

CICOM

CONFEDERACIÓN
DE LA INDUSTRIA
DE LA COMUNICACIÓN
MERCADOTÉCNICA

Junio 2016



VALOR DE LA INVERSIÓN MERCADOTÉCNICA EN 2015

Junio 2016

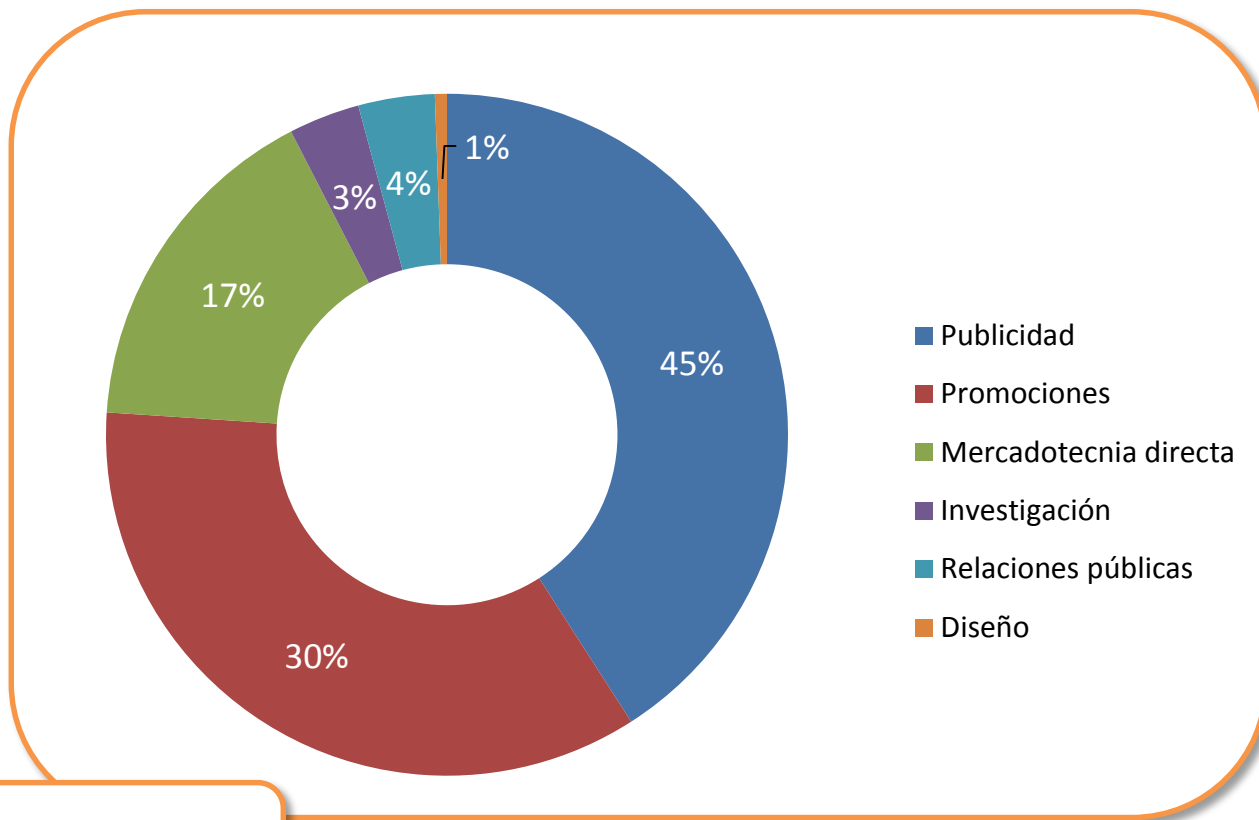
DATOS RELEVANTES DE LA INDUSTRIA

El valor de la industria se estima en 191.4 miles de millones de pesos para el año de **2015**. **La inversión publicitaria** para 2014, representa un crecimiento respecto del año anterior, del **7.8%**.

La **industria genera empleos** para poco más de 1.7 millones de personas. Las siguientes disciplinas presentaron los **crecimientos más sobresalientes**, respecto del año anterior, los cuales explican el comportamiento de la industria en el 2015:

- 15.9%** Internet
- 14.8%** Promociones
- 10.6%** Relaciones Públicas

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN MERCADOTÉCNICA POR DISCIPLINA



\$191,450 mdp

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN MERCADOTÉCNICA POR DISCIPLINA

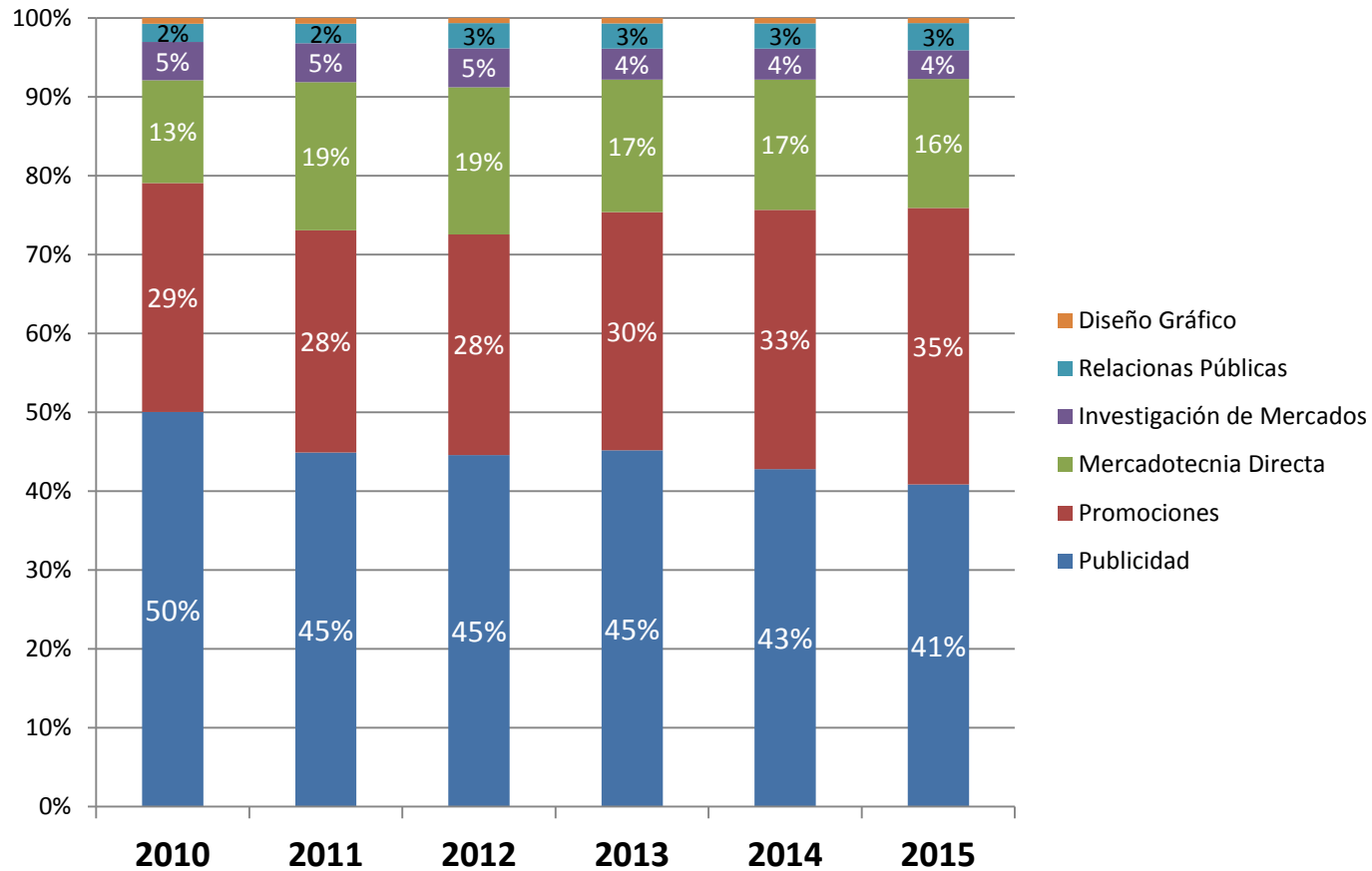
	Inversión (MDP)	Porcentaje
 Publicidad	78,332	45%
 Promociones	67,254	30%
 Mercadotecnia Directa	31,387	17%
 Investigación	6,452	4%
 Relaciones Públicas	6,933	3%
 Diseño	1,091	1%

\$191,450 mdp

Nota: Las cifras reportadas de Investigación de mercados y relaciones públicas son preliminares

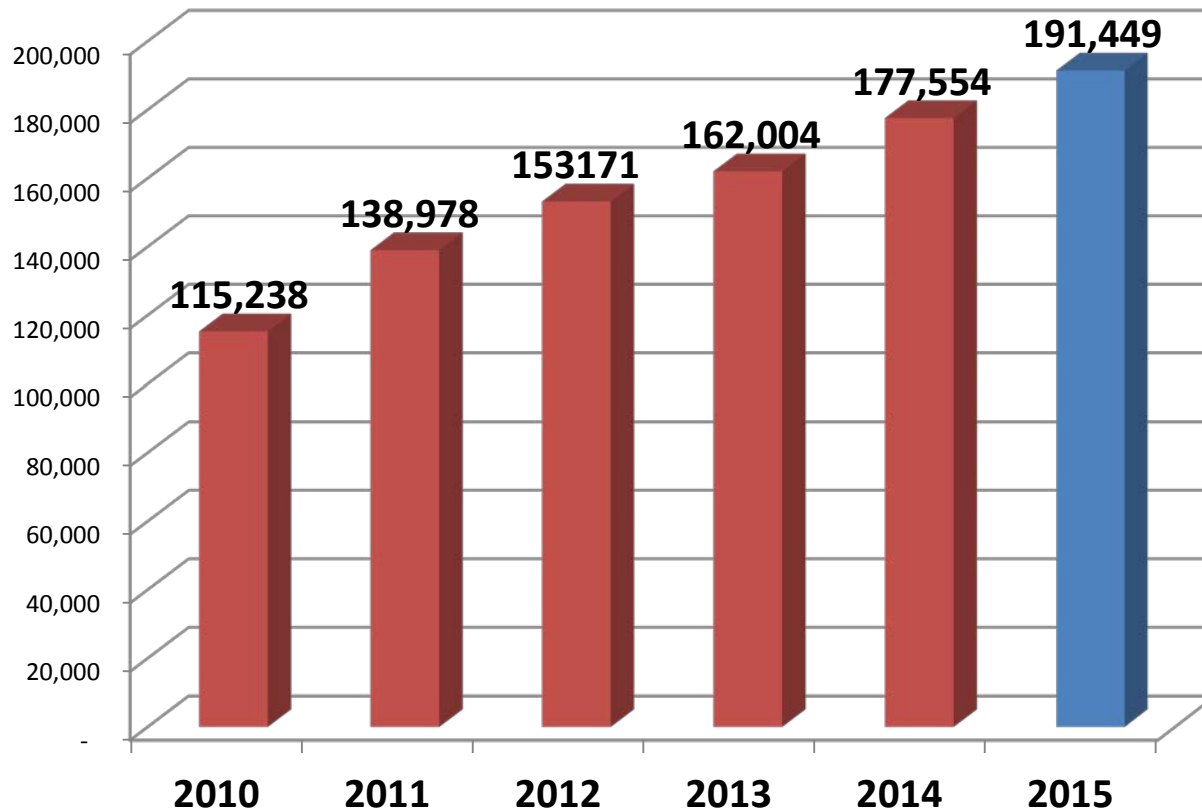
COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA INDUSTRIA

Participación de los medios



INVERSIÓN MERCADOTÉCNICA HISTÓRICA

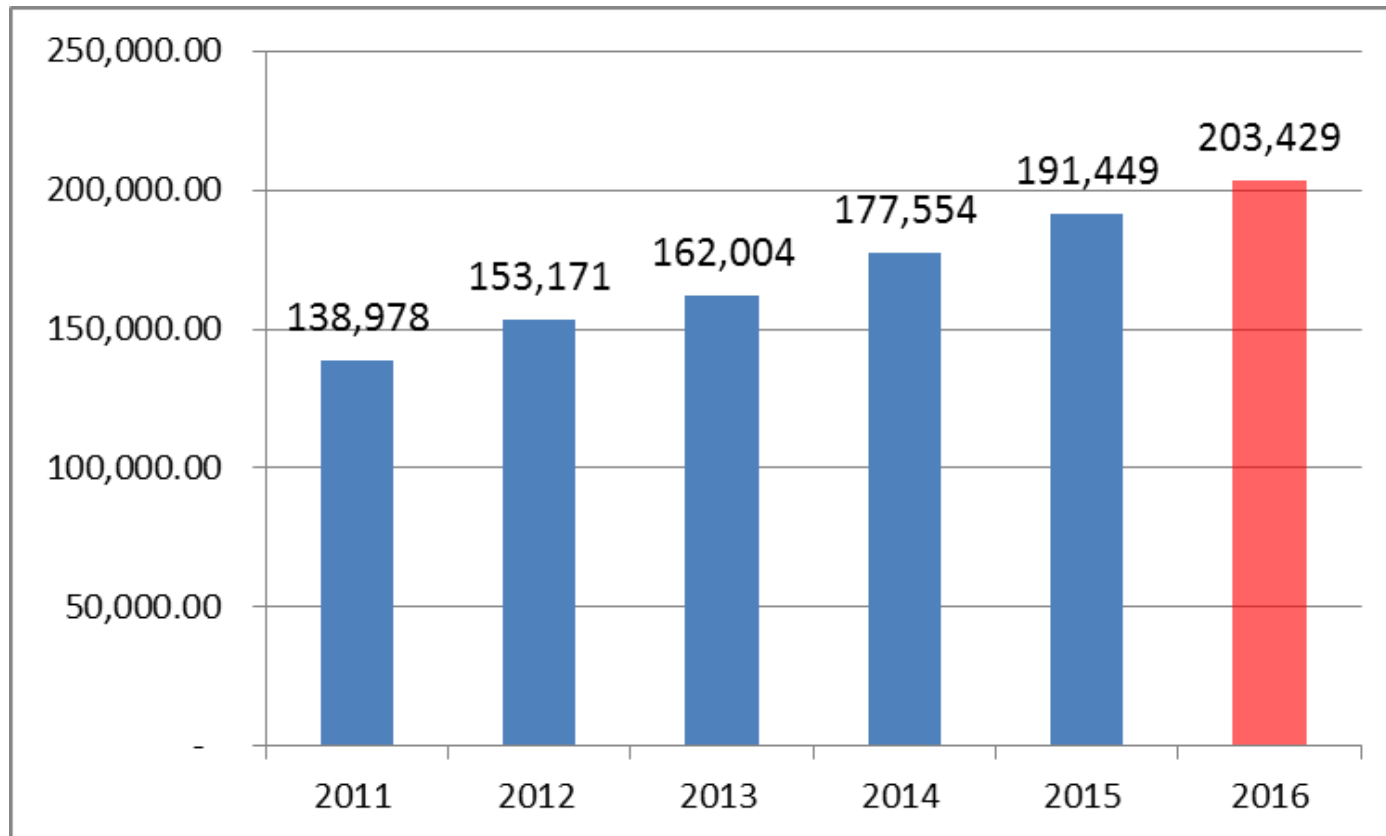
TCPA: 6.6%



INVERSIÓN MERCADOTÉCNICA

Proyección 2016

TCPA: 7.0%



TCPA: Tasa de crecimiento promedio anual: 5 años.

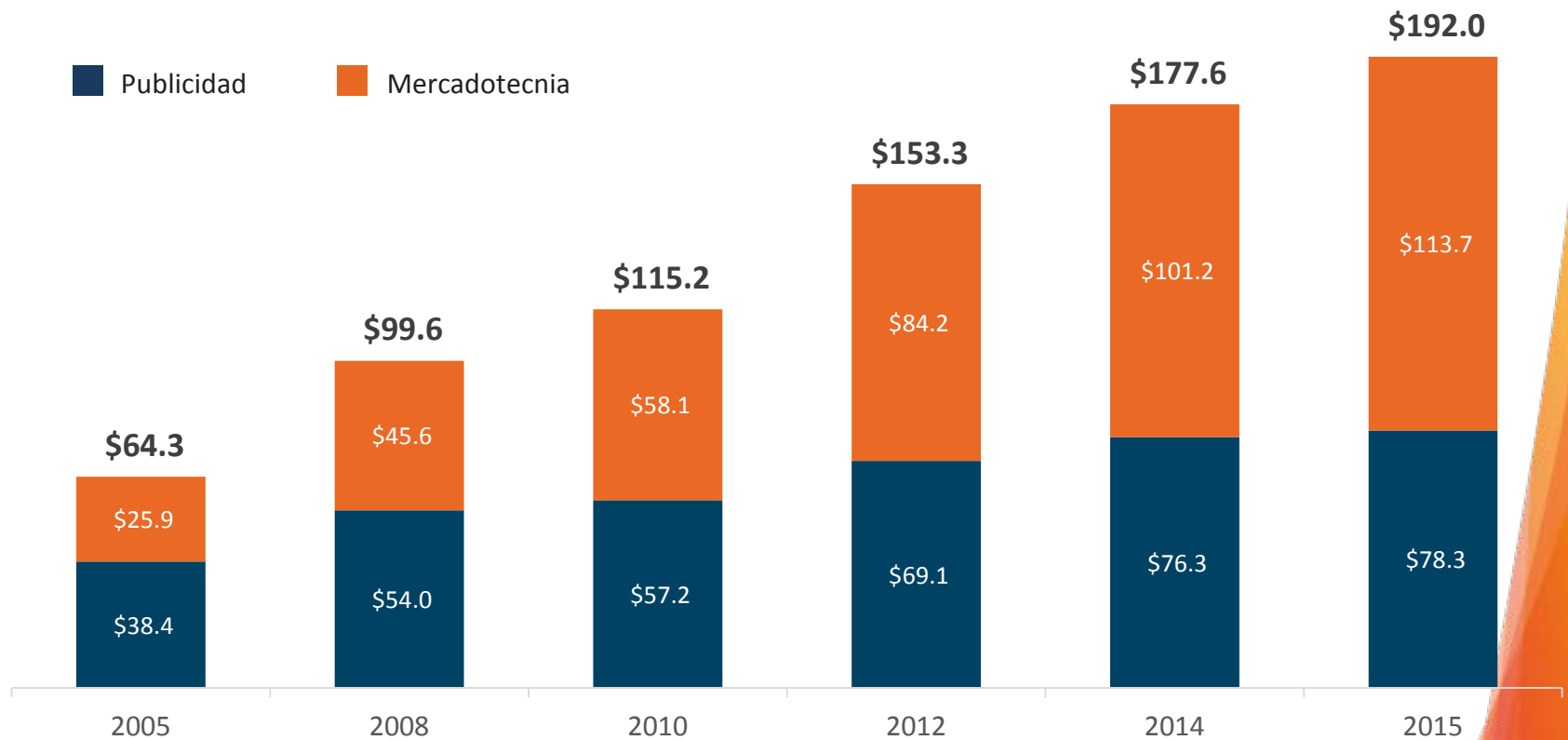


VALOR DE LA INDUSTRIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN 2015

Junio, 2016

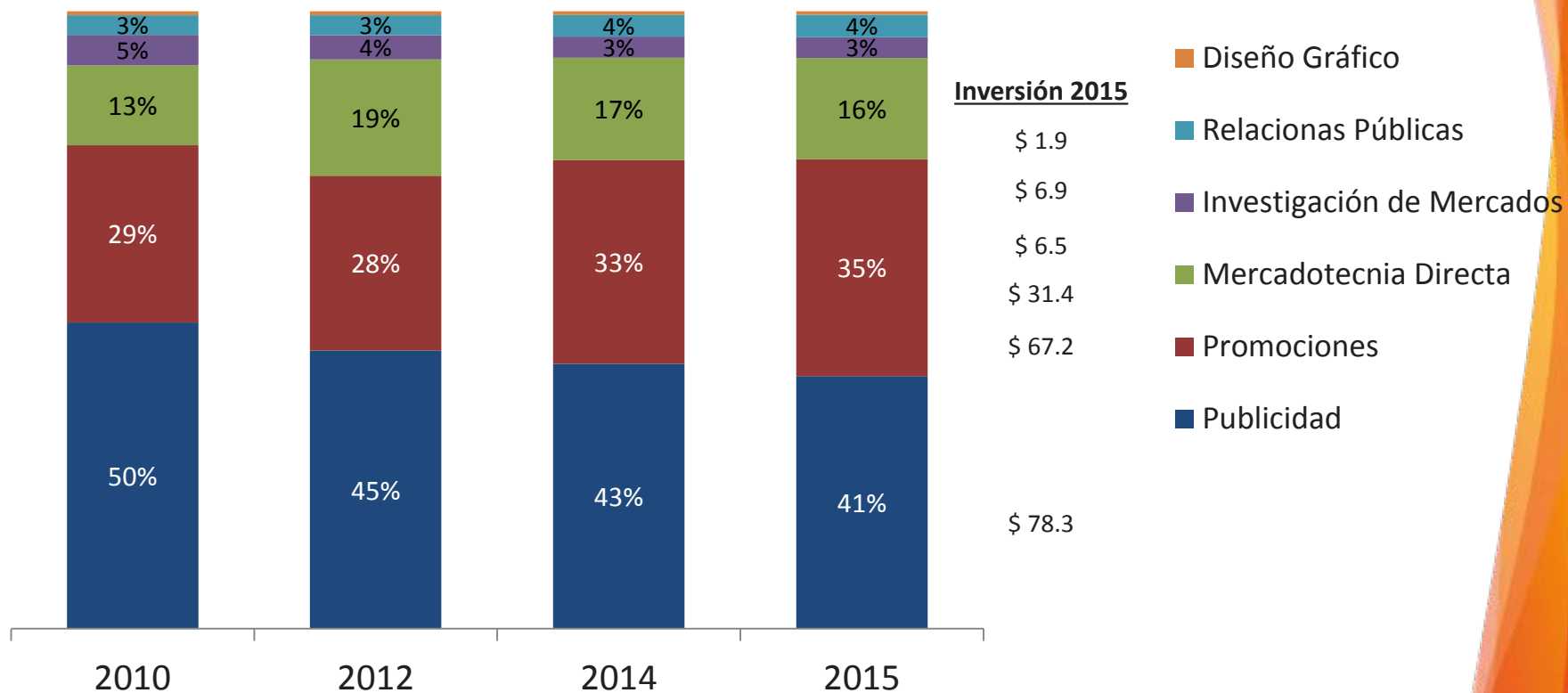
INVERSIÓN EN PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN MÉXICO POR CANAL

(Miles de millones de pesos corrientes, 2010 - 2015).



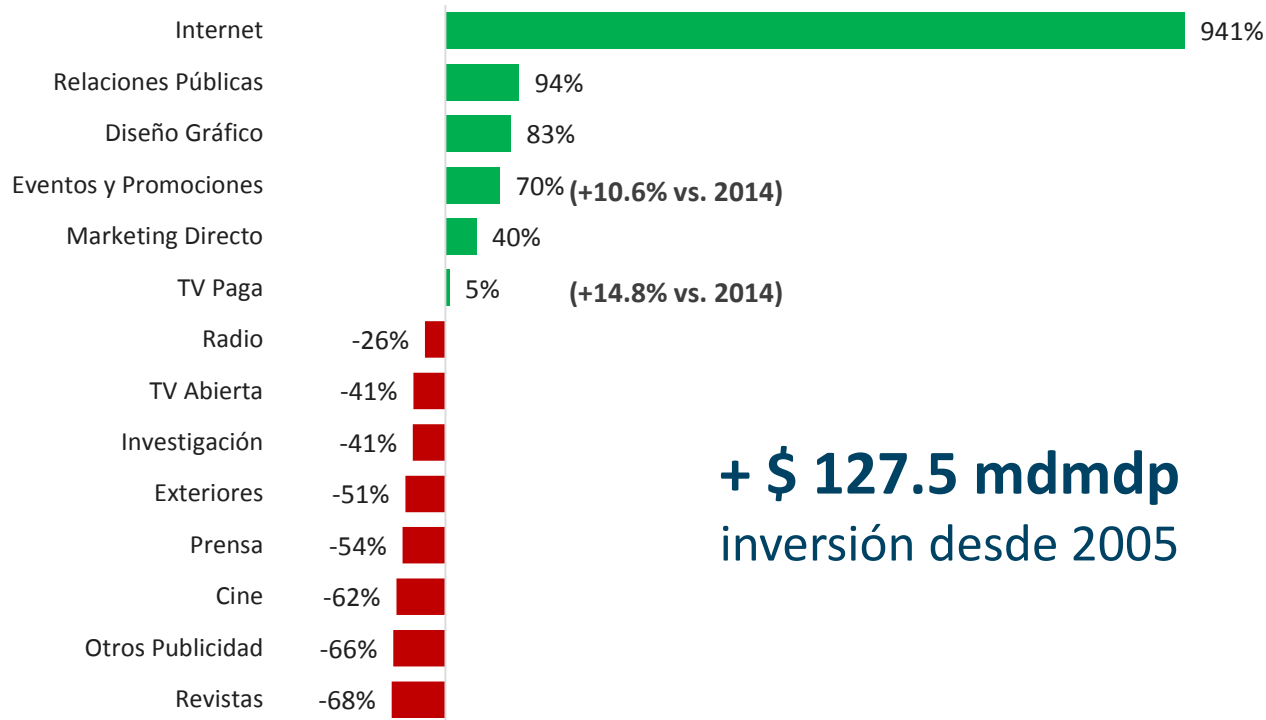
PARTICIPACIÓN RELATIVA POR DISCIPLINA DE LA INDUSTRIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN MÉXICO

(Porcentaje de share y miles de millones de pesos corrientes, 2010 - 2015)



CRECIMIENTO DE INVERSIÓN EN PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN POR CANAL EN MÉXICO, 2005 VS. 2015

(Crecimiento en share e inversión 2015 y crecimiento total en millones de pesos corrientes)

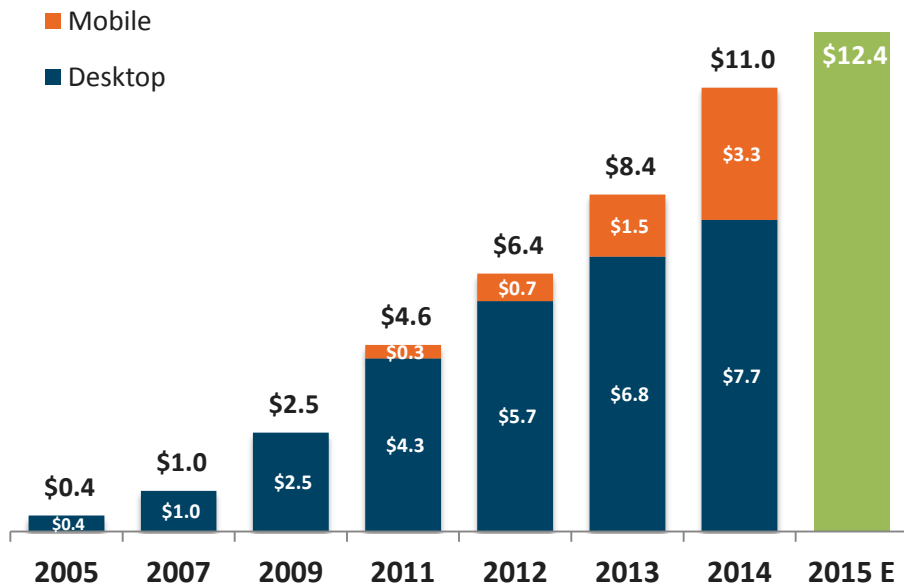


+ \$ 127.5 mdmdp
inversión desde 2005

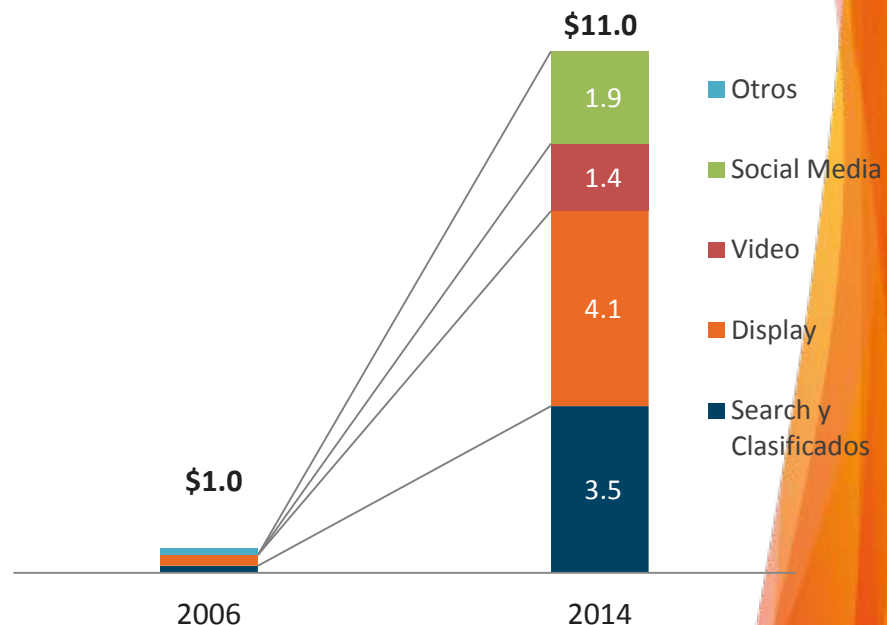
Inversión 2015	Crecimiento '05 vs '15
\$ 12.4	+ \$ 12.0
\$ 6.9	+ \$ 5.73
\$ 1.1	+ \$ 0.89
\$ 67.3	+ \$ 53.95
\$ 32.0	+ \$ 24.29
\$ 6.0	+ \$ 4.05
\$ 6.9	+ \$ 3.75
\$ 39.3	+ \$ 17.05
\$ 6.5	+ \$ 2.75
\$ 6.2	+ \$ 1.95
\$ 4.2	+ \$ 1.10
\$ 0.9	+ \$ 0.10
\$ 0.8	-
\$ 1.8	- \$ 0.10

INVERSIÓN EN PUBLICIDAD EN INTERNET EN MÉXICO

(Miles de millones de pesos corrientes, 2005 - 2014)

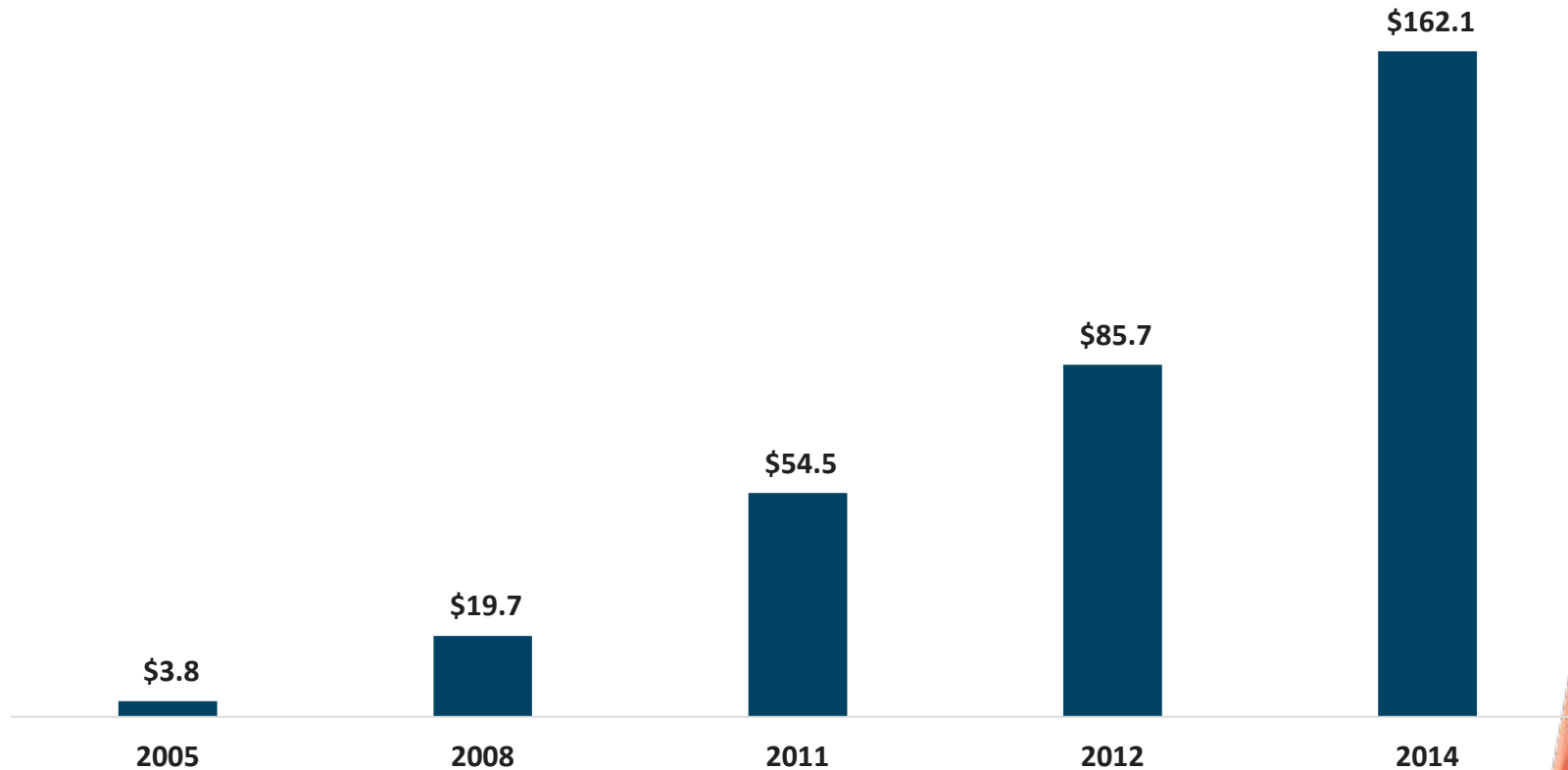


(Millones de pesos corrientes, 2006 vs. 2014)



EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO, 2005 – 2014

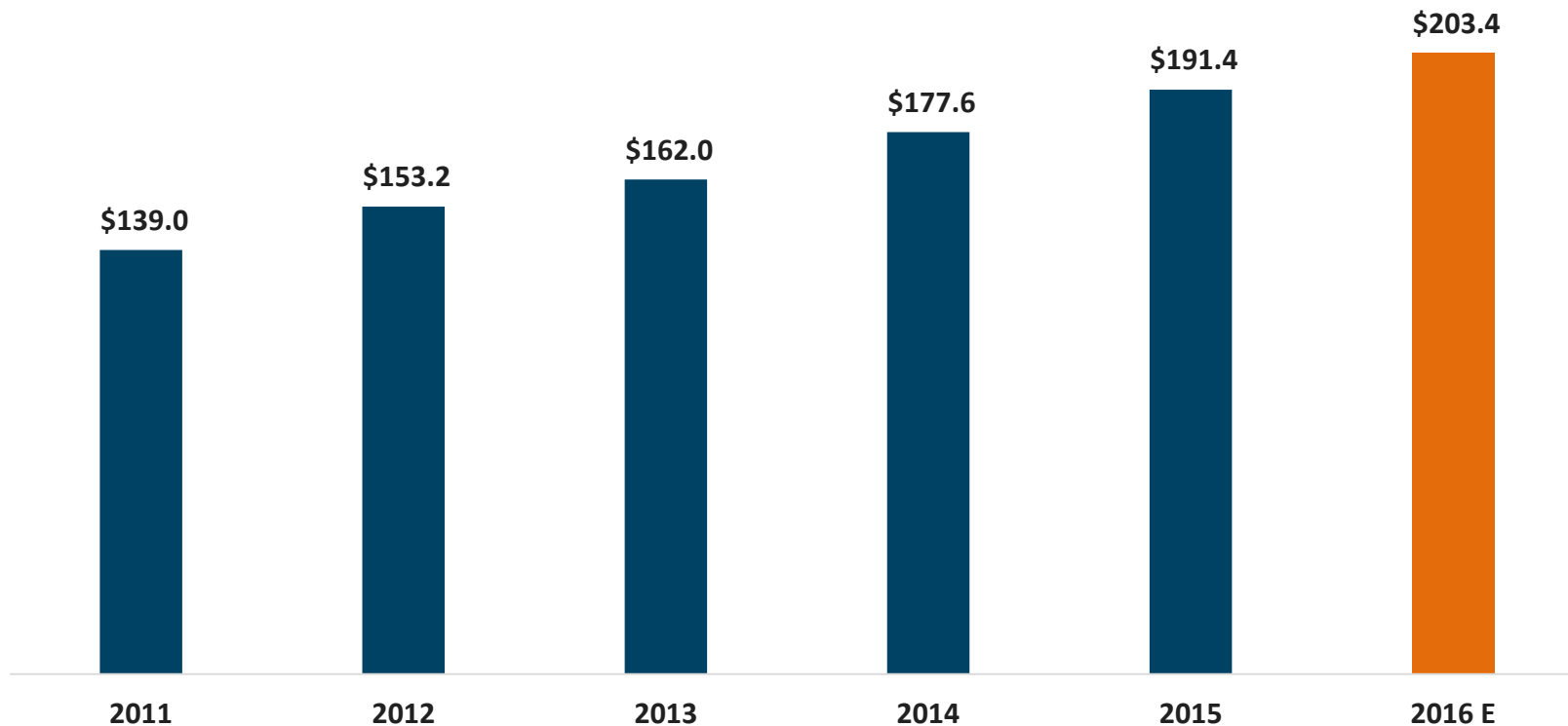
(Millones de pesos corrientes)



Inversión en publicidad y promoción en México: Proyección 2016

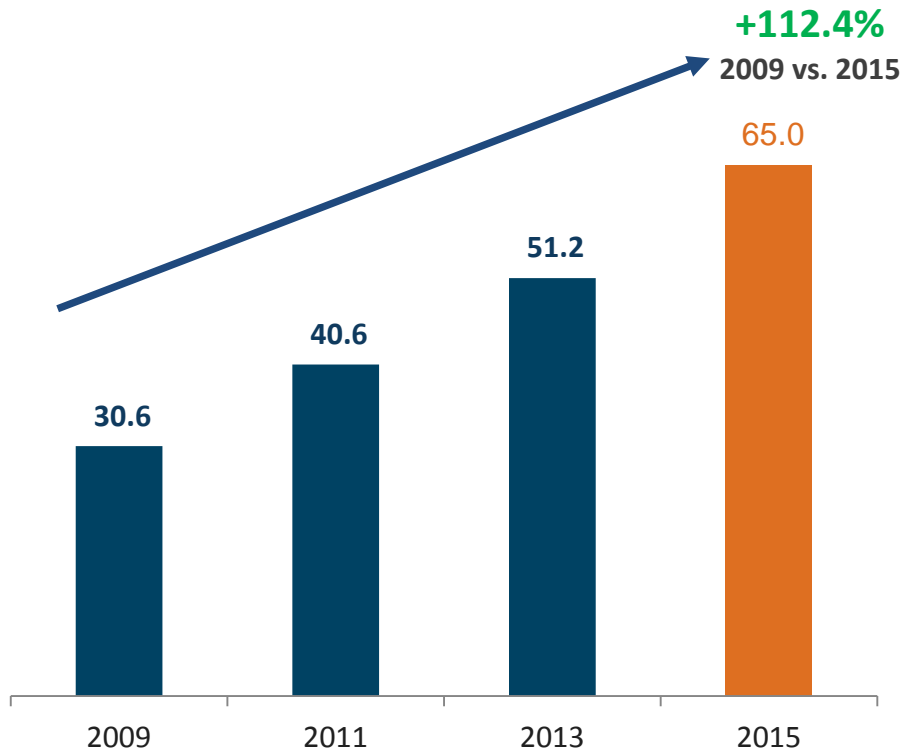
(Millones de pesos corrientes, 2011 – 2016 E)

TCPA: 7.0%



Internautas en México, 2009-2016

(Millones de Internautas)



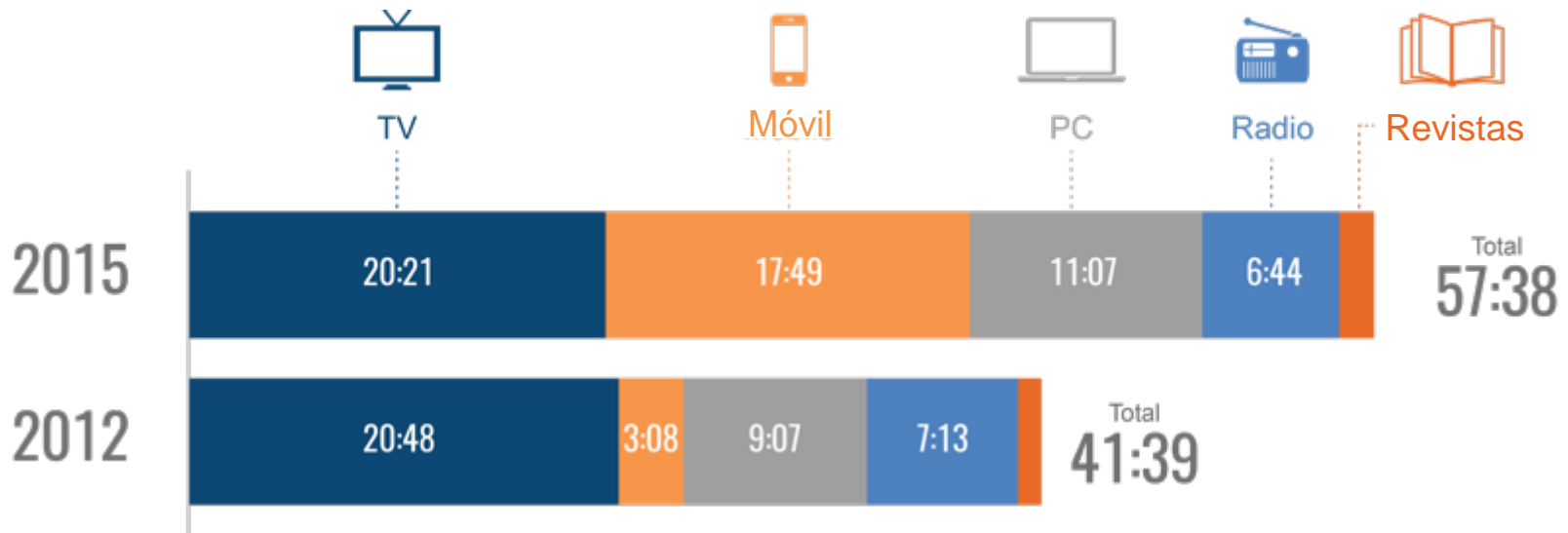
Acceso a Internet por tipo de dispositivo, 2015 vs. 2016

(Porcentaje de respuestas positivas)

(Porcentaje de respuestas positivas)







<u>2015</u>		<u>2016</u>
58%	Smart Phone	77%
68%	LapTop	69%
54%	PC	50%
31%	Tabletas	45%
17%	Consolas VJ	19%

CONSUMO SEMANAL DE MEDIOS EN MÉXICO, 2012 VS. 2015 (HH:MM)



Mapa de publicidad y conectividad en LATAM

(Indicadores clave en países seleccionados)

		Publicidad U\$ Dollars		Población	Internautas		Móviles Penetración		Smart Phone Penetración		eCommerce Compradores	
		Total Bn	Per capita		MM	MM	%	MM	%	MM	%	MM
Brasil		\$20.6	\$101.9	202	115	56%	249	123%	40	20%	37	18%
México		\$5.5	\$44.8	124	65	53%	97	78%	44	51%	14	11%
Argentina		\$4.7	\$111.9	42	29	69%	59	140%	13	26%	-	-
Colombia		\$1.5	\$30.6	49	29	58%	49	100%	14	30%	-	-
Chile		\$1.2	\$66.7	18	10	56%	20	111%	6	35%	-	-
Perú		\$0.8	\$25.8	31	16	52%	29	95%	6	20%	-	-
Total LATAM		\$41.9	\$76.5	548	293	53%	577	105%	123	23%	97	18%

Nota: El total LATAM considera otros países no listados en la tabla

Fuente: : Google Ipsos Our Mobile Planet, 2014; CIA World Factbook, 2014; e Marketer, diciembre 2014, abril 2015, julio 2015, septiembre 2015; Internet World Stats, 2014. Hispanic Fact Pack, 2015, Ad Age, Pew Research Center, junio, 2015, Statista, 2014, IAB Colombia, 2014, "Inversión en medios digitales en Colombia", PwC, 2015