



Análisis del Marketing en España 2012

Analysis of the Marketing Expenditure – Spain

27 Noviembre 2013



ASOCIACIÓN
DE MARKETING
DE ESPAÑA



Partner académico:



Agenda

9:30	Introducción	Pedro Aguilar, Vicepresidente de la Asociación de Marketing de España
09:50	Bases metodológicas	Pedro Villa, Director de procesos y sistemas de InfoAdex
10:00	Principales resultados	Juio Vidosa, Comité Directivo de la Asociación de Marketing de España Pedro Villa, Director de procesos y sistemas de InfoAdex
10:15	Detalles, sectores y conceptos	Julia Corona, Asociación de Marketing de España
10:45	En resumen ...	Pedro Aguilar, Vicepresidente de la Asociación de Marketing de España
10:55	Coloquio	Grupo de Trabajo AMES, Modera Rosa Pascual Directora general de GFK
11:25	Despedida	ESIC
11:30	Clausura y café	

Queremos seguir ofreciendo a los profesionales de marketing la estimación, de lo que supone, en términos económicos, la actividad del marketing en nuestro país.

Ésta es la tercera recogida de datos: 2010, 2011 y 2012.

Una iniciativa compartida

“Grupo de trabajo AMES”

- GFK
- Grupo Consultores
- InfoAdex
- IRI
- Academia de la Publicidad
- Aedemo
- Anefp
- Asociación de Marketing de España – MKT

Y la muy valiosa información de INFORMA (Sabi), CEPREDE, PageGroup, Asociaciones profesionales, sectoriales y destacados expertos.

Bases metodológicas

Metodología de trabajo

- ✓ **Revisar y confirmar la estructura matricial del marketing:**
 - ✓ **Componentes:** evitar duplicidades y definir el campo al que hacen referencia
 - ✓ **Sectores:** agrupados por afinidad, con criterios "marketing"

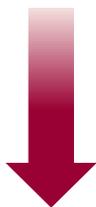
Componentes de la actividad de marketing

32 elementos; agrupados en 6 grandes conceptos

Ámbito sectorial

78 mercados

**agrupados en
15 sectores de
actividad**



	Investigación	publicidad	Personas
Gran Consumo				
Textil y moda				
Servicios				

Metodología de trabajo

- ✓ **Identificar las fuentes** disponibles que recogen el valor de los componentes de la actividad de marketing y vincularlo con los sectores económicos que los generan



Metodología de trabajo

- ✓ **Evaluar la mejor fórmula para distribuir por sectores** los datos económicos que no ofrecen referentes sectoriales

Ámbito sectorial

78 mercados

agrupados en
15 sectores de
actividad



Metodología de trabajo

✓ Validación:

Contrastar, siempre que ha sido posible, la información obtenida con las Asociaciones, Organizaciones sectoriales, Empresas o Profesionales de los distintos campos.

Gracias a todos por vuestra colaboración

Principales resultados





Inversión en marketing en 2012



***27.859,1
millones de euros***



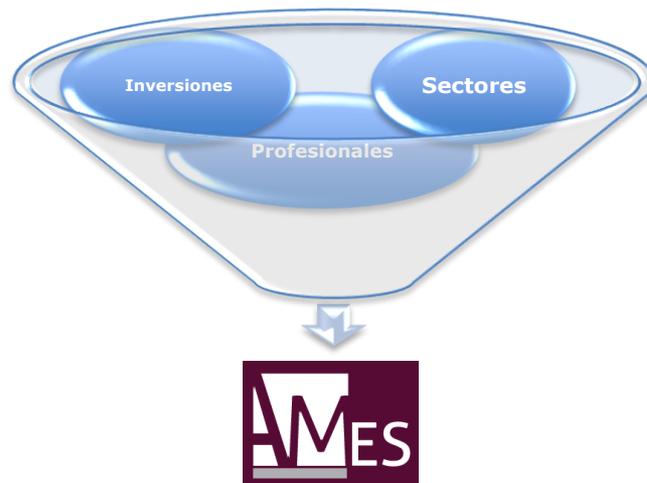
Inversión en marketing en 2012



***27.859,1
millones de euros***



***- 3.204,5 millones de euros
vs 2011***



- 10,3%

del valor invertido en 2011



Inversión en marketing en 2012



- 10,3%

del valor invertido en 2011



***4,3 puntos más de caída
que en 2011 (-6%)***



Inversión en marketing en 2012



2,71% del PIB



Inversión en marketing en 2012



2,71% del PIB



***-0,19 de cuota de PIB
que en 2011 (2,9%)***

Equipo de Marketing

***Empresas con más de 10 empleados y
más de 1 millón euros de facturación:
son 57.500 empresas***



Equipo de Marketing

***El 0,6% de la
población empleada***



Equipo de marketing de Empresas con más de 10 empleados y más de 1 millón de euros de facturación respecto del total empleados en todo tipo de empresas

Equipo de Marketing

97.700 personas

en funciones de marketing



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

Equipo de Marketing

***97.700 personas
en funciones de marketing***

***pérdida de 10.700 empleos
respecto a 2011***



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

Equipo de Marketing



-9,8%
*de las personas
dedicadas a marketing
en 2011*

Empresas con más de 10 empleados y más de 1 millón de euros de facturación

Evolución Equipo de Marketing 2010-2011-2012

	2012 vs 2011	2011 vs 2010
<i>Nº empresas (*)</i>	<i>-2,7 %</i>	<i>- 7,0%</i>
<i>Nº profesionales</i>	<i>-9,8%</i>	<i>- 11,8%</i>
<i>Salario medio</i>	<i>-0,8%</i>	<i>-6,6%</i>
<i>Inversión en Equipo de Marketing</i>	<i>-10,6%</i>	<i>-17,5%</i>



(*) de Empresas con más de 10 empleados y más de 1 millón de euros de facturación

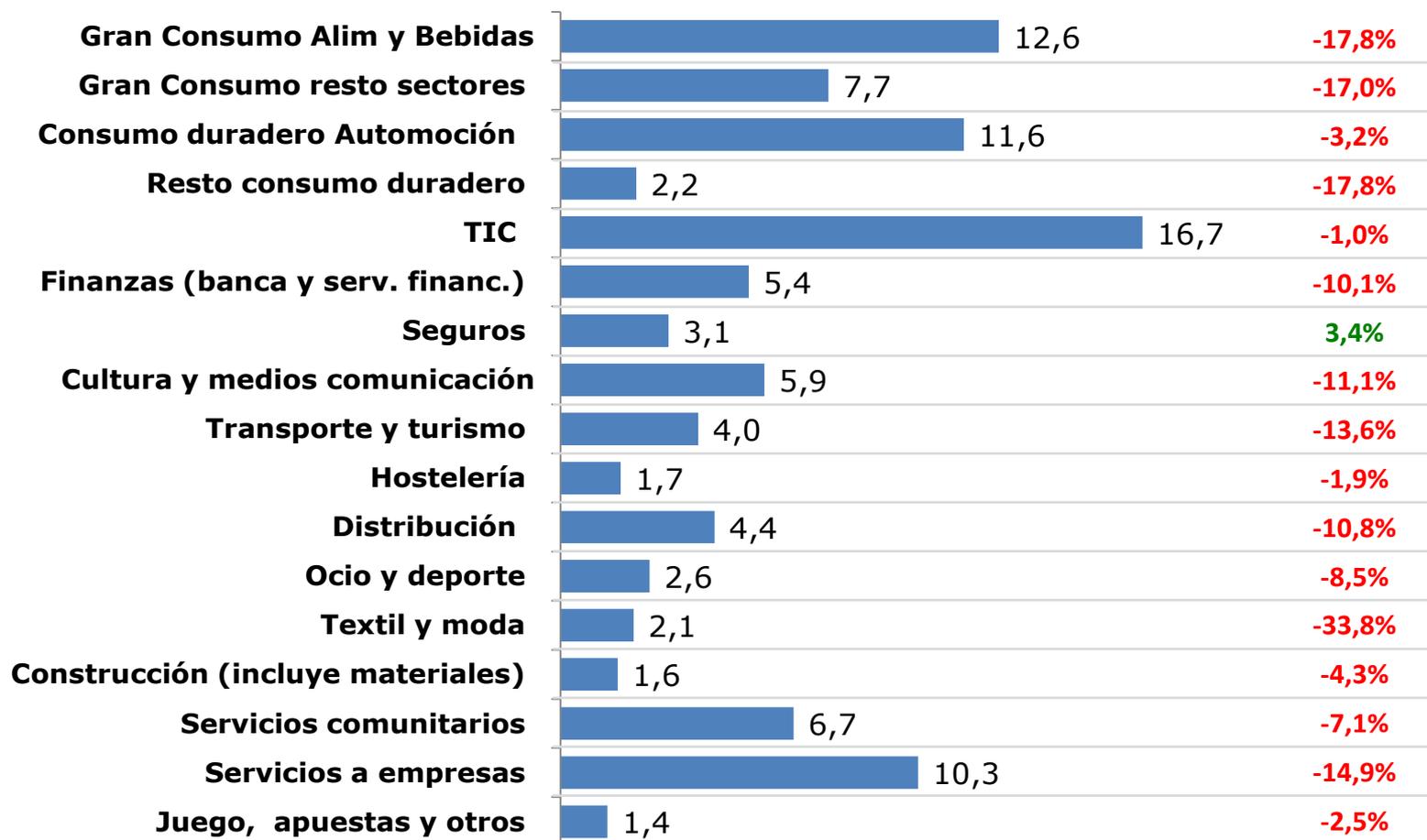
Detalles: sectores y conceptos

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	Comunicación digital (mktg online excl. compra de medios, invest. y ventas del canal)	TOTAL
Gran Consumo Alim y Bebidas	81,5	41,3	197,0	2.558,4	612,9	21,2	3.511,8
Gran Consumo resto sectores	38,9	39,8	38,9	1.904,2	100,8	24,8	2.147,3
Consumo duradero Automoción	29,3	40,8	1.619,4	1.377,8	122,1	42,7	3.232,1
Resto consumo duradero	19,7	11,7	n.d.	555,9	16,0	3,8	606,9
TIC	71,5	1.379,0	1.911,5	1.199,6	86,6	15,2	4.663,5
Finanzas (banca y serv. financ.)	50,8	241,9	n.d.	1.081,7	103,2	30,1	1.507,7
Seguros	38,0	180,2	n.d.	616,8	12,6	17,2	865,0
Cultura y medios comunicación	57,6	139,6	n.d.	1.382,0	49,9	5,4	1.634,5
Transporte y turismo	37,2	73,3	n.d.	803,8	186,3	3,7	1.104,2
Hostelería	8,4	9,0	n.d.	420,6	38,3	6,5	482,7
Distribución	23,6	45,4	n.d.	950,0	199,9	16,2	1.235,3
Ocio y deporte	7,3	10,1	232,2	447,9	14,0	2,3	713,8
Textil y moda	5,9	7,4	179,0	363,8	22,3	6,9	585,4
Construcción (incluye materiales)	5,2	6,9	n.d.	279,7	160,6	5,9	458,4
Servicios comunitarios	185,7	370,0	n.d.	1.139,3	159,7	13,9	1.868,8
Servicios a empresas	37,9	233,3	n.d.	1.508,3	1.073,4	12,7	2.865,5
Juego, apuestas y otros	7,8	10,5	n.d.	337,5	19,1	1,2	376,2
Total	706,3	2.840,2	4.178,0	16.927,3	2.977,6	229,8	27.859,1

Distribución por sectores %

2012 vs 2011
% variación valores absolutos

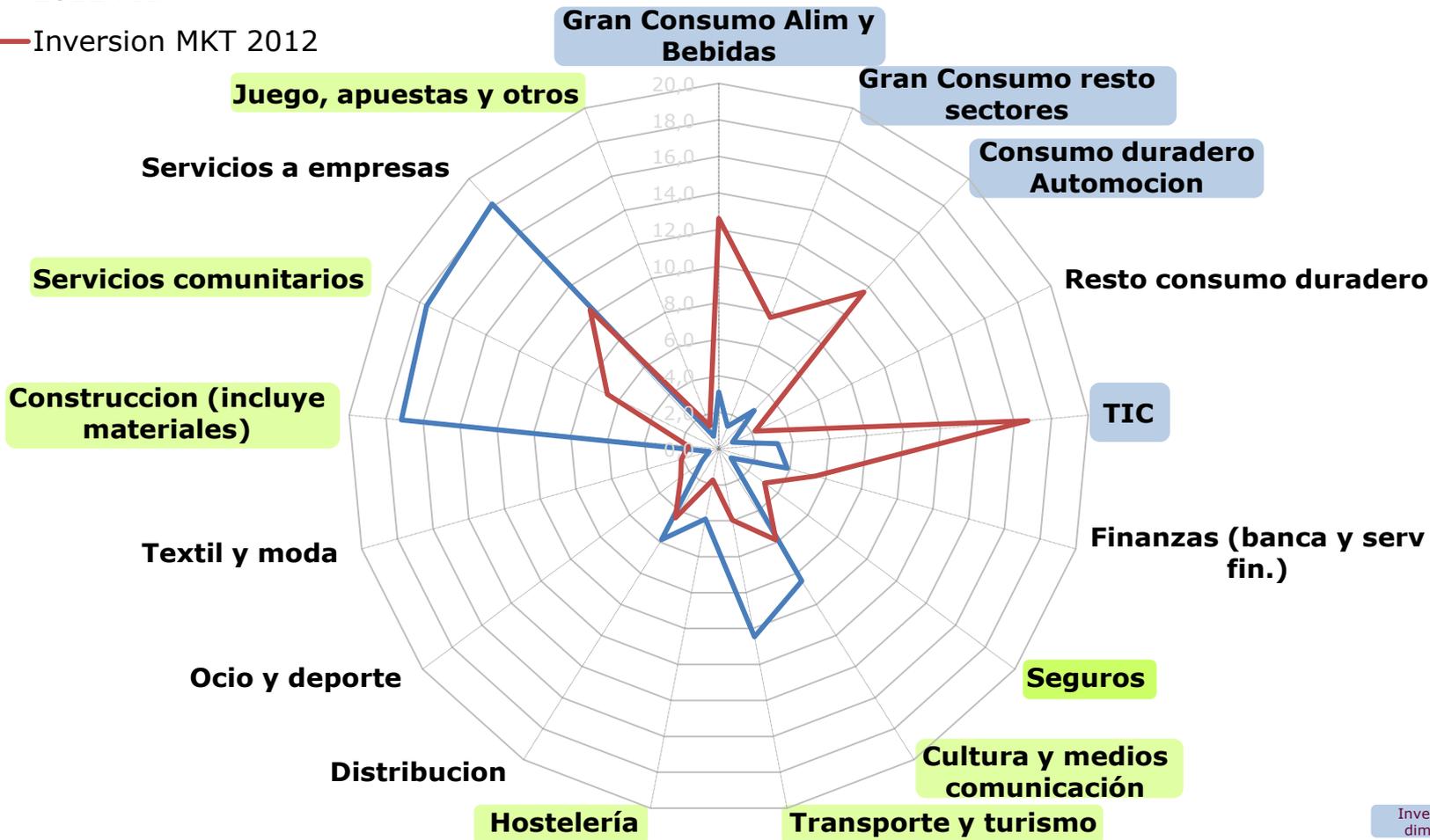


Base: Total inversión en marketing 27.859 Mill Eur (-10,3% vs 2011)

Distribución PIB (*) e Inversión en Marketing por sectores (%)

— 2012 PIB

— Inversión MKT 2012



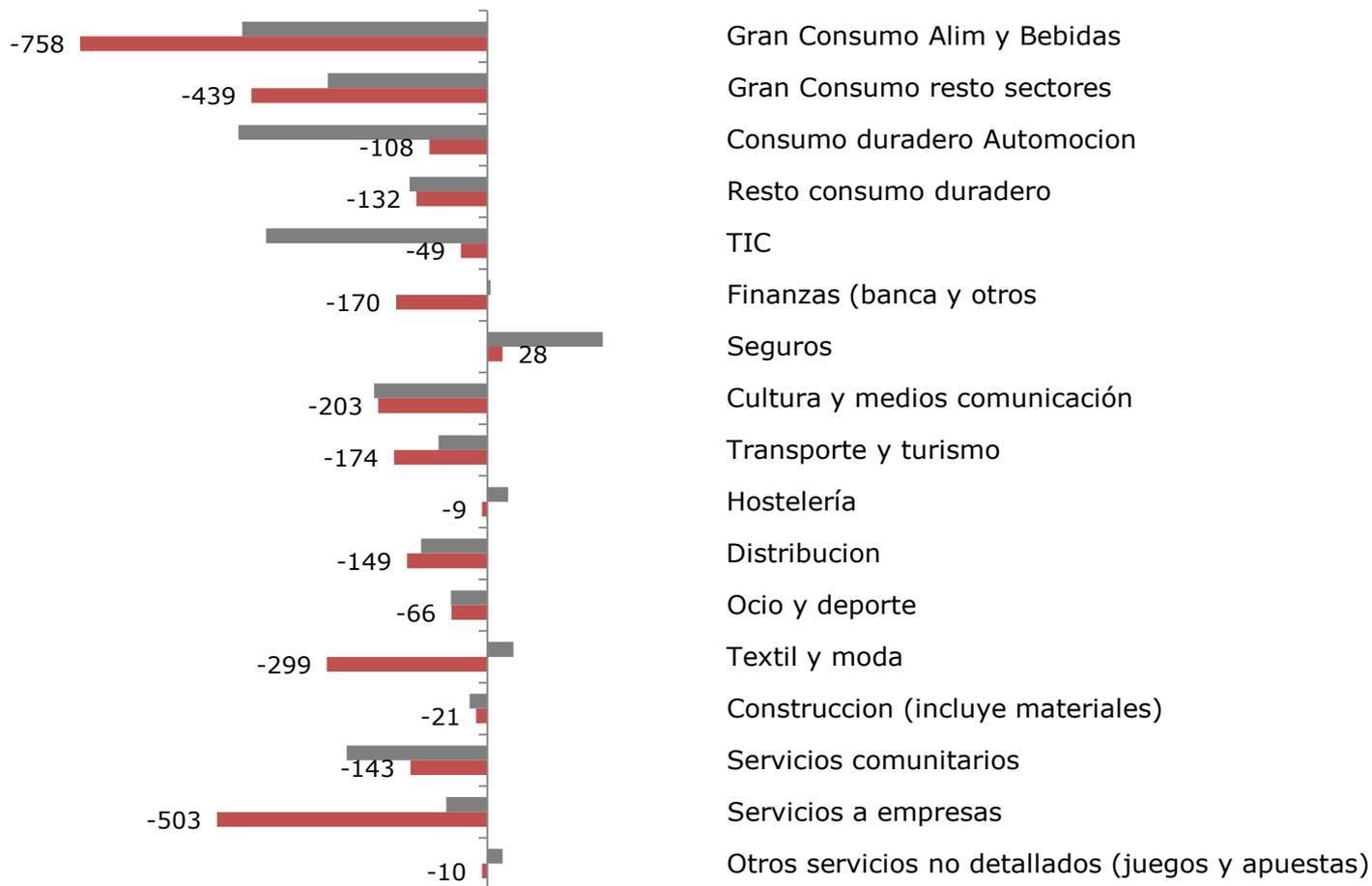
Inversión superior a la dimensión del sector

Inversión en marketing en desarrollo

(*): CEPREDE, VAB a precios básicos

Variación absoluta de la inversión total de Marketing: Detalle por sectores Millones de Euros

■ 2011 vs 2010 ■ 2012 vs 2011



Millones €	Total
2011 vs 2010	-2.299
2012 vs 2011	-3.204

2012 vs 2011
% variación valores absolutos

Distribución por conceptos

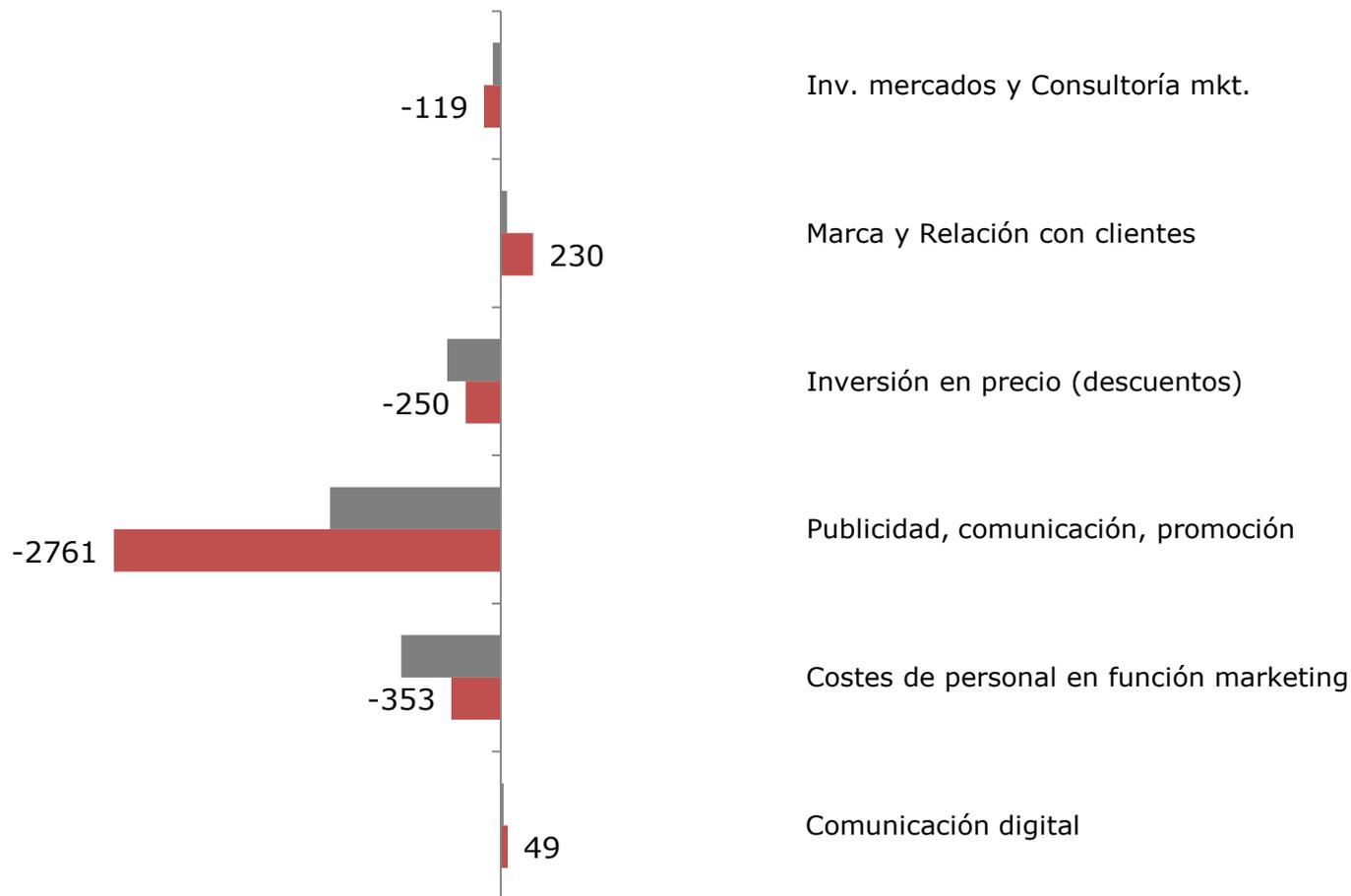
%



Base: Total inversión en marketing 27.859 Mill Eur (-10,3% vs 2011)

**Variación absoluta de la inversión total de Marketing:
Detalle por conceptos Millones de Euros**

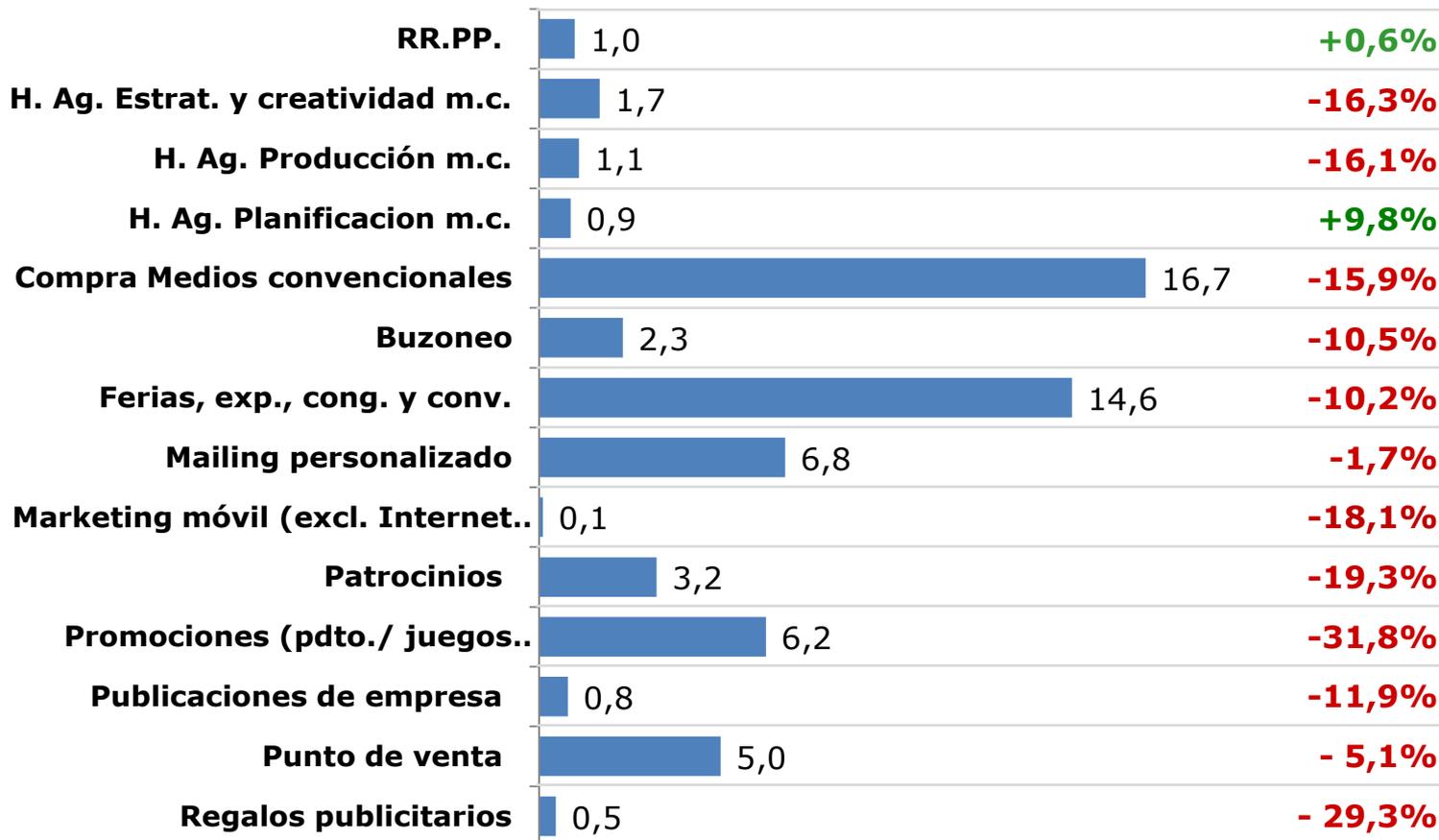
■ 2011 vs 2010 ■ 2012 vs 2011



Millones €	Total
2011 vs 2010	-2.299
2012 vs 2011	-3.204

Distribución por conceptos: Detalle publicidad, comunicación y promoción %

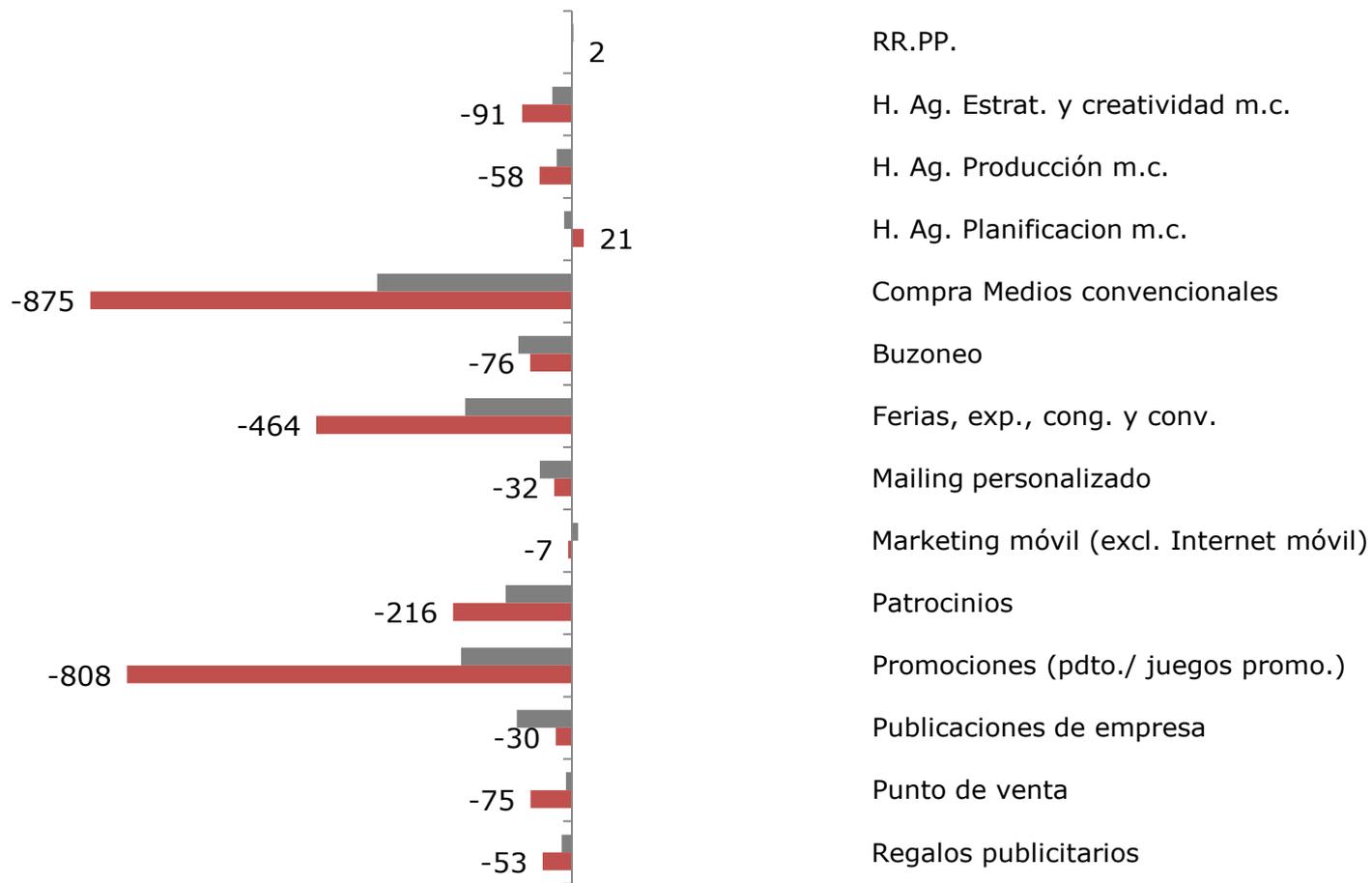
2012 vs 2011
% variación valores absolutos



Base: Total inversión en marketing 27.859 Mill Eur (-10,3% vs 2011)

**Variación absoluta de la inversión total de Marketing:
Detalle por conceptos Publicidad, Comunicación y Promoción
Millones de Euros**

■ 2011 vs 2010 ■ 2012 vs 2011

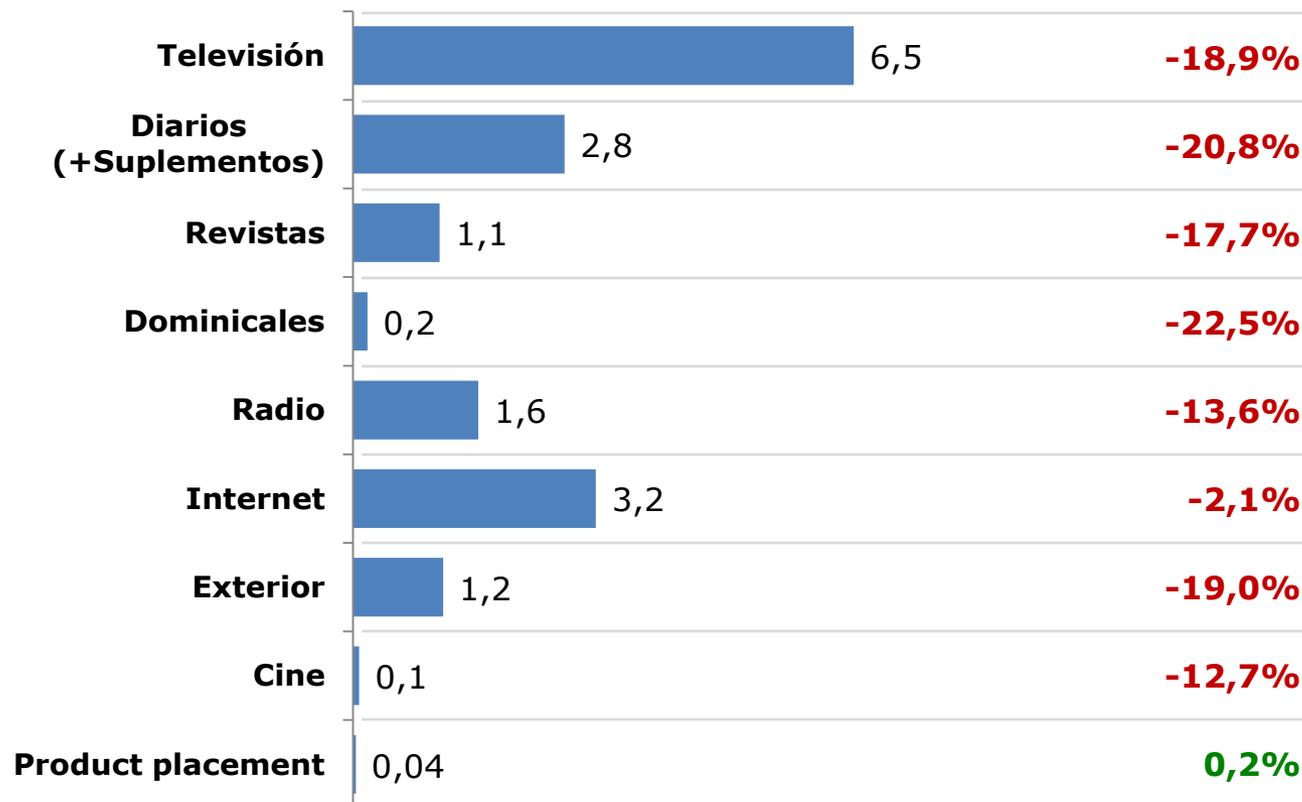


Millones €	Total
2011 vs 2010	-1.217
2012 vs 2011	-2.761

Distribución por conceptos: Detalle compra medios convencionales

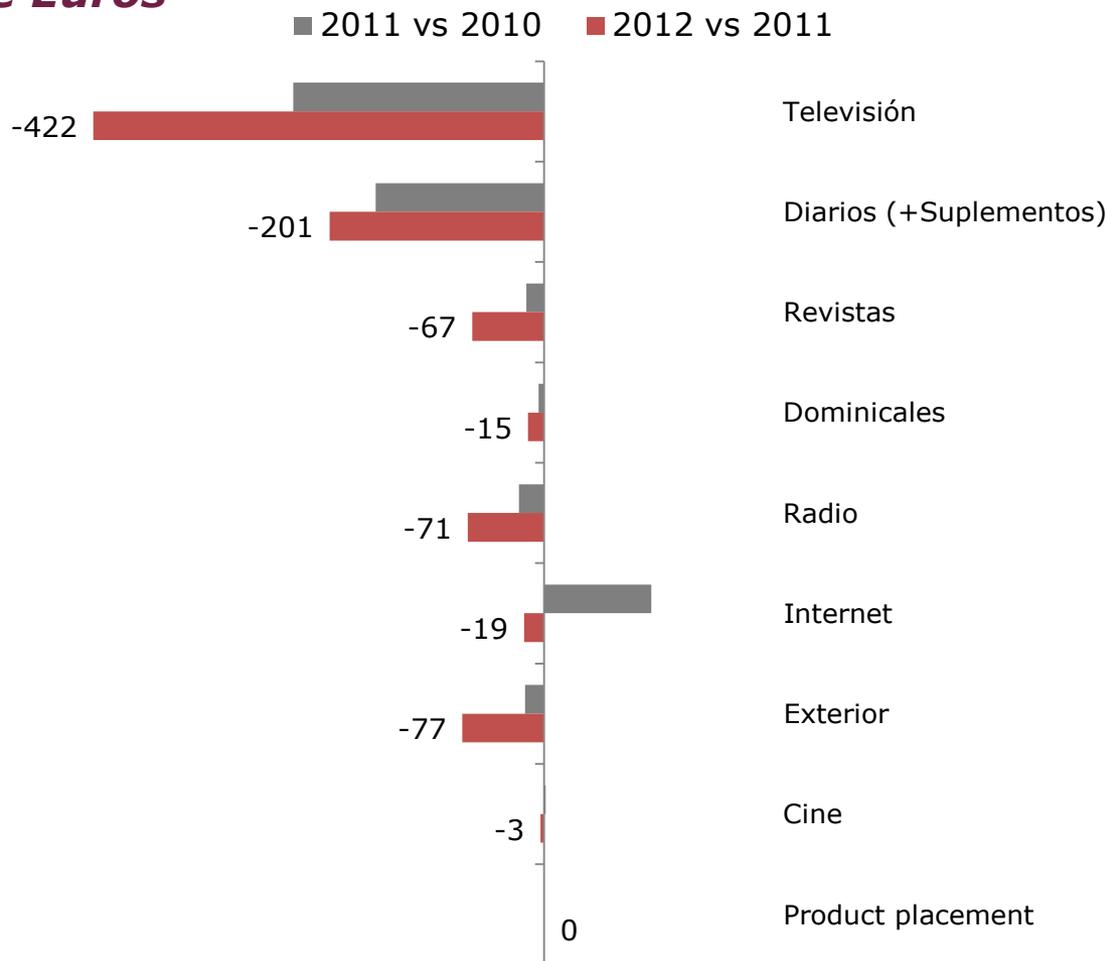
%

2012 vs 2011
% variación valores absolutos



Base: Total inversión en marketing 27.859 Mill Eur (-10,3% vs 2011)

Variación absoluta de la inversión total de Marketing: Detalle por conceptos *Compra de medios convencionales* Millones de Euros



Millones €	Total
2011 vs 2010	-354
2012 vs 2011	-875

En resumen ...

- ✓ ***El mercado de marketing supone el 2,71% del PIB (27.859 Millones Euros).***
- ✓ ***Este valor supone un 10,3% menos que la inversión en 2011.***
- ✓ ***El descenso es de 4,3 puntos mayor que el registrado en el estudio previo.***

En resumen ...

- ✓ ***La ocupación en funciones de marketing es el 0,6% de la población empleada.***
- ✓ ***La reducción de la inversión en RRHH de Marketing ha resultado ser un -0,6%, valor muy inferior a la reducción de 2011 que fue un -17,5%.***

En resumen ...

	2012 vs 2011	2011 vs 2010
<i>INVERSION TOTAL actividad de marketing</i>	<i>-10,3 %</i>	<i>- 6,0%</i>
<i>Inversión Equipo marketing</i>	<i>-10,6%</i>	<i>-17,5%</i>
<i>Inversión en Publicidad, Comunicación y Promoción</i>	<i>-14,0%</i>	<i>-5,8%</i>

En resumen ...

- ✓ ***Los sectores con mejor comportamiento en la evolución de su inversión en la actividad de marketing son: Seguros, Juego y Apuestas, Hostelería, TIC y Consumo Duradero-Automoción.***
- ✓ ***Seguros es el único sector que incrementa su inversión en términos absolutos.***
- ✓ ***Gran Consumo, Consumo Duradero excepto Automoción y Textil-moda son los sectores con mayor caída en su inversión.***

En resumen ...

- ✓ ***Los componentes de la inversión con mayor crecimiento son: Relación con Cliente (+9,2%) y el Entorno Digital (+2,1%), debido al impacto del +27% en Comunicación Digital.***
- ✓ ***La publicidad en TV es el componente de la inversión con mayor caída, un -18,9%, es decir 422 millones de euros menos que en 2011.***

- ✓ ***Ya son tres años trabajando sobre estos datos.***
- ✓ ***Ojalá, en la próxima edición, la evolución resulte más positiva que en los años precedentes.***

Los profesionales del marketing, seguro, estamos trabajando por ello.



<http://www.asociacionmkt.es/otrosdocumentos/AMES201227N13.pdf>



Análisis del Marketing en España 2012

ANEXO – CIFRAS TOTALES INVERSION 2012 – 2011- 2010
Analysis of the Marketing Expenditure – Spain

27 Noviembre 2013

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, comunica- ción, promoción	Costes de personal en función marketing	Comunica- ción digital (mktng online excl. compra de medios, invest. y ventas del canal)	TOTAL
Gran Consumo Alim y Bebidas	81,5	41,3	197,0	2.558,4	612,9	21,2	3.511,8
Gran Consumo resto sectores	38,9	39,8	38,9	1.904,2	100,8	24,8	2.147,3
Consumo duradero Automoción	29,3	40,8	1.619,4	1.377,8	122,1	42,7	3.232,1
Resto consumo duradero	19,7	11,7	n.d.	555,9	16,0	3,8	606,9
TIC	71,5	1.379,0	1.911,5	1.199,6	86,6	15,2	4.663,5
Finanzas (banca y serv. financ.)	50,8	241,9	n.d.	1.081,7	103,2	30,1	1.507,7
Seguros	38,0	180,2	n.d.	616,8	12,6	17,2	865,0
Cultura y medios comunicación	57,6	139,6	n.d.	1.382,0	49,9	5,4	1.634,5
Transporte y turismo	37,2	73,3	n.d.	803,8	186,3	3,7	1.104,2
Hostelería	8,4	9,0	n.d.	420,6	38,3	6,5	482,7
Distribución	23,6	45,4	n.d.	950,0	199,9	16,2	1.235,3
Ocio y deporte	7,3	10,1	232,2	447,9	14,0	2,3	713,8
Textil y moda	5,9	7,4	179,0	363,8	22,3	6,9	585,4
Construcción (incluye materiales)	5,2	6,9	n.d.	279,7	160,6	5,9	458,4
Servicios comunitarios	185,7	370,0	n.d.	1.139,3	159,7	13,9	1.868,8
Servicios a empresas	37,9	233,3	n.d.	1.508,3	1.073,4	12,7	2.865,5
Juego, apuestas y otros	7,8	10,5	n.d.	337,5	19,1	1,2	376,2
Total	706,3	2.840,2	4.178,0	16.927,3	2.977,6	229,8	27.859,1

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	Comunica- ción digital (mkting online excl. compra de medios, invest. y ventas del canal)	TOTAL
Gran Consumo Alim y Bebidas	87,1	32,9	211,9	3.161,1	704,8	72,1	4.269,8
Gran Consumo resto sectores	39,1	29,6	25,4	2.365,3	118,0	8,9	2.586,3
Consumo duradero Automoción	32,4	32,1	1.624,3	1.506,1	131,5	13,5	3.339,9
Resto consumo duradero	24,2	8,9	0,0	683,6	19,5	2,8	738,8
TIC	81,5	1.301,4	1.881,0	1.336,9	103,4	8,1	4.712,4
Finanzas (banca y serv. financ.)	56,1	224,5	0,0	1.255,4	113,2	28,3	1.677,4
Seguros	40,2	149,6	0,0	622,0	13,8	11,0	836,6
Cultura y medios comunicación	63,7	124,9	0,0	1.589,2	56,5	3,4	1.837,7
Transporte y turismo	44,0	75,7	0,0	931,3	224,9	2,3	1.278,1
Hostelería	10,3	6,4	0,0	427,8	46,1	1,5	492,1
Distribución	37,7	45,3	0,0	1.081,4	215,5	4,9	1.384,8
Ocio y deporte	12,2	7,6	239,2	502,1	17,2	1,9	780,2
Textil y moda	7,8	5,5	446,7	395,3	25,9	2,9	883,9
Construcción (incluye materiales)	7,1	5,0	0,0	286,4	178,9	1,8	479,2
Servicios comunitarios	204,8	346,1	0,0	1.271,3	182,9	6,8	2.011,8
Servicios a empresas	66,5	206,6	0,0	1.928,6	1.156,9	10,3	3.368,9
Juego, apuestas y otros	10,8	7,6	0,0	344,4	22,2	0,7	385,8
Total	825,4	2.609,7	4.428,5 (*)	19.688,1 (*)	3.331,1	181,0	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 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	Comunica- ción digital (mkting online excl. compra de medios, invest. y ventas del canal)	TOTAL
Gran Consumo Alim y Bebidas	98,7	38,5	182,7	3.498,8	843,0	64,4	4.726,0
Gran Consumo resto sectores	43,6	34,6	27,8	2.622,6	144,6	7,9	2.881,1
Consumo duradero Automoción	38,1	36,6	1.871,1	1.677,4	160,7	12,1	3.796,1
Resto consumo duradero	28,2	11,3	0,0	817,8	23,3	2,5	883,1
TIC	90,5	1.280,4	1.776,0	1.548,6	128,2	7,3	4.830,9
Finanzas (banca, serv. financieros y seguros)	100,0	403,6	0,0	1.578,8	159,4	35,1	2.276,9
Cultura y medios comunicación	66,8	120,7	0,0	1.786,8	66,6	3,0	2.044,0
Transporte y turismo	22,9	69,4	0,0	999,0	271,8	2,0	1.365,1
Hostelería	8,0	5,9	0,0	380,5	56,1	1,4	451,8
Distribución	35,2	37,0	0,0	1.159,7	270,1	4,4	1.506,4
Ocio y deporte	13,6	8,5	259,5	544,8	19,2	1,7	847,3
Textil y moda	7,0	5,2	405,4	383,8	31,0	2,6	835,0
Construcción (incluye materiales)	6,8	5,0	0,0	277,6	218,9	1,6	509,9
Servicios comunitarios	249,2	289,1	0,0	1.509,0	217,6	6,1	2.270,9
Servicios a empresas	64,0	211,8	0,0	1.736,0	1.403,3	9,2	3.424,3
Juego, apuestas y otros	9,7	7,2	0,0	310,1	26,1	0,7	353,7
Total	882,3	2.564,8	4.522,5	20.831,2	4.039,9	161,8	33.002,5