



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?



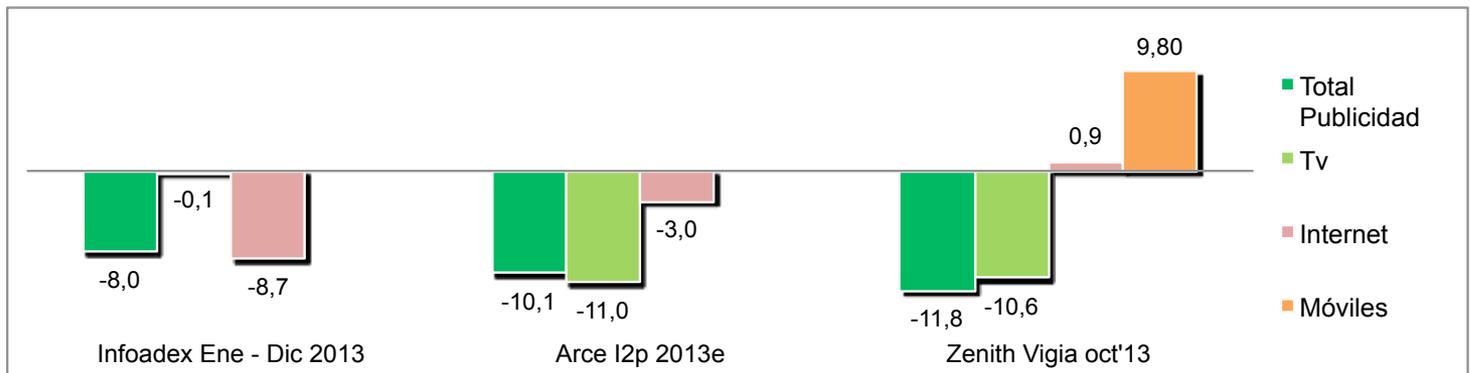


||| La inversión en Marketing Móvil

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

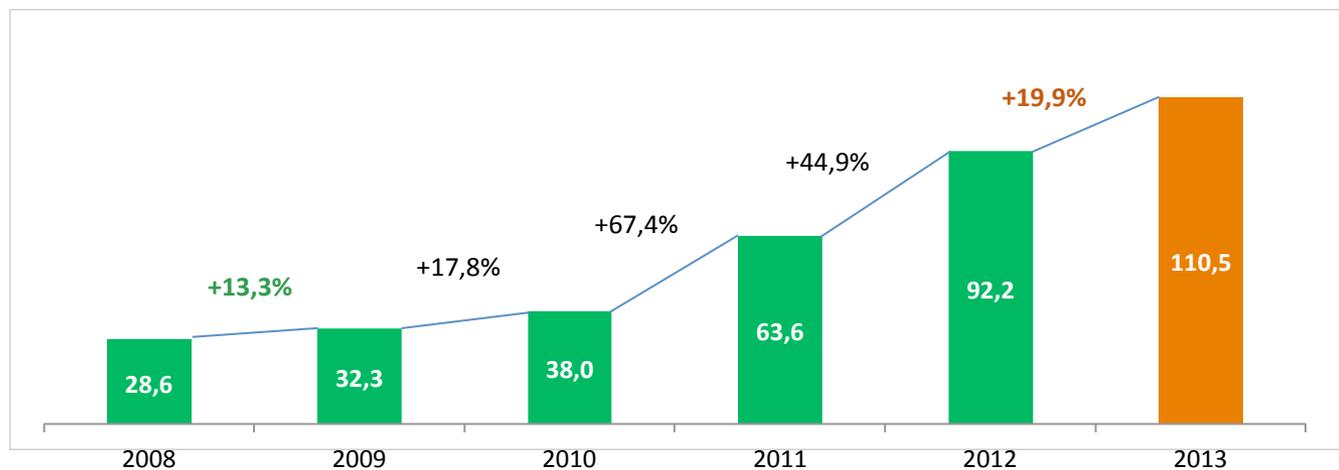
19,9% de crecimiento en
comparación a 2012

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

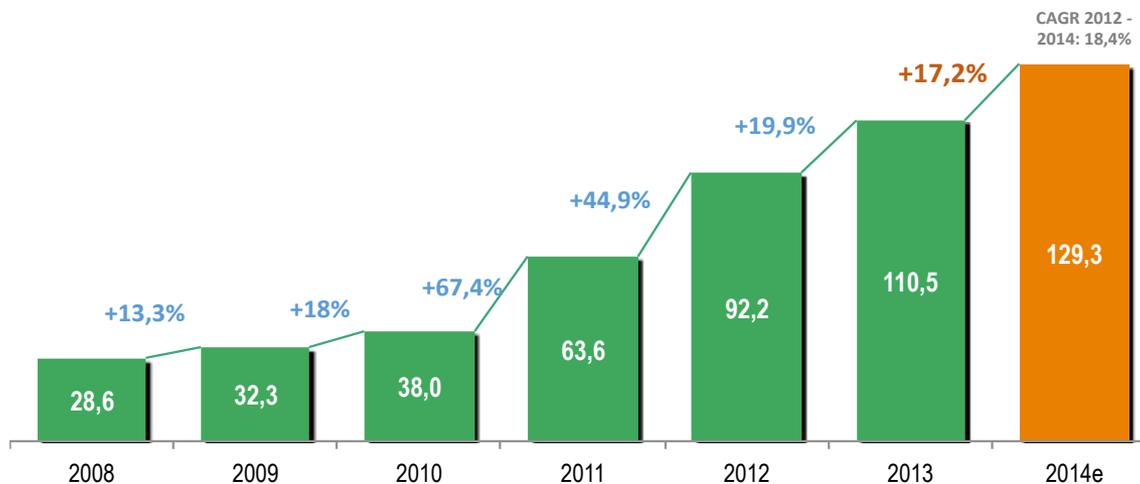
Evolución

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

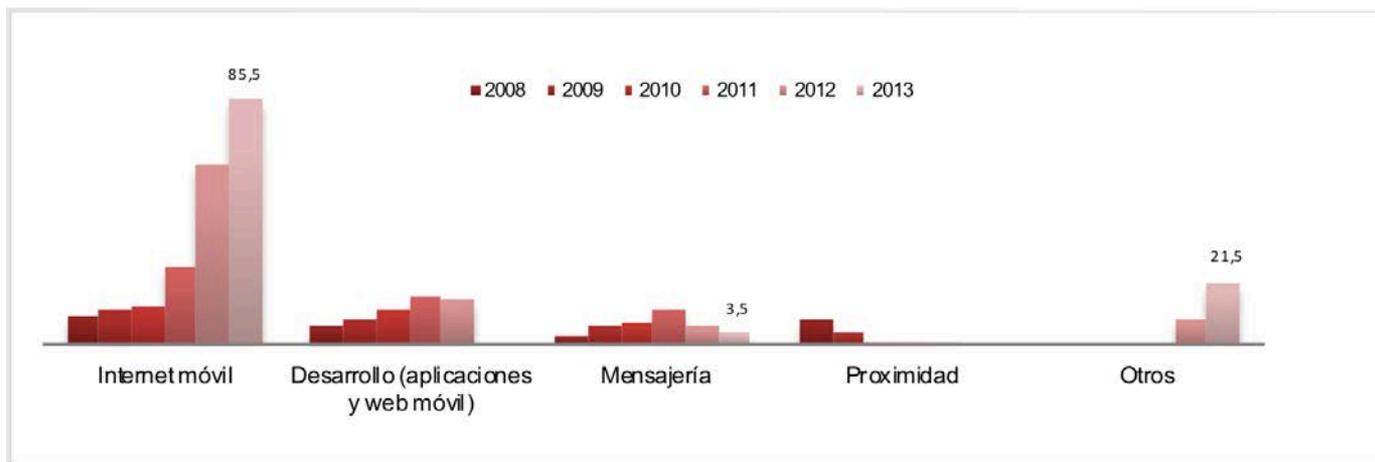
Inversión por tipología de inversión

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

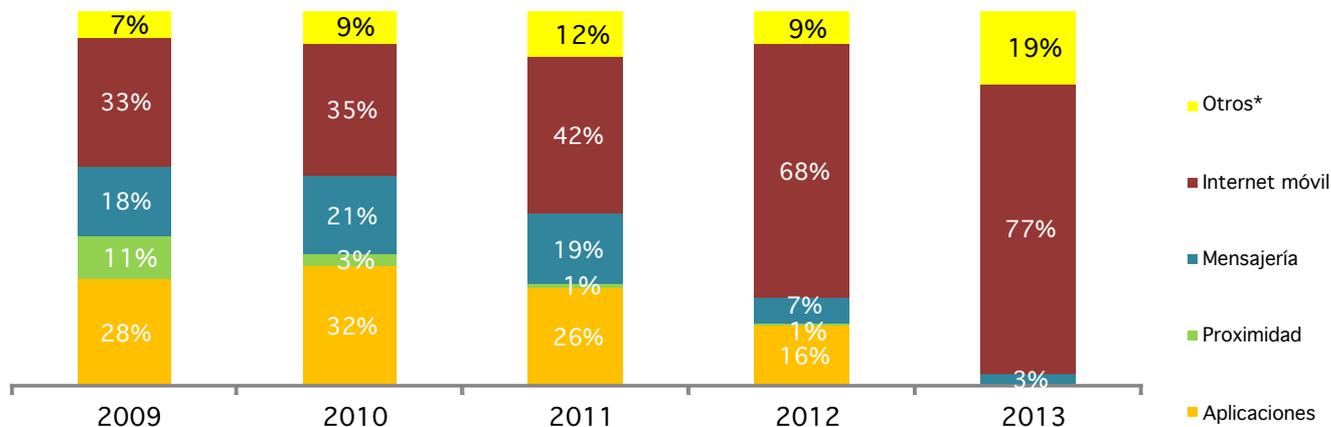
Inversión por tipología de inversión

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

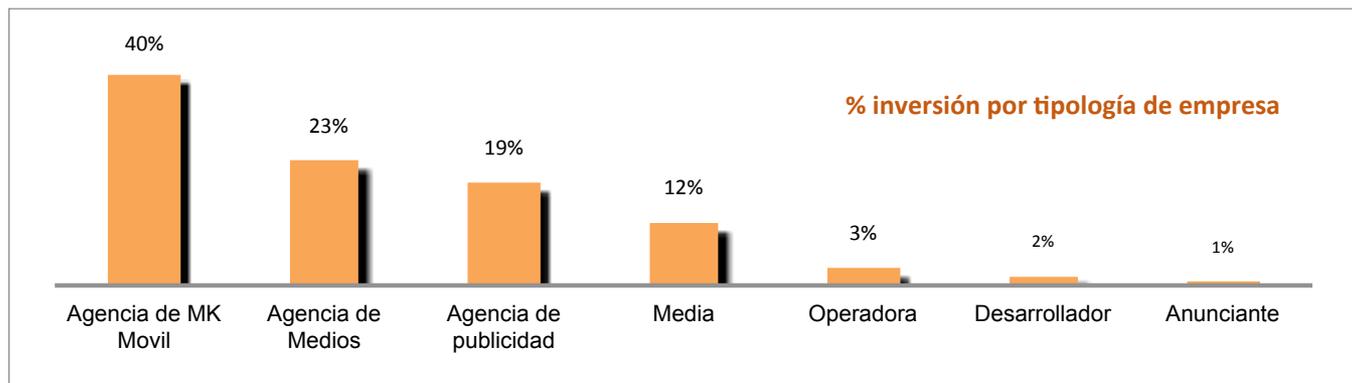
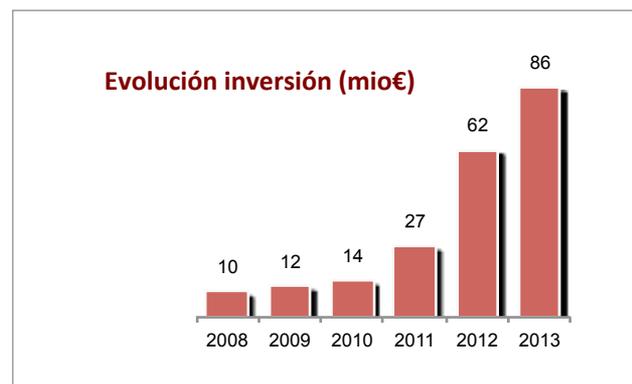
% de inversión



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.



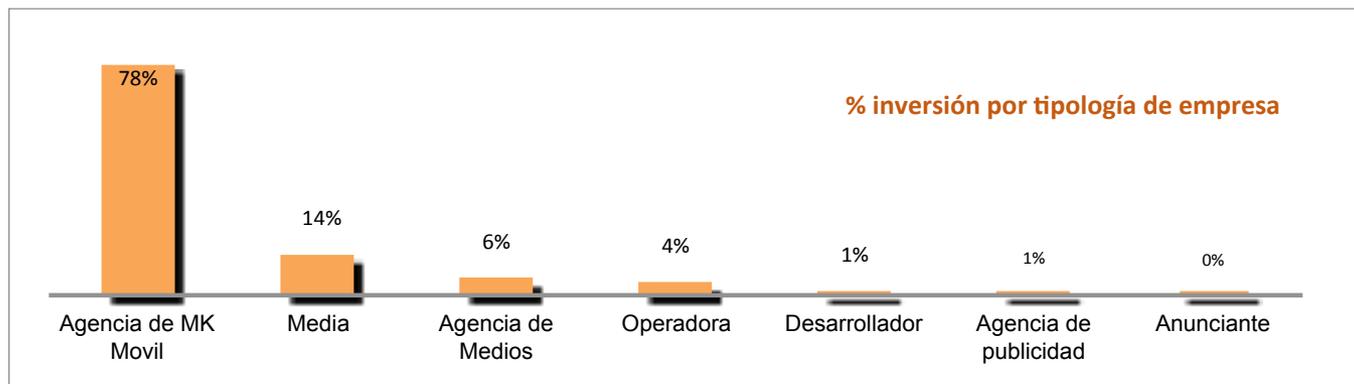
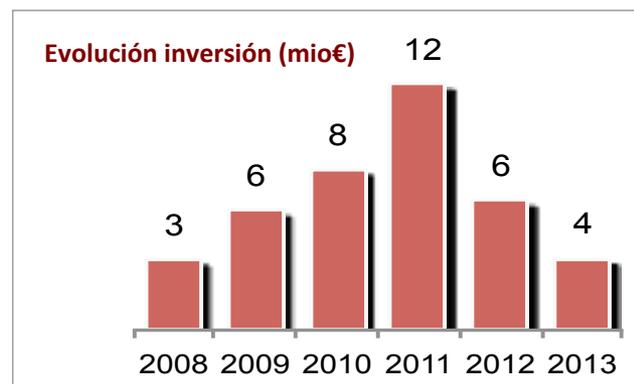
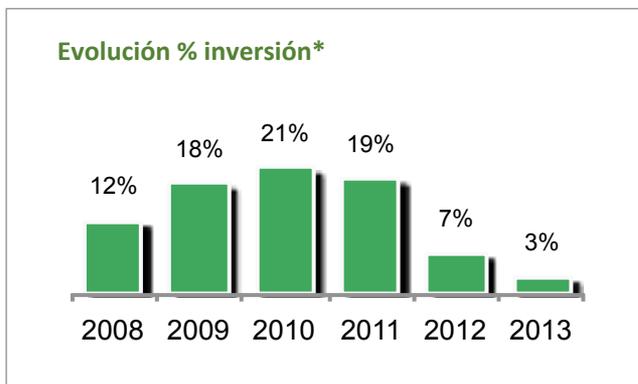
Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta cuantitativa y cualitativa MMA España 2013

*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

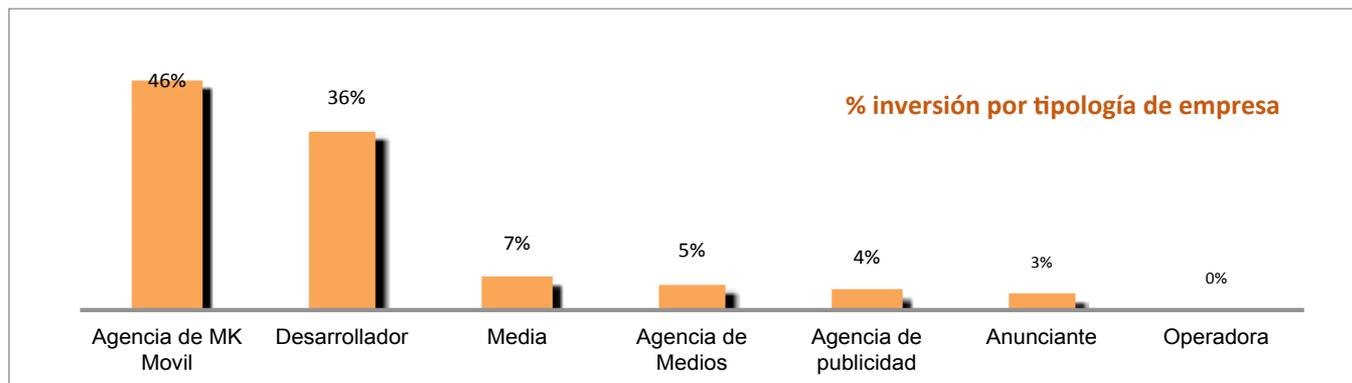
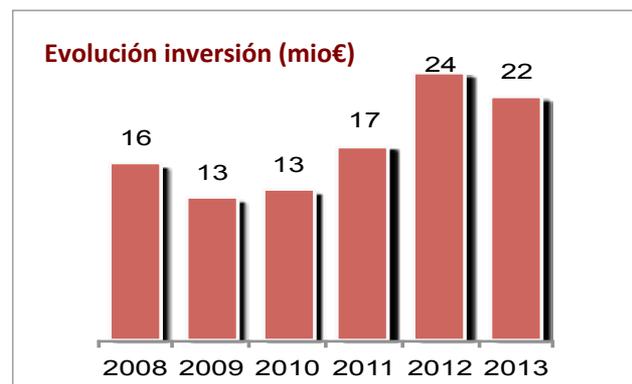
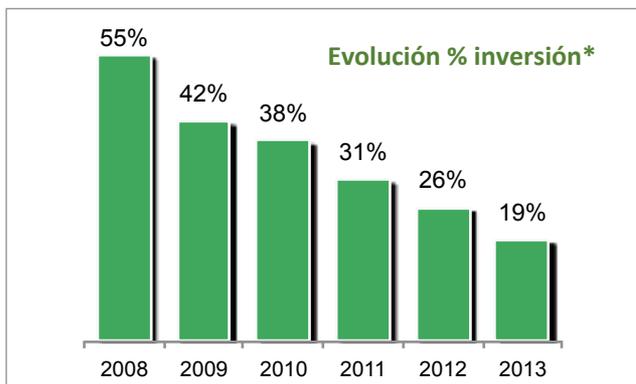
*Esta cifra incluye tecnología, producción e inversión

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

administracion@mmapain.org

www.mmapain.com

www.mmaglobal.com

