

# Inversión en Comunicación Digital

Resultados Segunda Oleada Año 2012



# Inversión en Comunicación Digital 2012 | Índice

## 1. Antecedentes y Objetivos

## 2. Metodología

## 3. Resultados

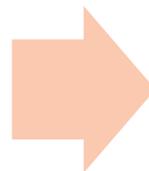
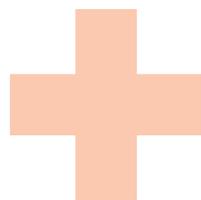
1. Inversión en comunicación digital
  1. Inversión digital externa
  2. Inversión digital interna
2. Monográfico medios sociales
3. Monográfico e-Commerce

## 4. Conclusiones

- El **objetivo principal** es mostrar una foto más real de la inversión destinada a la **comunicación digital**. La inversión en publicidad a través de la compra de espacios publicitarios es muy importante en digital, pero también toda aquella inversión en comunicación que sale de los presupuestos de publicidad: páginas web, medios sociales, aplicaciones, digital signage, etc.
- Este informe también pretende demostrar la **creciente apuesta** de las empresas anunciantes de todos los tamaños por los medios digitales, y cómo utilizan otros canales de comunicación digital para entablar una relación directa con su público sin necesidad de realizar una compra de medios al uso.
- El estudio también quiere reafirmar que Internet es un **“metamedio”**, una plataforma digital donde convergen el resto de medios.

- La idea de este estudio **nació en 2011** a petición del propio sector digital, ante la necesidad de mostrar un dato más real de inversión digital, que muestre a los anunciantes las posibilidades que arroja el medio. Este informe está sirviendo de ejemplo a otros IABs internacionales que se están planteando la iniciativa.
- La primera edición del estudio ‘Inversión en Comunicación Digital’ se lanzó en 2012, contando como partner para la consultoría técnica con Grupo Consultores. Dicho estudio recogía datos de inversión en comunicación digital de las empresas españolas recogiendo datos referidos al año 2011. Hemos trabajado durante el último año en mejorar la investigación y lanzar una **segunda oleada** que nos permita analizar tendencias.

Inversión en Publicidad  
Digital 2012:  
**885,7 M€**



Inversión en Comunicación  
Digital 2012:  
**?**

**Inversión Digital 2012:  
?**

## **Dirección Técnica**

**Eduardo Madinaveitia** (Zenith)

## **Supervisión**

**Daniel Solana** (DoubleYou)

**Antonio Traugott** (IAB Spain)

**Kika Samblás** (Grupo Consultores)

## **Coordinación**

**Belén Acebes** (IAB Spain)

**Patricia Urgoiti** (IAB Spain)

## **Trabajo de campo, Proceso de datos y Análisis**

**Patricia Chávez** (Grupo Consultores)

**Óscar López** (Grupo Consultores)

# Inversión en Comunicación Digital 2012 | Índice

## 1. Antecedentes y Objetivos

## 2. Metodología

## 3. Resultados

1. Inversión en comunicación digital
  1. Inversión digital externa
  2. Inversión digital interna
2. Monográfico medios sociales
3. Monográfico e-Commerce

## 4. Conclusiones

- **Tipo de estudio**  
Tracking cuantitativo con periodicidad anual (segunda edición resultados año 2012)
- **Universo**  
Empresas inversoras en comunicación que operan en España.
- **Muestra**  
300 empresas inversoras en comunicación digital.
- **Las empresas participantes se seleccionaron** a partir de la Base de Datos de IAB Spain y Grupo Consultores que representa el 80% del total empresas inversoras en comunicación de nuestro país.
- **Cuestionario**  
Auto-administrado on line y de duración media estimada en 10 minutos, se llevó a cabo a partir de CAWI (Computer Aided Web Interview). El cuestionario es similar al llevado a cabo en la primera edición del estudio.
- **Fechas de trabajo de campo**  
Del 30 de abril al 15 de junio de 2013.

*\*Error muestral 300 entrevistas es  $\pm 5,76\%$  (para  $p=q=50\%$  y nivel de confianza del 95,5%)*

- Se ha ponderado la muestra obtenida por un lado, para restablecer la **representatividad de los diferentes sectores de actividad considerados**, a partir del último dato publicado del estudio de inversión publicitaria de Infoadex (año 2012).
- A su vez la ponderación de la muestra se ha hecho en función de estadísticas de 1.380.776 empresas en España (Schober) con base en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) 2009.
- **Los resultados obtenidos** para la muestra de 300 entrevistas válidas **se extrapolan** al universo total **de las 1.151 empresas** consideradas de España **con el fin de estimar la inversión total externa** realizada por el citado universo de empresas.

SECTORES	INFOADDEX	MUESTRA REAL		MUESTRA PONDERADA	
	%	n	%	n	%
Alimentación	7,7	19	6,3	23	7,7
Bebidas	4,0	7	2,3	12	4,0
Finanzas y seguros	10,0	29	9,7	30	10,0
Belleza e higiene	9,7	12	4,0	29	9,7
Hogar	1,7	8	2,7	5	1,7
Limpieza	1,3	2	0,7	4	1,3
Objetos	1,3	5	1,7	4	1,3
Salud	2,0	12	4,0	6	2,0
Textil y vestimenta	2,0	10	3,3	6	2,0
Automoción	10,3	15	5,0	31	10,3
Construcción	1,3	6	2,0	4	1,3
Distribución y restauración	10,0	10	3,3	30	10,0
Energía	1,7	6	2,0	5	1,7
Industrial / Agropecuario	0,3	2	0,7	1	0,3
Transporte, viajes y turismo	4,7	15	5,0	14	4,7
Cultura, enseñanza, medios comunicación	7,3	33	11,0	22	7,3
Deportes y tiempo libre	2,7	9	3,0	8	2,7
Telecomunicaciones e Internet	7,3	24	8,0	22	7,3
Equipos de oficina y comercio	0,7	5	1,7	2	0,7
Juegos y apuestas	2,7	1	0,3	8	2,7
Servicios públicos y privados	5,3	36	12,0	16	5,3
Varios	6,0	34	11,3	18	6,0

- **Total empresas contactadas**  
296 en 2011 y 332 en 2012
- **Nº Empresas que invierten en comunicación digital**  
247 en 2011 y 300 en 2012
- **Nº Empresas que invierten en comunicación digital externa**  
120 en 2011 y 196 en 2012
- **Nº Empresas que invierten en comunicación digital interna**  
222 en 2012
- **Nº Empresas que invierten en comunicación digital externa y medios sociales**  
47 en 2011 y 132 en 2012
- **Nº Empresas que invierten en e-Commerce**  
69 en 2011 y 109 en 2012

# Inversión en Comunicación Digital 2012 | Índice

## 1. Antecedentes y Objetivos

## 2. Metodología

## 3. Resultados

1. Inversión en comunicación digital
  1. Inversión digital externa
  2. Inversión digital interna
2. Monográfico medios sociales
3. Monográfico e-Commerce

## 4. Conclusiones





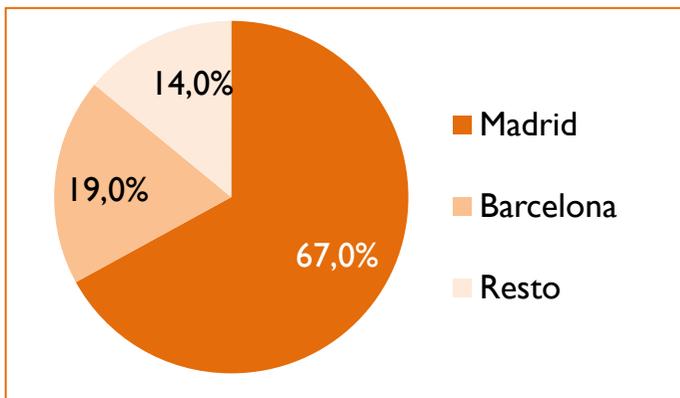
El número de **empresas que invierten en comunicación digital en España** ha crecido casi **7 puntos porcentuales** en los últimos 12 meses.

## Invierten en Comunicación Digital

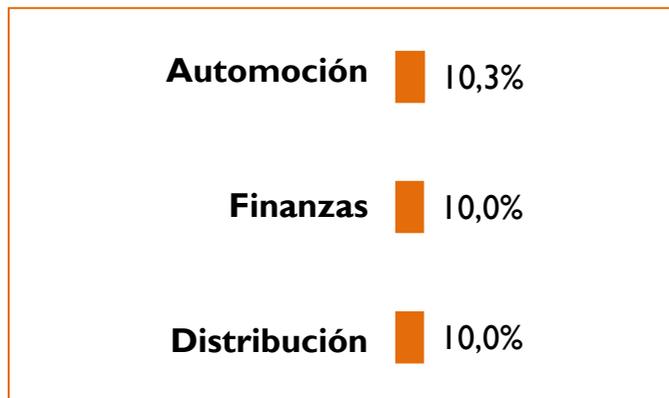


Base: 296 y 332 empresas contactadas en 2011 y 2012 (Datos %)

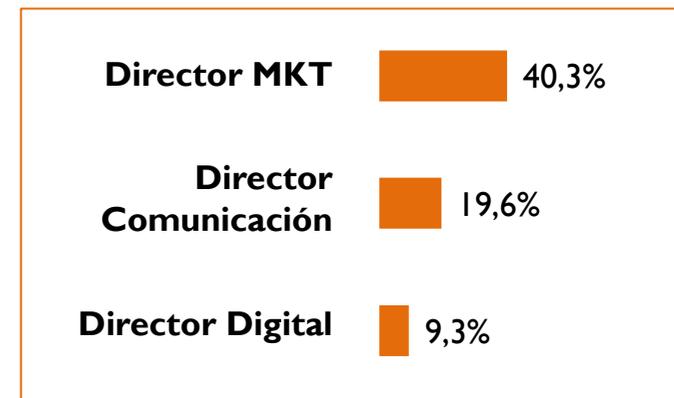
## CIUDAD



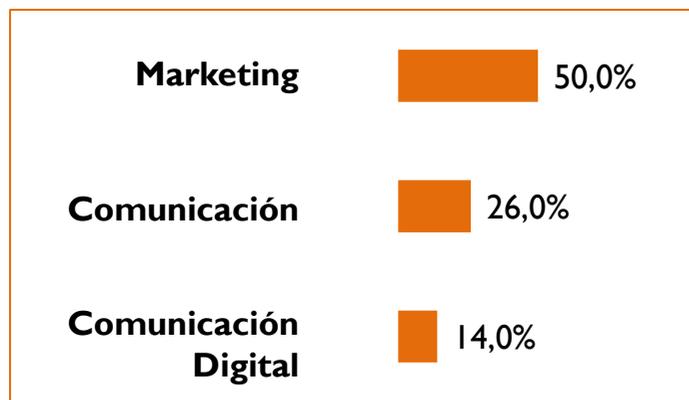
## SECTOR (Top 3)



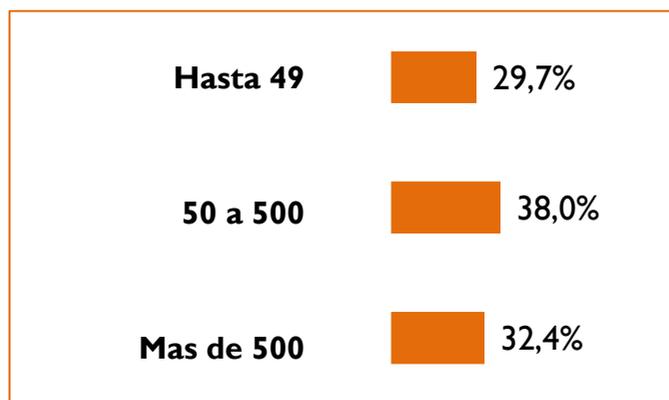
## CARGO



## DEPARTAMENTO (Top 3)



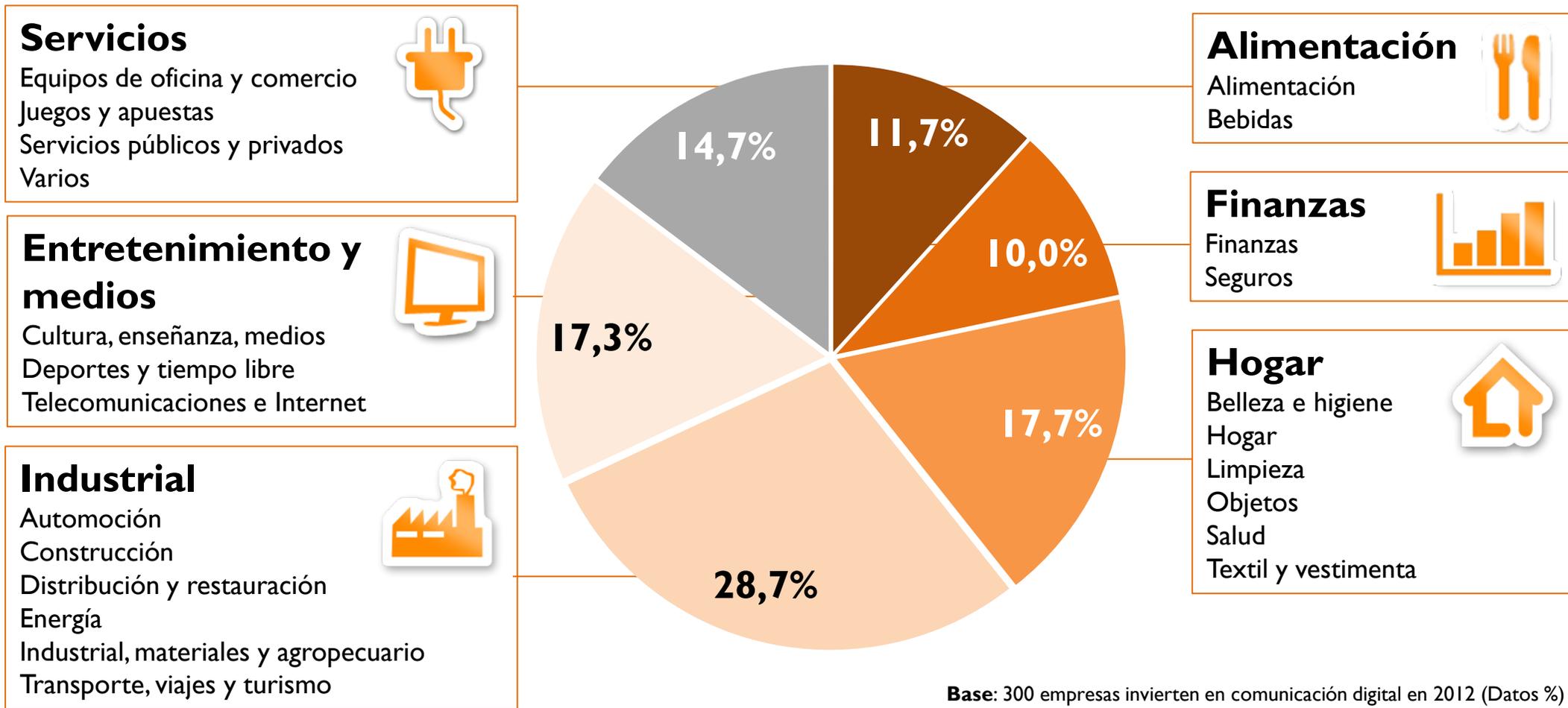
## Nº EMPLEADOS



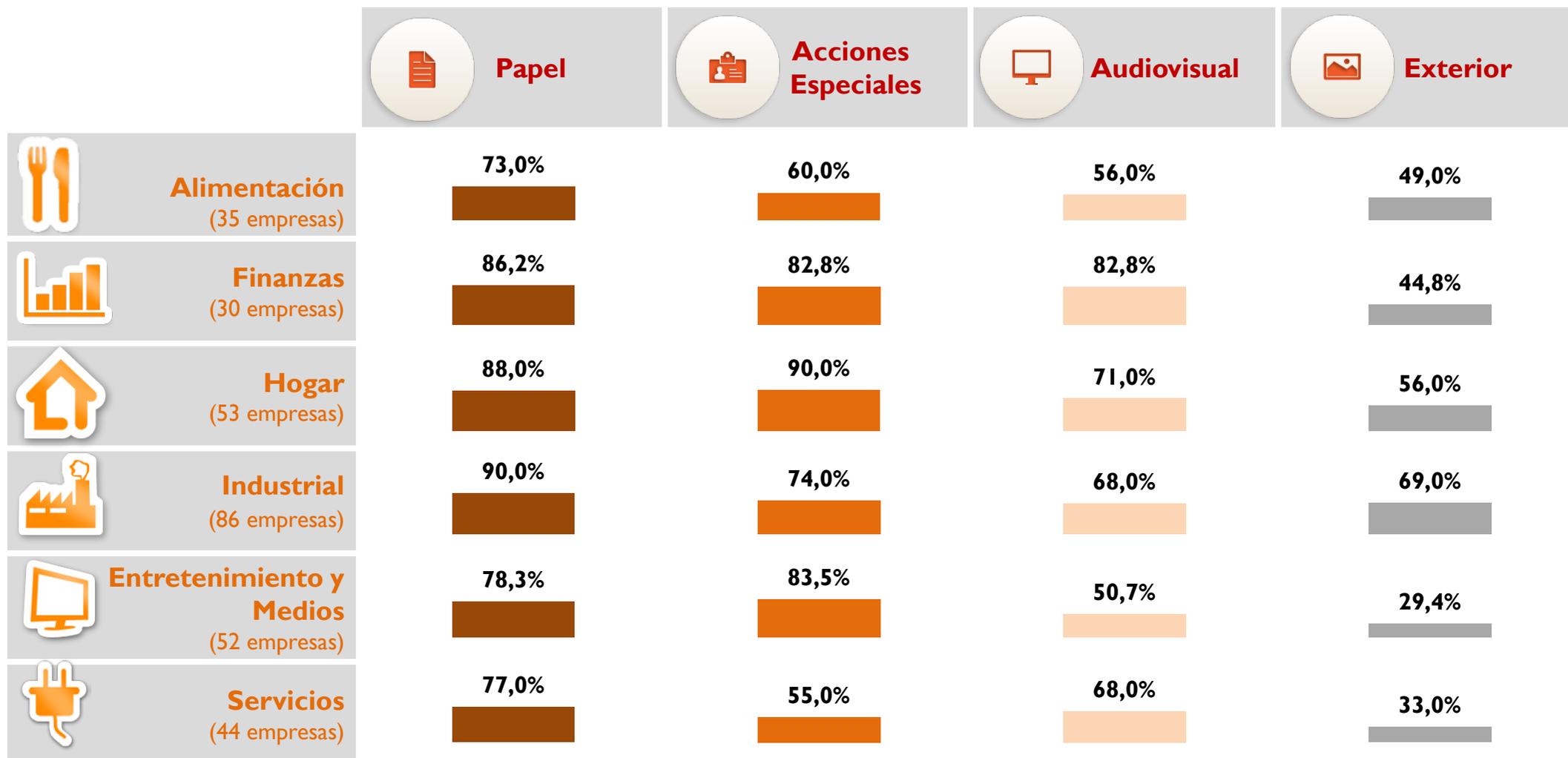
## TIPO DE EMPRESA



## AGRUPACIÓN SECTORIAL



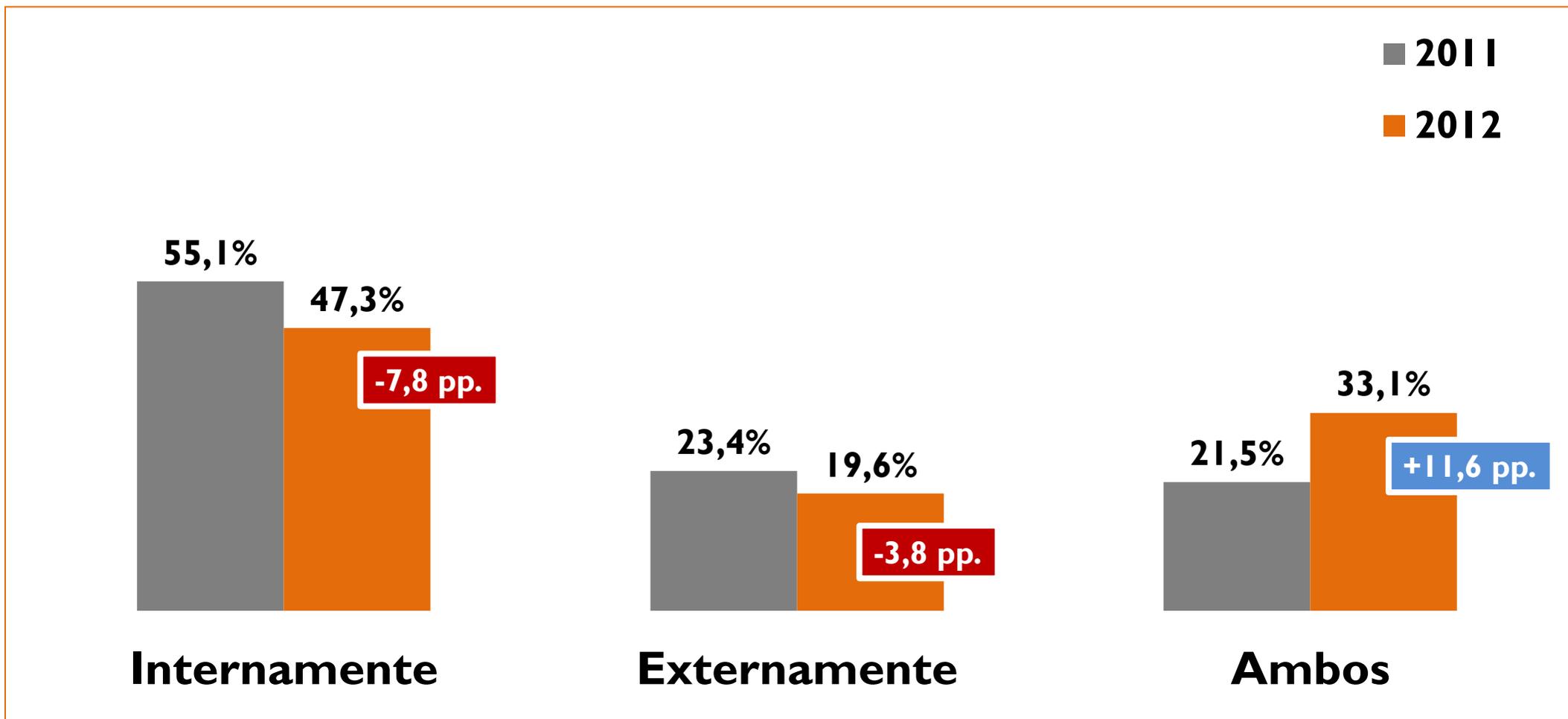
Base: 300 empresas invierten en comunicación digital en 2012 (Datos %)



Base: 300 empresas invierten en comunicación digital en 2012 (Datos %)

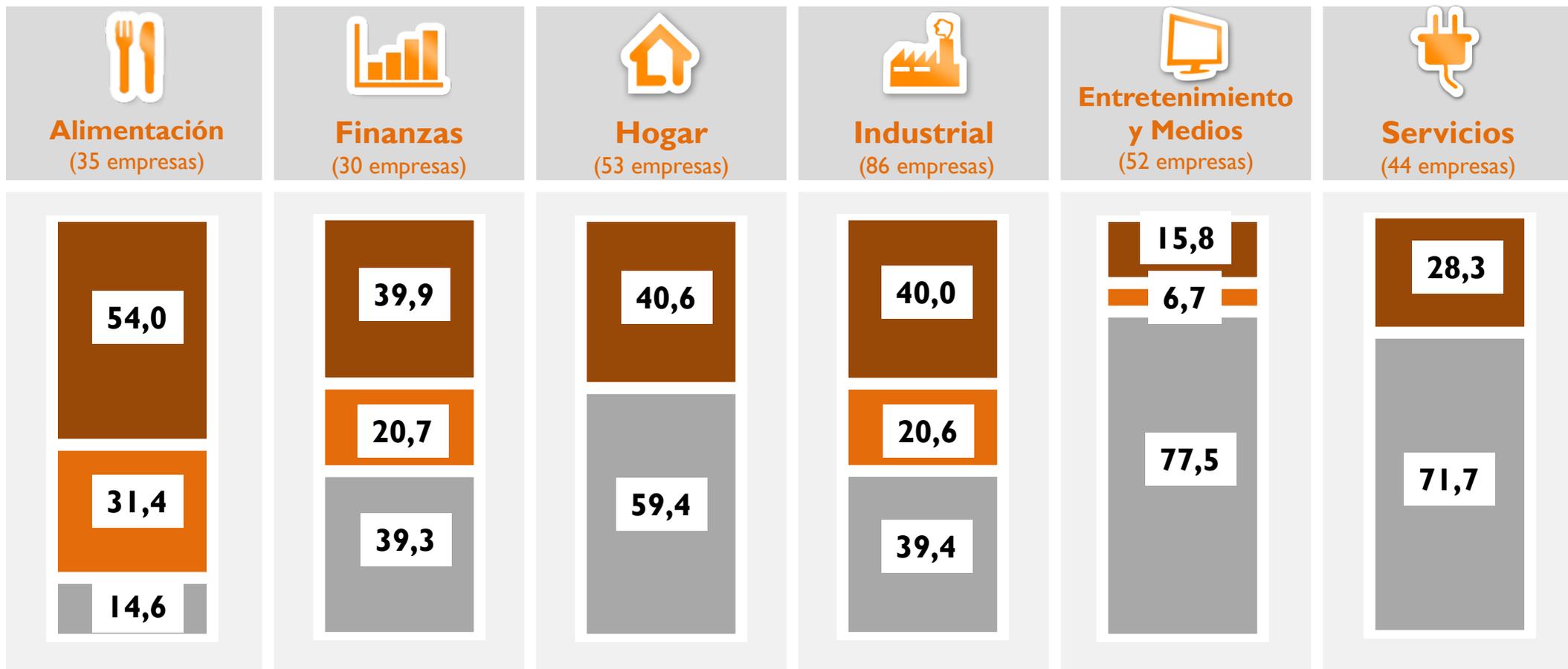
**Pregunta:** ¿En cuáles de los siguientes medios invierte su empresa en la actualidad?





Base: 247 y 300 empresas invierten en comunicación digital en 2011 y 2012 respectivamente (Datos %)

# Inversión en Comunicación Digital | Tipo de inversión (por sectores)



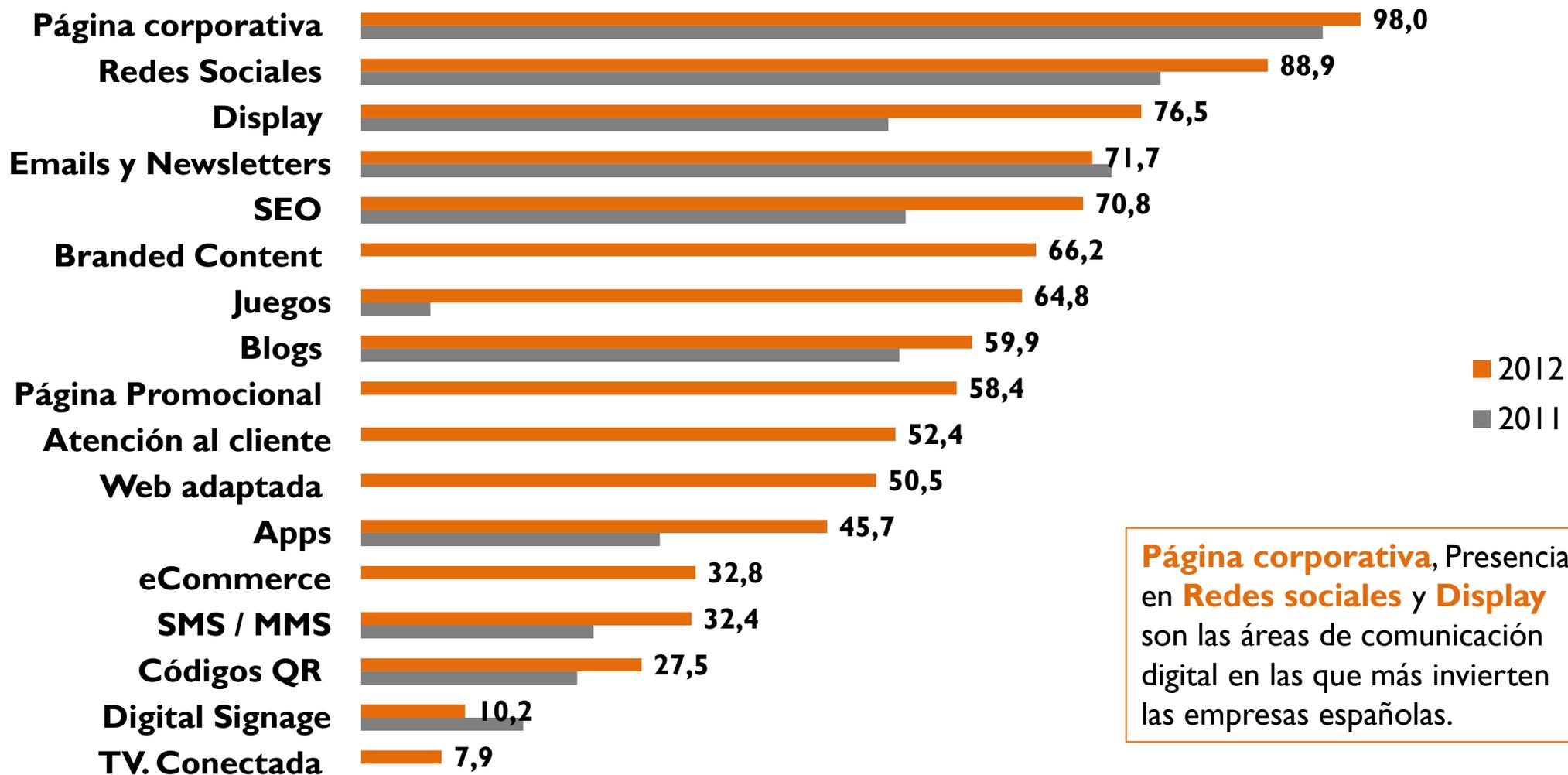
■ Internamente ■ Externamente ■ Ambos

Base: 300 empresas invierten en comunicación digital en 2012 (Datos %)

**Pregunta:** De los servicios que acaba de mencionar en los que invierte su empresa, señale para cada uno de ellos, si los trabaja exclusivamente de forma interna, exclusivamente subcontratados o de ambas formas

# Inversión en Comunicación Digital | Áreas de inversión\*

\*Estos datos excluyen la inversión publicitaria en medios digitales

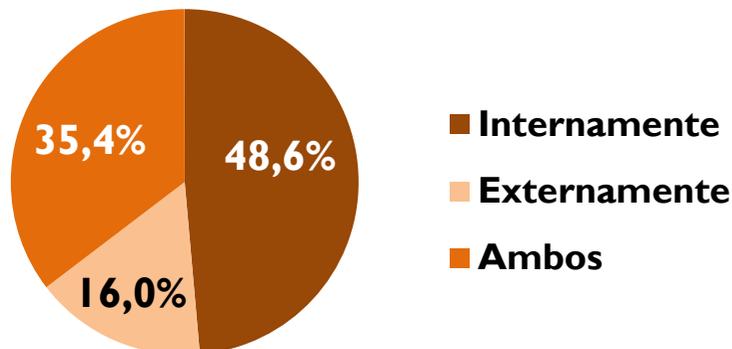


**Página corporativa**, Presencia en **Redes sociales** y **Display** son las áreas de comunicación digital en las que más invierten las empresas españolas.

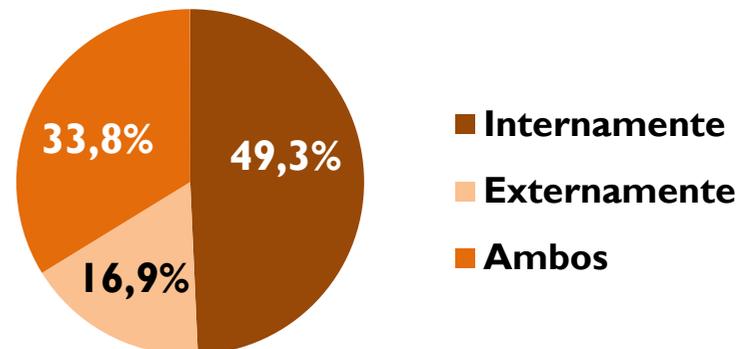
Base: 247 y 300 empresas invierten en comunicación digital en 2011 y 2012 respectivamente (Datos %)

## WEB

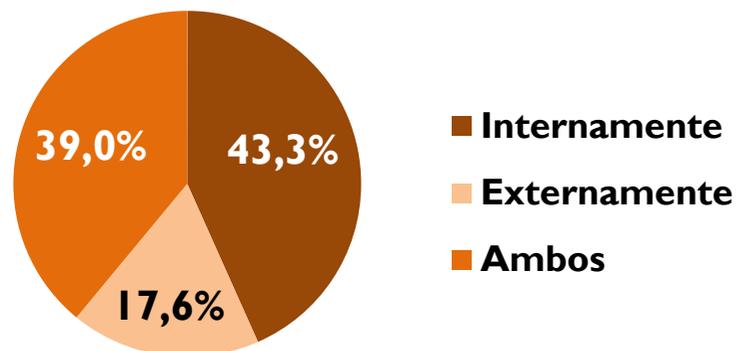
### PÁGINA CORPORATIVA



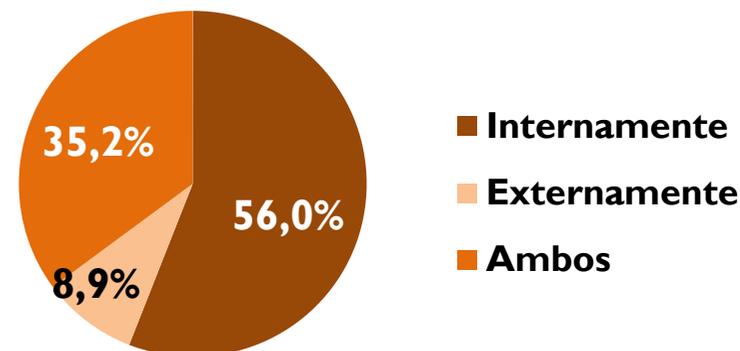
### ESTRATEGIA SEO



### PÁGINA PROMOCIONAL



### E-COMMERCE



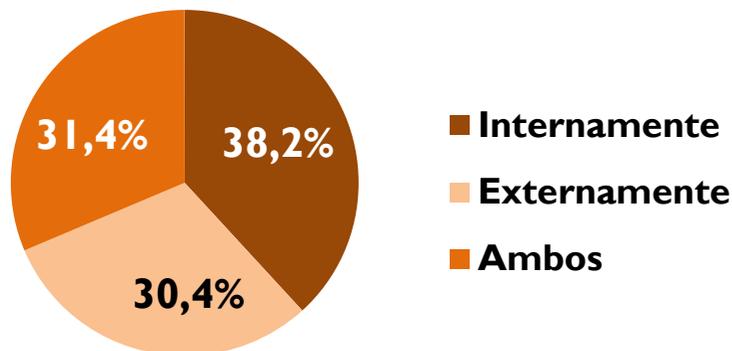
\*Estos datos excluyen la inversión publicitaria en medios digitales

Base: 296 empresas invierten en comunicación digital: Web en 2012 (Datos %)

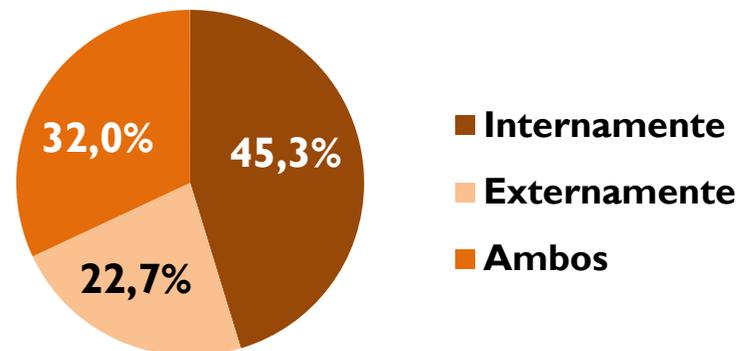
**Pregunta:** De los servicios que acaba de mencionar en los que invierte (es activo) su Departamento / Empresa, señale por favor, para cada uno de ellos, si los trabaja exclusivamente de forma interna, exclusivamente subcontratados o de ambas formas.

## CREATIVIDAD

### DISPLAY



### EMAILS / NEWSLETTER

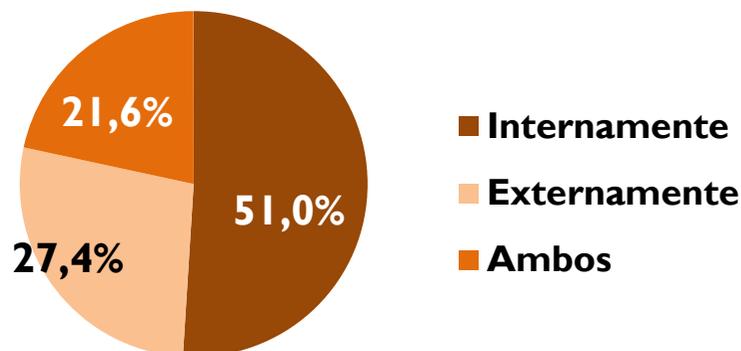


\*Estos datos excluyen la inversión publicitaria en medios digitales

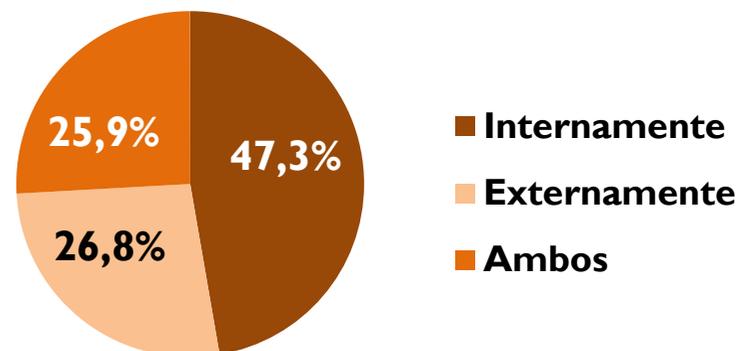
Base: 265 empresas invierten en comunicación digital: Creatividad On Line en 2012 (Datos %)

## MOBILE

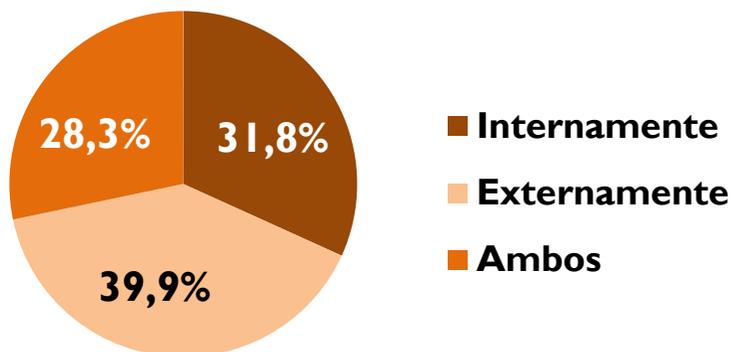
### CÓDIGOS QR



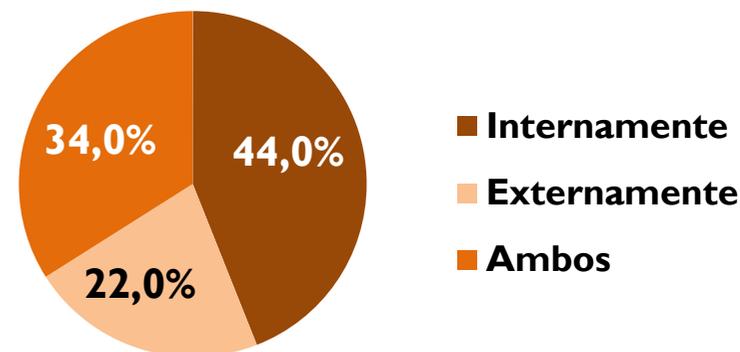
### WEB ADAPTADA



### APLICACIONES



### SMS

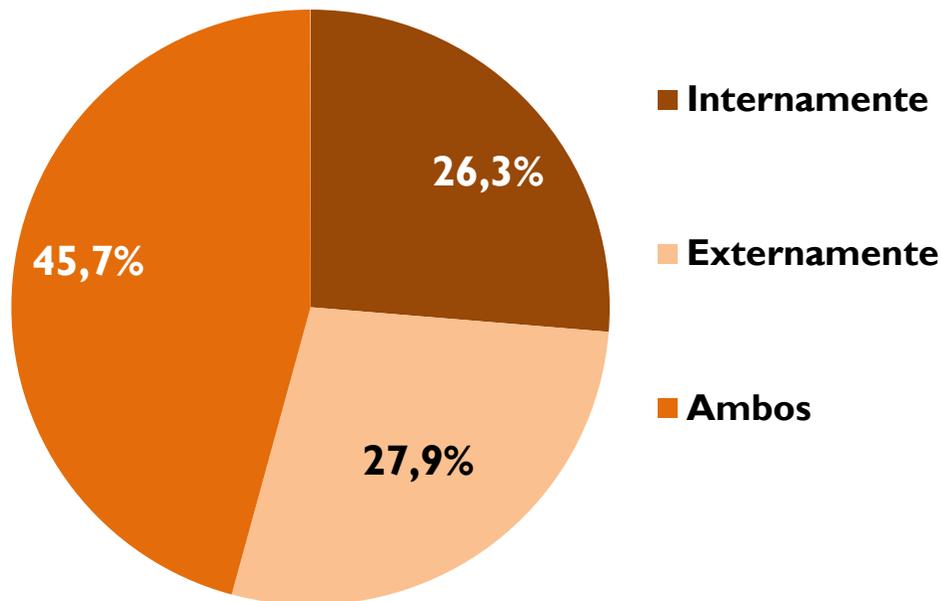


\*Estos datos excluyen la inversión publicitaria en medios digitales

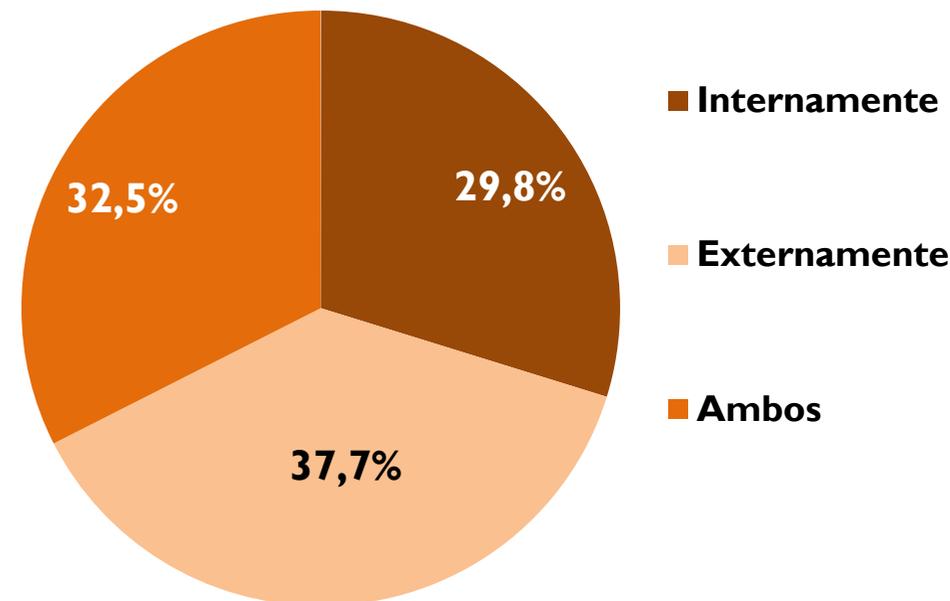
Base: 235 empresas invierten en comunicación digital: Mobile y Tablets en 2012 (Datos %)

## NEW MEDIA

### DIGITAL SIGNAGE



### TV. CONECTADA



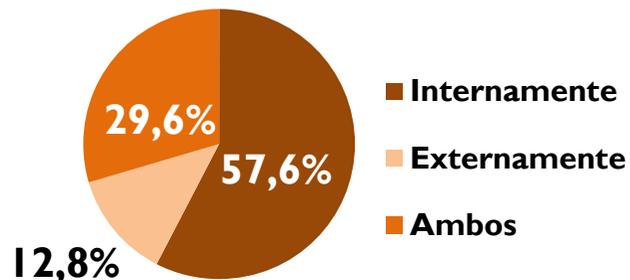
\*Estos datos excluyen la inversión publicitaria en medios digitales

Base: 41 empresas invierten en comunicación digital: New Media en 2012 (Datos %)

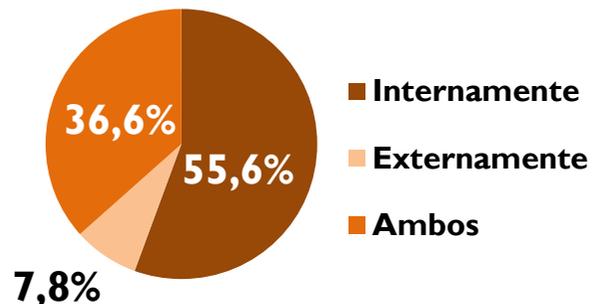
**Pregunta:** De los servicios que acaba de mencionar en los que invierte (es activo) su Departamento / Empresa, señale por favor, para cada uno de ellos, si los trabaja exclusivamente de forma interna, exclusivamente subcontratados o de ambas formas.

## OTROS SERVICIOS

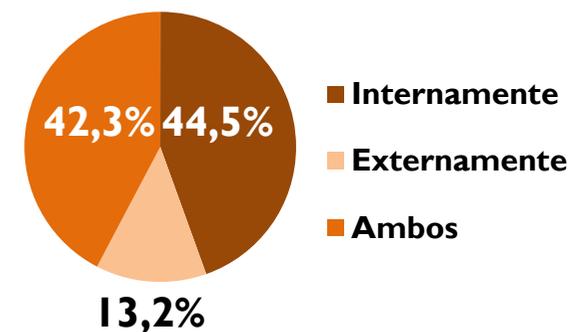
### PRESENCIA EN REDES SOCIALES



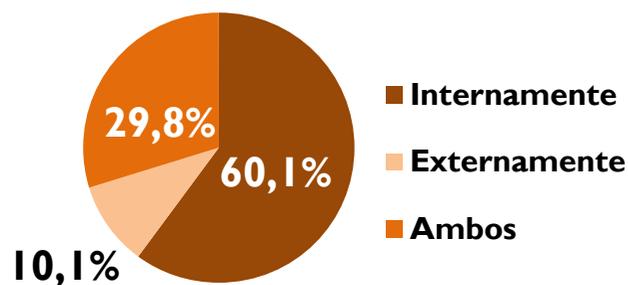
### BRANDED CONTENT



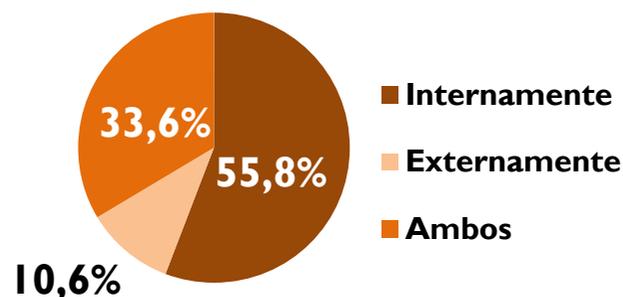
### JUEGOS, PROMOCIONES



### BLOGS



### ATENCIÓN AL CLIENTE



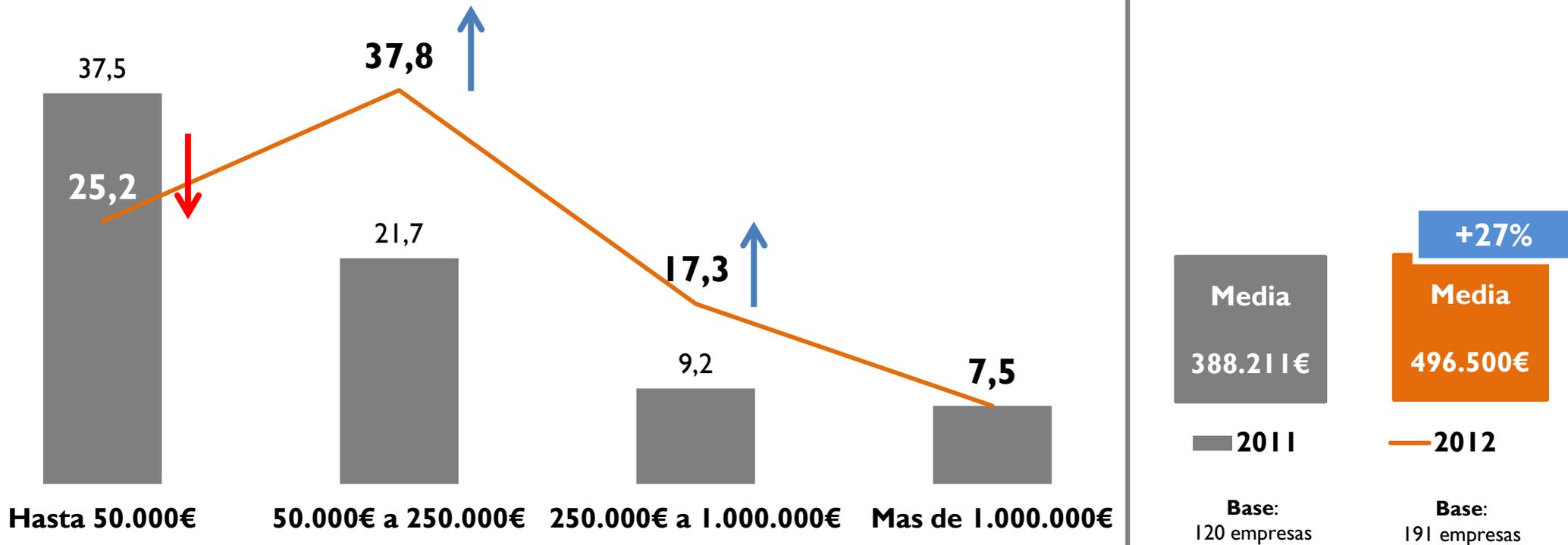
\*Estos datos excluyen la inversión publicitaria en medios digitales

Base: 275 empresas invierten en comunicación digital: Medios Sociales en 2012 (Datos %)

**Pregunta:** De los servicios que acaba de mencionar en los que invierte (es activo) su Departamento / Empresa, señale por favor, para cada uno de ellos, si los trabaja exclusivamente de forma interna, exclusivamente subcontratados o de ambas formas.



La media de **inversión en comunicación gestionada externamente** declarado por las empresas españolas **aumenta un 27% respecto al año anterior.**



**Base:** empresas invierten externamente en 2011 y 2012 (Datos en % Ponderados)

**Pregunta:** Para los servicios que su empresa ha subcontratado, ¿cuál ha sido la inversión total dedicada, tanto en espacios como en contratación de servicios, durante el año 2012?

## INVERSIÓN DIGITAL EXTERNA: EXTRAPOLACIÓN AL TOTAL EMPRESAS DE ESPAÑA

180.966.500 €

2011

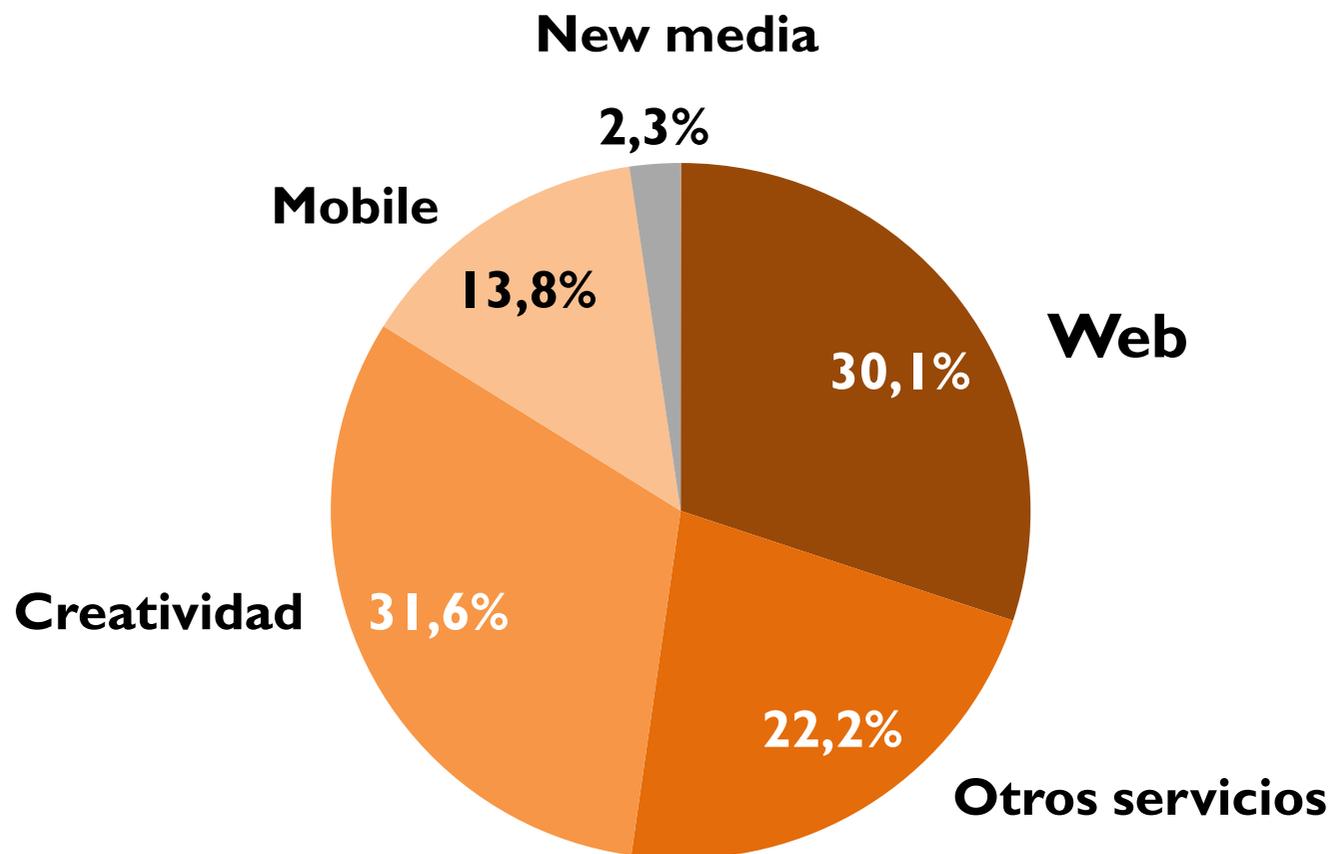
229.827.400 €

2012

**Base:** Datos Extrapolados al total empresas de España

**Pregunta:** Para los servicios que su empresa ha subcontratado, ¿cuál ha sido la inversión total dedicada, tanto en espacios como en contratación de servicios, durante el año 2012?

**Creatividad digital** es la principal partida subcontratada, supone **un 32% del total inversión digital externa.**



\*Estos datos excluyen la inversión publicitaria en medios digitales

Base: 191 empresas invierten externamente en 2012 (Datos en % Ponderados)



**Estructura interna** 42,6

**Estrategia Cía.** 9,6

**Conocimiento digital** 9,4

**Confidencialidad** 8,6

**Coste** 8,4

**Control información** 5,9

**Desconocimiento** 4,9

**Es nuestro 'core business'** 4,0

**Rapidez / Agilidad** 3,4

**No proveedor adecuado** 2,6

**Desconfianza** 1,0

**Otro** 2,1

**Ns/Nc** 2,9

**La mayoría de empresas** que trabajan exclusivamente de forma interna no han subcontratado servicios de comunicación digitales pues **disponen de una estructura interna para ello.**

Sólo el **1%** de estas mismas empresas **no se plantea acudir a un proveedor externo en el futuro.**

Base: 222 empresas invierten exclusivamente de forma interna en 2012 (Datos en % Ponderados)

Un **mix de varios agentes** (empresas) es el proveedor más mencionado.

A continuación aparecen las **agencias creativas digitales y las agencias de comunicación** en tercer lugar.

**1 de cada 10** entrevistados prefiere no responder o bien **no se lo está planteando**.

**Mix de varios agentes (empresas)** 24,3

**Agencia creativa digital** 19,9

**Agencia de comunicación (RR.PP.)** 18,2

**Depende de la acción** 9,9

**Un partner tecnológico** 8,5

**Agencia de medios digital** 7,6

**Otros** 1,7

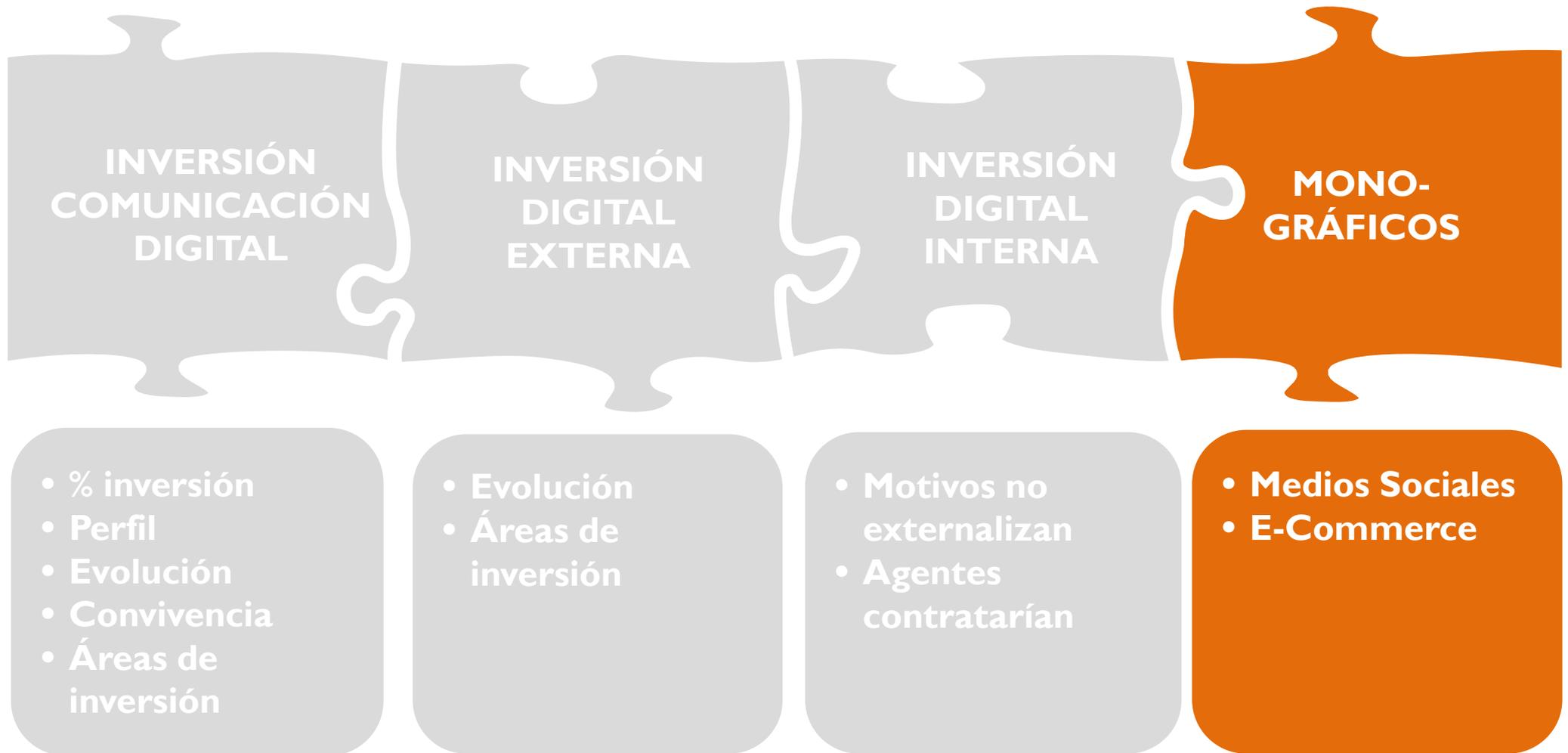
**No me lo planteo** 0,9

**Ninguno** 2,3

**Ns/Nc** 7,1

10,1

Base: 222 empresas invierten exclusivamente de forma interna en 2012 (Datos en % Ponderados)

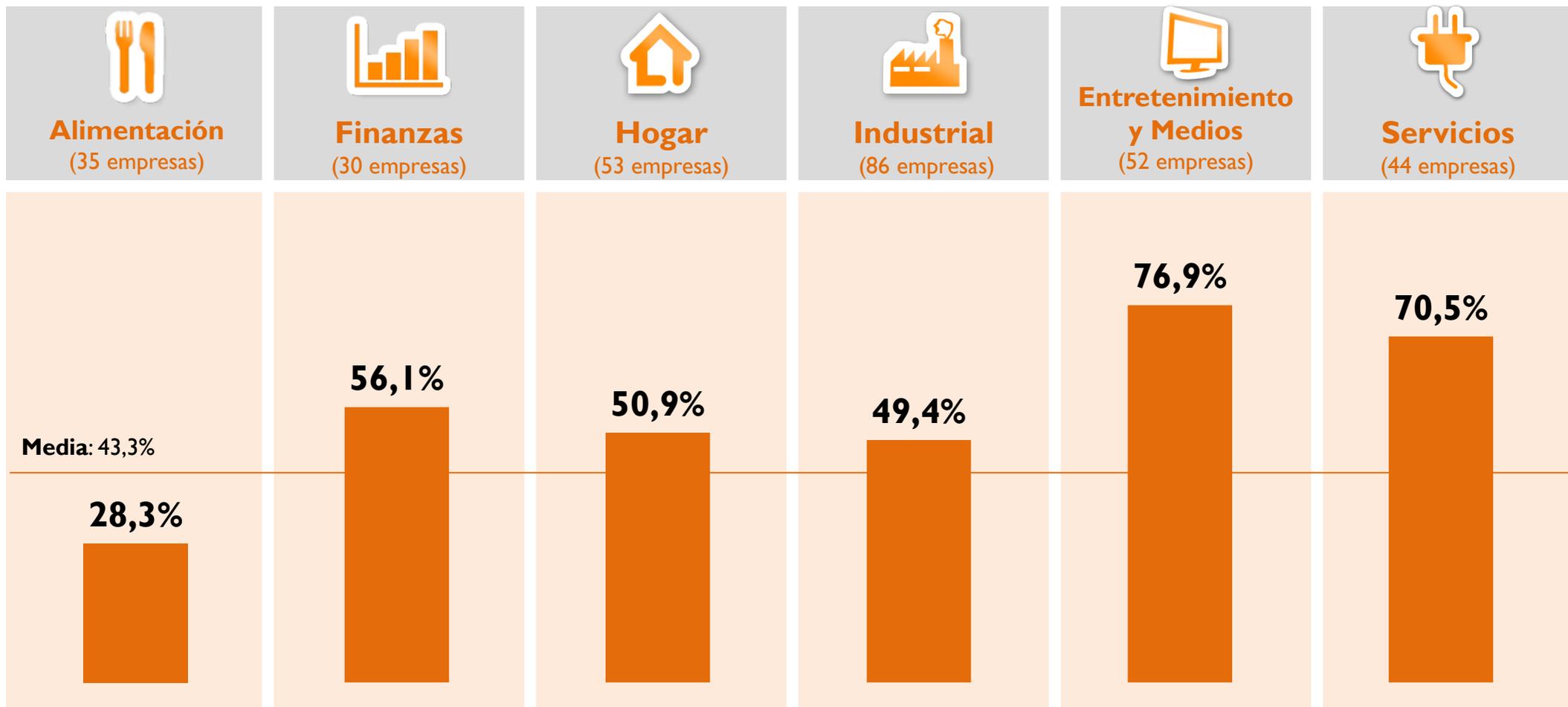


El número de empresas trabaja medios sociales **ha crecido 24pp. en el último año.**

## Inversión en Medios Sociales



Base: 247 y 300 empresas invierten en comunicación digital en 2011 y 2012 respectivamente (Datos en % Ponderados)

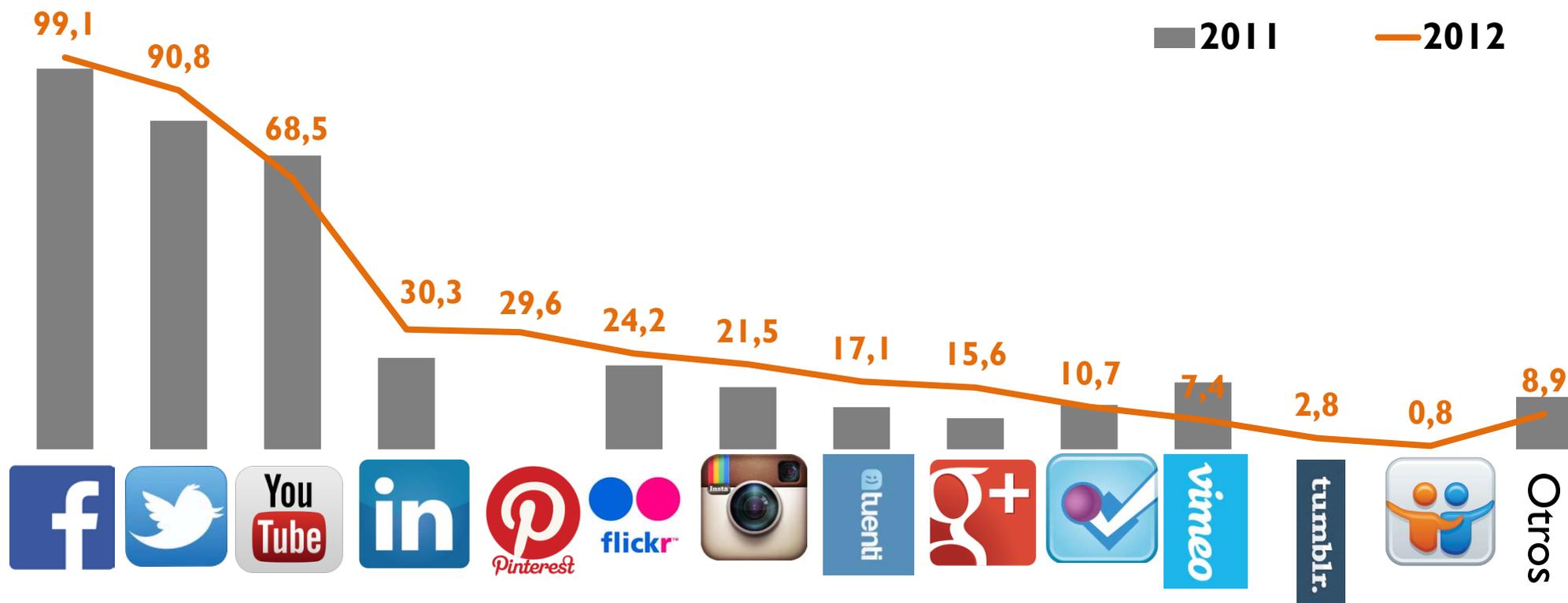


Base: 300 empresas invierten en comunicación digital en 2012 (Datos en % Ponderados)

# Monográfico Medios Sociales | Evolución inversión 2011-2012 (por RR.SS.)

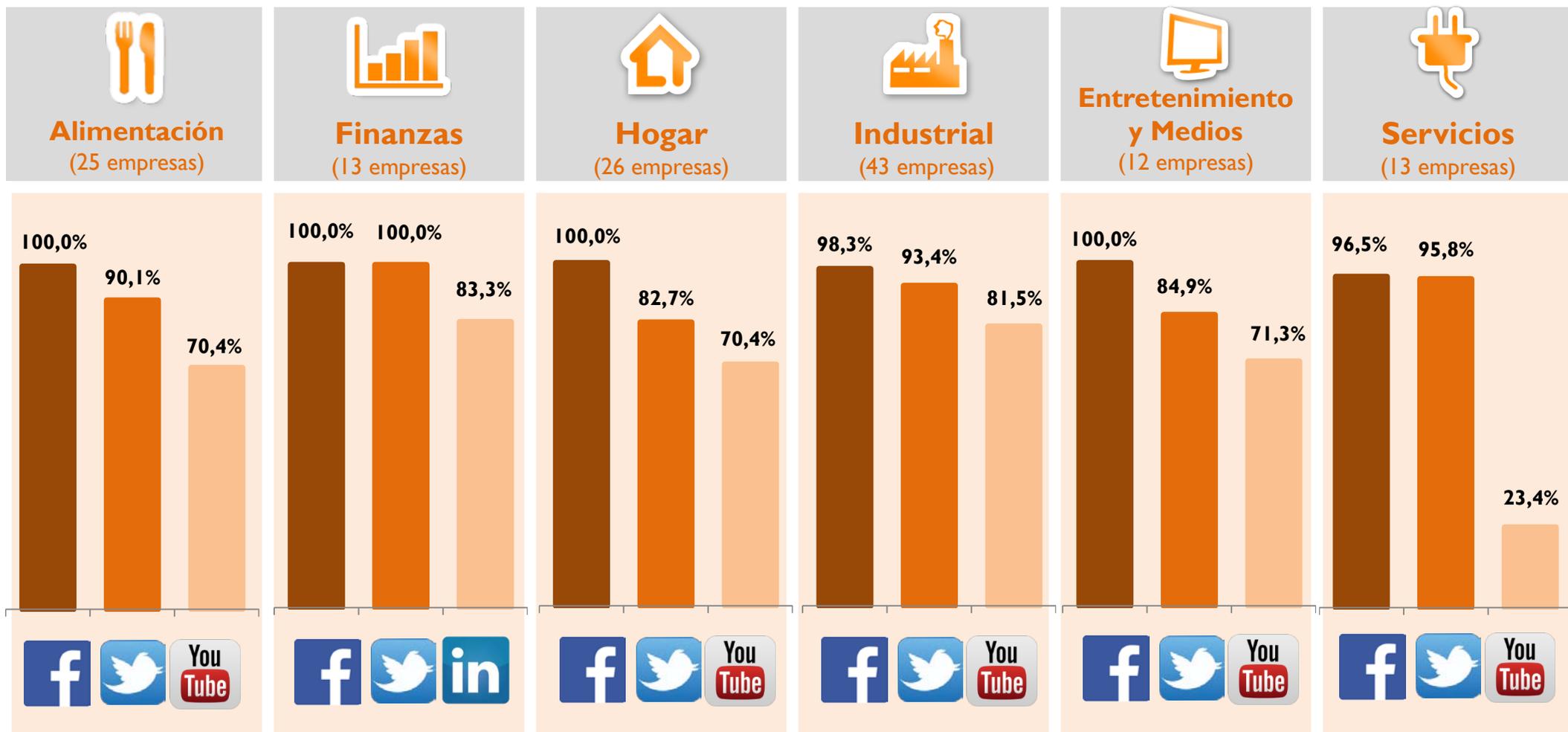
Prácticamente todos los medios sociales analizados mejoran sus % en el último año.

**El top 3 lo forman Facebook, Twitter y YouTube.**



Base: 47 y 132 empresas invierten en comunicación digital y medios sociales en 2011 y 2012 respectivamente (Datos en % Ponderados)

# Monográfico Medios Sociales | Inversión (por sectores)



Base: 132 empresas invierten en comunicación digital y medios sociales en 2012 (Datos en % Ponderados)

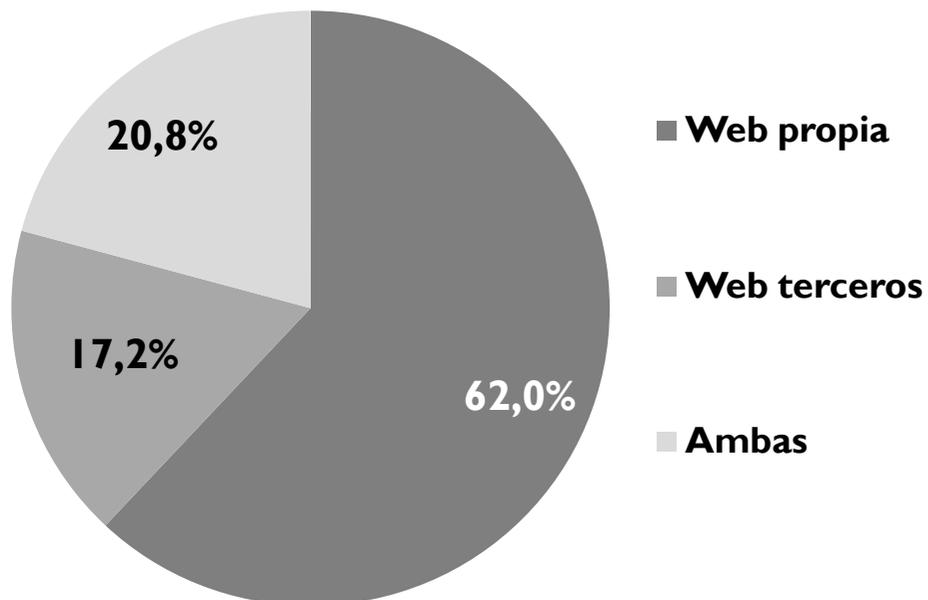
## VENTAS POR INTERNET



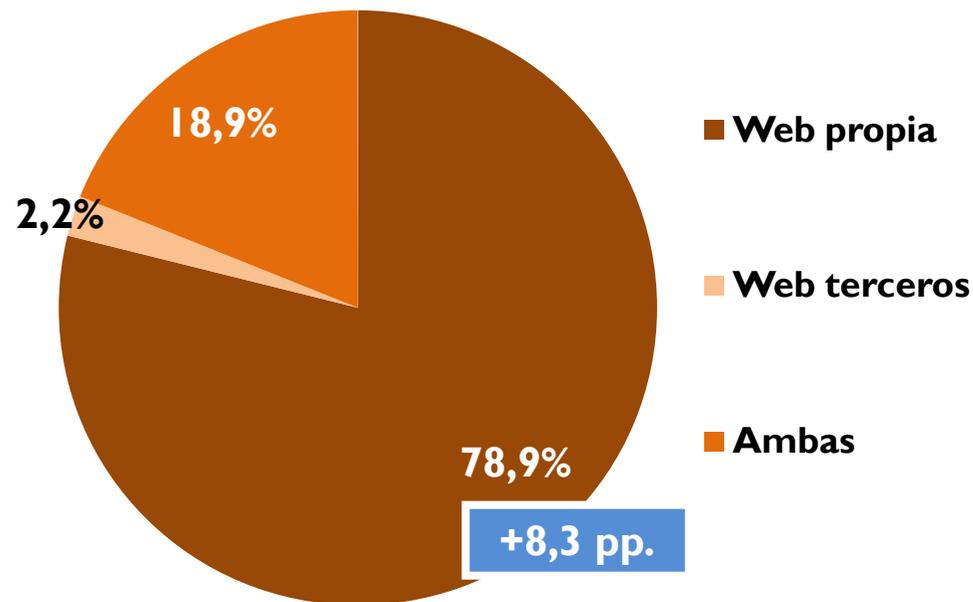
Base: 247 y 300 empresas invierten en comunicación digital en 2011 y 2012 respectivamente (Datos en % Ponderados)

## PLATAFORMA DE VENTAS POR INTERNET

### 2011



### 2012

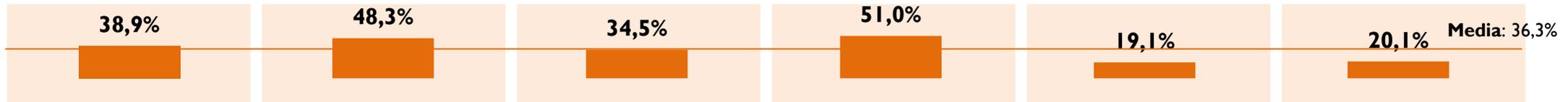


Base: 69 y 109 empresas realizan ventas por Internet en 2011 y 2012 respectivamente (Datos en % Ponderados)



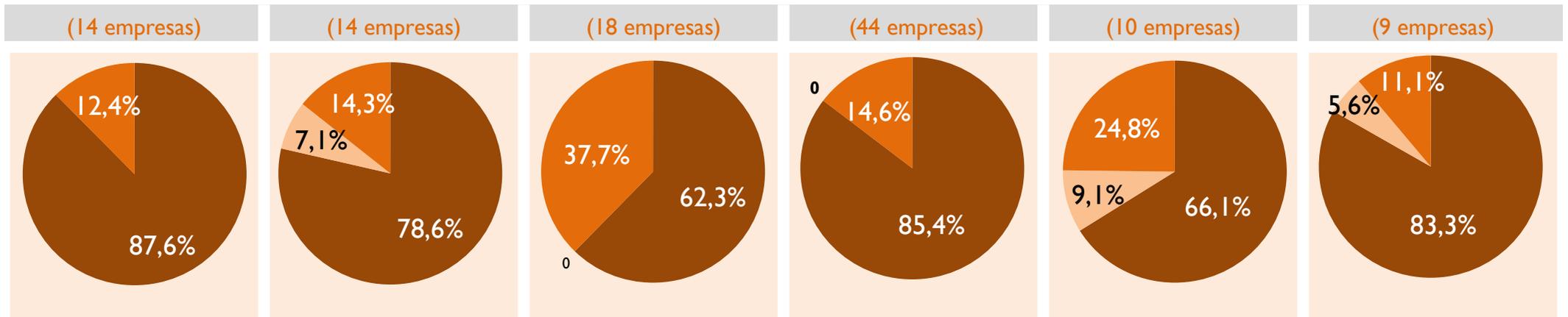
## VENTAS POR INTERNET

Base: 300 empresas invierten en comunicación digital en 2012 (Datos en % Ponderados)



## PLATAFORMA DE VENTAS

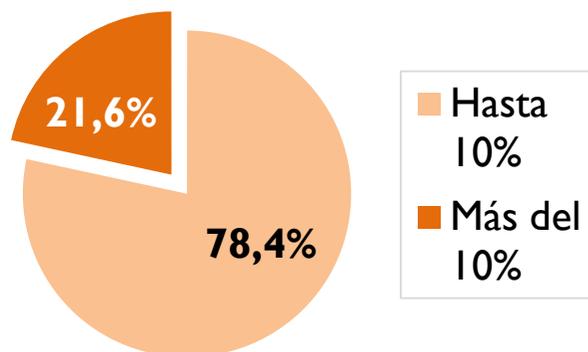
Base: 109 empresas realizan ventas por Internet en 2012 (Datos en % Ponderados)



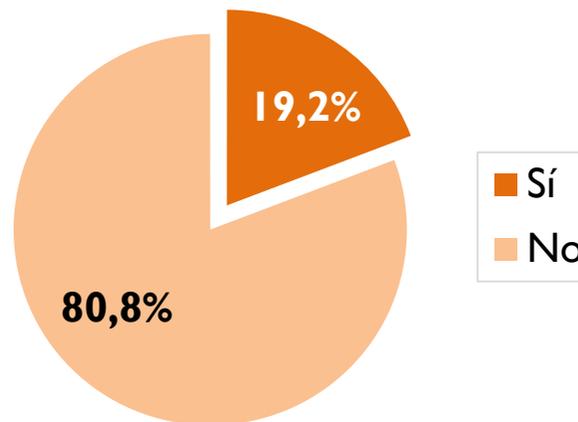
■ Web propia ■ De terceros ■ Ambos

## % VENTAS TOTALES POR INTERNET

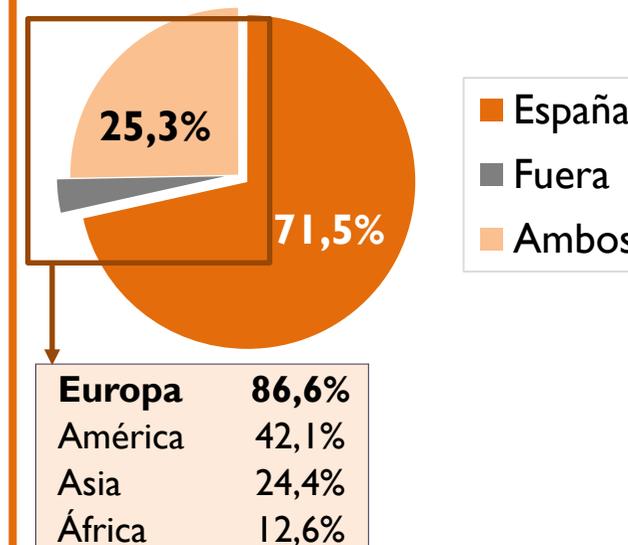
Media: 10,47%



## % VENTAS POR INTERNET EN MEDIOS SOCIALES



## % VENTAS POR INTERNET NACIONAL O INTERNAC.



Base: 109 empresas realizan ventas por Internet en 2012 (Datos en % Ponderados)

**Pregunta:** ¿Qué % de las ventas de su empresa se realizan por Internet?

**Pregunta:** ¿Realiza ventas su empresa a través de las Medios Sociales?

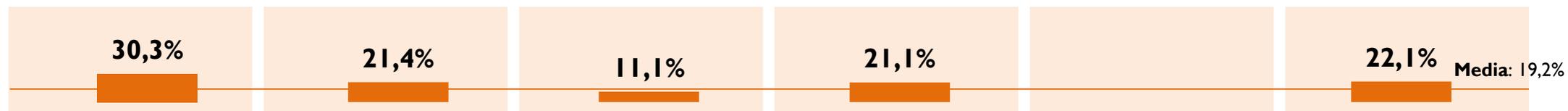
**Pregunta:** ¿Realiza ventas su empresa en España fuera de España o en ambos?



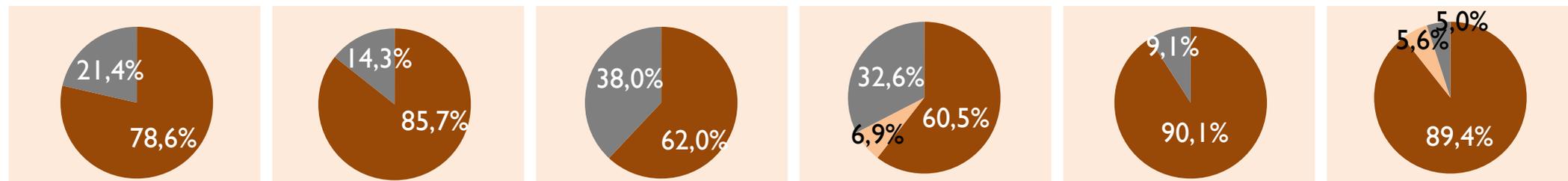
## % VENTAS TOTALES POR INTERNET



## % VENTAS POR INTERNET EN MEDIOS SOCIALES



## % VENTAS POR INTERNET NACIONALES O INTERNACIONALES



Base: 109 empresas realizan ventas por Internet en 2012 (Datos en % Ponderados)

**Pregunta:** ¿Qué % de las ventas de su empresa se realizan por Internet?

**Pregunta:** ¿Realiza ventas su empresa en España fuera de España o en ambos?

**Pregunta:** ¿Realiza ventas su empresa a través de las Medios Sociales?

# Inversión en Comunicación Digital 2012 | Índice

## 1. Antecedentes y Objetivos

## 2. Metodología

## 3. Resultados

1. Inversión en comunicación digital
  1. Inversión digital externa
  2. Inversión digital interna
2. Monográfico medios sociales
3. Monográfico e-Commerce

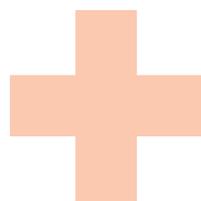
## 4. Conclusiones

- El principal dato es que la inversión en comunicación externa en España ha incrementado un 27% en el último año, alcanzando **los 230 millones de euros**. De esta inversión más del 50% es inversión en medios propios (web y perfiles de MMSS), y si añadimos la inversión en creatividad digital, hablamos de un total de 80%.
- Cada vez son más las compañías que invierten en **comunicación externa e interna digital en España** (incremento de un 11,6 pp. Lo que supone un 33,1 % frente al 21,5% del año 2011).
- Por sectores, tanto el sector **Entretenimiento** como **Servicios** ofrecen un porcentaje mayor del 70% de inversión en ambas formas de comunicación (interna y externa). Destaca **Alimentación** a la baja, con el mejor porcentaje (14%)
- Prácticamente el 100% que invierte en comunicación digital invierte en **página corporativa** (98%), el 90% en **medios sociales** y el 75% lo hace en **display**. Teniendo en cuenta el dato del año pasado, destacamos el mayor crecimiento de juegos, aplicaciones y display.

- El 42% de las empresas españolas que invierte en comunicación interna declaran que no subcontratan estos servicios ya que disponen de una **estructura interna** que los soporta. Sin embargo, la mayoría de ellos sí estarían dispuestos a trabajar con un proveedor externo en el futuro. De estas empresas, si tuvieran que contratar estos servicios externamente, cabe destacar que lo harían con Agencias Creativas y Agencias de Comunicación en 2ª y 3ª posición (precedidos de un mix de varios agentes).
- La inversión en medios sociales (excluyendo la compra de medios) sube 24 pp., lo que supone un 43%. **Facebook** (99,1%), **Twitter** (90,8%) y **YouTube** (68,5%) son los medios sociales preferidos para inversión en comunicación digital.
- El e-commerce se incrementa en relación al dato de 2011 en 8,3 pp. lo que supone un 36,3% de las empresas.

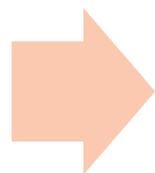
Inversión en Publicidad  
Digital 2012:

**885,7 M€**



Inversión en Comunicación  
Digital 2012:

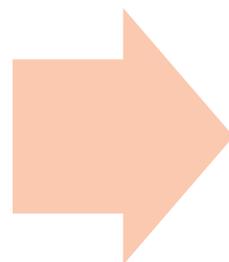
**229,8 M€**



Inversión Digital 2012:

**1.115,5 M€**

Inversión Digital  
2011:  
**889,24 M€**



**+25,44%**  
Inversión Digital  
2012:  
**1.115,5 M€**

