

	2011	2012	% cambio (2012 divided by 2011)	actual €cambio (2012 menos 2011)	% of 2011 total (type 2011 dividido por el total 2011)	% of 2012 total (type 2012 dividido por total 2012)	2011 Consumer to Advertiser Spend ratio	2012 ratio gasto entre consumidor / anunciante
Total Mercado de Móbiles (€m)	1.176,3	1.390,9	18,2%	215	100,0%	100,0%	-	-
Total Gastos consumidor (€m)	1.117,4	1.257,7	12,6%	140	95,0%	90,4%	19,0	9,4
Total Ingresos por publicidad (€m)	58,9	133,2	126,2%	74	5,0%	9,6%	-	-

Magnitudes del mercado por categoría	2011	2012	% cambio	actual €cambio	% of 2011 total	% of 2012 total
Navegadores de Internet en móviles (€m)	707,8	823,6	16,4%	116	60,2%	59,2%
Juegos y aplicaciones para móviles (€m)	213,7	285,3	33,5%	72	18,2%	20,5%
Videos (€m)	62,0	72,7	17,2%	11	5,3%	5,2%
Música (€m)	53,7	52,4	-2%	-1	4,6%	3,8%

Cifras por sectores	2011	2012	% cambio	actual €cambio	% of 2011 total	% of 2012 total
Aplicaciones para móviles - excepto juegos (€m)	135,1	180,3	33,5%	45	11,5%	13,0%
Aplicaciones para móviles - juegos (€m)	78,6	105,0	33,5%	26	6,7%	7,5%
Social Networking (€m)	131,6	164,0	24,6%	32	11,2%	11,8%

Key Advertising Spend Finding	2011	2012	% cambio	actual €cambio
Ingresos de publicidad a través navegadores (€m)	9,9	15,4	55,1%	5,5
Ingresos de publicidad a través juegos y aplicaciones (€m)	17,7	36,5	105,7%	18,7

Gastos del consumidor	2011 actual	2012 actual	% cambio	2012 porcentaje of Consumer
Navegadores Internet en móviles (€m)	677,9	749,1	10,5%	59,6%
Juegos y aplicaciones para móviles (€m)	196,0	248,8	27,0%	19,8%
Juegos (€m)	72,1	91,5	27,0%	7,3%
Aplicaciones (€m)	123,9	157,3	27,0%	12,5%
Vídeo (€m)	61,0	62,9	3,1%	5,0%
Música (€m)	53,6	52,3	-2,5%	4,2%
Social Networking (€m)	129,59	159,83	23,3%	12,7%