

www.pwc.com/co

Darte valor es mi compromiso

IAB Colombia

*Reporte sobre la inversión
en publicidad digital en
Colombia*

*Un sondeo de la industria
conducido por PwC, con la
metodología definida por
IAB Colombia (Interactive
Advertising Bureau)*

*Resultados acumulados
año 2016*

pwc

Acerca del reporte de inversión en publicidad digital de IAB Colombia

Conducido de manera permanente por PricewaterhouseCoopers, el reporte de inversión en publicidad digital fue iniciado en Estados Unidos en 1996 por Interactive Advertising Bureau (IAB). Este reporte en Estados Unidos agrupa datos e información reportada directamente a PwC por más de 500 compañías interactivas líderes que están comprometidas activamente y que apoyan la venta de publicidad digital

En abril de 2007 la Junta Directiva de IAB Colombia decidió que PricewaterhouseCoopers Asesores Gerenciales Ltda. (en adelante PwC), gracias a su experiencia en estos estudios a nivel nacional e internacional, continuará con la realización del reporte de inversión en Publicidad Digital de sus afiliados en Colombia.

El propósito de este informe es compilar la inversión en publicidad digital de acuerdo con la información reportada por las compañías afiliadas a IAB Colombia.

PwC no audita la información y no emite ninguna opinión u otra forma de aseguramiento con respecto a dicha información. Solo se publican los resultados generales y la información particular de cada compañía permanece bajo la estricta confidencialidad en PwC, tal y como se describe en el acuerdo de confidencialidad suscrito entre las partes el 01 Agosto de 2016.

PricewaterhouseCoopers AG Ltda.

Metodología definida por IAB Colombia para estimar la inversión en publicidad digital en Colombia

1) A las agencias afiliadas se les solicitó reportar sus ingresos por venta de publicidad digital por tipo de formato (ver tabla 1) de manera trimestral, y de manera semestral, asignar a cada uno de los formatos la participación de la inversión entre desktop y mobile, para el semestre.

2) A los medios afiliados se les solicitó reportar sus ingresos por venta de publicidad digital, tanto por tipo de formato (ver tabla 1) como por tipo de cliente (Agencia, Cliente Directo, a través de DSP) de manera trimestral y de manera semestral, asignar a cada uno de los formatos y tipo de clientes, la participación de la inversión entre desktop y mobile, para el semestre.

Grupo	Formato
Display	Display Estándar
	Display Rich Media
	Video
	Social Media
	Influenciadores
	Display en eMail
	Advergaming
	Audio Digital
	Patrocinio
	Display en Aplicaciones
	SMS/MMS
	Publicidad en Servicios de Localización
	Otros Formatos Display
Search, Clasificados y Directorios	Search
	Clasificados y Directorios

Tabla 1

3. Para calcular el total de la inversión en publicidad digital en Colombia y la respectiva distribución por tipo de formato, se tomó la inversión total reportada por las agencias, más el total de ingresos por cliente directo y venta a través de DSP, reportados por los medios y las estimaciones de ingresos de otras fuentes.

4. La distribución de la inversión en publicidad digital por sector económico debe ser analizada en porcentajes, como una participación, ya que únicamente la reportan los medios, con el objetivo de evitar la duplicidad de la información.

5. Debido al cambio de metodología, no se aconseja hacer comparativos históricos con la inversión de otros años, por esta razón en este informe no se presentarán comparativos con el mismo periodo del año anterior, salvo para el total de la inversión, donde se hace una diferenciación del valor reportado para cada uno de los trimestres de 2016.

6. A diferencia de la metodología del año anterior, las cifras a partir de este año, tienen incluidas las estimaciones de ingresos de otras fuentes, que corresponden a empresas que no reportan inversión.

7. Todas las cifras incluidas en el reporte se expresan en pesos colombianos. (COP\$)

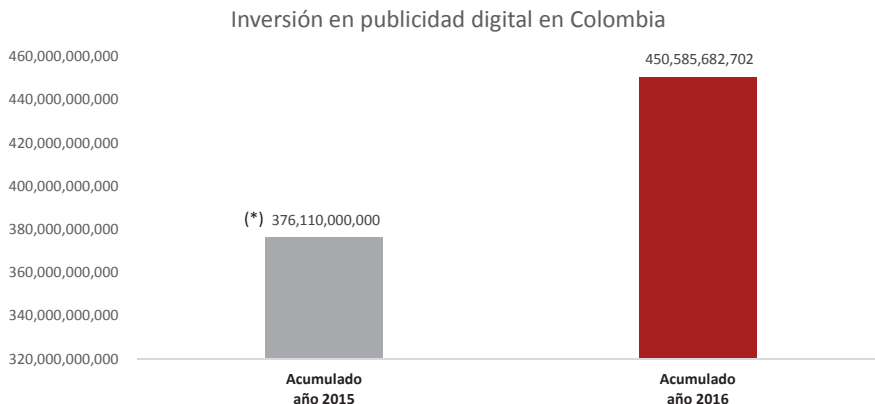
Glosario

Formato	Definición
Display Estándar	Venta y/o ingresos por formatos gráficos, estáticos o animados sin audio ni botones de acción
Display Rich Media	Venta y/o ingresos por formatos de alto impacto, anuncios con funciones avanzadas y elementos de impacto embebidos, expandibles o que converjan en varios formatos (Ejemplo: desplegable, interstitial, in page, in page con flotante, tomas de home, multiflotante, push down, peel down, etc.)
Video	Venta y/o ingresos por anuncios de video como cortinillas/pre-rolls, zócalos/crawls, desarrollo de un canal de video. (Ejemplo: Pre-roll en videos deportivos, pre-roll en Youtube). La pauta que corre en Youtube como banners tradicionales debe quedar registrada en Banner Ads.
Social Media	Venta y/o ingresos únicamente por formatos de publicidad en redes sociales. No se debe incluir inversión por community management ni estrategia.
Influenciadores	Inversión destinada por una marca para la contratación de influenciadores para una campaña puntual. Debido a que no es posible establecer si los esfuerzos de los influenciadores están dirigidos a desktop o mobile, se asigna un 50%/50% de participación.
Display en email	Venta y/o ingresos por anuncios a través de bases de datos de terceros. En este rubro no se debe incluir la inversión en herramientas ni estrategia de emailing, ya que esto se constituye como un medio propio y no como un medio pago.
Advergaming	Venta y/o ingresos por anuncios de display in-game
Audio digital	Venta y/o ingresos por formatos de audio digital que incluyen publicidad
Patrocinio	Ventas y/o ingresos por contenido como notas patrocinadas, publrreportajes o contenidos por eventos especiales ya sea textos, fotos o secciones especiales. No incluye los ingresos por servicios de marketing digital o producción de contenido.
Display en aplicaciones	Venta y/o ingreso por publicidad en formatos estándares de display en aplicaciones
SMS / MMS	Venta y/o ingresos por publicidad de Mensajes de Texto por bolsa - bulk.
Publicidad en servicios de localización	Venta y/o ingresos por publicidad en servicios de localización
Otros formatos Display	Venta y/o ingresos por publicidad en otros formatos display, que no correspondan a los formatos anteriores. No se deben tener en cuenta inversión destinada a herramientas, servicios de marketing digital o producción.
Search	Venta y/o ingresos por publicidad contextual en buscadores (Ejemplo: Google Search) y/o anuncios de texto en redes de contenido (Ejemplo: Adsense de Google, etc.).
Clasificados y Directorios	Venta y/o ingresos por paquetes de publicación de ofertas en portales de clasificados y directorios. (Ejemplo: publicación de finca raíz, publicación de venta de autos usados, etc.)

Inversión en publicidad digital en Colombia acumulado para el año 2016

De acuerdo con la metodología definida por IAB Colombia y según lo reportado por medios y agencias afiliados(as)

Concepto	Acumulado año 2015	Acumulado año 2016	Variación
Inversión en publicidad digital en Colombia	376,110,000,000	450,585,682,702	20%



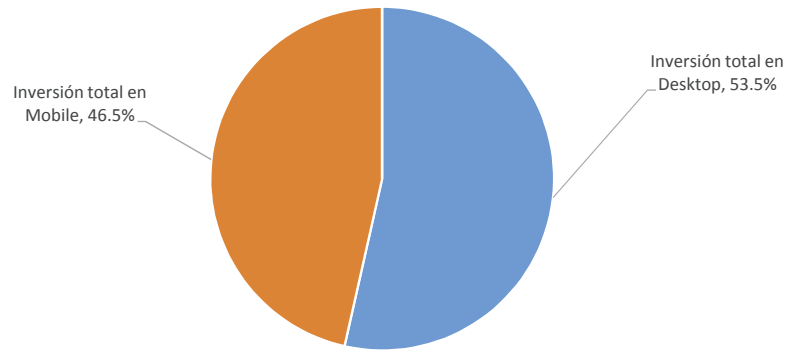
(*) El valor de 2015 corresponde a lo reportado en el informe de dicho año, más la estimación de ingresos de otras fuentes correspondiente a este periodo.

Notas:

- La inversión en publicidad digital en Colombia acumulada para el año 2016 corresponde a la información reportada por 33 medios y 20 agencias afiliados(as) a IAB Colombia, que reportaron información al menos en un trimestre en el periodo.
- La inversión en publicidad en Colombia acumulada para el año 2015 corresponde a la información reportada por 32 medios y 22 agencias afiliados(as) a IAB Colombia, que reportaron información al menos en un trimestre en el periodo.
- Para calcular el total de la inversión en publicidad digital en Colombia y la respectiva distribución por tipo de formato, se tomó la inversión total reportado por las agencias, más el total de ingresos por cliente directo y venta DSP, reportado por los medios y como novedad en este reporte, información estimada de ingresos de otras fuentes.
- Debido al cambio de metodología, no se aconseja hacer comparativos históricos con la inversión de otros años, por esta razón en este informe no se presentarán comparativos con el mismo periodo del año anterior, salvo para el total de la inversión.

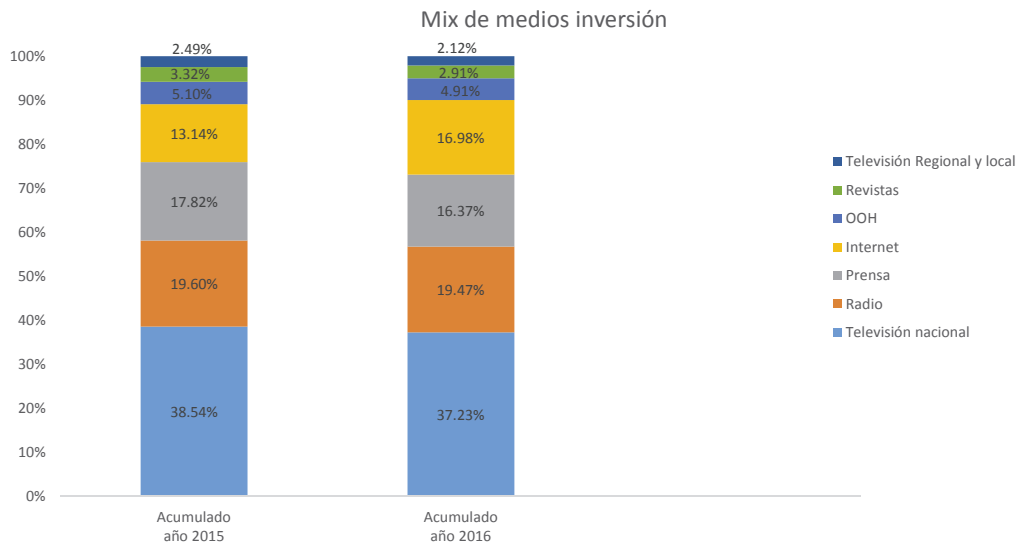
Concepto	Acumulado año 2016	Participación
Ingresos total agencias Desktop	\$ 136,249,914,113	
Ingresos total agencias Mobile	\$ 119,100,256,002	
Ingresos por venta directa Medios Desktop	\$ 48,290,423,115	
Ingresos por venta directa Medios Mobile	\$ 10,624,049,323	
Ingresos por venta a través de DSP medios Desktop	\$ 5,312,043,569	
Ingresos por venta a través de DSP medios Mobile	\$ 1,841,724,813	
Ingresos estimados otras fuentes Desktop	\$ 51,296,994,523	
Ingresos estimados otras fuentes Mobile	\$ 77,870,277,244	
Inversión total en Desktop	\$ 241,149,375,319	53.5%
Inversión total en Mobile	\$ 209,436,307,383	46.5%
Total inversión en publicidad digital en Colombia	\$ 450,585,682,702	

Distribución inversión en publicidad digital en Colombia para DESKTOP Y MOBILE acumulado para el año 2016



Mix de medios inversión publicitaria en Colombia

De acuerdo con la metodología definida por IAB Colombia y según lo informado por Asomedios / Andiaros / IAB Colombia



Notas: Fuente: Asomedios / Andiaros / IAB Colombia

- En Prensa, no se incluyen revistas que circulan con los periódicos, ni tampoco las cifras de pauta la digital.
- Radio no incluye emisoras comunitarias, de interés público ni emisoras online
- A partir de 2016, Asomedios reporta publicidad exterior (Out Of Home)

Distribución de la inversión en publicidad digital en Colombia por tipo de formato acumulada para el año 2016 / Desktop

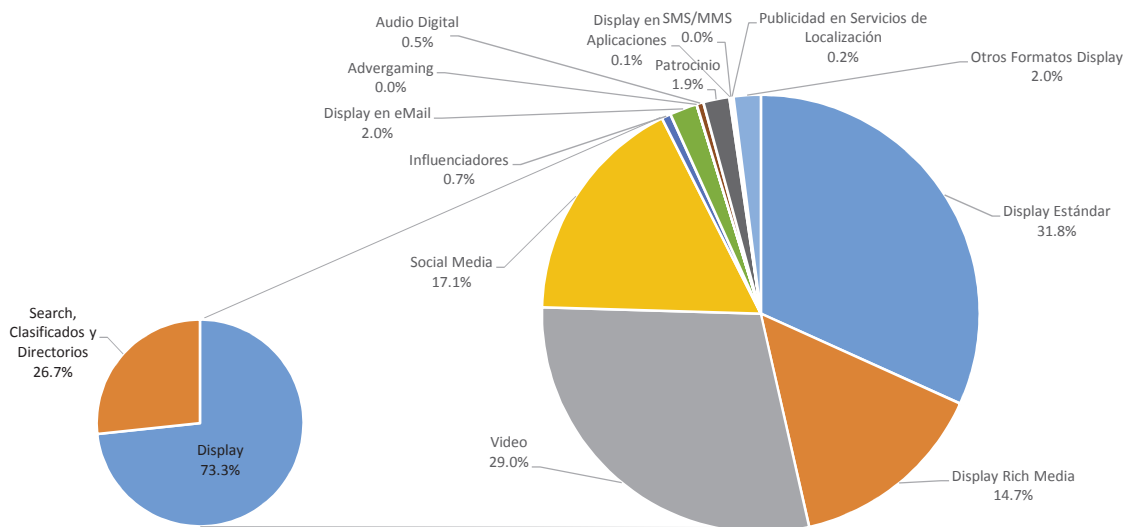
De acuerdo con metodología definida por IAB Colombia y según lo reportado por medios y agencias afiliados(as)

Concepto	Acumulado año 2016	Participación
Display	176,772,453,376	73.3%
Search, Clasificados y Directorios	64,376,921,944	26.7%
Total inversión en publicidad digital en	241,149,375,319	100%

La inversión en publicidad tipo Display corresponde a la agrupación de los siguientes formatos:

Grupo	Formato	Acumulado año 2016	Participación
Display	Display Estándar	56,126,762,367	31.8%
	Display Rich Media	25,986,444,035	14.7%
	Video	51,276,486,371	29.0%
	Social Media	30,200,081,177	17.1%
	Influenciadores	1,203,754,267	0.7%
	Display en eMail	3,594,325,331	2.0%
	Advergaming	19,640,000	0.0%
	Audio Digital	896,379,771	0.5%
	Patrocinio	3,403,383,248	1.9%
	Display en Aplicaciones	169,307,255	0.1%
	SMS/MMS	47,128,244	0.0%
	Publicidad en Servicios de Localización	330,328,165	0.2%
	Otros Formatos Display	3,518,433,144	2.0%
	Total Inversión Display	176,772,453,376	100%

Distribución inversión en publicidad digital en Colombia por tipo de formato acumulada para el año 2016 / Desktop



Notas:

- La inversión en publicidad digital en Colombia acumulada para el año 2016 corresponde a la información reportada por 33 medios y 20 agencias afiliados(as) a IAB Colombia, que reportaron al menos un trimestre en el periodo.
- Los ingresos estimados de otras fuentes corresponden a la estimación de la inversión publicitaria de participantes de la industria que no están reportando información.

Distribución de la inversión en publicidad digital en Colombia por tipo de formato acumulada para el año 2016 / Mobile

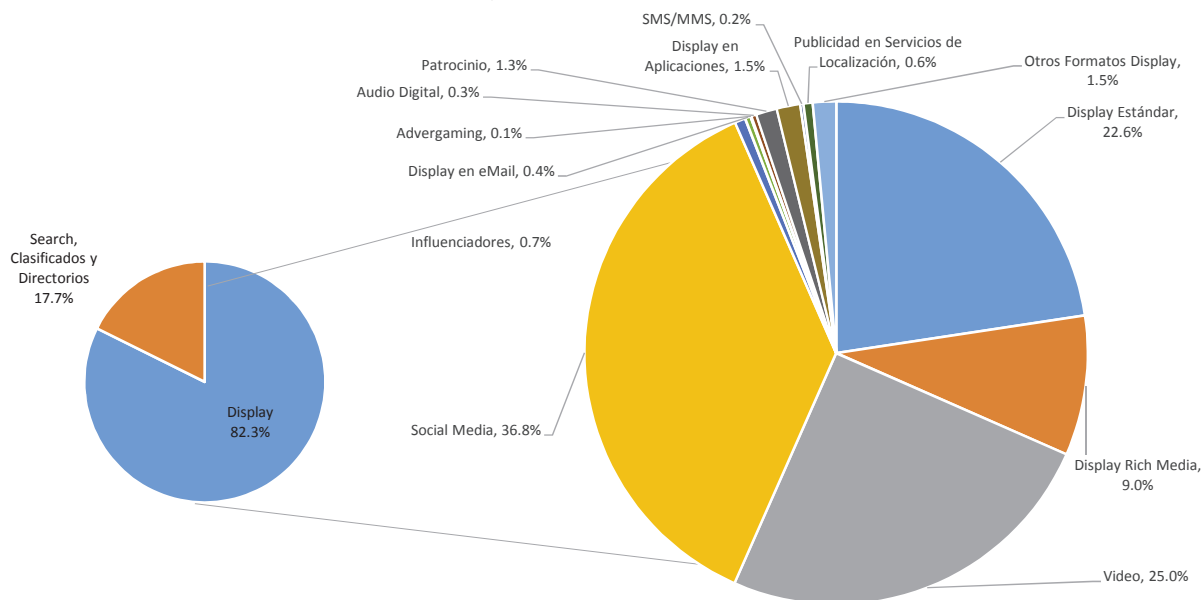
De acuerdo con metodología definida por IAB Colombia y según lo reportado por medios y agencias afiliados(as)

Concepto	Acumulado año 2016	Participación
Display	172,415,692,989	82.3%
Search, Clasificados y Directorios	37,020,614,394	17.7%
Total inversión en publicidad digital en	209,436,307,383	100%

La inversión en publicidad tipo Display corresponde a la agrupación de los siguientes formatos:

Grupo	Formato	Acumulado	Participación
Display	Display Estándar	38,981,224,712	22.6%
	Display Rich Media	15,483,902,477	9.0%
	Video	43,153,718,410	25.0%
	Social Media	63,447,758,569	36.8%
	Influenciadores	1,194,252,013	0.7%
	Display en eMail	615,748,279	0.4%
	Advergaming	94,652,408	0.1%
	Audio Digital	572,283,121	0.3%
	Patrocinio	2,318,456,634	1.3%
	Display en Aplicaciones	2,616,933,831	1.5%
	SMS/MMS	365,766,253	0.2%
	Publicidad en Servicios de Localización	987,736,305	0.6%
	Otros Formatos Display	2,583,259,977	1.5%
Total Inversión Display	172,415,692,989	100%	

Distribución inversión en publicidad digital en Colombia por tipo de formato acumulada para el año 2016 / Mobile



Notas:

- La inversión en publicidad digital en Colombia acumulada para el año 2016 corresponde a la información reportada por 33 medios y 20 agencias afiliados(as) a IAB Colombia, que reportaron al menos un trimestre en el periodo.
- Los ingresos estimados de otras fuentes corresponden a la estimación de la inversión publicitaria de participantes de la industria que no están reportando información.