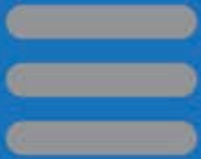


# VI Estudio de Inversión en Marketing y Publicidad Móvil en España 2013





# ||| Objetivos y metodología



# Objetivos

Esta sexta oleada del estudio sobre la inversión en marketing y publicidad móvil en España cubre los siguientes objetivos:

- Cuantificar la inversión publicitaria dedicada a marketing y publicidad móvil en 2013
- Analizar y difundir la importancia económica del sector

Para ello se ha realizado una **metodología basada en la colaboración con las empresas asociadas a la MMA**, MediosOn y otras empresas del sector, que expresan su visión del sector a través de un cuestionario cuantitativo.

Cuestionario  
Cuantitativo

Permite recabar información sobre las inversiones realizadas y/o recibidas

# Compañías participantes

El estudio, elaborado por Accenture, realizado en el primer trimestre 2014.

En la presente edición del estudio han colaborado **56 compañías** del sector, cubriendo las distintas tipologías de empresas asociadas a la MMA:

- Agencias de marketing móvil
- Agencias de publicidad
- Agencias de medios
- Medios
- Desarrolladores
- Operadoras
- Anunciantes

Participantes no asociados a la MMA: Grupo Prisa, Grupo Z, La Voz de Galicia, Hola, Softonic, Blablacar, Buongiorno, Creadsmidia, Didimo, Gigigo, INNN, Just-Eat, Kimia, La Nevera Roja, Mobaloo, Mobile Dreams Factory, Seeketing, The Appdate, Unkasoft, Viyoi, Zanox y Zed.



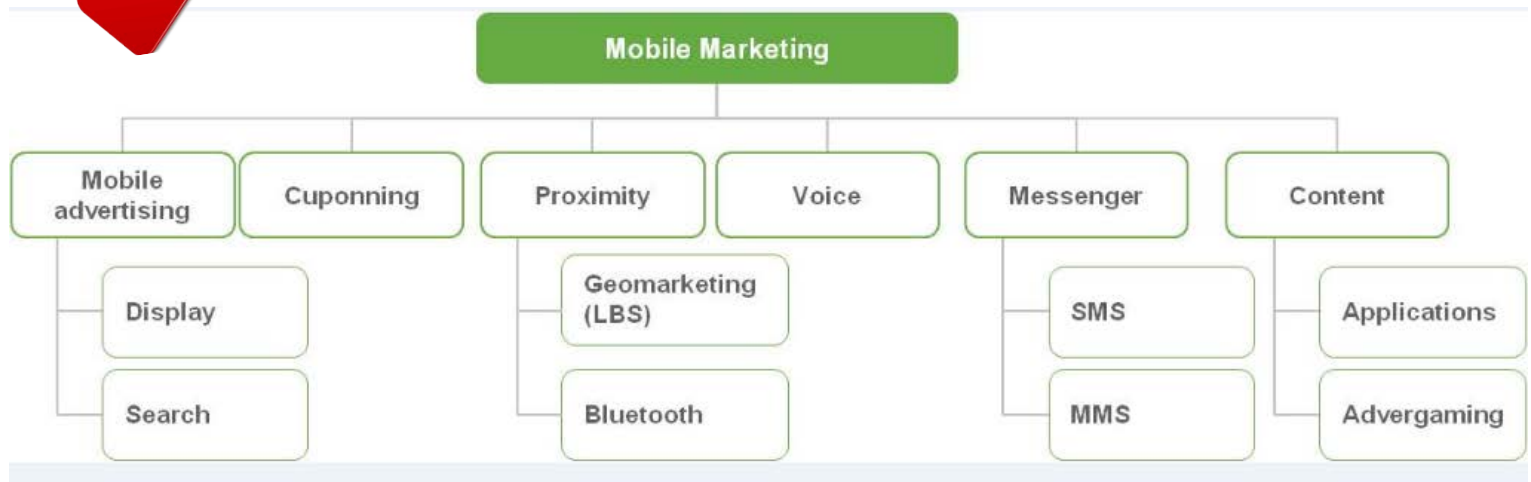
# Marketing Móvil

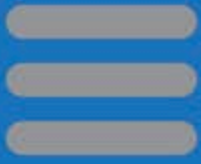
Conjunto de acciones que permite a las empresas comunicarse y relacionarse con su audiencia de una forma relevante e interactiva a través de cualquier dispositivo o red móvil.

Mobile Marketing is a set of practices that enables organizations to communicate and engage with their audience in an interactive and relevant manner through any mobile device or network



¿Qué incluye el marketing móvil?



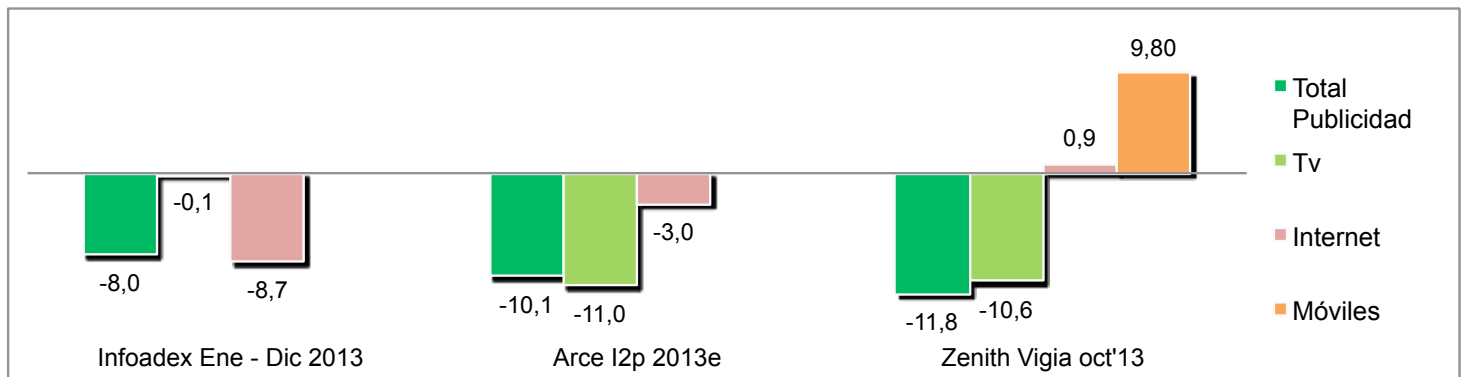


# ||| La inversión en Marketing Móvil

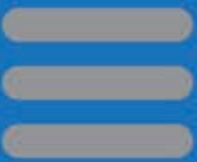
# La inversión en Publicidad

- Distintas previsiones reflejan el lento avance del mercado publicitario en España durante 2013
- El crecimiento esperado más importante viene de medios interactivos (móviles e internet)

## Previsiones de variación % en inversión publicitaria



Fuentes: Infoadex enero-septiembre2013, Arce Media Total 2013, Zenith Media octubre 2013



# Marketing Móvil en 2013

# 110 mm de euros

19,9% de crecimiento en  
comparación a 2012

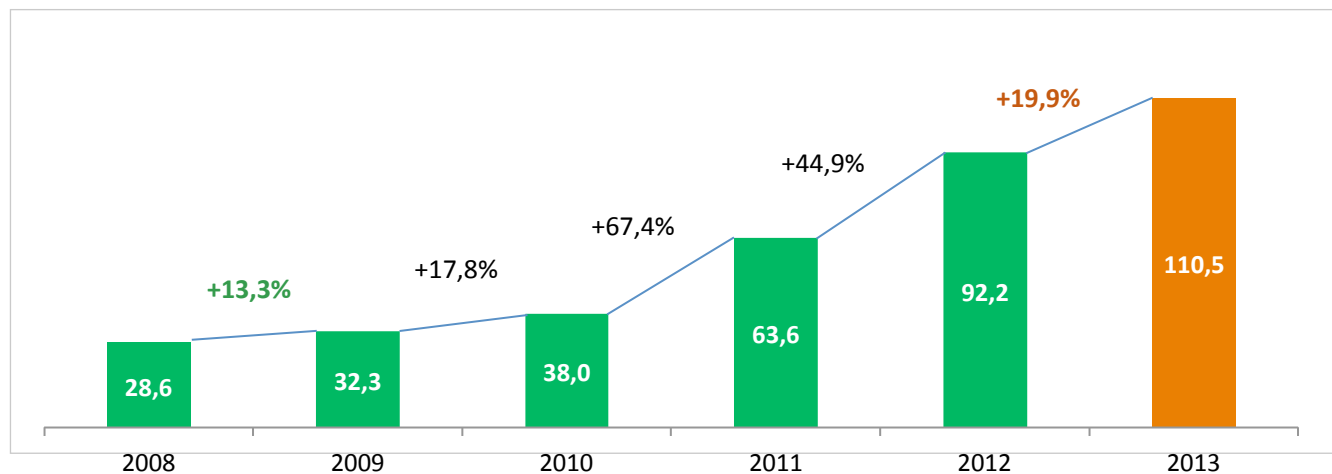


# La inversión en Marketing Móvil

## Evolución

A pesar de estar en una importante crisis en el sector publicitario, la actividad durante 2013 superó los 110 millones de euros, con un crecimiento del 19,9% sobre 2012, para el conjunto de actividades de marketing móvil.

Evolución de la inversión en Marketing Móvil



 Inversión marketing móvil en España

Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta cuantitativa y cualitativa MMA España 2013

Esta cifra incluye tecnología, producción e inversión

# La inversión en Marketing Móvil

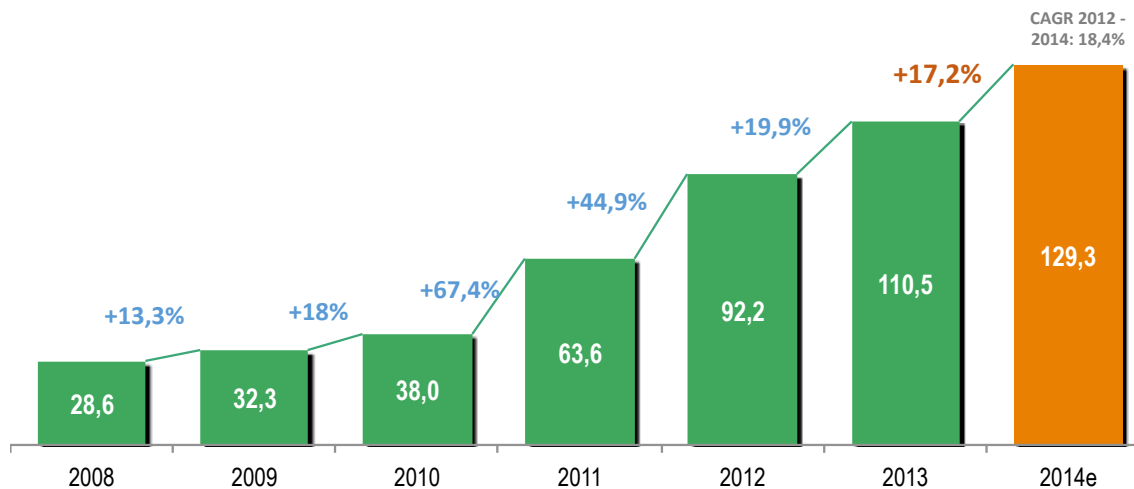
## Evolución

Las previsiones del sector para 2014 son optimistas, con un crecimiento medio del 17,2%.

Para esta fecha los operadores del mercado esperan alcanzar una cifra cercana a los 129 mm de euros.



### Evolución de la inversión en Marketing Móvil



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta cuantitativa y cualitativa MMA España 2013

Esta cifra incluye tecnología, producción e inversión

# La inversión en Marketing Móvil

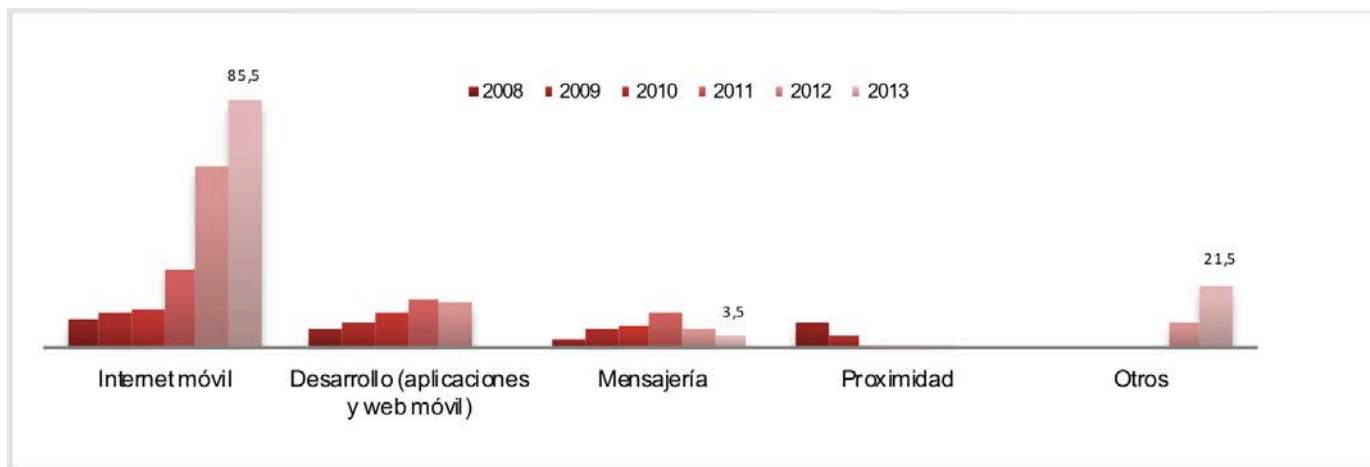
## Inversión por tipología de inversión

En 2013 el marketing y la publicidad móvil suponen un mercado de 110,5 millones de euros en España.

Internet móvil supone en volumen absoluto la tipología más importante.



**Evolución de la inversión en Marketing Móvil por tipologías en España (2008-2013) (mio€)**



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta cuantitativa y cualitativa MMA España 2013

En 2013 la categorización de Otros incluye proximidad y aplicaciones

# La inversión en Marketing Móvil

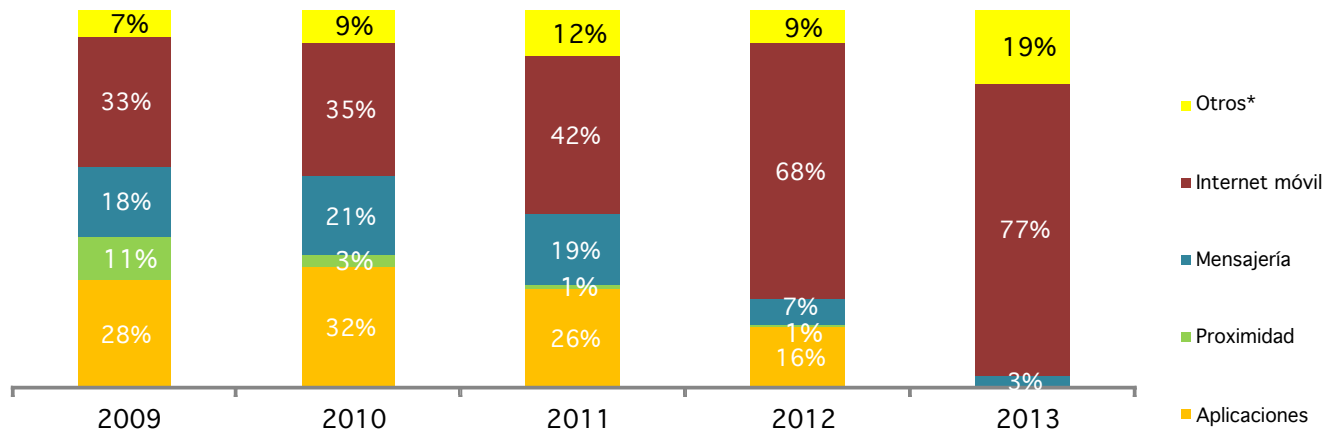
## Inversión por tipología de inversión

Internet móvil sigue siendo la actividad más importante en volumen.

Mensajería continúa con tendencia negativa por tercer año consecutivo.



**Evolución en % inversión en Marketing Móvil por tipologías en España (2009-2013)**



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta cuantitativa y cualitativa MMA España 2013

Esta cifra no incluye tipologías tales como: portal móvil, redes sociales, ad content o voz, mensajería Premium ni corporativa.

\* En 2013 la categorización de Otros incluye proximidad, advergaming, cupones y aplicaciones.

# La inversión en Marketing Móvil

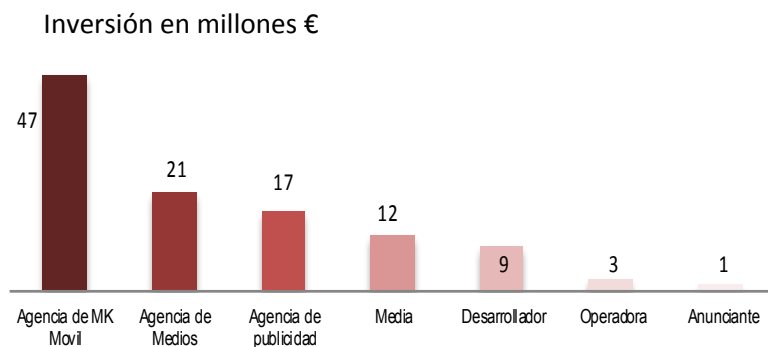
## Inversión por tipología de empresas

Internet móvil sigue siendo la actividad más importante en volumen.

Mensajería continúa con tendencia negativa por tercer año consecutivo.

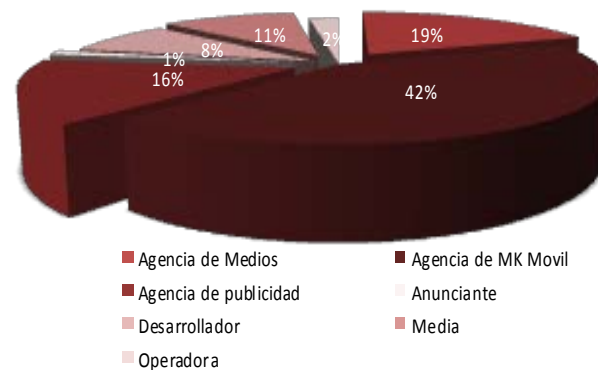


## Evolución inversión en Marketing Móvil por tipologías en España 2013



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta cuantitativa y cualitativa MMA España 2013

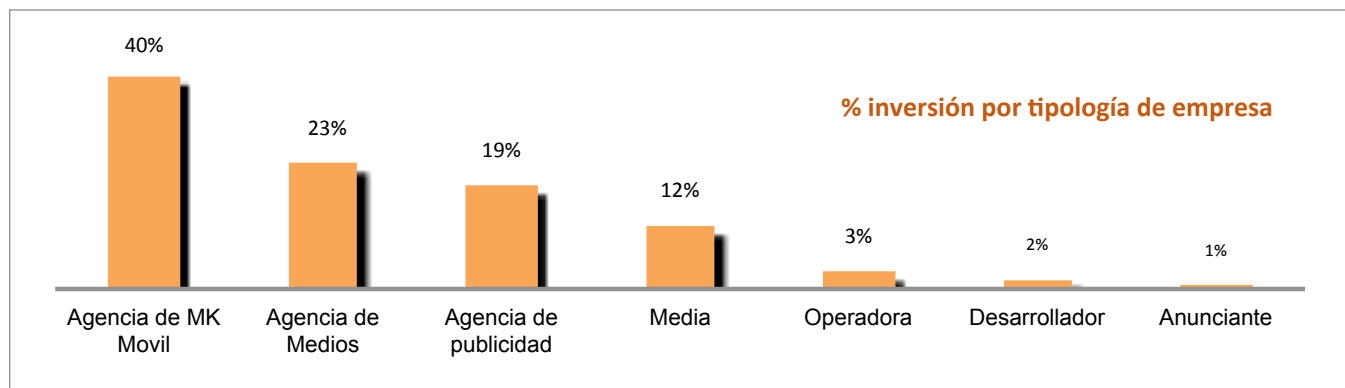
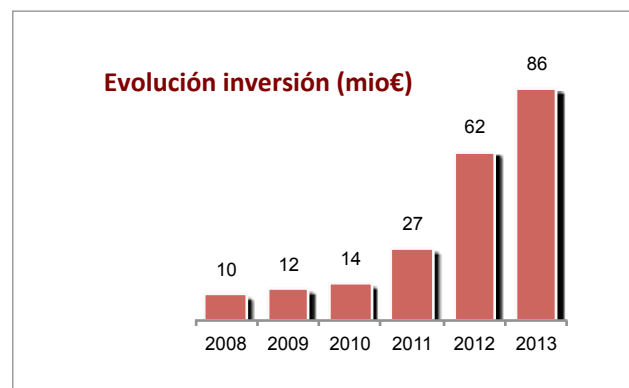
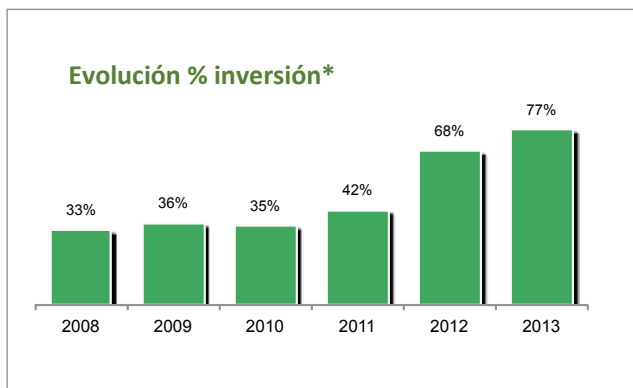
## % de inversión



# La inversión en Marketing Móvil

## Inversión por tipología: **Internet móvil**

Internet móvil con una inversión de más de 85 millones de euros, es el motor del marketing móvil.



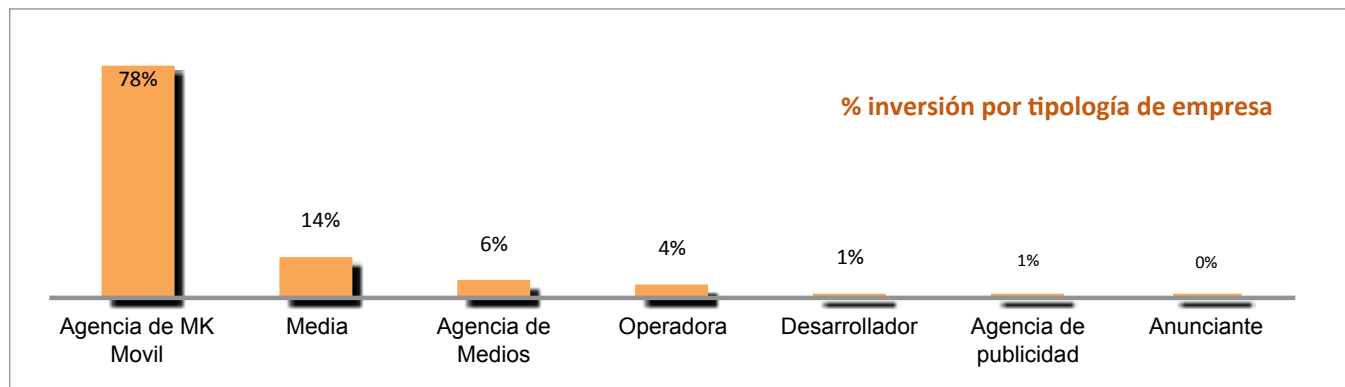
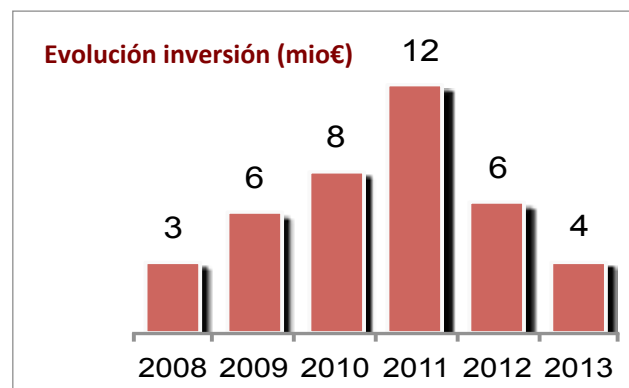
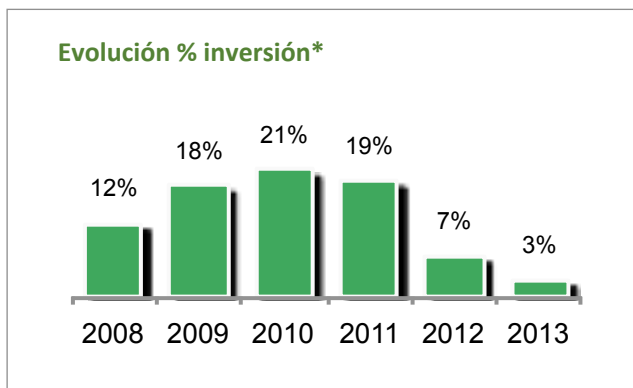
Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta cuantitativa y cualitativa MMA España 2013

\*Esta cifra incluye tecnología, producción e inversión

# La inversión en Marketing Móvil

## Inversión por tipología: Mensajería

Por segundo año consecutivo cae la inversión en mensajería. Este año se aprecia una caída de 2 millones de euros respecto al 2012.



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta cuantitativa y cualitativa MMA España 2013

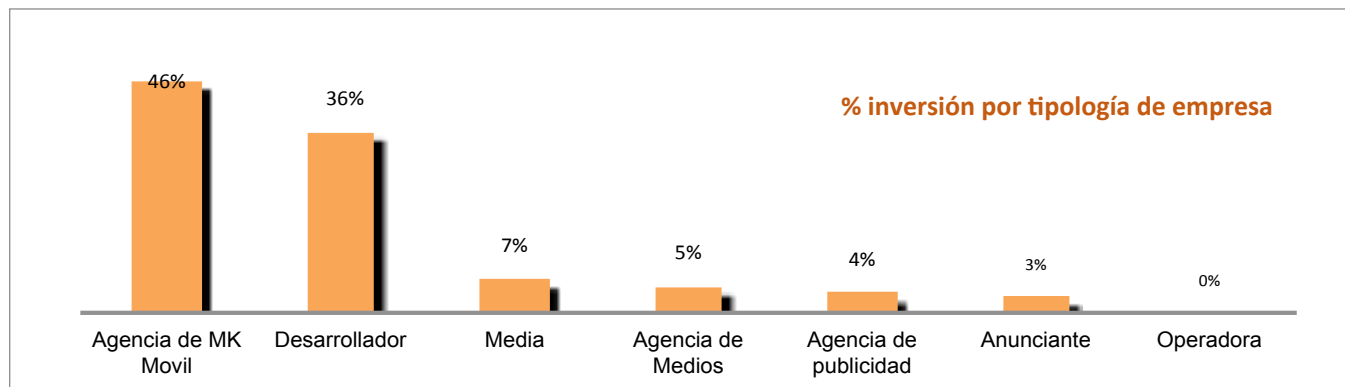
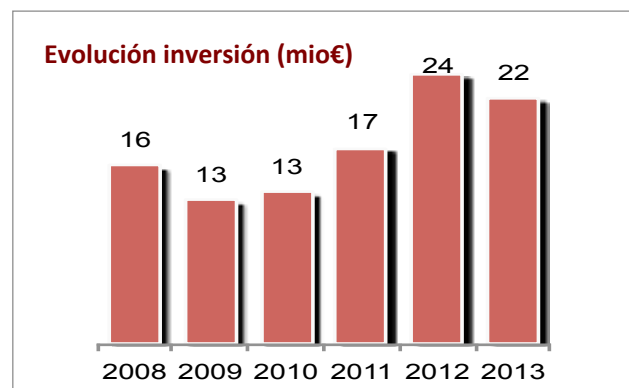
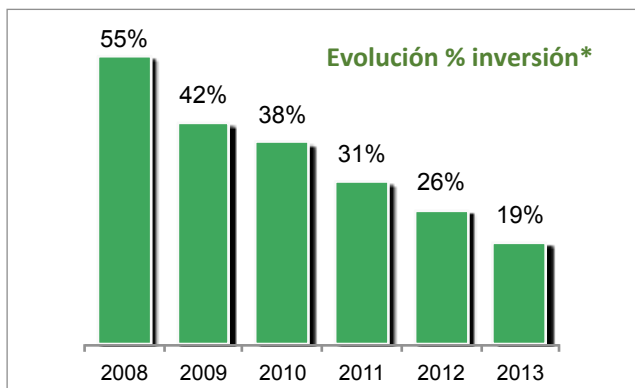
\*Esta cifra incluye tecnología, producción e inversión

# La inversión en Marketing Móvil

## Inversión por tipología: Otros

Pérdida progresiva en el total de inversión en marketing móvil.

En el último año la inversión se ha visto reducida en 2 mio€, además de 7 pts. en el total de inversión.



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta cuantitativa y cualitativa MMA España 2013

\*Esta cifra incluye tecnología, producción e inversión

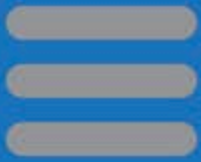
Incluye aplicaciones, advergaming, proximidad, cupones.





# Resumen ejecutivo 2013

- **110 millones de euros invertidos en 2013 en España**, lo que supone un incremento del **19,9%** en el conjunto de actividades de marketing móvil en relación con 2012.
- Se espera que en **2014** la inversión en márketing móvil **crezca un 17%**, superando los **129 millones de euros**.
- En 2013, Internet móvil continúa siendo el área de marketing móvil que registra el **mayor volumen de inversión** respecto al resto de áreas.
- Las agencias de marketing móvil, medios y publicidad concentran **el 77%** de la inversión en marketing móvil.



# Gracias

## CONTACTO

[info@mmapain.org](mailto:info@mmapain.org)

[administracion@mmapain.org](mailto:administracion@mmapain.org)

[www.mmapain.com](http://www.mmapain.com)

[www.mmaglobal.com](http://www.mmaglobal.com)

