



CONFEDERACIÓN  
DE LA INDUSTRIA  
DE LA COMUNICACIÓN  
MERCADOTÉCNICA

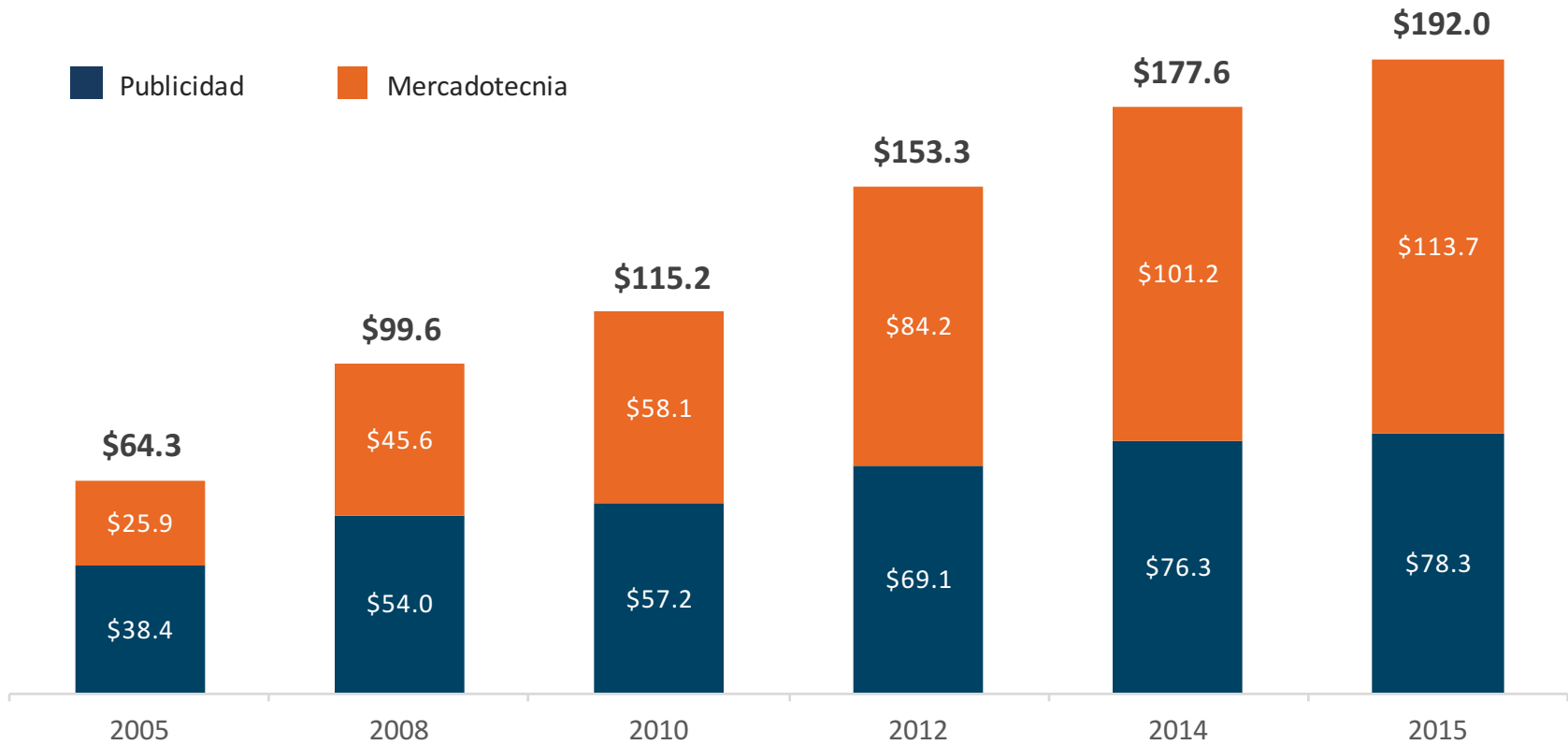
# Valor de la Industria de Publicidad y Mercadotecnia en México 2015

Junio 28, 2016

[WWW.CICOM.ORG.MX](http://WWW.CICOM.ORG.MX)

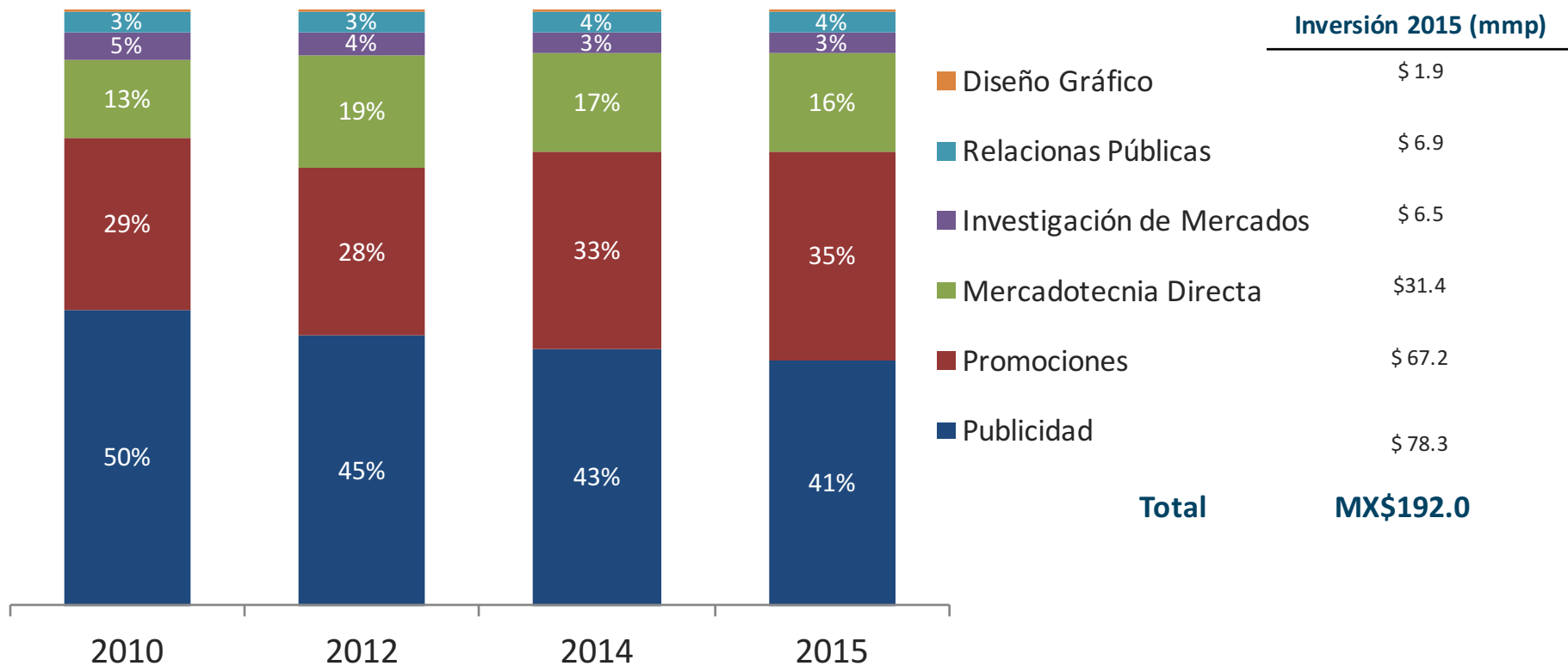
## Inversión en publicidad y mercadotecnia en México por canal

Miles de millones de pesos corrientes, 2010 - 2015



## Participación relativa de la publicidad y las disciplinas de mercadotecnia en México

Participación e inversión en miles de millones de pesos corrientes, 2010 - 2015



## Crecimiento de inversión en publicidad y mercadotecnia por canal en México, 2005 vs. 2015

Inversión 2015, crecimiento total en miles de millones de pesos y % de crecimiento en participación

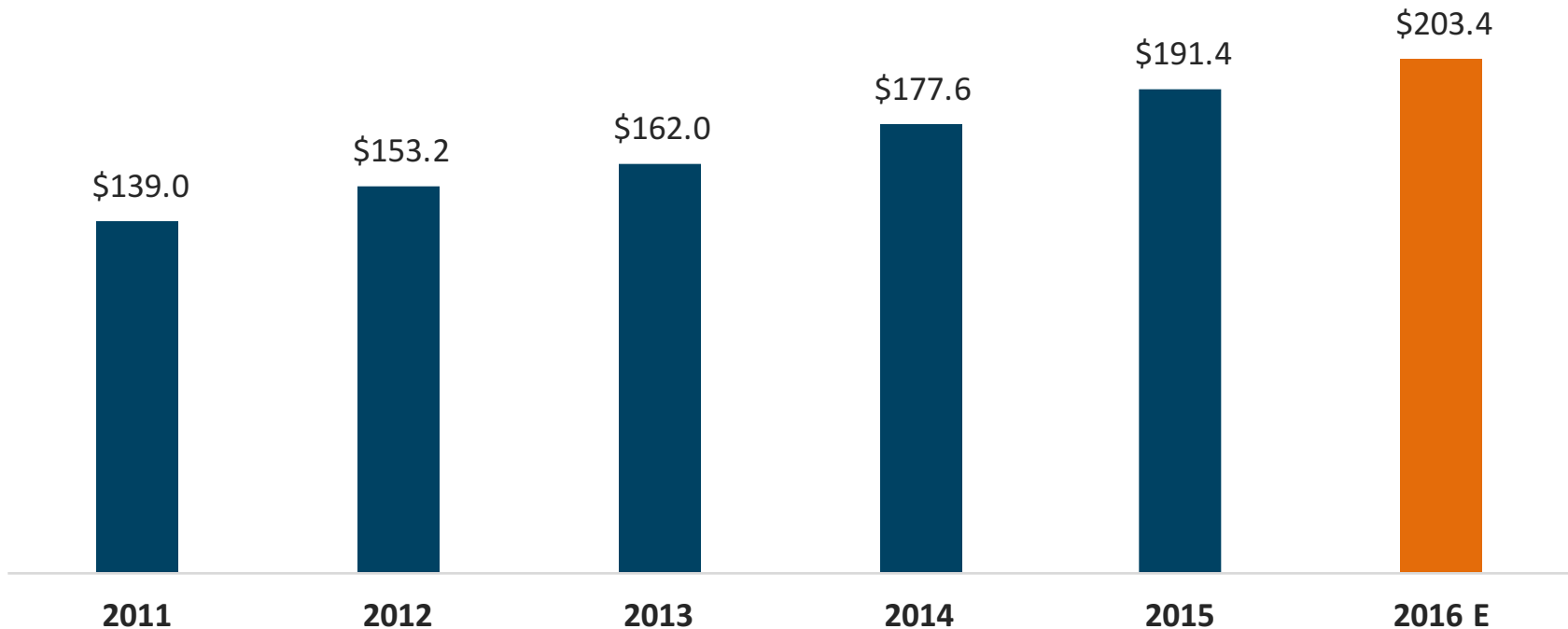
Canal	Inversión 2015	Crecimiento '05 vs '15	Porcentaje de crecimiento en participación en la inversión total '05 vs. '15	
Internet	\$ 12.4	+ \$ 12.0	941% (+15.9% vs. 2014)	
Relaciones Públicas	\$ 6.9	+ \$ 5.73	94%	(+10.6% vs. 2014)
Diseño Gráfico	\$ 1.1	+ \$ 0.89	83%	
Eventos y Promociones	\$ 67.3	+ \$ 53.95	70%	(+14.8% vs. 2014)
Marketing Directo	\$ 32.0	+ \$ 24.29	40%	
TV Paga	\$ 6.0	+ \$ 4.05	5%	
Radio	\$ 6.9	+ \$ 3.75	-26%	
TV Abierta	\$ 39.3	+ \$ 17.05	-41%	
Investigación	\$ 6.5	+ \$ 2.75	-41%	
Exteriores	\$ 6.2	+ \$ 1.95	-51%	
Prensa	\$ 4.2	+ \$ 1.10	-54%	
Cine	\$ 0.9	+ \$ 0.10	-62%	
Otros Publicidad	\$ 0.8	-	-66%	
Revistas	\$ 1.8	- \$ 0.10	-68%	

**+ MX\$ 127.5** mdmdp  
inversión adicional desde 2005

## Inversión en publicidad y mercadotecnia en México: Proyección 2016

Miles de millones de pesos corrientes, 2011 – 2016 E

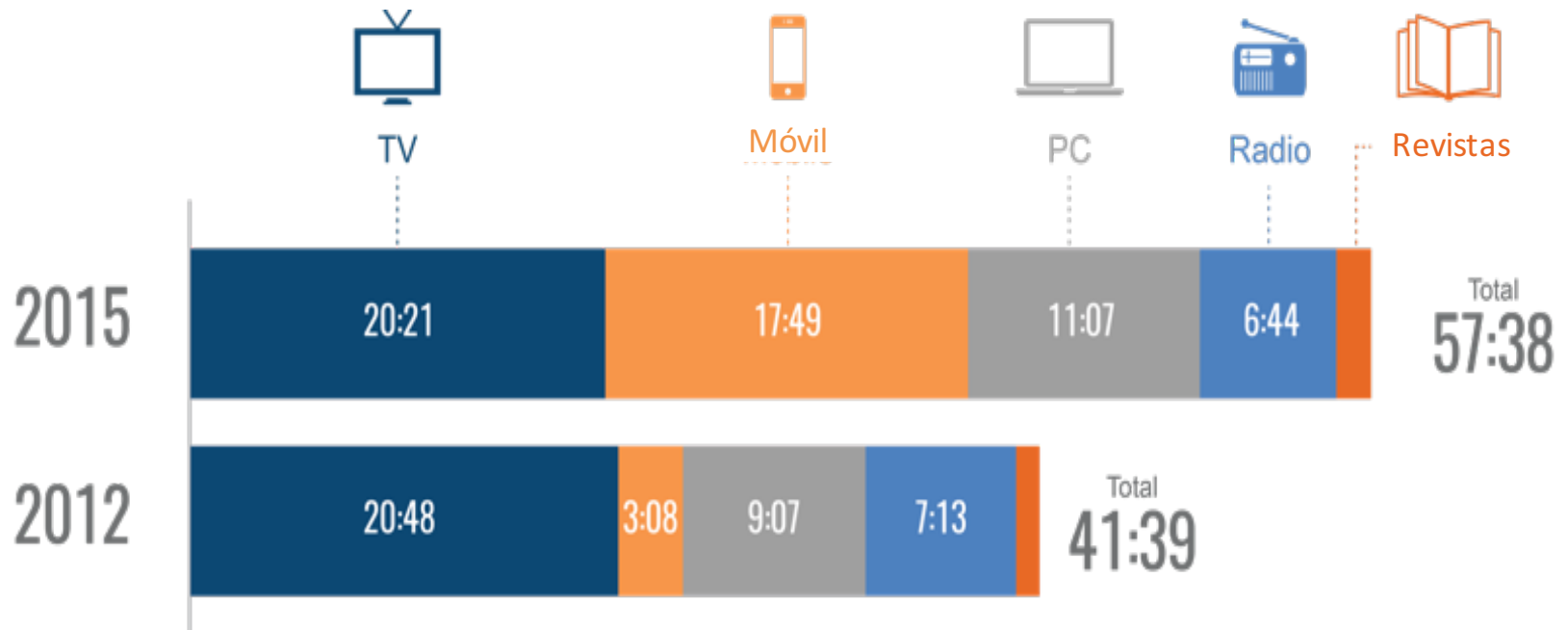
**TCPA: 7.0%**



Fuente: Estimaciones propias de CICOM, 2016. TCPA: Tasa de crecimiento promedio anual: 5 años.

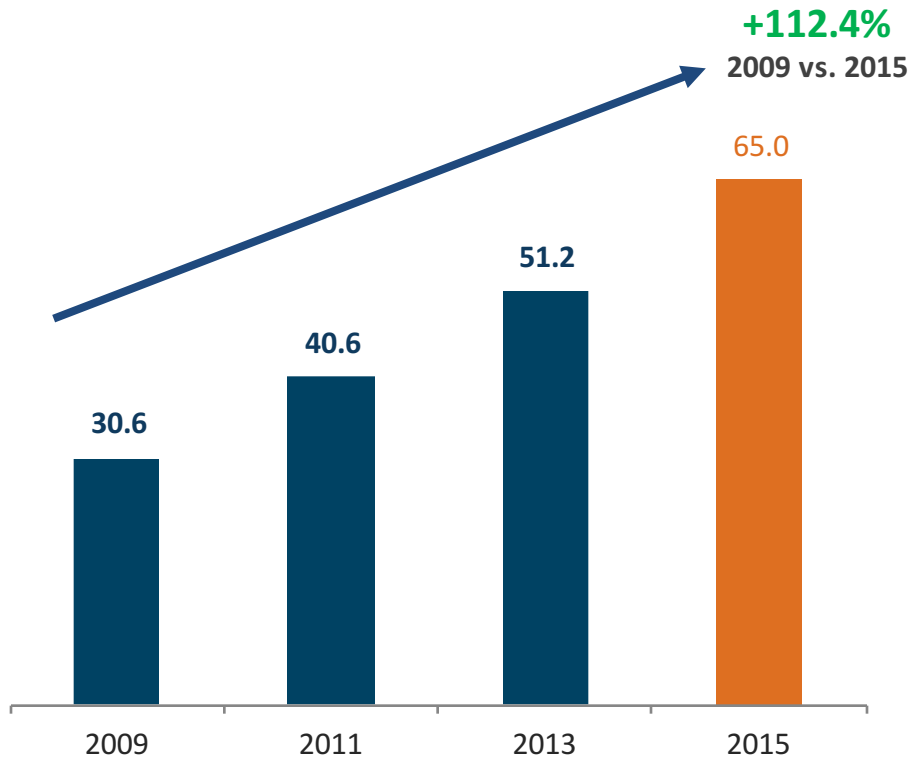
## Consumo semanal de medios en México por dispositivo

2012 vs. 2015 (horas:minutos)



### Internautas en México, 2009-2016

Millones de Internautas



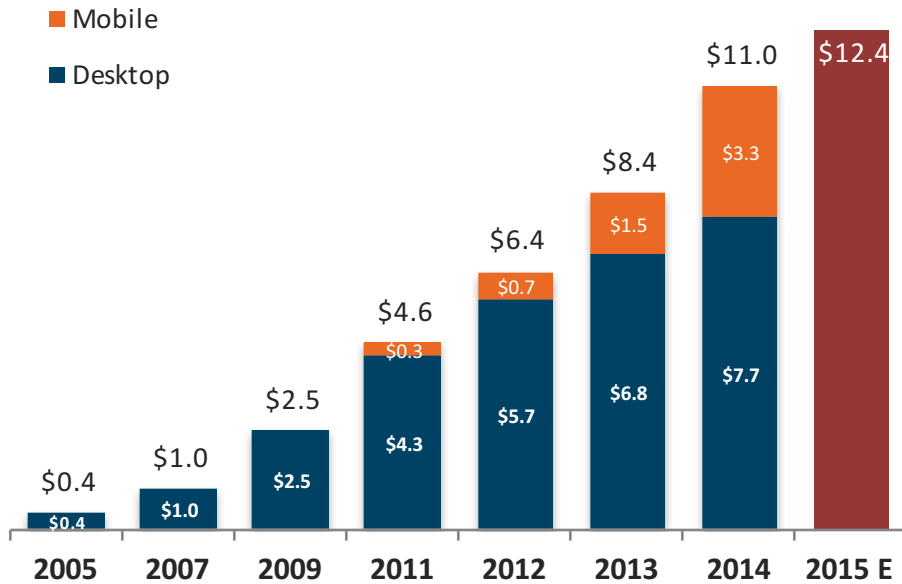
### Acceso a Internet por dispositivo, 2015 vs. 2016

Porcentaje de respuestas positivas

Dispositivo	2015	2016
Smartphone	58%	77%
LapTop	68%	69%
PC	54%	50%
Tabletas	31%	45%
Consolas VJ	17%	19%

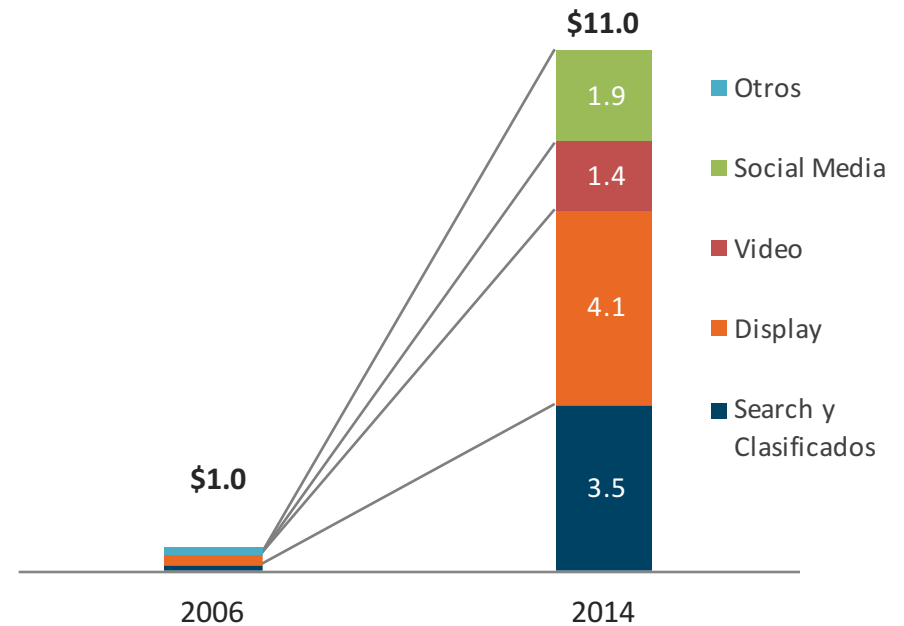
### Inversión en publicidad en Internet en México

Miles de millones de pesos corrientes, 2005 – 2015 E



### Inversión en publicidad en Internet por formato en México

Miles de millones de pesos corrientes, 2006 vs. 2014

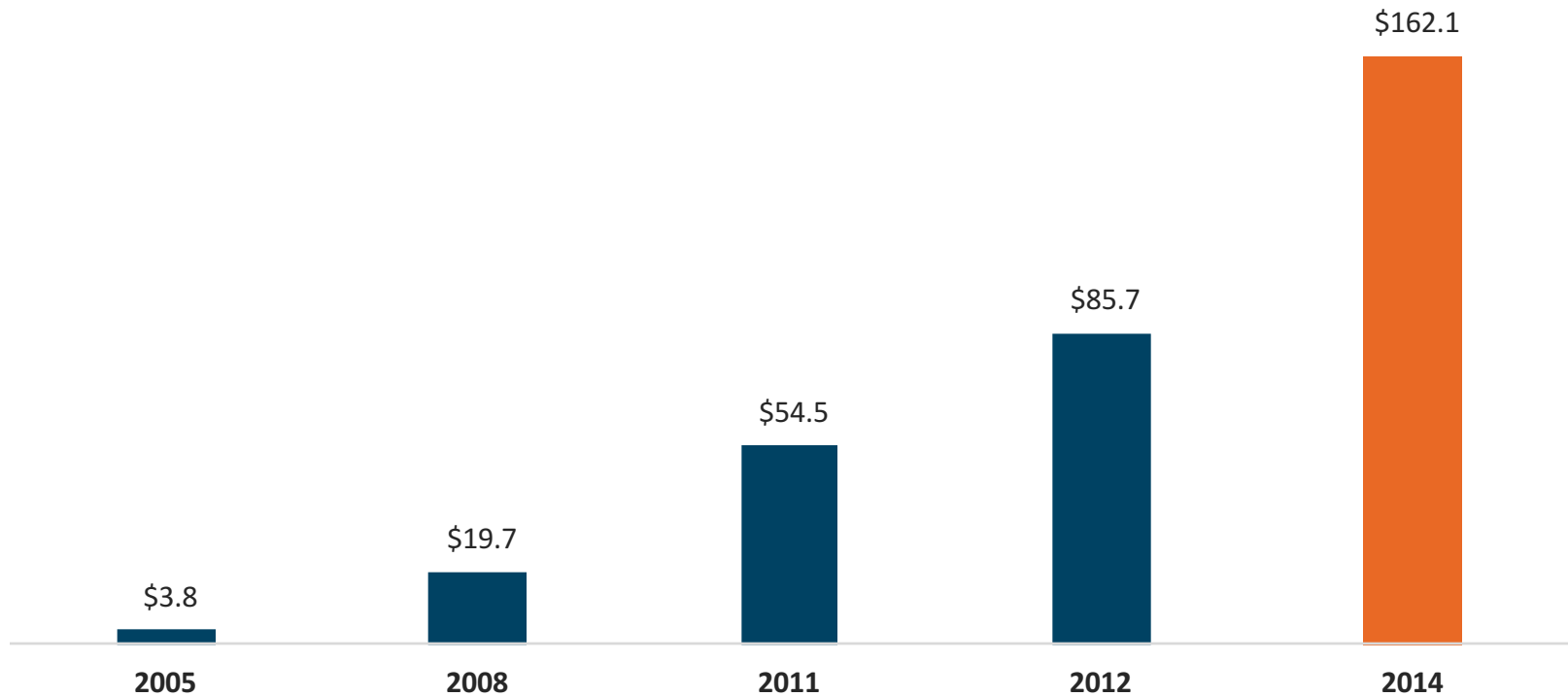


Fuente: Análisis de SWS con información de la IAB, 2015













## Evolución del comercio electrónico en México, 2005 – 2014

Miles de Millones de pesos corrientes



## Tabla general de publicidad y conectividad en América Latina, 2015 (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 (1) 	\$10.1	\$81.4	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%	-	-
<b>Total LATAM</b>	<b>\$41.9</b>	<b>\$76.5</b>	<b>548</b>	<b>293</b>	<b>53%</b>	<b>577</b>	<b>105%</b>	<b>123</b>	<b>23%</b>	<b>97</b>	<b>18%</b>

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

(1) Inversión total en Publicidad y Mercadotecnia. 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



CONFEDERACIÓN  
DE LA INDUSTRIA  
DE LA COMUNICACIÓN  
MERCADOTÉCNICA

# Valor de la Industria de Publicidad y Mercadotecnia en México 2015

Junio 28, 2016