



Analysis of the Marketing Expenditure – Spain

Madrid, 23 Octubre 2019

## Grupo de trabajo



---

## Soporte informativo



---

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



¿A cuánto asciende la  
**inversión en 2018?**

# Inversión en marketing

33.306  
millones €

2,8  
del PIB

# ¿Cómo evoluciona la inversión?

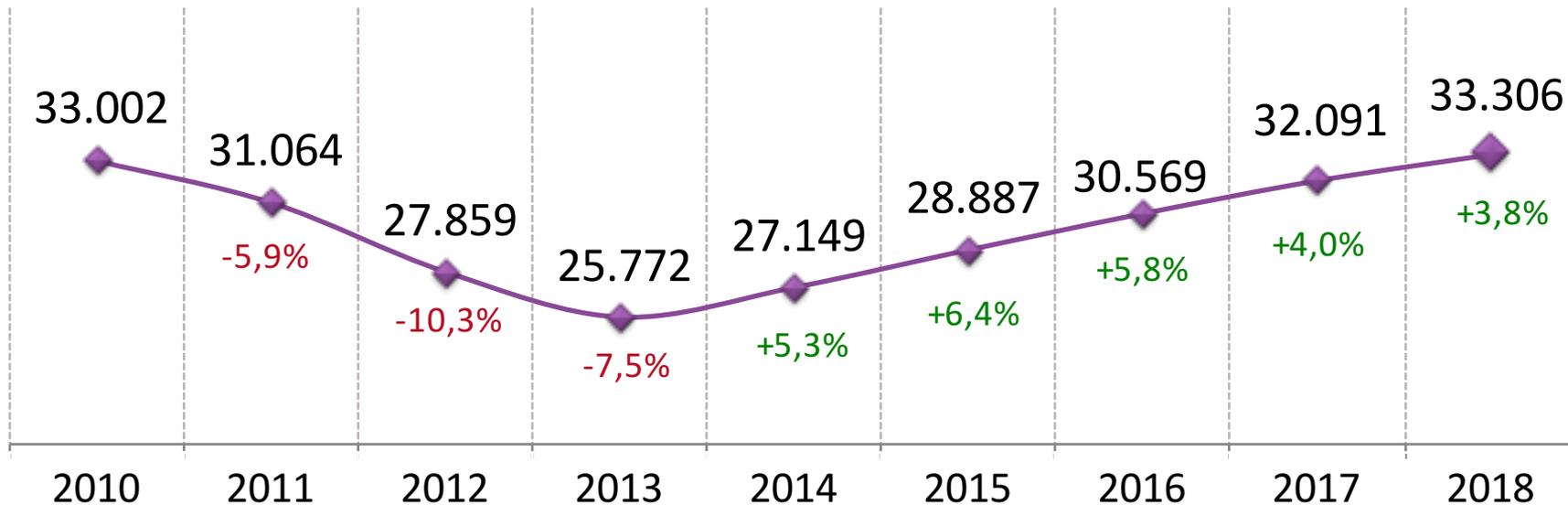
# La inversión en marketing se ha incrementado



+3,8%

# Inversión en marketing (millones €)

## Total anual



¿Qué incluimos en  
la inversión de  
**marketing?**

# Distribución de la inversión de marketing

Publicidad, comunicación, promoción

Inversión en precio (descuentos)

Costes de personal en función marketing

Marca y Relación con clientes

Investigación de mercados y Consultoría



# Distribución de la inversión en publicidad, promoción y comunicación

Publicidad, comunicación,  
promoción



Desglose Publicidad, comunicación y promoción



\* Elementos de nueva incorporación

Base: Total inversión en marketing 2018: 33.306 Mill €

# Distribución de la inversión de marketing



## Detalle sectores más relevantes

- Gran Consumo = 13,8%  
+ 1,3% vs 2017
- Consumo duradero= 9,6%  
+ 11,9% vs 2017
- Turismo, Horeca y Dist. = 7,8%  
- 7,4% vs 2017
- Entretenimiento= 7,6%  
- 1,9% vs 2017



2018 vs 2017

+2,8% ↑

# Distribución de la inversión de marketing



## Detalle sectores más relevantes

- Consumo duradero Automoción = 12,5%  
+ 5,4% vs 2017
- TIC = 3,0%  
+ 9,6% vs 2017
- Gran Consumo = 0,7%  
- 5,5% vs 2017
- Entretenimiento = 0,2%  
- 20,4% vs 2017



2018 vs 2017

**+5,2%** ↑

# Distribución de la inversión de marketing



## Detalle sectores más relevantes

- TIC = 4,2%  
+ 8,1% vs 2017
- Entorno financiero = 2,2%  
+ 9,6% vs 2017
- Servicios a la comunidad= 1,2%  
+ 1,2% vs 2017
- Turismo, Horeca y Distribución= 0,8%  
+ 5,3% vs 2017



2018 vs 2017

+5,1% ↑

# Distribución de la inversión de marketing



## 10,8%

### Costes de personal en función marketing

#### Detalle sectores más relevantes

- Serv. a empresas = 3,8%  
+ 6,0% vs 2017
- Gran Consumo = 2,4%  
+6,1 % vs 2017
- Turismo, Horeca y dist.= 1,5%  
+ 5,9% vs 2017
- Serv. a comunidad = 1,1%  
+ 7,1% vs 2017



2018 vs 2017

## +6,2% ↑

# Distribución de la inversión de marketing



## 2,8%

### Investigación de mercados y consultoría marketing

#### Detalle sectores más relevantes

- Entorno financiero = 0,7%  
+ 50,4% vs 2017
- Serv. Comunitarios = 0,8%  
+ 22,2% vs 2017
- Turismo, horeca y dist.= 0,8%  
- 3,2% vs 2017
- Serv. a empresas = 0,2%  
- 70,2% vs 2017



2018 vs 2017

## +2,7% ↑

# Aportación al crecimiento



+3,8%

1,7%

Publicidad, comunicación y promoción

0,8%

Inversión en precios (descuentos)

0,7%

Costes de personal en función de marketing

0,5%

Marca y relación con clientes

0,1%

Inv. de mercados y consult. marketing

# Inversión en **equipos** **de marketing**

66.062

≥10 empleados y  
≥1 millones €  
de facturación  
el último año

empresas

+2,0%

2018 vs 2017



112.895

≥10 empleados y  
≥1 millones €  
de facturación  
el último año

empleos

+4,1%

2018 vs 2017

3.596

≥10 empleados y  
≥1 millones €  
de facturación  
el último año

nómina en  
millones €



# ¿Cómo se construye este crecimiento?

Empresas 2,1%

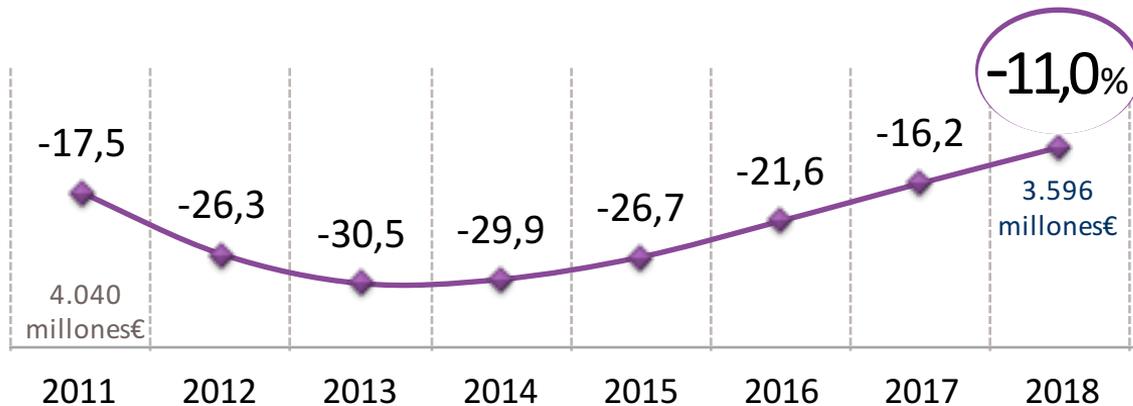
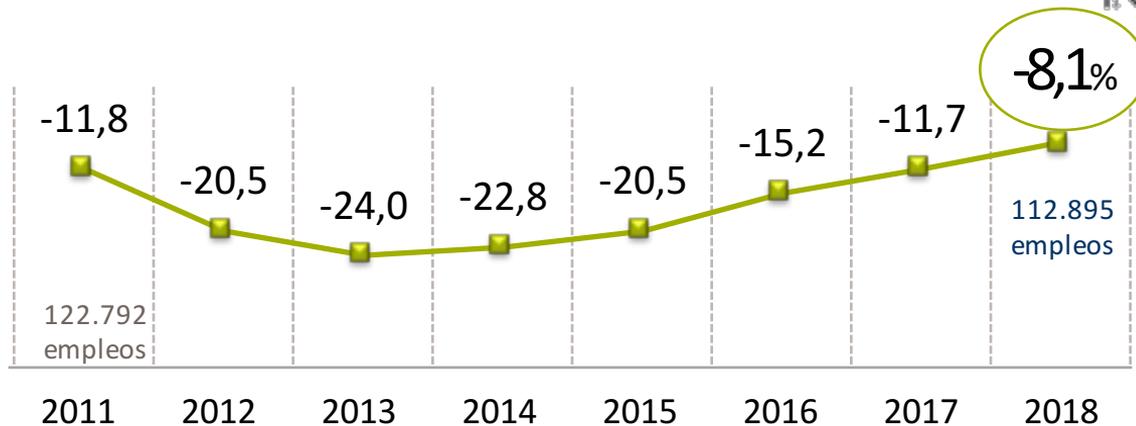
Personas 2,0%

Salarios 2,1%

+6,2%

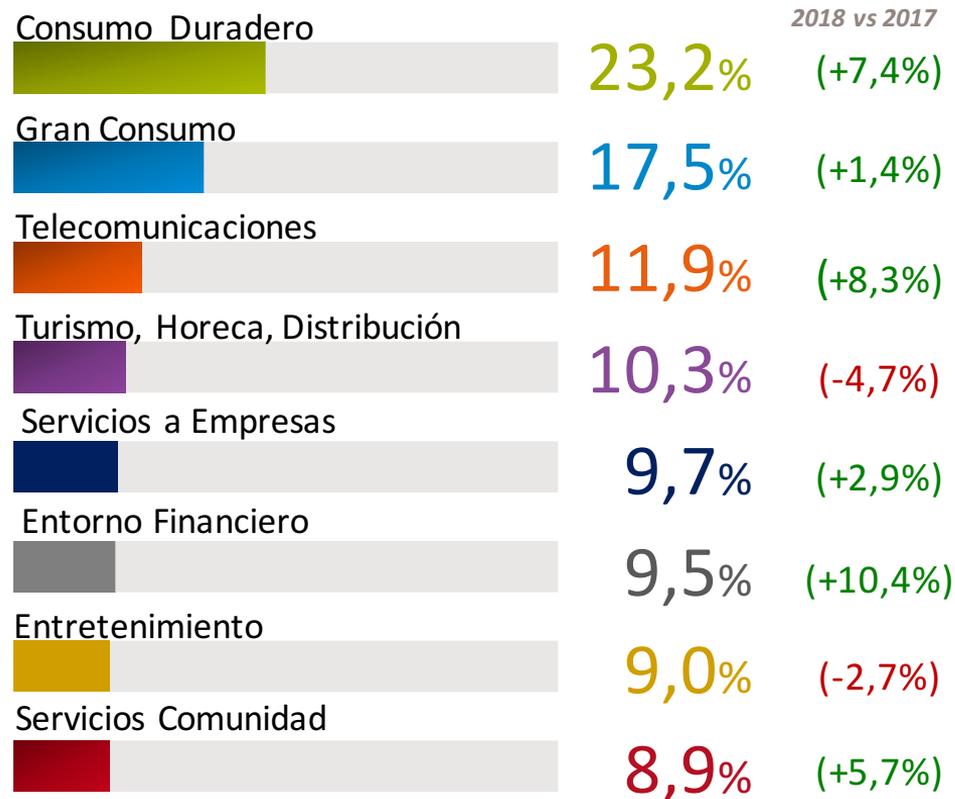
# Reducción desde 2010

% variación acumulado



# Distribución sectorial de la inversión en marketing

# Distribución sectorial de la inversión



# Distribución sectorial de la inversión

Consumo Duradero **23,2%** (+7,4%)

Gran Consumo **17,5%** (+1,4%)

Telecomunicaciones

Turismo, Horeca, Distribución

Servicios a Empresas

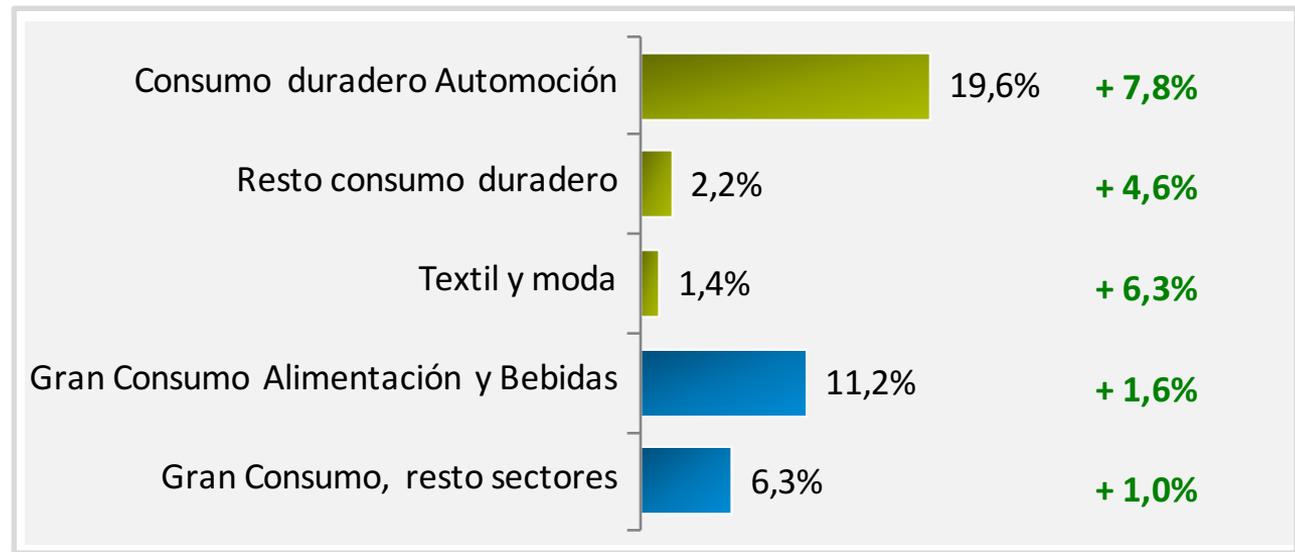
Entorno Financiero

Entretenimiento

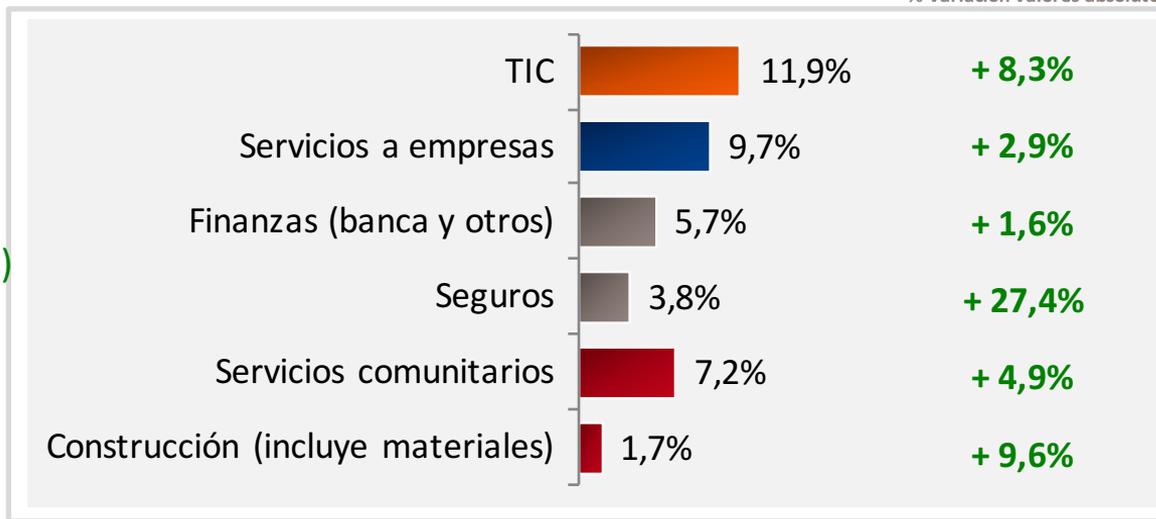
Servicios Comunidad



**2018 vs 2017**  
% variación valores absolutos



# Distribución sectorial de la inversión

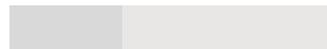


# Distribución sectorial de la inversión

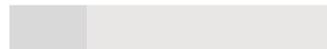
Consumo Duradero



Gran Consumo



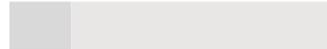
Telecomunicaciones



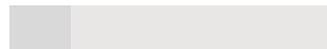
Turismo, Horeca, Distribución



Servicios a Empresas



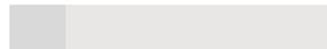
Entorno Financiero



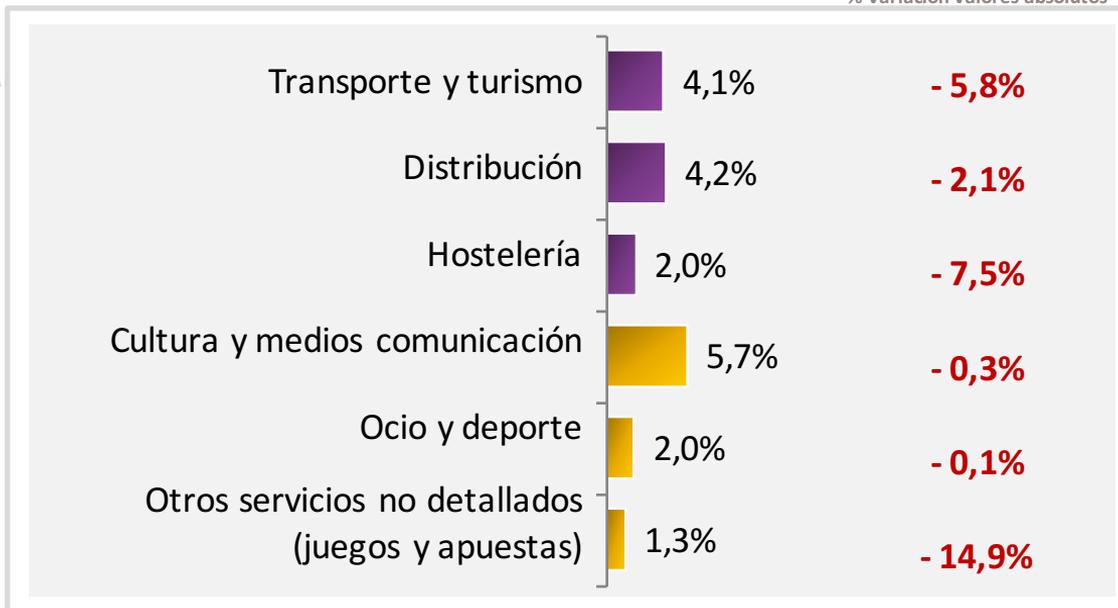
Entretenimiento



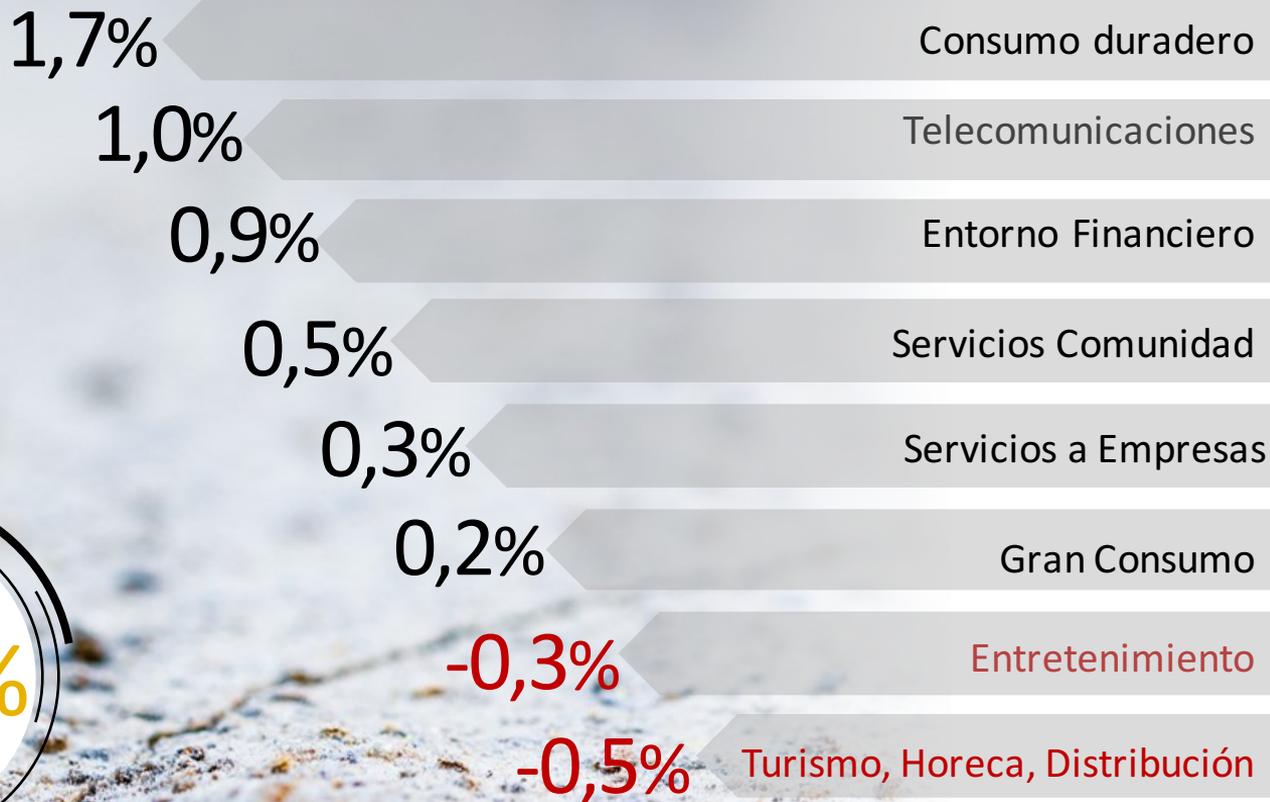
Servicios Comunidad



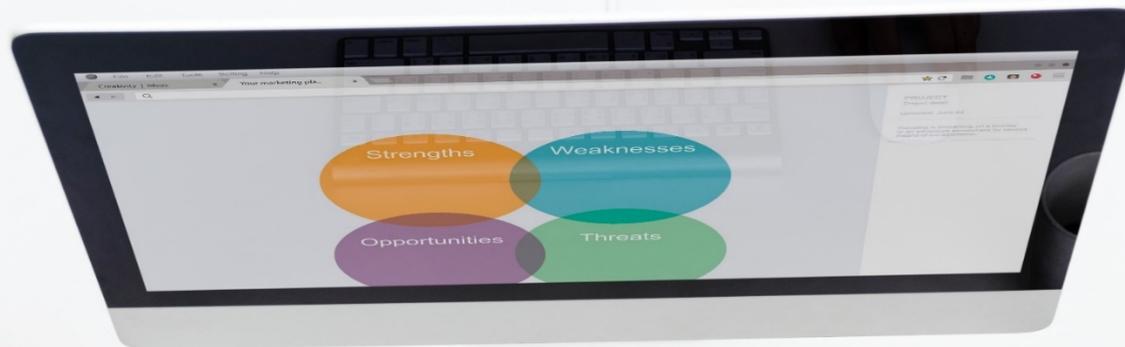
2018 vs 2017  
 % variación valores absolutos



# Aportación por sectores al crecimiento



# Marketing **Digital**



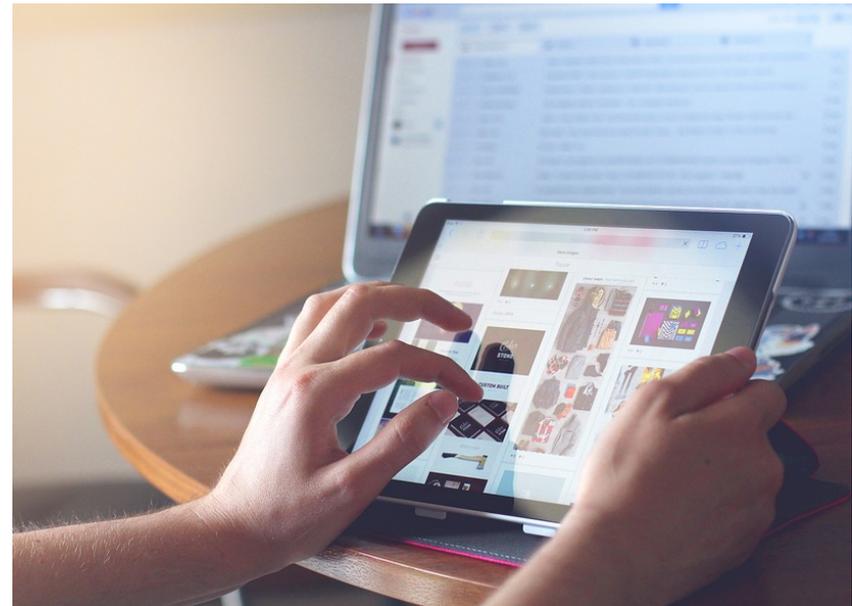
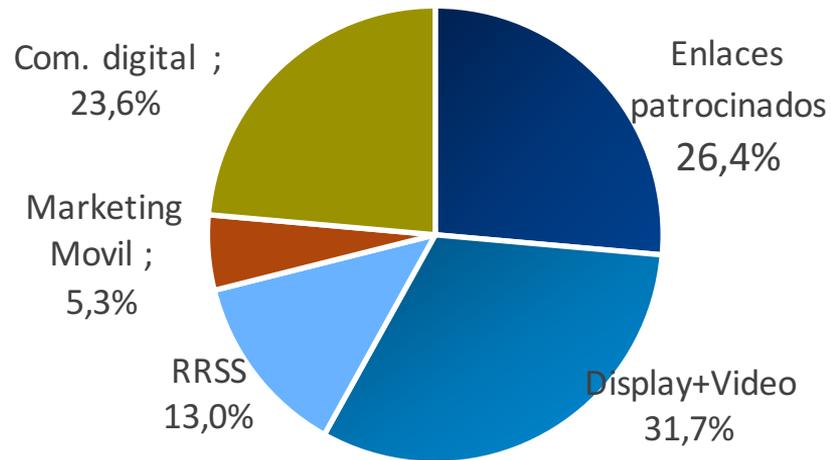
de la inversión de  
Marketing es DIGITAL





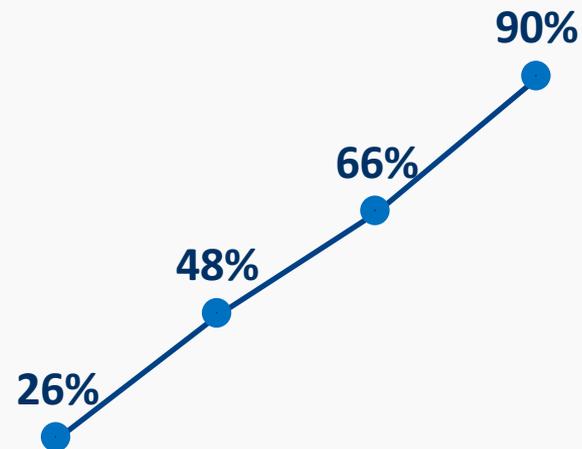
Dentro del entorno digital,  
**¿qué incluimos?**

# La Publicidad en Internet es el **67%** de toda la inversión digital



# Evolución inversión digital (vs 2014)

% variación acumulado



Total MKT

Base

6%

13%

17%

+23%

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

# La evolución de la inversión digital crece en todas sus variantes desde 2014



# ¿qué supone la inversión digital?

7,8%

de la inversión **total**  
**en marketing**

13,1%

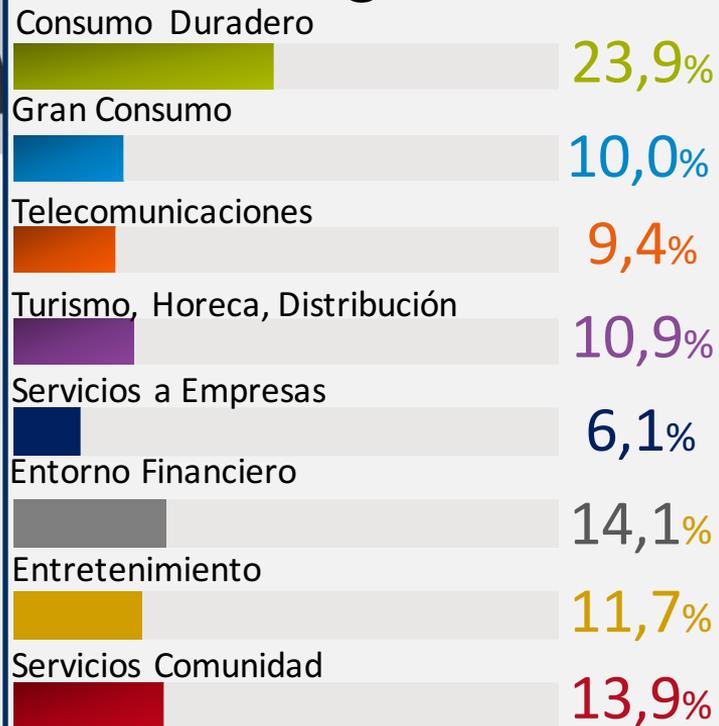
del total en publicidad,  
comunicación y  
promociones

47,3%

del total en  
medios  
convencionales

# Inversión digital: distribución por sectores

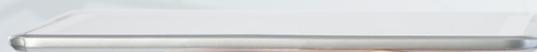
## Entorno digital



2.611  
Millones€

+90%

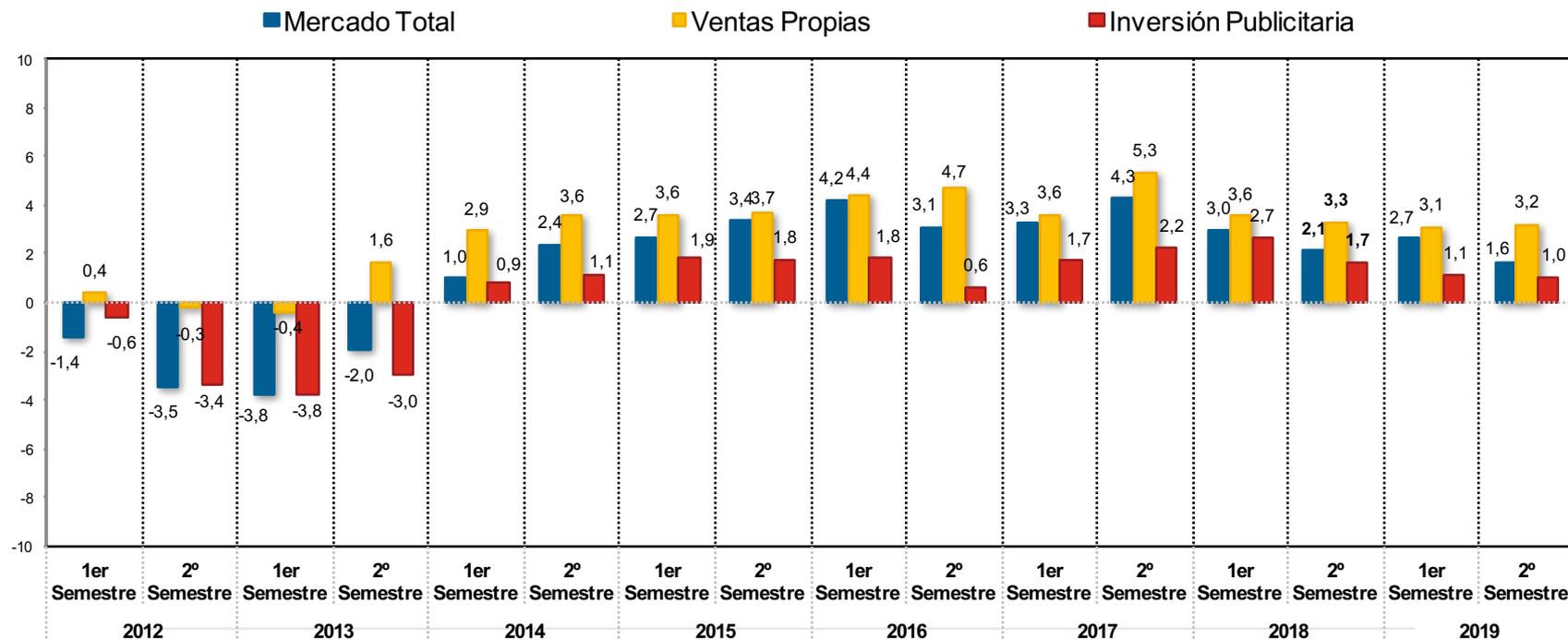
# 2019



# Previsiones 2019

## Índice de expectativas de los directores de marketing

Detalle años 2012 a 2019



# Previsiones 2019

## Evolución expectativas directores de marketing y variación PIB



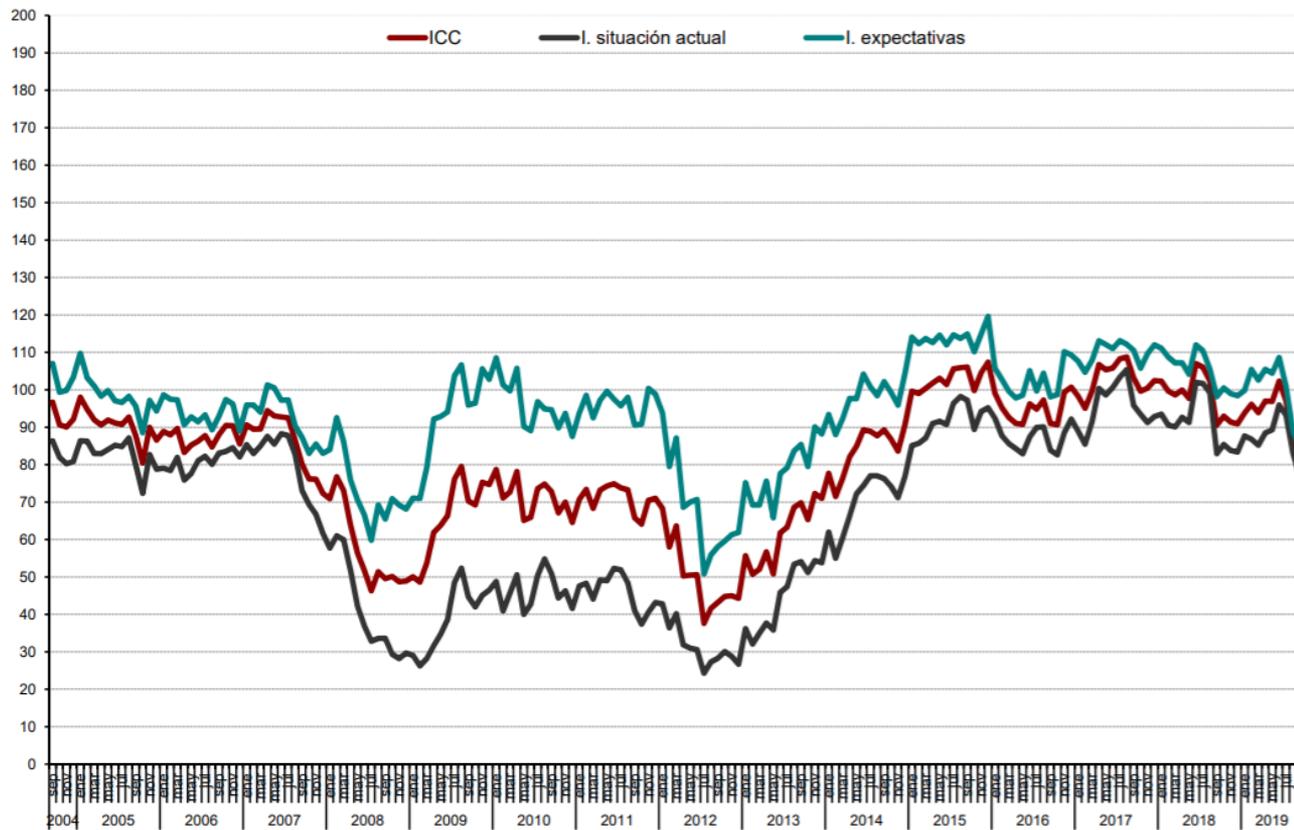
# Previsiones 2019

CIS

Estudio nº 3262. ICC de septiembre

Septiembre 2019

Gráfico 1.1 Evolución del ICC, I. Situación Actual e I. de Expectativas



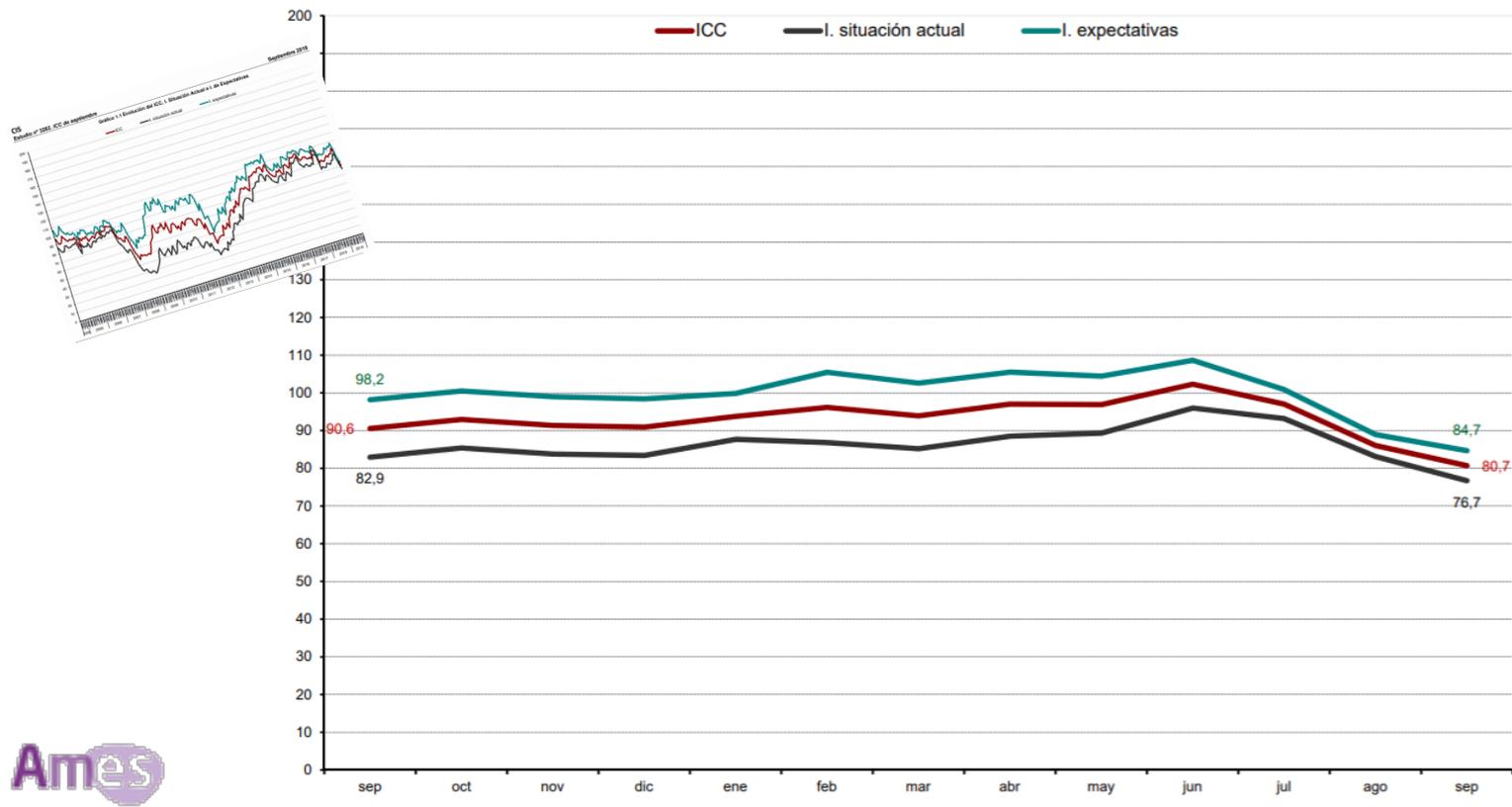
# Previsiones 2019

CIS

Estudio nº 3262. ICC de septiembre

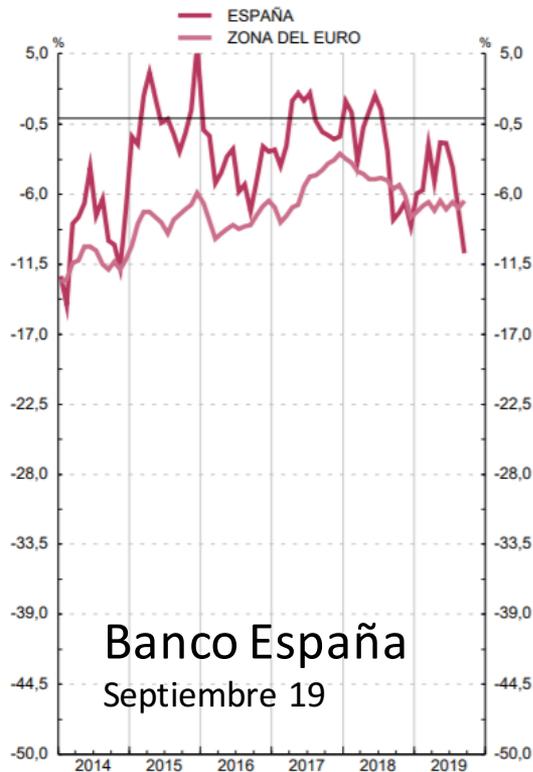
Septiembre 2019

Gráfico 1.2 Evolución anual (2018-2019) del ICC



# Previsiones 2019

INDICADOR DE CONFIANZA CONSUMIDORES  
Saldos, corregidos de variaciones estacionales



Banco España  
Septiembre 19

## EVOLUCIÓN DE LAS PREVISIONES (Valores de consenso)

Variación anual en porcentaje

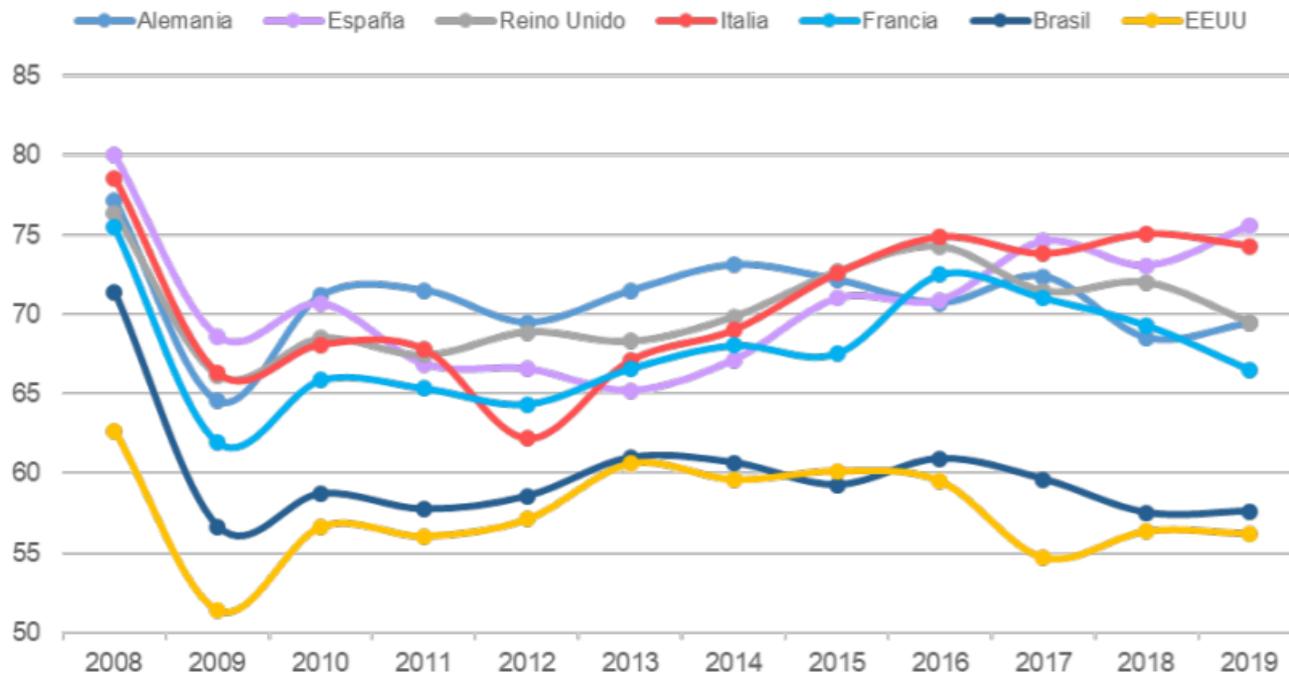


Fuente: Panel de previsiones Funcas.

FUNCAS  
Septiembre 19

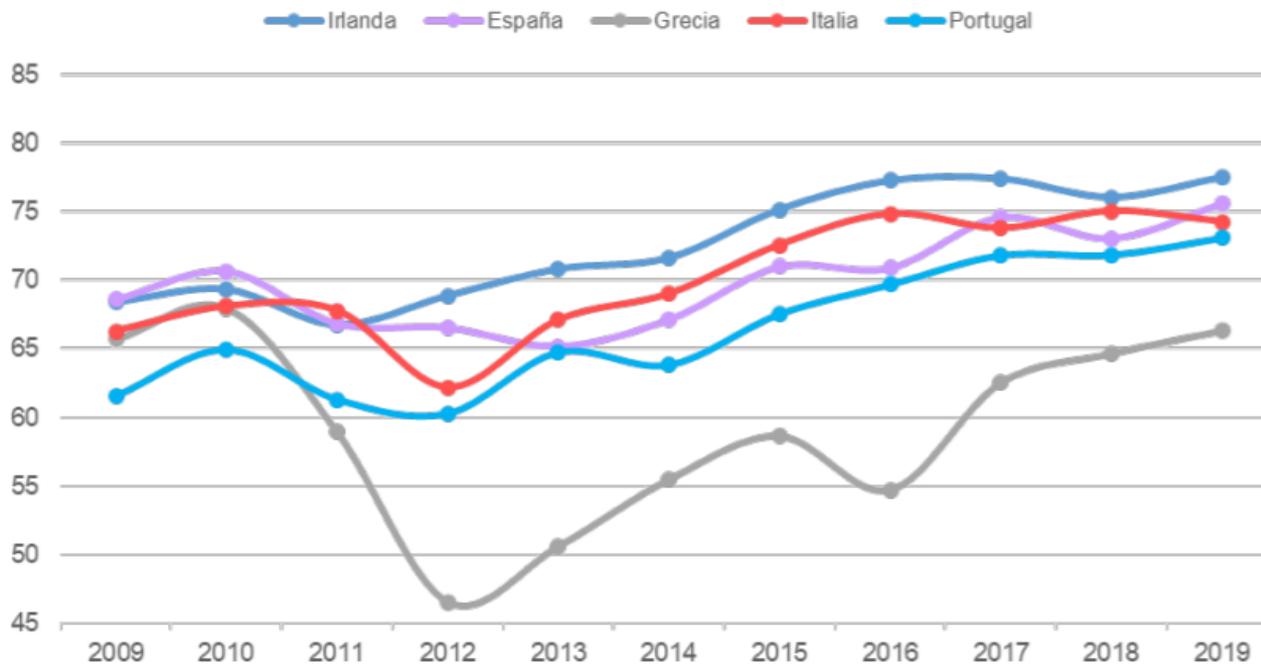
# Previsiones 2019

*Evolución de la reputación de las principales potencias en los últimos años*



# Previsiones 2019

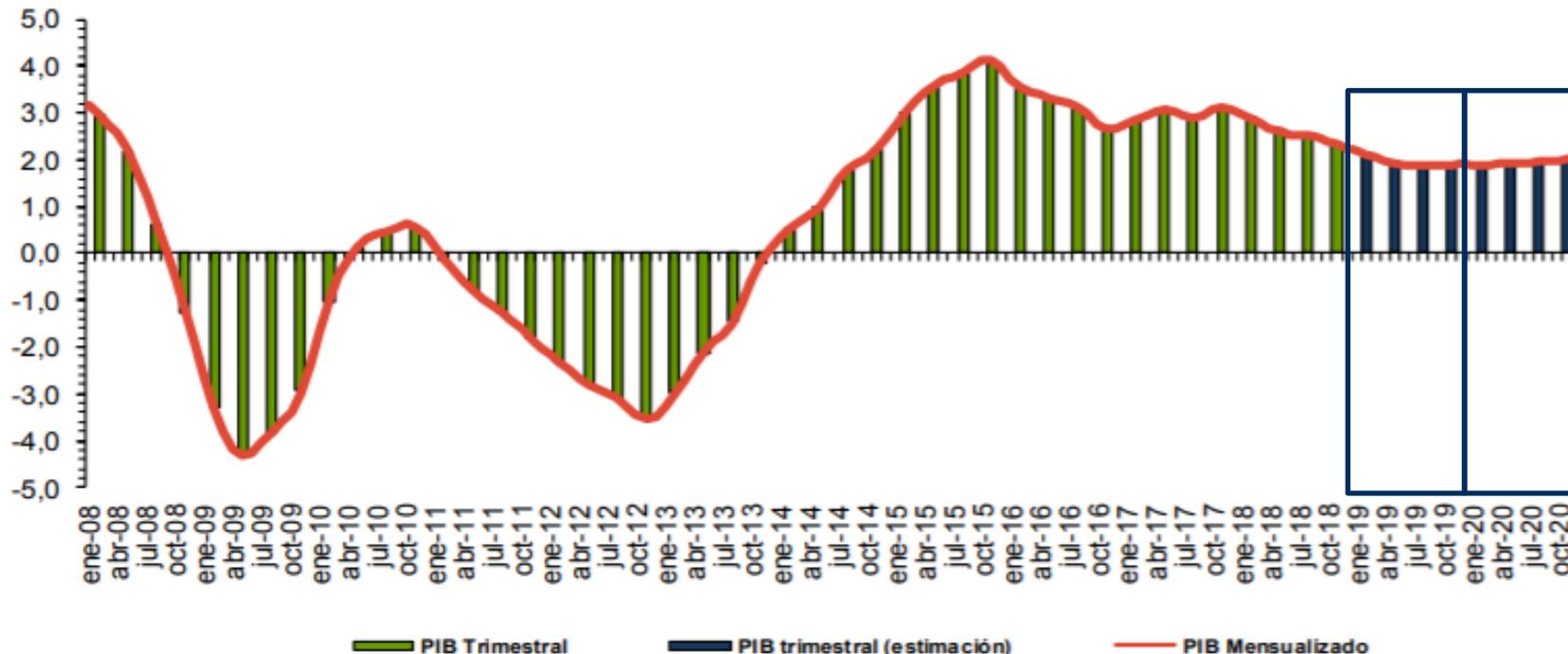
*Evolución de la reputación de los países periféricos en los últimos años*



# Previsiones 2019



## % Var. PIB real ESPAÑA Modelo de alta frecuencia CEPREDE



# Previsiones 2019

**Crecimiento inversión en compra de medios  
3er trimestre**

**-3,0%**

**Equipos de marketing:  
(empresas, plantillas, salarios)**

**+ 1,5%**

**+0,0%**

**Investigación de mercados  
3er trimestre**

**+ 10,0%**

**Inversión en publicidad digital  
3er semestre**

Aprox.

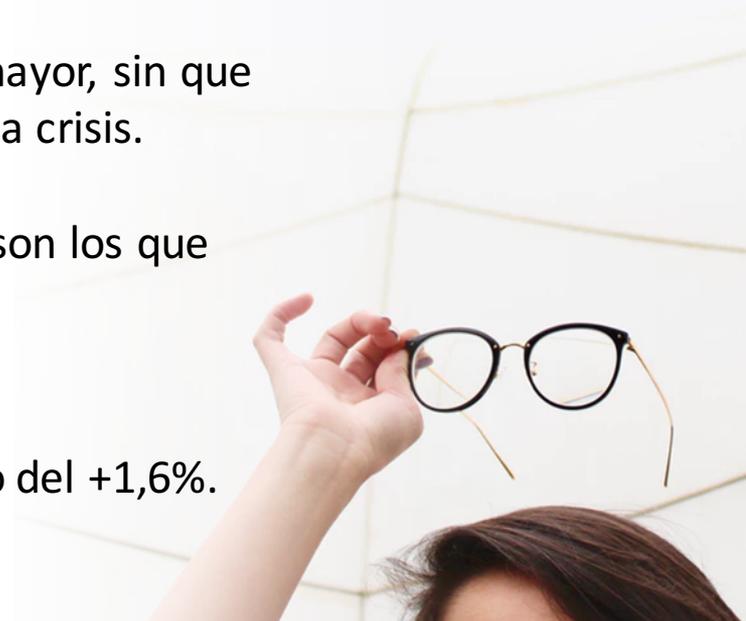
33.834

Millones €

+1,6%

# Algunas conclusiones

- — 2018 supuso un crecimiento del +3,8%, superando las previsiones.
- — La partida de personal es donde el crecimiento es mayor, sin que todavía se haya recuperado los niveles de antes de la crisis.
- — Por sectores económicos, Consumo duradero y TIC son los que más inciden en el crecimiento.
- — La expectativa para 2019, nos lleva a un crecimiento del +1,6%.



# Fuentes de información

AIMC, estudio navegantes en la red  
Aneimo / Aedemo : Sector investigación de mercados  
Anfac  
Asociación de empresas de experiencia con el cliente - CEX  
Asociación empresarial del comercio textil – Acotex  
Asociación empresarial del tabaco Adelta  
Asociación española de empresas de branding – Aebrand  
Asociación española de empresas de consultoría – ACE  
Asociación española de la economía digital –adigital  
Asociación Ferias España AFE  
Asociación nacional de empresas de buzono  
Asociación nacional de Perfumería y Cosmética Stanpa  
Asociación para el desarrollo de la experiencia de cliente  
Centro de Investigaciones Sociológicas – CIS  
Banco de España  
Ceprede, estimaciones de crecimiento económico  
Club Eventplus  
Comisionado para el mercado de tabacos  
DBK, informes sectoriales  
Event Managers Association  
Encuesta anual coste laboral – INE  
Encuesta presupuestos familiares – INE  
Estadística estructural de empresa – INE  
Estudio Infoadex inversion publicitaria gestionada por agencias  
Estudio Infoadex inversión publicitaria

Faconauto  
Funcas  
Hays, guía de contrataciones  
Hosteltur  
IAB - Estudio inversion en medios digitales  
Índice de Expectativas de los directivos de marketing MKT  
Informe Clima de Consumo Europeo Gfk  
Informe PR Scope  
Jefatura Central de Trafico  
Kantar worldpanel  
Memoria SAP - Intelligent Enterprise  
Michael Page\_ Estudio remuneraciones  
MMA Spain - Asociación marketing móvil  
Nielsen - Promo Landscape  
NPD Group  
Ontsi – Observatorio nacional de las telecomunicaciones  
Page executive, estudio remuneraciones  
Promocar Kantar TNS  
Publinfo, termómetro promocional  
PuntoMICE, sector reuniones, incentivos, convenciones y eventos  
Randstad research, estudios mercado laboral  
Red.es – Observatorio Nacional Ontsi  
RelacionClienteWeb  
Reputation Institute  
Worldpanel ComTech Kantar  
Zenith Vigía



The image features a stylized logo for 'Ames' in a purple color palette. The word 'Ames' is written in a bold, sans-serif font. The 'A' is dark purple, while the 'm', 'e', and 's' are a lighter shade of purple. The 'e' and 's' are partially enclosed by a light purple oval. To the right of the text, there are several overlapping, semi-transparent purple circles of varying shades, creating a decorative background element.

**Ames**

Muchas Gracias