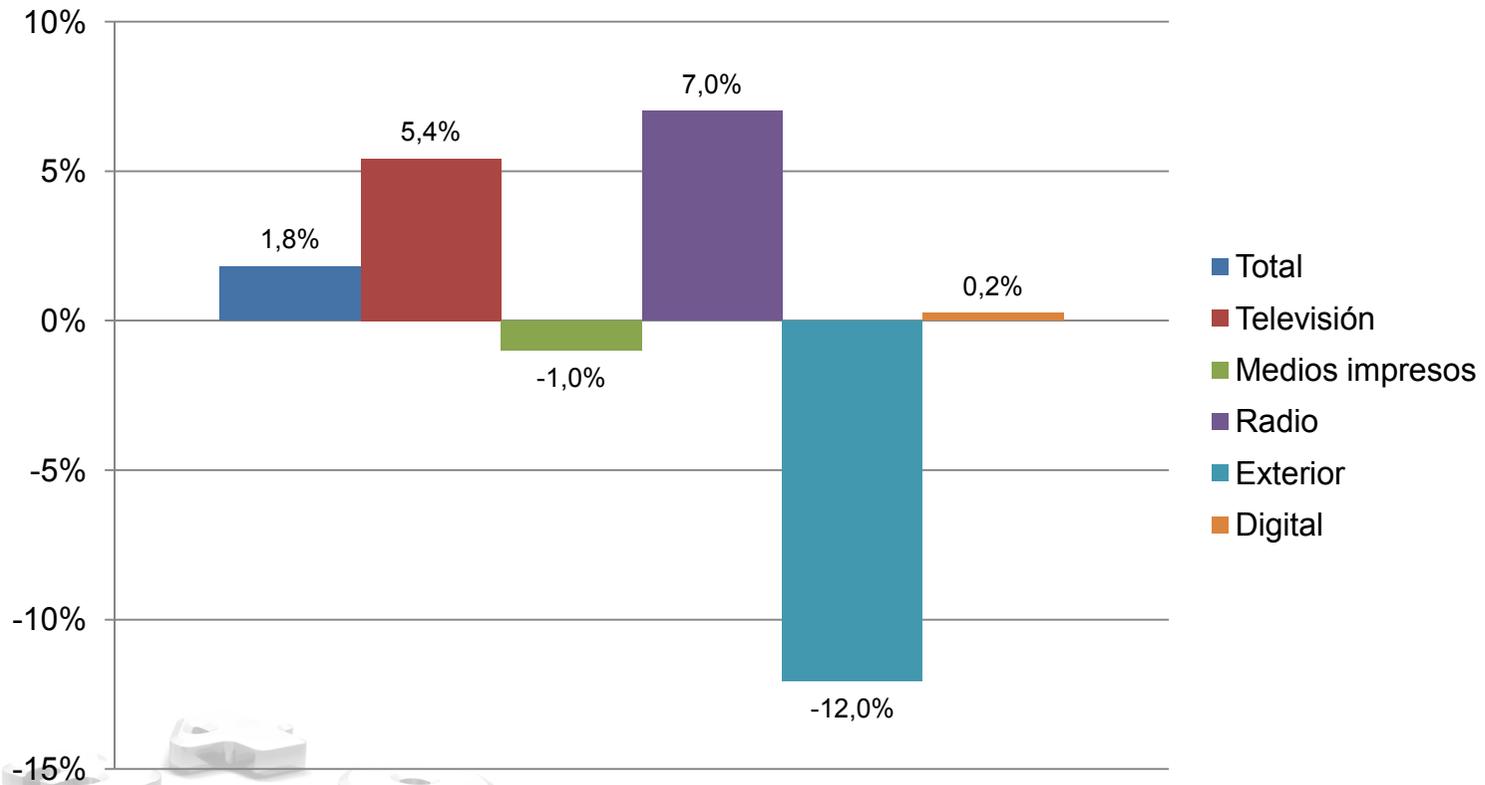
Hay **17.392** Anunciantes **menos** en el 2013.

Lo que supone una caída del **-36,4%**

Inversión 100 Primeros anunciantes 2008	Su inversión en 2013	% Evolu
3.104,3 millones €	1.677,5 millones €	-46,0%
Inversión 100 Primeros anunciantes 2008	Inversión 100 Primeros anunciantes 2013	% Evolu
3.104,3 millones €	1.882,5 millones €	-39,4%



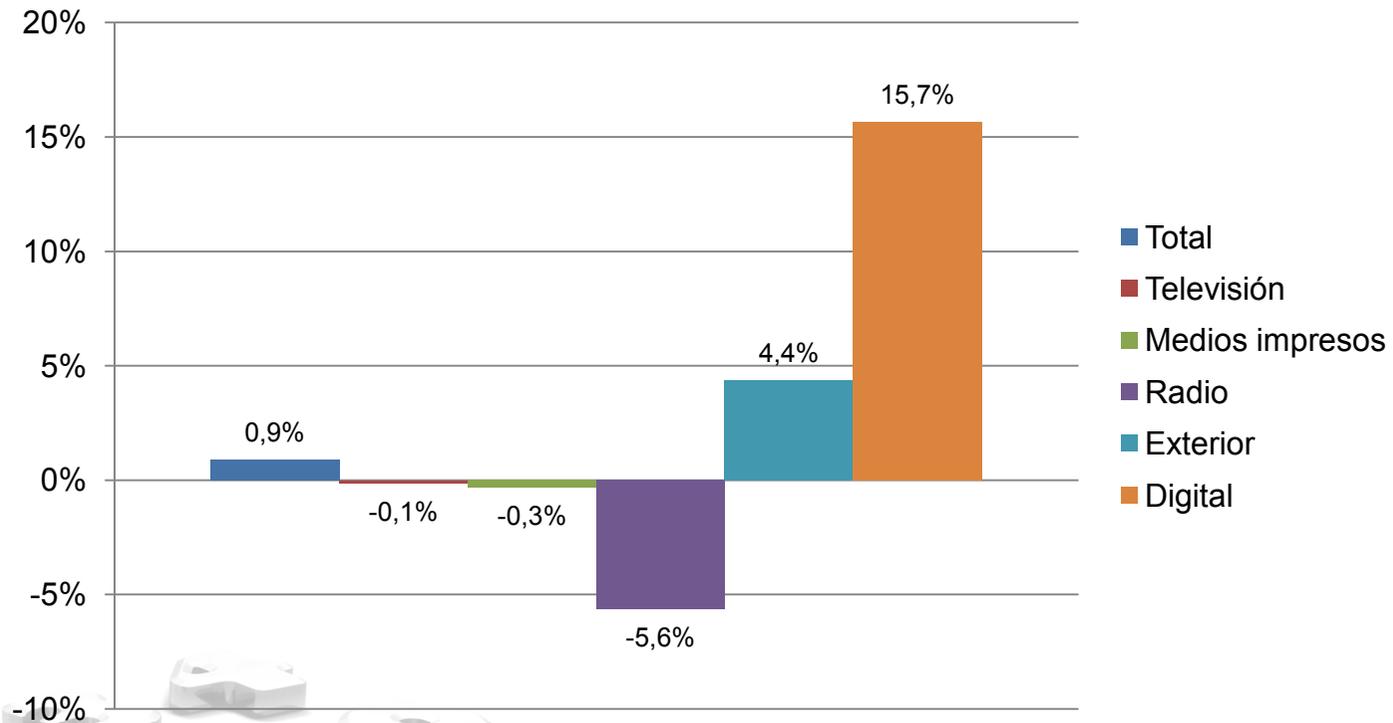
Francia



Inversión publicitaria principales países/ evolución 2012 vs 2013



USA



Fuente: Kantar Media/InfoAdex

Inversión Publicitaria ene-sep 2014/ inversión por medios

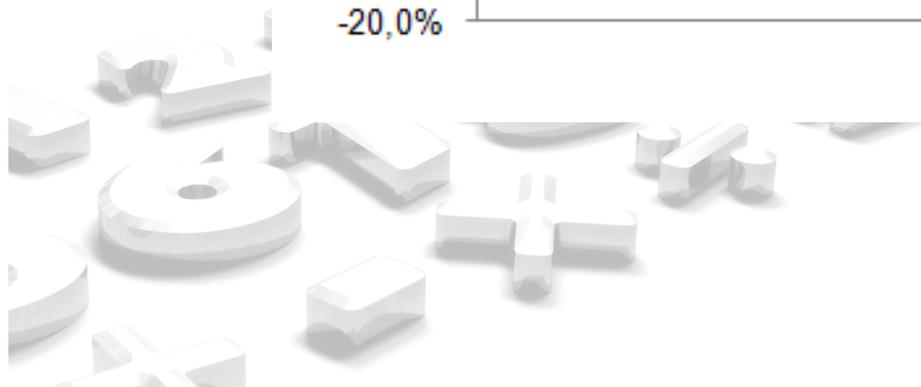
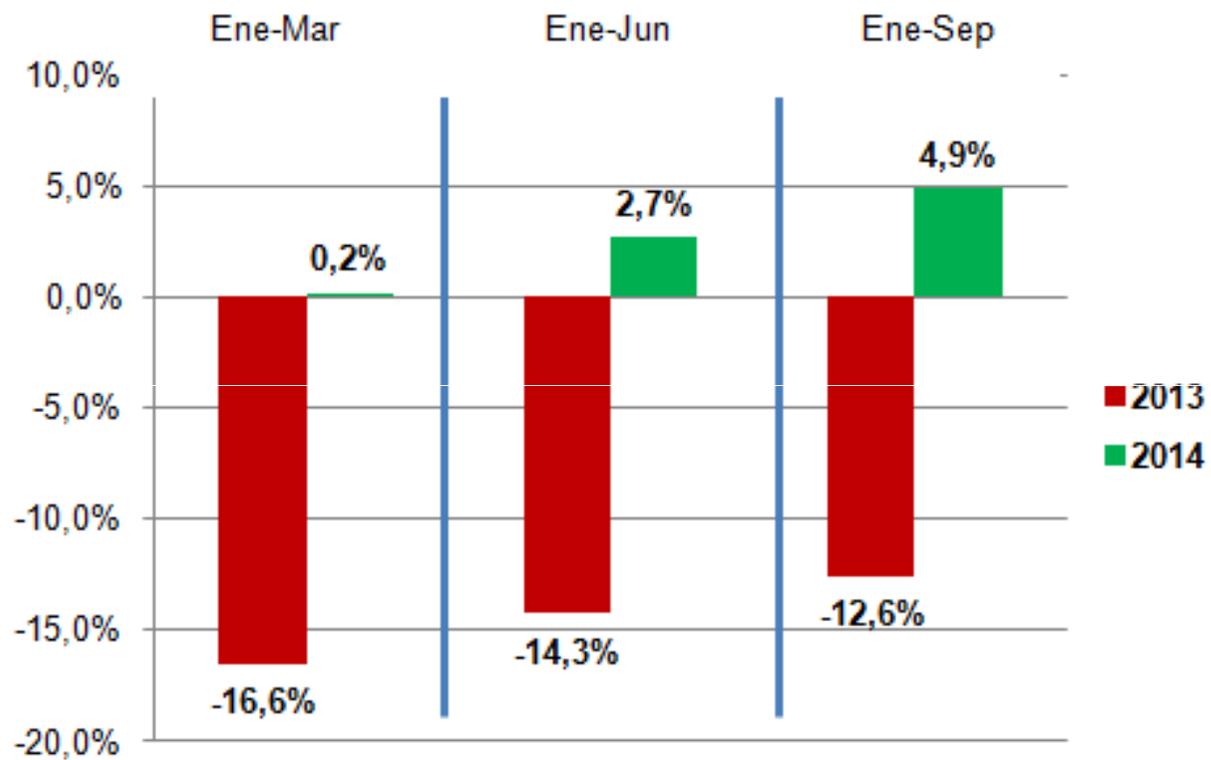
Datos en mill. €



Medios convencionales	ene-sep '14	ene-sep '13	% evol.
Cine	12,2	11,0	11,3
Diarios	442,2	454,9	-2,8
Dominicales	23,6	25,8	-8,5
Exterior	193,5	187,1	3,4
Internet	258,1	247,0	4,5
Radio	247,2	240,9	2,6
Revistas	179,6	183,8	-2,3
Televisión	1.319,2	1.199,9	9,9
<i>TV's. Nacionales en abierto</i>	1.188,3	1.080,5	10,0
<i>TV's. Autonómicas</i>	89,7	86,3	4,0
<i>Canales de pago</i>	41,2	33,1	24,5
Total Medios convencionales	2.675,6	2.550,4	4,9

Inversión en medios ha crecido el 4,9% en enero-septiembre 2014

Evolución Inversión Publicitaria ene-sep 2014 vs 2013





Análisis del Marketing en España 2013

Analysis of the Marketing Expenditure – Spain



Matriz AMES 2010, 2011, 2012 y 2013

INVERSION EN MARKETING - Total sectores y conceptos (Millones de Euros)

Datos en Millones de euros referidos a 2010	Investigación de mercados y Consultoría en marketing	Marca y Relación con clientes	Inversión en precio (descuentos)	Publicidad, comunica- ción, promoción	Costes de personal en función marketing	TOTAL
Gran Consumo Alim y Bebidas	98,7	38,5	182,7	3.563,20	843,0	4.726,0
Gran Consumo resto sectores	43,6	34,6	27,8	2.630,50	144,6	2.881,1
Consumo duradero Automoción	38,1	36,6	1.871,1	1.689,50	160,7	3.796,1
Resto consumo duradero	28,2	11,3	n.d.	820,30	23,3	883,1
TIC	90,5	1.280,4	1.776,0	1.555,90	128,2	4.830,9
Finanzas (banca, serv. financieros y seguros)	100,0	403,6	n.d.	1.613,90	159,4	2.276,9
Cultura y medios comunicación	66,8	120,7	n.d.	1.789,80	66,6	2.044,0
Transporte y turismo	22,9	69,4	n.d.	1.001,00	271,8	1.365,1
Hostelería	8,0	5,9	n.d.	381,90	56,1	451,8
Distribución	35,2	37,0	n.d.	1.164,10	270,1	1.506,4
Ocio y deporte	13,6	8,5	259,5	546,50	19,2	847,3
Textil y moda	7,0	5,2	405,4	386,40	31,0	835,0
Construcción (incluye materiales)	6,8	5,0	n.d.	279,20	218,9	509,9
Servicios comunitarios	249,2	289,1	n.d.	1.515,10	217,6	2.270,9
Servicios a empresas	64,0	211,8	n.d.	1.745,20	1.403,3	3.424,3
Juego, apuestas y otros	9,7	7,2	n.d.	310,80	26,1	353,7
Total	882,3	2.564,8	4.522,5	20.993,00	4.039,9	33.002,5

INVERSION EN MARKETING - Total sectores y conceptos (Millones de Euros)

Datos en Millones de euros referidos a 2011	Investigación de mercados y Consultoría en marketing	Marca y Relación con clientes	Inversión en precio (descuentos)	Publicidad, comunica- ción, promoción	Costes de personal en función marketing	TOTAL
Gran Consumo Alim y Bebidas	87,1	32,9	211,9	3.233,20	704,8	4.269,8
Gran Consumo resto sectores	39,1	29,6	25,4	2.374,20	118,0	2.586,3
Consumo duradero Automoción	32,4	32,1	1.624,3	1.519,60	131,5	3.339,9
Resto consumo duradero	24,2	8,9	n.d.	686,40	19,5	738,8
TIC	81,5	1.301,4	1.881,0	1.345,00	103,4	4.712,4
Finanzas (banca y serv. financ.)	56,1	224,5	n.d.	1.283,70	113,2	1.677,4
Seguros	40,2	149,6	n.d.	633,00	13,8	836,6
Cultura y medios comunicación	63,7	124,9	n.d.	1.592,60	56,5	1.837,7
Transporte y turismo	44,0	75,7	n.d.	933,60	224,9	1.278,1
Hostelería	10,3	6,4	n.d.	429,30	46,1	492,1
Distribución	37,7	45,3	n.d.	1.086,30	215,5	1.384,8
Ocio y deporte	12,2	7,6	239,2	504,00	17,2	780,2
Textil y moda	7,8	5,5	446,7	398,20	25,9	883,9
Construcción (incluye materiales)	7,1	5,0	n.d.	288,20	178,9	479,2
Servicios comunitarios	204,8	346,1	n.d.	1.278,10	182,9	2.011,8
Servicios a empresas	66,5	206,6	n.d.	1.938,90	1.156,9	3.368,9
Juego, apuestas y otros	10,8	7,6	n.d.	345,10	22,2	385,8
Total	825,4	2.609,7	4.428,5 (*)	19.869,10 (*)	3.331,1	31.063,6

(*) valores ajustados sobre la matriz 2011 (+360 Mm€)

INVERSION EN MARKETING - Total sectores y conceptos (Millones de Euros)

Datos en Millones de euros referidos a 2012	Investigación de mercados y Consultoría en marketing	Marca y Relación con clientes	Inversión en precio (descuentos)	Publicidad, comunicación, promoción	Costes de personal en función marketing	TOTAL
Gran Consumo Alim y Bebidas	81,5	41,3	197,0	2.579,0	612,9	3.511,8
Gran Consumo resto sectores	38,9	39,8	38,9	1.928,9	100,8	2.147,3
Consumo duradero Automoción	29,3	40,8	1.619,4	1.420,5	122,1	3.232,1
Resto consumo duradero	19,7	11,7	n.d.	559,6	16,0	606,9
TIC	71,5	1.379,0	1.911,5	1.214,9	86,6	4.663,5
Finanzas (banca y serv. financ.)	50,8	241,9	n.d.	1.111,8	103,2	1.507,7
Seguros	38,0	180,2	n.d.	634,1	12,6	865,0
Cultura y medios comunicación	57,6	139,6	n.d.	1.387,4	49,9	1.634,5
Transporte y turismo	37,2	73,3	n.d.	807,4	186,3	1.104,2
Hostelería	8,4	9,0	n.d.	427,0	38,3	482,7
Distribución	23,6	45,4	n.d.	966,4	199,9	1.235,3
Ocio y deporte	7,3	10,1	232,2	450,2	14,0	713,8
Textil y moda	5,9	7,4	179,0	370,8	22,3	585,4
Construcción (incluye materiales)	5,2	6,9	n.d.	285,7	160,6	458,4
Servicios comunitarios	185,7	370,0	n.d.	1.153,3	159,7	1.868,8
Servicios a empresas	37,9	233,3	n.d.	1.521,0	1.073,4	2.865,5
Juego, apuestas y otros	7,8	10,5	n.d.	338,7	19,1	376,2
Total	706,3	2.840,2	4.178,0	17.157,0	2.977,6	27.859,1

INVERSION EN MARKETING - Total sectores y conceptos (Millones de Euros)

Datos en Millones de euros referidos a 2013	Investigación de mercados y Consultoría en marketing	Marca y Relación con clientes	Inversión en precio (descuentos)	Publicidad, comunicación, promoción	Costes de personal en función marketing	TOTAL
Gran Consumo Alim y Bebidas	78,7	44,6	177,2	2.416,9	602,0	3.319,3
Gran Consumo resto sectores	39,0	43,6	23,9	1.876,4	98,4	2.081,4
Consumo duradero Automoción	29,7	43,1	1.909,9	1.379,0	114,3	3.476,1
Resto consumo duradero	19,0	12,6	n.d.	530,4	15,4	577,4
TIC	69,7	1.380,8	929,0	1.179,6	85,3	3.644,4
Finanzas (banca y serv. financ.)	50,1	252,7	n.d.	802,3	83,4	1.188,5
Seguros	47,5	188,9	n.d.	566,5	12,0	814,9
Cultura y medios comunicación	55,4	144,1	n.d.	1.298,7	46,7	1.544,9
Transporte y turismo	37,2	77,3	n.d.	770,1	174,0	1.058,7
Hostelería	8,2	9,9	n.d.	417,2	35,8	471,1
Distribución	22,2	58,6	n.d.	918,3	193,4	1.192,5
Ocio y deporte	8,9	11,4	141,9	484,0	13,5	659,8
Textil y moda	4,4	7,8	69,6	318,8	21,3	421,9
Construcción (incluye materiales)	7,0	7,9	n.d.	315,7	151,0	481,6
Servicios comunitarios	183,6	360,2	n.d.	1.085,4	152,6	1.781,8
Servicios a empresas	38,9	248,4	n.d.	1.442,7	990,7	2.720,8
Juego, apuestas y otros	7,4	11,3	n.d.	300,0	17,8	336,4
Total	707,1	2.903,2	3.251,5	16.102,0	2.807,7	25.771,5



Análisis del Marketing en España 2013

Analysis of the Marketing Expenditure – Spain