



GRUPO
CONSULTORES

www.grupoconsultores.com



ESTUDIO SOBRE INVERSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS DIGITALES
PRIMER SEMESTRE 2012

METODOLOGÍA

Grupo Consultores realiza este estudio con base en **los datos proporcionados por las empresas del sector**, que han sido evaluados según un **acuerdo de confidencialidad** con GC.

IAB Spain (Interactive Advertising Bureau) **realiza una estimación del sector de buscadores y enlaces patrocinados** en función de datos proporcionados por los principales agentes del sector.

Para el cálculo de los porcentajes de **inversión por actividad y por formato se realiza una extrapolación de los datos proporcionados** por los participantes con el fin de obtener datos totales de inversión en Internet.



INVERSIÓN EN PUBLICIDAD BAJO ESTUDIO

La **inversión publicitaria en medios digitales** se expone de acuerdo a la siguiente estructura:



EMPRESAS PARTICIPANTES

A continuación, se exponen todas las empresas que han proporcionado **datos de Internet**:

EMPRESAS PARTICIPANTES

| | | | | | |
|---------------------|--------------------------|------------------------------------|------------------|------------------|--------------|
| ADCONION | CCRTVI | EL SEMANAL DIGITAL | LA RAZON | SMART CLIP | VOCENTO |
| ADDOOR LATINMARKETS | CHELLO MULTICANAL | EXPERIAN ESPAÑA S.L. (CHEETAHMAIL) | MEDIA RESPONSE | SOFTONIC | WEBLOGS S.L. |
| ADTRIPLE | COCHES.COM | FOCUS EDICIONES | MICROSOFT | TAPTAP | WEBORAMA |
| AFFILI.NET | CONDENET IBÉRICA S.L | GOVIRAL | MOVISTAR | TELEMADRID | YAHOO! |
| ANTEVENIO | CORPORACIÓN PUBLICITARIA | HEARST | ORANGE | TERRA | YOC |
| ANUNTIS-SEGUNDAMANO | CYBERCLICK | HI-MEDIA | PRISA BS | TRADE DOUBLER | ZANOX |
| ATRES ADVERTISING | DIXIMEDIA | HISPAVISTA | PUBLICIDAD.NET | TRIBAL FUSION | |
| AUDIOEMOTION | EBUZZING | HORIZON MEDIA | PUBLIPRESS MEDIA | TUENTI | |
| CADENA COPE | EL ECONOMISTA | IMPRESIONES WEB | QUSTODIAN | UNIDAD EDITORIAL | |

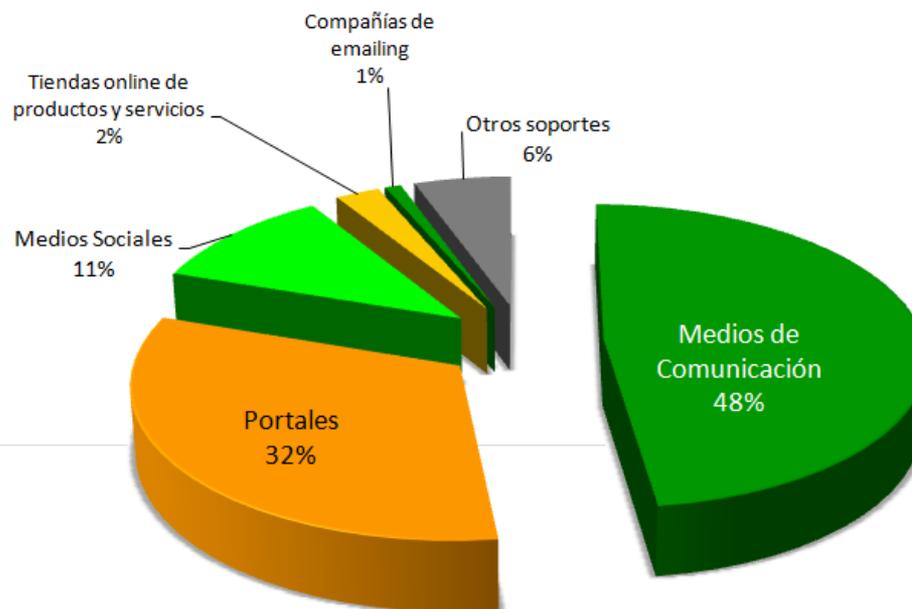
51 empresas participantes

(50 en S1 2011)

TIPOLOGÍA DE PARTICIPANTES

S1 - 2012

| | S1 2012 | S1 2011 |
|--------------------------------------------|---------|---------|
| Medios de Comunicación | 48,00% | 37,72% |
| Portales | 32,20% | 37,66% |
| Medios Sociales (redes sociales, blogs...) | 10,90% | 9,93% |
| Tiendas online de productos y servicios | 2,50% | 2,62% |
| Compañías de emailing | 0,90% | 5,75% |
| Otros soportes | 5,50% | 6,33% |



ÍNDICE

1. Situación General de la Industria en los Medios Digitales

Inversión S1 2012

Medios digitales vs Medios convencionales

2. Internet

Análisis de resultados S1 2012

Publicidad Display vs Search

Publicidad Display:

- Nivel de concentración

- Actividad del anunciante

- Principales anunciantes

- Modelos de pricing

- Tipos de formato

- Video

3. Mobile

Análisis de resultados S1 2012

Publicidad Display vs Search

Puntos Clave



Situación General de la Industria en los Medios Digitales

INVERSIÓN TOTAL S1 2012

434,43 millones de €

Internet
422,11 M€

Mobile
12,32 M€

97,08 %

2,92%

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS EN MEDIOS CONVENCIONALES vs DIGITAL

S1 - 11 / S1 - 12

| | S1 2011 | S1 2012 | Variación % | % sobre Total |
|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| Televisión | 1.214,6 | 1.014,2 | -16,5% | 43,0% |
| DIGITAL | 439,2 | 434,4 | -1,1% | 18,3% |
| Diarios | 465 | 369,7 | -20,5% | 15,6% |
| Radio | 220,9 | 195,8 | -11,4% | 8,3% |
| Revistas | 200,3 | 168,1 | -16,1% | 7,1% |
| Exterior | 193 | 158,1 | -18,1% | 6,7% |
| Dominicales | 29,8 | 25 | -16,1% | 1,1% |
| Cine | 10 | 7,2 | -28,2% | 0,3% |
| Total | 2.772,8 | 2.372,5 | -16,1% | 100% |

Millones de €

Millones de €

Fuente: Infoadex e IAB Spain



The logo for iab spain research, featuring the lowercase letters 'iab' in orange, 'spain' in a smaller orange font, and 'research' in a grey font, all enclosed within a white circle with a brown arc above it.

iab
spain
research



Internet

ANÁLISIS DE RESULTADOS: INVERSIÓN INTERNET S1 - 2012



**422,11
millones de €**

97,08 %

**De la publicidad en
medios digitales**



ANÁLISIS DE RESULTADOS: PROGRESIÓN INVERSIÓN INTERNET

S1 2008 - S1 2012



| | | |
|------|----|------------|
| 2008 | S1 | 315,01 M € |
| | S2 | 308,23 M € |
| 2009 | S1 | 313,87 M € |
| | S2 | 340,28 M € |
| 2010 | S1 | 377,43 M € |
| | S2 | 412,11 M € |
| 2011 | S1 | 431,95 M € |
| | S2 | 451,16 M € |

Variación de la
inversión del **-2.3%**
respecto a S1 2011

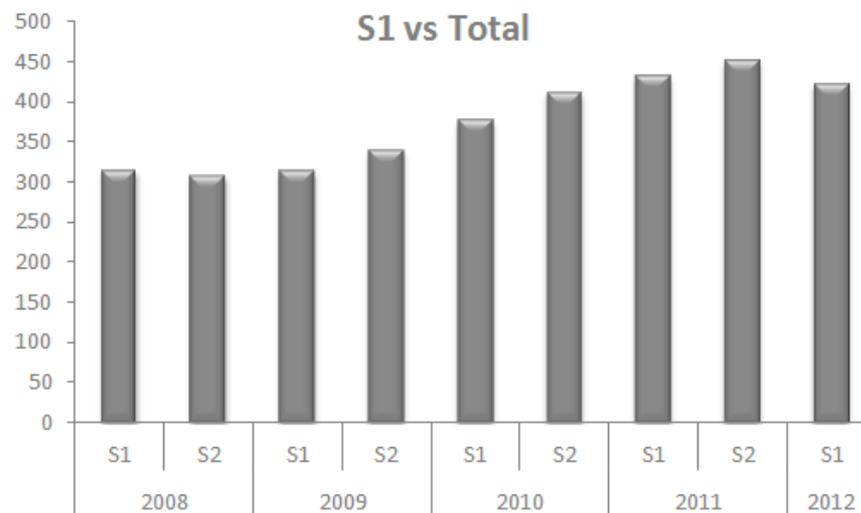
2012 | S1 | 422,11 M €



ANÁLISIS DE RESULTADOS: EVOLUCIÓN RESULTADOS INTERNET



Evolución de la facturación semestral S1 08 / S1 12



Variación de la inversión del -2.3% respecto a S1 2011



DESGLOSE DE LA INVERSIÓN EN INTERNET: PUBLICIDAD SEARCH VS. DISPLAY



Search



Display



55.92%

236.07 M€

(50.14 %)
S1 2011



186.04 M€

44.08%

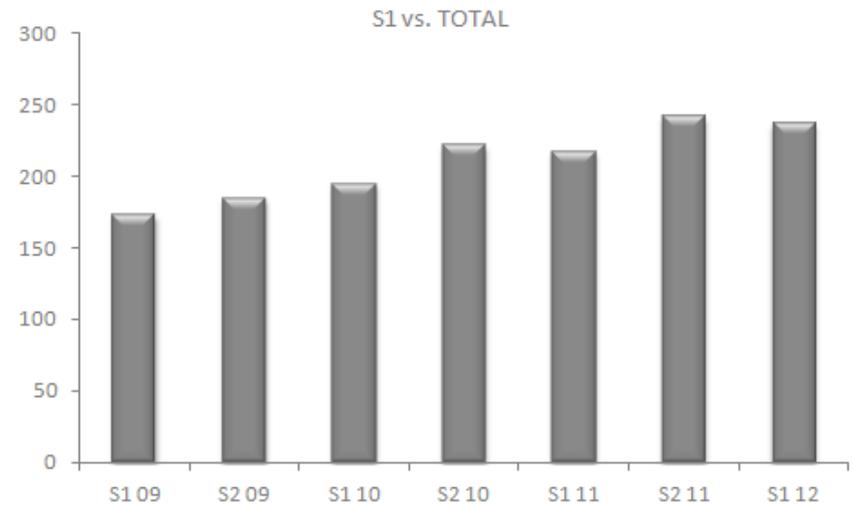
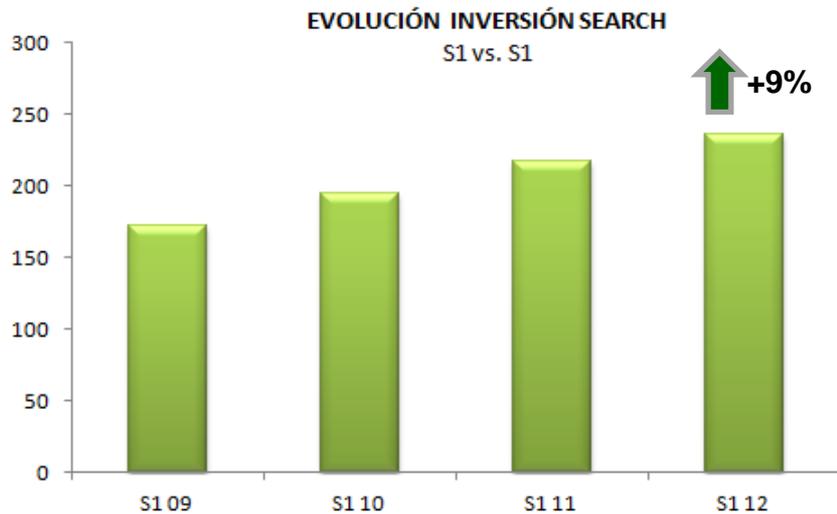
(49.86 %)
S1 2011



422,11 millones de €



SEARCH: EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN SEMESTRAL S1 2009 - S1 2012



Incremento del

9%

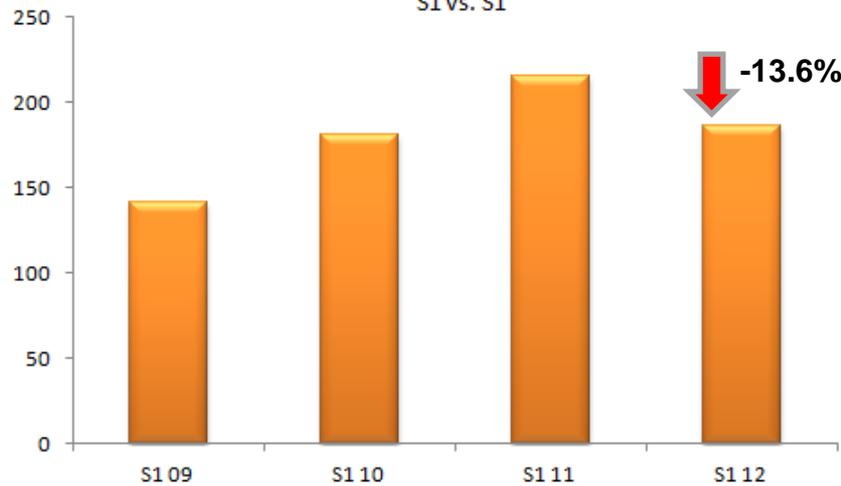
vs. S1 2011



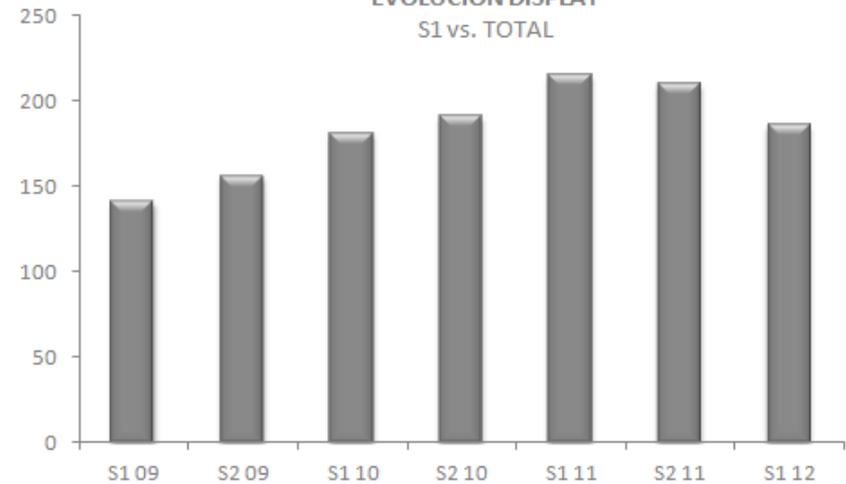
DISPLAY: EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN SEMESTRAL S1 2009 - S1 2012



EVOLUCIÓN INVERSIÓN DISPLAY
S1 vs. S1



EVOLUCIÓN DISPLAY
S1 vs. TOTAL



Descenso del

13.6%

vs. S1 2011

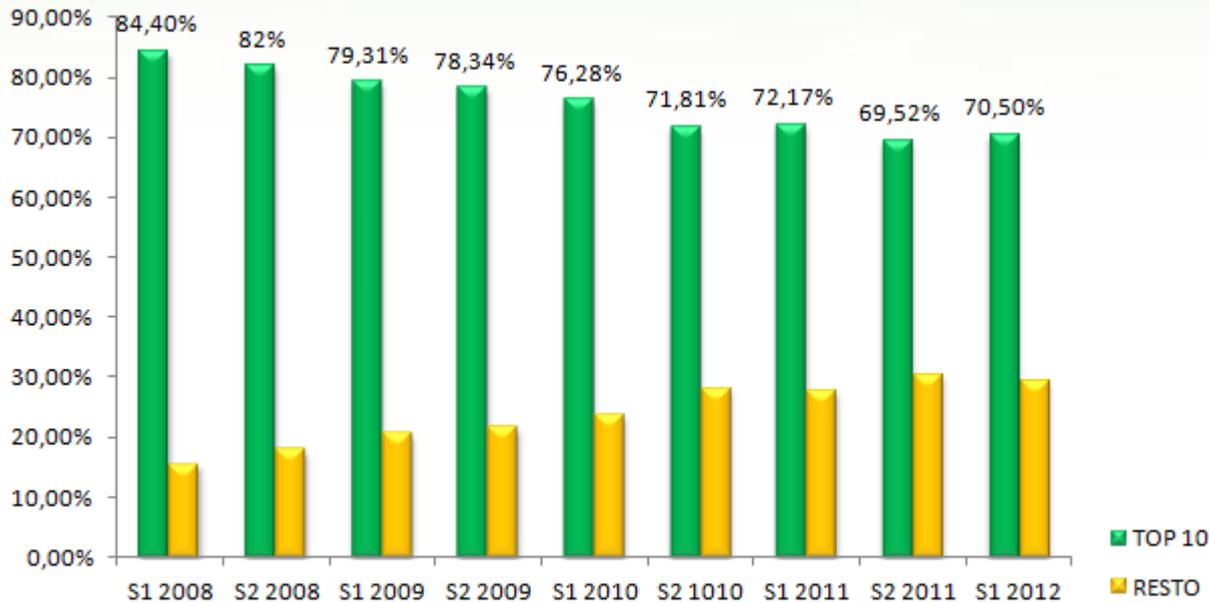




ANÁLISIS PUBLICIDAD DISPLAY

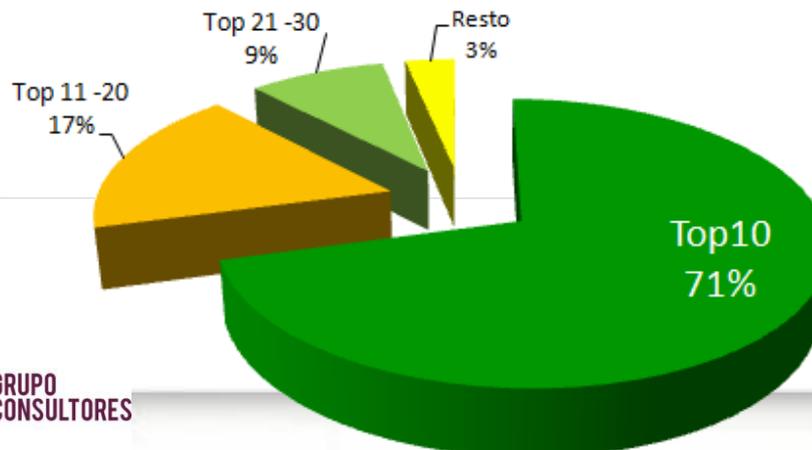
PUBLICIDAD DISPLAY - NIVEL DE CONCENTRACIÓN DEL SECTOR - S1 2012

Evolución Top10 vs. Resto



La cuota de mercado alcanzada por las diez principales empresas en S1 2012 es del

70.5%



Nivel de concentración
S1 2012

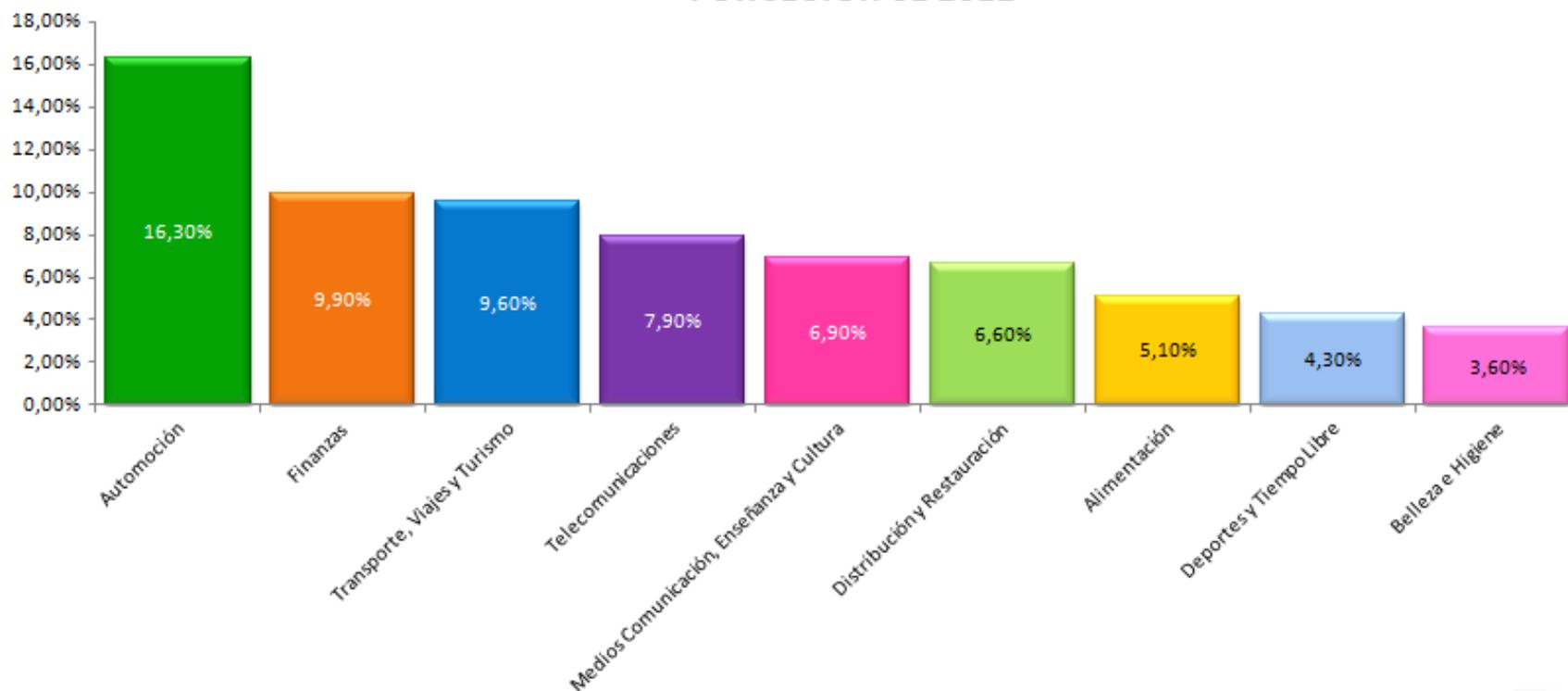


PUBLICIDAD DISPLAY

ACTIVIDAD ANUNCIANTE: COMPARATIVA POR SECTORES



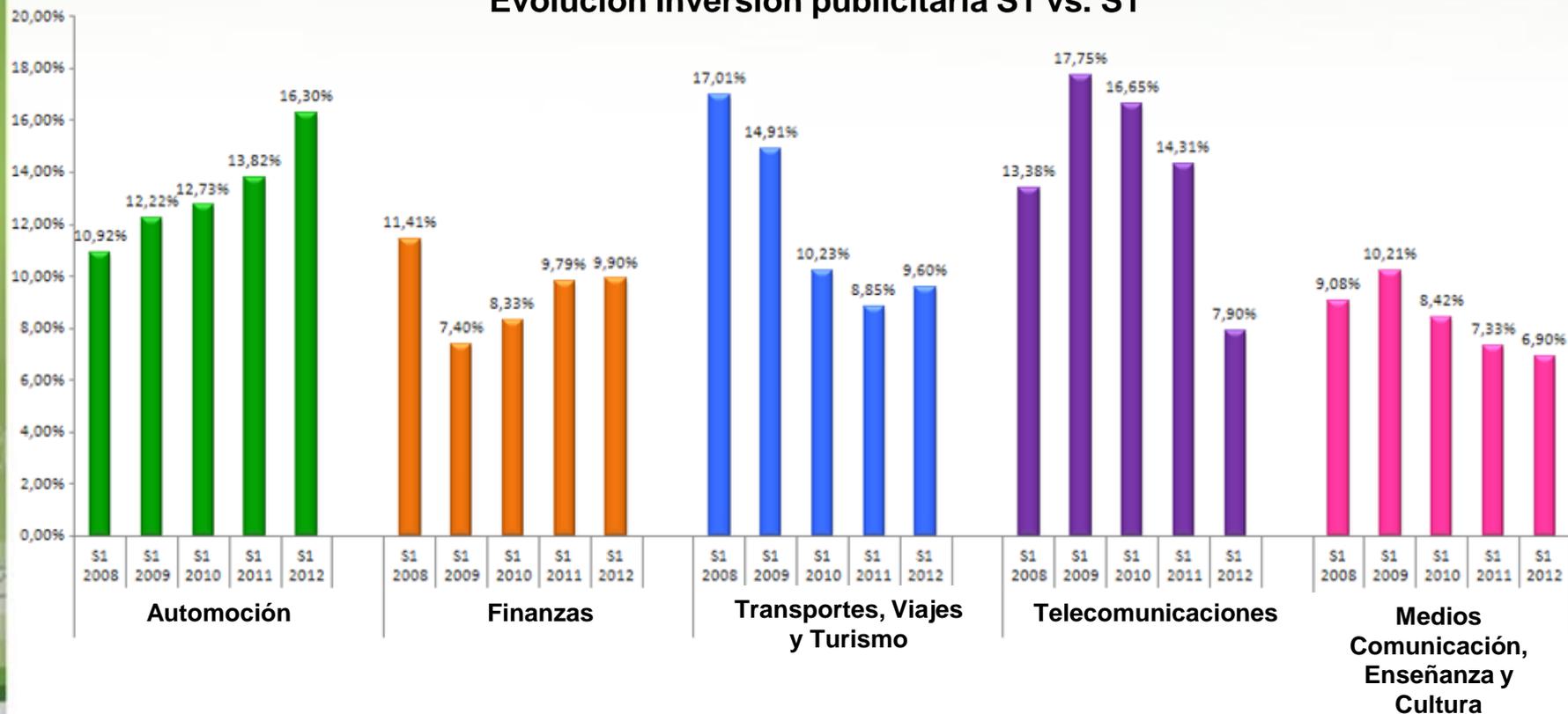
**CUOTA DE INVERSIÓN PUBLICITARIA
POR SECTOR S1 2012**



PUBLICIDAD DISPLAY

ACTIVIDAD ANUNCIANTE: COMPARATIVA POR SECTORES

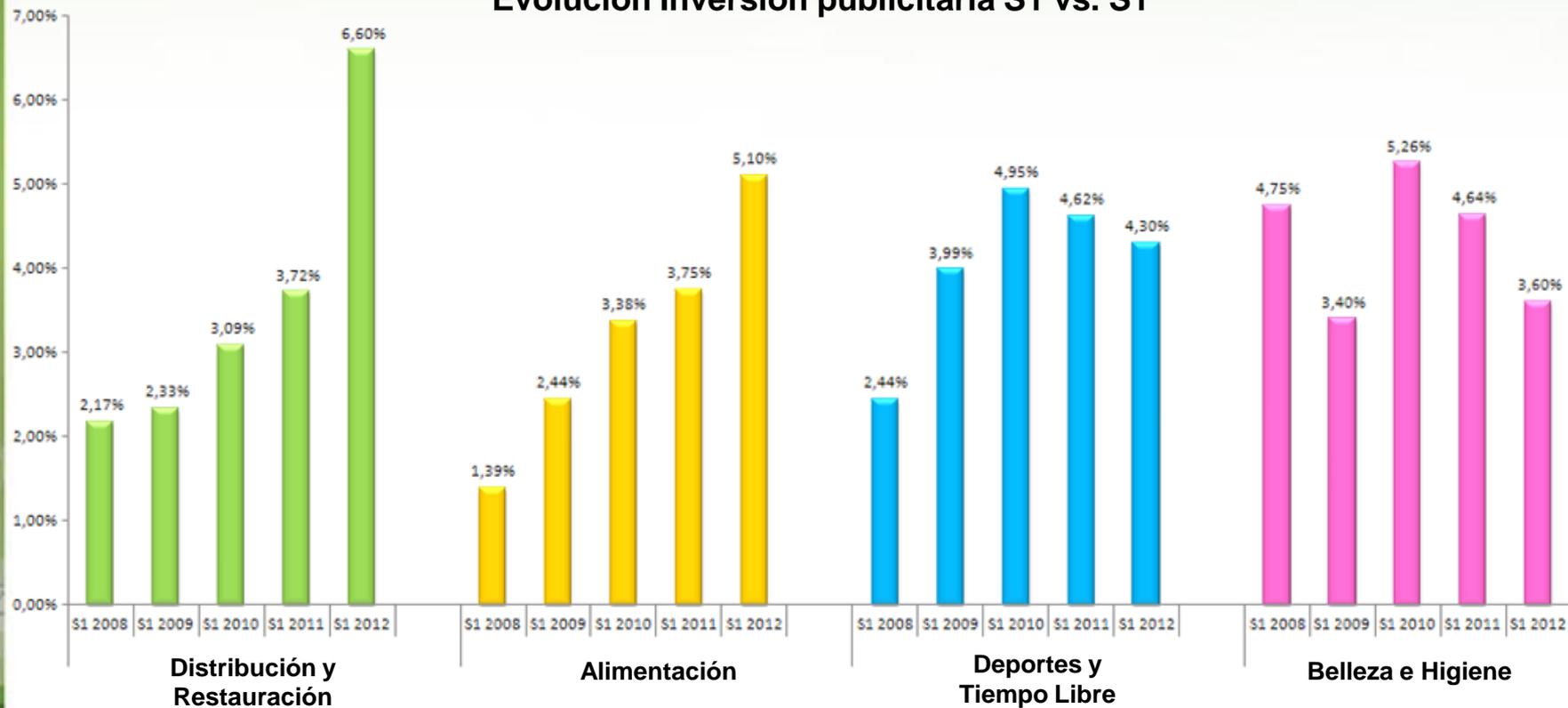
Evolución Inversión publicitaria S1 vs. S1



PUBLICIDAD DISPLAY

ACTIVIDAD ANUNCIANTE: COMPARATIVA POR SECTORES

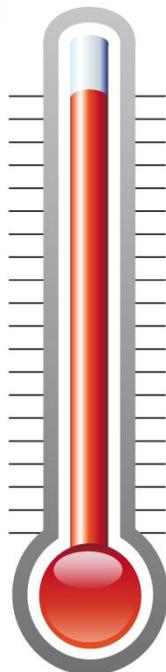
Evolución Inversión publicitaria S1 vs. S1



PUBLICIDAD DISPLAY

PRINCIPALES ANUNCIANTES – S1 2012

TOP 20

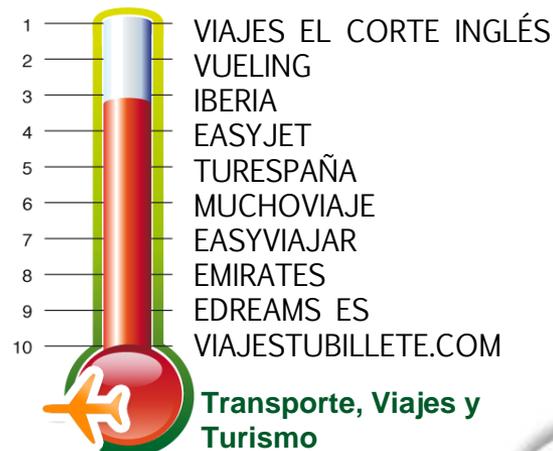
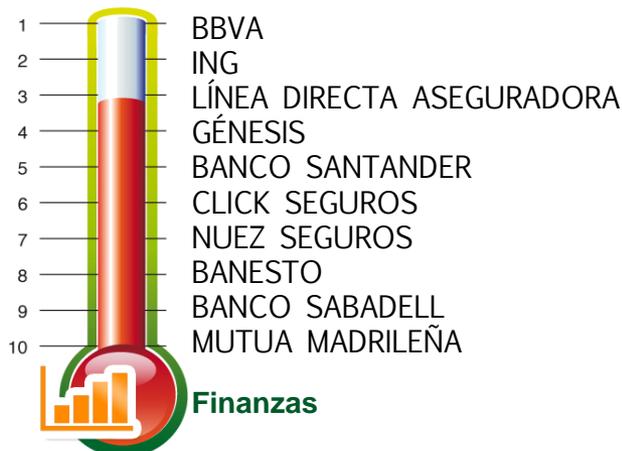
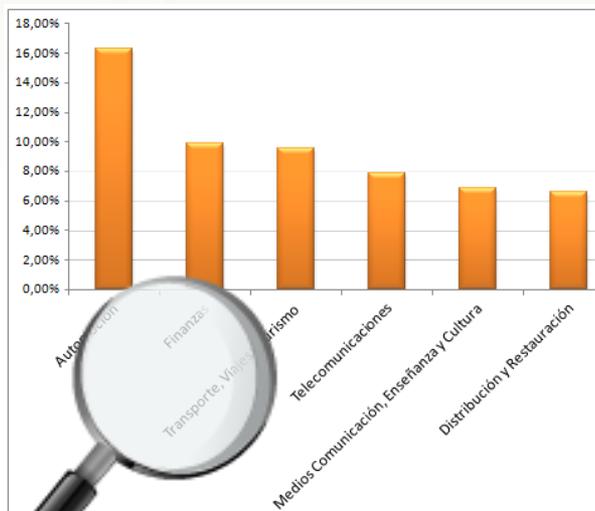


| | S1 2012 | ANUNCIANTE | S1 2011 | SECTOR |
|---|---------|------------------------------------------|---------|-------------------------------|
| ↑ | 1 | EL CORTE INGLÉS | 3 | DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN |
| ↑ | 2 | PROCTER & GAMBLE | 5 | BELLEZA E HIGIENE |
| ↑ | 3 | RENAULT (RENAULT + DACIA) | 4 | AUTOMOCIÓN |
| ↑ | 4 | VAESA (VOLKSWAGEN + AUDI + SEAT + SKODA) | 11 | AUTOMOCIÓN |
| ↑ | 5 | PSA (PEUGEOT + CITROËN) | 8 | AUTOMOCIÓN |
| ↑ | 6 | GENERAL MOTORS (GM + OPEL + CHEVROLET) | 12 | AUTOMOCIÓN |
| ↓ | 7 | VODAFONE | 2 | TELECOMUNICACIONES E INTERNET |
| ↓ | 8 | MOVISTAR | 1 | TELECOMUNICACIONES E INTERNET |
| ↓ | 9 | ORANGE | 7 | TELECOMUNICACIONES E INTERNET |
| ↔ | 10 | BBVA | 10 | FINANZAS |
| ↑ | 11 | UNILEVER | 13 | BELLEZA E HIGIENE |
| ↓ | 12 | NISSAN (NISSAN + INFINITY) | 9 | AUTOMOCIÓN |
| ↑ | 13 | DANONE | - | ALIMENTACIÓN |
| ↔ | 14 | TOYOTA | 14 | AUTOMOCIÓN |
| ↑ | 15 | MAHOU SAN MIGUEL | - | BEBIDAS |
| ↑ | 16 | GROUPON | - | VARIOS (Couponing) |
| ↑ | 17 | IMINENT | - | VARIOS (Emoticonos) |
| ↑ | 18 | BET 365 | 20 | JUEGOS Y APUESTAS |
| ↑ | 19 | LETSBONUS | - | VARIOS (Couponing) |
| ↑ | 20 | GOOGLE | - | TELECOMUNICACIONES E INTERNET |



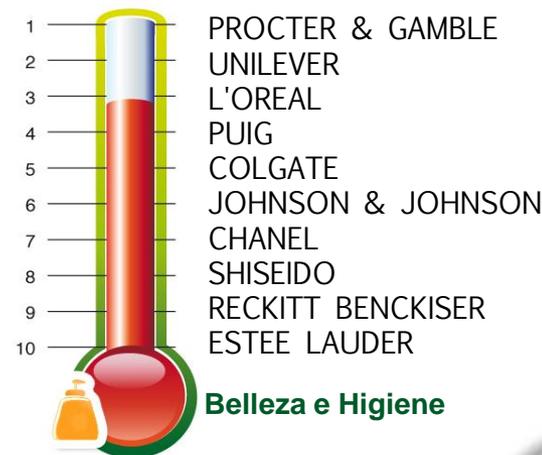
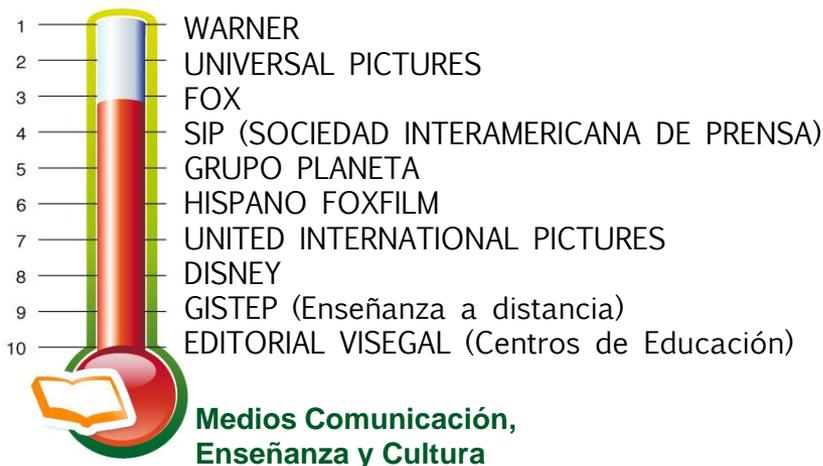
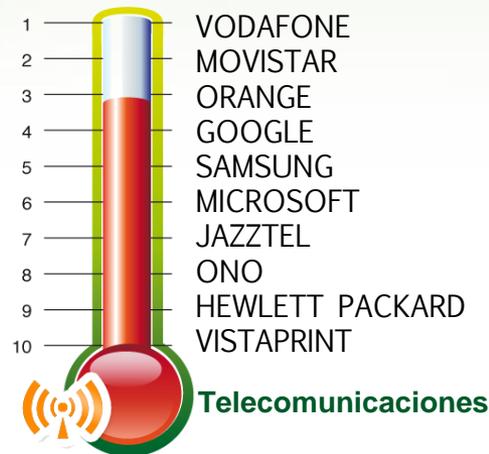
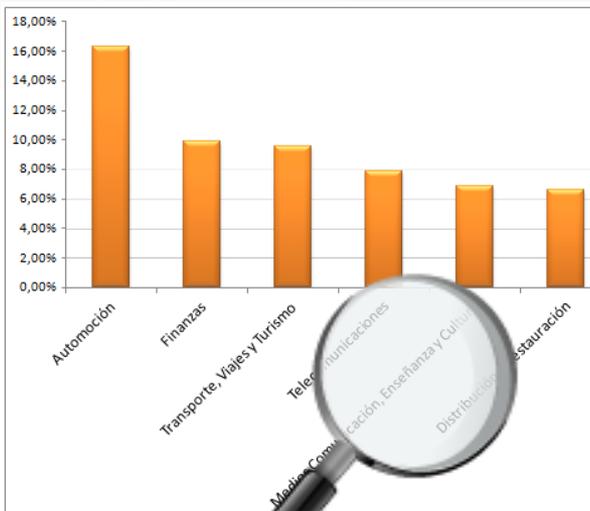
PUBLICIDAD DISPLAY

PRINCIPALES ANUNCIANTES POR SECTORES - S1 2012



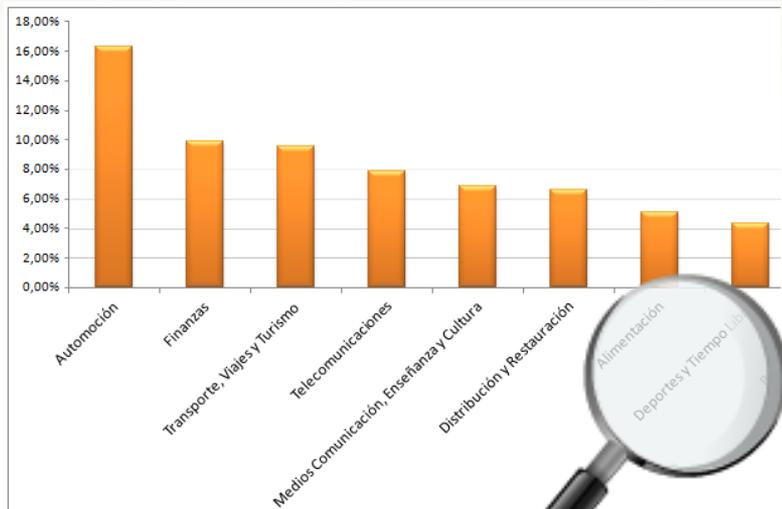
PUBLICIDAD DISPLAY

PRINCIPALES ANUNCIANTES POR SECTORES - S1 2012



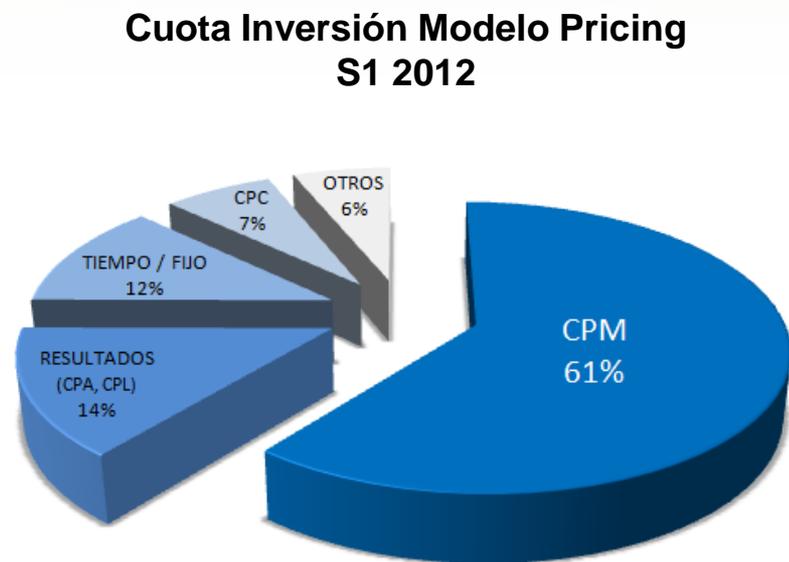
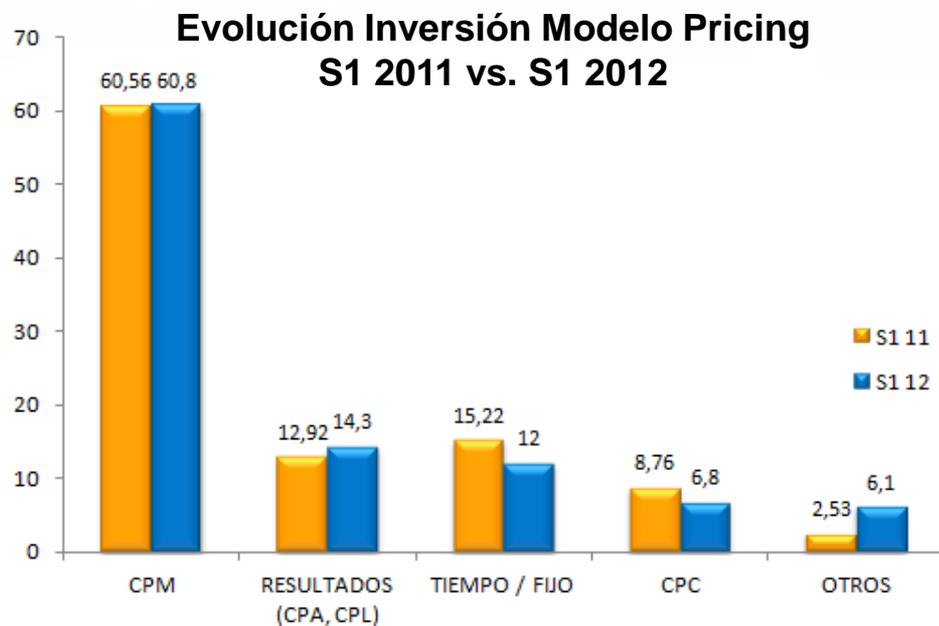
PUBLICIDAD DISPLAY

PRINCIPALES ANUNCIANTES POR SECTORES - S1 2012



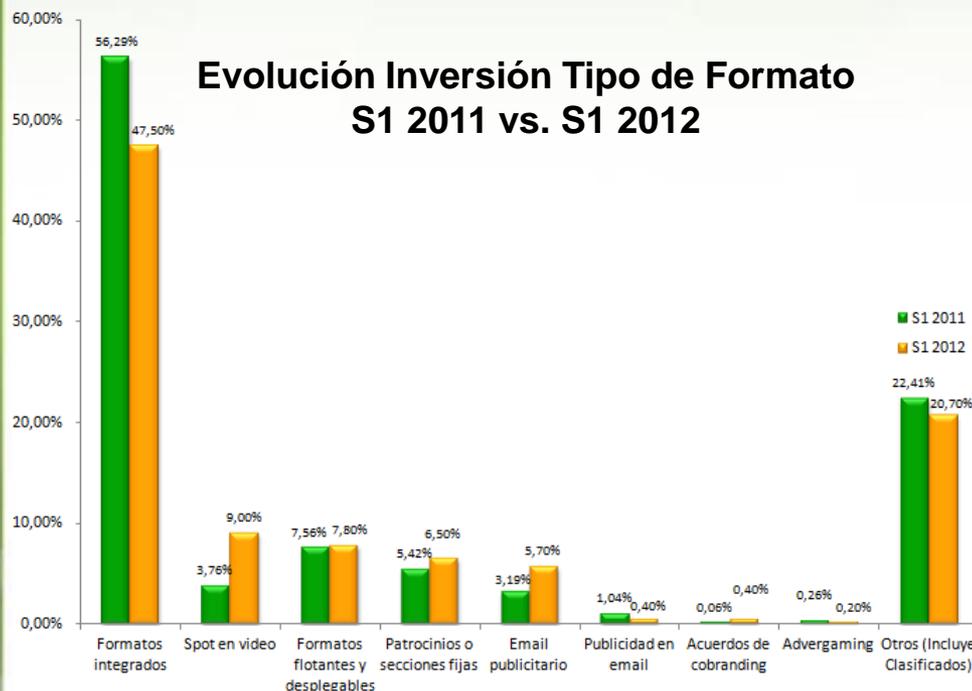
PUBLICIDAD DISPLAY

INGRESOS POR MODELO DE PRICING – S1 2012

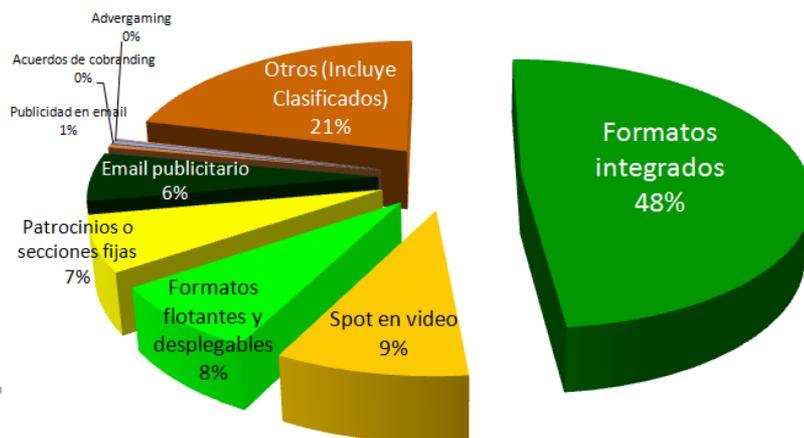


PUBLICIDAD DISPLAY

INGRESOS POR TIPO DE FORMATO – S1 2012



Cuota Inversión Tipo de Formato S1 2012



| | | S1 2012 | S1 2011 |
|-----------------------------------|-------------------------------------------|---------|---------|
| Formatos integrados | Banner, botones, sellos, rascacielos, etc | 47,50% | 56,29% |
| Spot en video | Pre / Post roll video | 9,00% | 3,76% |
| Formatos flotantes y desplegables | Pop-Up, Pop-Under, Interstitial, etc | 7,80% | 7,56% |
| Patrocinios o secciones fijas | Patrocinios o secciones fijas | 6,50% | 5,42% |
| Email | Emails publicitarios | 5,70% | 3,19% |
| | Publicidad gráfica en emails | 0,40% | 1,04% |
| Acuerdos de cobranding | Acuerdos de cobranding | 0,40% | 0,06% |
| Advergaming | Advergaming | 0,20% | 0,26% |
| Otros | Otros (incluye Clasificados) | 20,70% | 22,41% |



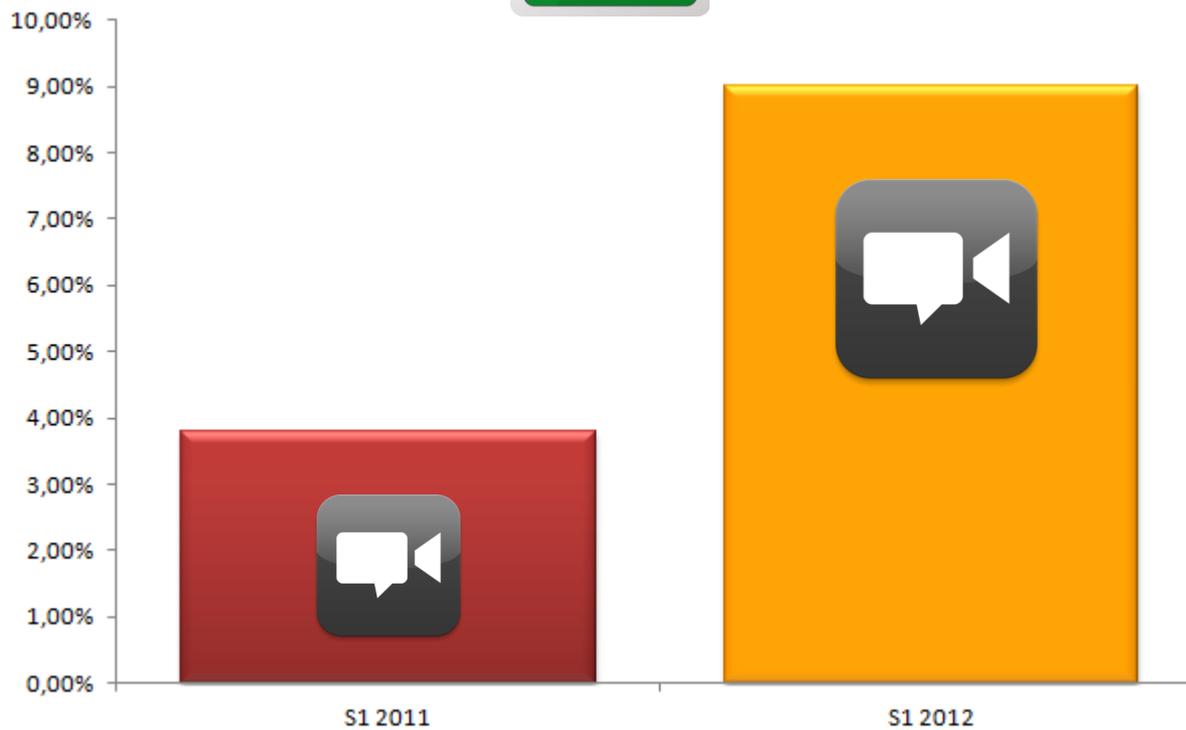
PUBLICIDAD DISPLAY

INGRESOS POR FORMATO DE VIDEO – S1 2012



La inversión en Video pasa del 3,8% en S1 2011 al **9%** en S1 2012, lo que supone un aumento del

136%



iab
spain
research

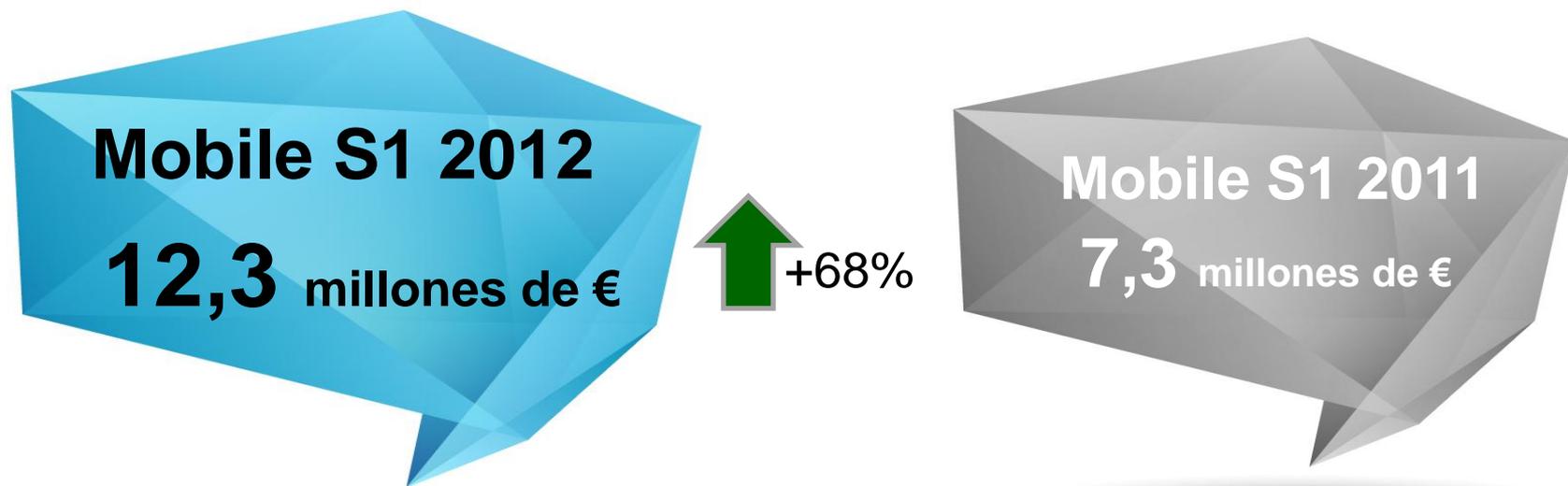


Mobile



ESTIMACIÓN DE INVERSIÓN EN MOBILE - S1 2012

Estimación elaborada por IAB Spain con datos declarados por **22 compañías**.
La cifra incluye la estimación del mercado de Publicidad Display y Search.
No incluye inversión en desarrollo de aplicaciones, mensajería y tecnología.



de la publicidad en medios digitales



ESTIMACIÓN DE INVERSIÓN EN MOBILE - S1 2012

Ingresos en Search vs Display

12,3 millones de €



2,4 M€

20%



9,8 M€

80%



The logo for iab spain research, featuring the text 'iab' in orange, 'spain' in a smaller orange font, and 'research' in a grey font, all enclosed within a white circle with a grey border.

iab
spain
research



Puntos clave

PUNTOS CLAVE

- ✓ Inversión publicitaria en medios digitales: **434.43 M €**, -1.1% que S1 2011.
- ✓ Internet **422.11 M € (97.08%)** y Mobile **12,3 M € (2.92%)**. Internet cae **2.3%** y Móviles sube **68%** respecto a S1 2011.
- ✓ Inversión en digital (**18.3%**) supera a la impresa (**15.6%**), sólo por detrás de TV (**43%**). Inversión medios tradicionales cae **16,1%**
- ✓ La inversión mobile ha superado a la inversión publicitaria en cine (**12,3 millones de euros vs 7**)
- ✓ Inversión internet: Search **+9%** y Display **-13%**. Search **56%** de la inversión, y Display **44%**, frente al **50-50** de S1 2011.
- ✓ Inversión display por sectores. Top3: Automoción (**16.3%**), Finanzas (**9.9%**) y Transportes, Viajes y Turismo (**9.6%**).
- ✓ Sube Automoción, Distribución y Restauración, y Alimentación. Cae Telecomunicaciones y Belleza e Higiene.
- ✓ Top 5 anunciantes : El Corte Inglés, Procter & Gamble, Renault, Vaesa y PSA.
- ✓ Por pricing: CPM estable con **61%**, sube Resultados (**14%**) y descenso en Tiempo y CPC (**12%** y **6.8%** de inversión).
- ✓ Por formatos: Formatos integrados (**48%**), aumento de Spot en video (del **3.8** al **9%**, subida del **136%**) y de Email publicitario (del **3.3%** al **5.7%**). Ligero aumento de Patrocinios (**6.5%**).
- ✓ Mobile pasa del **1,8%** al **2,9%** de la inversión en medios digitales.

CONTACTO

The logo for the Interactive Advertising Bureau (IAB) consists of the lowercase letters 'iab' in a bold, white, sans-serif font, centered on a solid orange square background.

Interactive Advertising Bureau
www.iabspain.net

Madrid: Conde Peñalver 52, 4º, 28006
Barcelona: Tuste 19, 1º, 08006



**GRUPO
CONSULTORES**

www.grupoconsultores.com

Los soportes y redes interesados en participar
en el presente estudio pueden dirigirse a
comunicacion@iabspain.net

010
0010

