

# *Darte valor es mi compromiso*

## ***IAB Colombia***

*Reporte sobre  
compilación de la  
inversión en medios  
digitales*

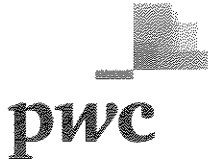
*Un sondeo de la  
industria conducido por  
PwC, con la metodología  
definida por IAB  
Colombia ("Interactive  
Advertising Bureau")*

*Resultados para el  
período comprendido  
entre el 1 de julio y el 30  
de septiembre de 2011*

*Noviembre de 2011*

## **Tabla de contenidos**

<b><i>Acerca del reporte de IAB Colombia de inversión en medios digitales .....</i></b>	<b>3</b>
<b><i>Metodología definida por IAB Colombia para estimar la inversión en medios digitales en Colombia .....</i></b>	<b>4</b>
<b><i>Detalle de los 50 afiliados participantes en el diligenciamiento del reporte correspondiente al período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011.....</i></b>	<b>5</b>
<b><i>Reporte de IAB Colombia sobre la inversión en medios digitales en Colombia para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011 .....</i></b>	<b>7</b>
<b><i>Resultados detallados de los ingresos de las agencias afiliadas IAB Colombia</i></b>	<b>10</b>
<b><i>Resultados detallados de los ingresos de los medios afiliados IAB Colombia....</i></b>	<b>14</b>



## *Acerca del reporte de IAB Colombia de inversión en medios digitales*

Conducido de manera permanente por PricewaterhouseCoopers (en adelante PwC), “el reporte de inversión en medios digitales” 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 en medios digitales.

En abril de 2011 la Junta Directiva de IAB Colombia decidió que PwC, gracias a su experiencia en estos estudios a nivel nacional e internacional, continuara con la realización del reporte de compilación de la inversión en medios digitales de sus afiliados en Colombia.

Los resultados reportados en este informe correspondientes al tercer trimestre de los años 2010 y 2011, así como al período comprendido entre enero y septiembre de los mismos años, son una estimación de la inversión en medios digitales en Colombia, calculada según metodología definida por IAB Colombia y efectuada a partir de los datos que fueron recopilados directamente de la información proporcionada por los afiliados a IAB Colombia (agencias y medios).

Este reporte presenta diferencias en la información del primer y segundo trimestre de los años 2010 y 2011 frente a los reportes emitidos previamente por PwC para estos períodos, debido a que algunos afiliados a IAB Colombia realizaron ajustes a sus cifras y al ingreso de nuevos afiliados que reportaron información para estos períodos.

Este reporte fue realizado de manera independiente por PwC por encargo de IAB Colombia. El propósito de este informe es compilar la inversión en medios digitales 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. Sólo se publican los resultados generales y la información particular de cada compañía permanece bajo estricta confidencialidad en PwC, tal como se describe en el acuerdo de confidencialidad suscrito entre las partes el 14 de abril de 2011.

Detalles adicionales con respecto al alcance y metodología se proporcionan en el apéndice de este reporte.

Carlos Arias A.  
Socio  
carlos.arias@co.pwc.com  
Tel: 57 (1) 6684999

## ***Metodología definida por IAB Colombia para estimar la inversión en medios digitales en Colombia***

1. Para calcular la inversión en medios digitales en Colombia durante el tercer trimestre de los años 2010 y 2011, fueron sumados los ingresos totales reportados por los medios para cada período, más la inversión en SEM reportada por los mismos medios, más los ingresos correspondientes a Search, Redes Sociales, e-mail marketing, Mobile y Video reportados por las agencias.
2. Para calcular la inversión en medios digitales en Colombia acumulada de enero a septiembre de los años 2010 y 2011, fueron sumados los ingresos totales reportados por los medios para cada período, más la inversión en SEM reportada por los mismos medios, más los ingresos correspondientes a Search, Redes Sociales, e-mail marketing, Mobile y Video reportados por las agencias, más las compras que las mismas agencias reportaron haber realizado a medios no afiliados a IAB Colombia durante el primer semestre de los años 2010 y 2011.
3. Para calcular la distribución de la Inversión en Colombia tanto en el tercer trimestre de los años 2010 y 2011 como en el período comprendido entre enero y septiembre de los mismos años, evitando duplicidad en las cifras, se tuvieron en cuenta los ingresos en Display reportados por los medios y los ingresos en Search, Redes Sociales, E-mail Marketing, Video y Mobile reportados por las agencias para estos períodos.

## **Detalle de los 50<sup>1</sup> afiliados participantes en el diligenciamiento del reporte correspondiente al período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011**

A continuación se relacionan los afiliados a IAB Colombia que reportaron la información correspondiente al tercer trimestre de los años 2010 y 2011.

Estos mismos afiliados reportaron la información correspondiente al primer y segundo trimestre de los años 2010 y 2011.

Medios afiliados que reportaron información, en orden alfabético:

<b>No.</b>	<b>Medio</b>	<b>Página Web</b>
1	Caracol Radio	<a href="http://www.caracol.com.co">www.caracol.com.co</a>
2	Cartel Urbano	<a href="http://www.cartelurbano.com">www.cartelurbano.com</a>
3	Casa Editorial El Tiempo	<a href="http://www.eltiempo.com.co">www.eltiempo.com.co</a>
4	Colombia.com	<a href="http://www.colombia.com">www.colombia.com</a>
5	Condolencias.com	<a href="http://www.condolencias.com">www.condolencias.com</a>
6	Diario El País S. A.	<a href="http://www.elpais.com.co">www.elpais.com.co</a>
7	Dridco	<a href="http://www.dridco.com">www.dridco.com</a>
8	E-nnovva	<a href="http://www.e-nnovva.com">www.e-nnovva.com</a>
9	Ediciones Gamma	<a href="http://www.revistadiners.com.co">www.revistadiners.com.co</a>
10	Editora Urbana Ltda.	<a href="http://www.laguia.com.co">www.laguia.com.co</a> / <a href="http://www.fincaraiz.com.co">www.fincaraiz.com.co</a>
11	El Colombiano S. A. y Cia. S.C.A.	<a href="http://www.elcolombiano.com.co">www.elcolombiano.com.co</a>
12	El Universal	<a href="http://www.eluniversal.com.co">www.eluniversal.com.co</a>
13	Fox Channels Colombia	<a href="http://www.fox.com">www.fox.com</a>
14	Icck. Net S. A.	<a href="http://www.elespectador.com">www.elespectador.com</a> / <a href="http://www.cromos.com.co">www.cromos.com.co</a> <a href="http://www.shock.com.co">www.shock.com.co</a> / <a href="http://www.caracoltv.com">www.caracoltv.com</a>
15	I-Network Hispanoamérica S. A.	<a href="http://www.i-network.com.co">www.i-network.com.co</a>
16	La República Editorial El Globo S. A.	<a href="http://www.larepublica.com.co">www.larepublica.com.co</a>
17	Legis S. A.	<a href="http://www.legis.com.co">www.legis.com.co</a>
18	Microsoft Digital Advertising Solutions	<a href="http://www.microsoft.com">www.microsoft.com</a>
19	Pautefacil.com	<a href="http://www.pautefacil.com">www.pautefacil.com</a>
20	Periódico El Nuevo Día	<a href="http://www.elnuevodia.com.co">www.elnuevodia.com.co</a>
21	Periódico La Tarde	<a href="http://www.latarde.com">www.latarde.com</a>

<sup>1</sup> El medio afiliado *Dridco* no reportó información para el segundo trimestre del año 2011. Así mismo, El medio afiliado *Kienyke* no reportó información para el tercer trimestre de los años 2010 y 2011.

<b>No.</b>	<b>Medio</b>	<b>Página Web</b>
22	Publicaciones Semana S. A.	<a href="http://www.semana.com">www.semana.com</a>
23	Publicar S.A.	<a href="http://www.publicar.com">www.publicar.com</a>
24	Revista P&M	<a href="http://www.revistapym.com.co">www.revistapym.com.co</a>
25	Screenmedia	<a href="http://www.screenmediaweb.com">www.screenmediaweb.com</a>
26	Terra Networks Colombia S. A.	<a href="http://www.terra.com.co">www.terra.com.co</a>
27	Vanguardia Liberal	<a href="http://www.vanguardia.com">www.vanguardia.com</a>
28	VC medios Colombia S.A.	<a href="http://www.vcmédios.com">www.vcmédios.com</a>
29	Kienyke	<a href="http://www.kienyke.com">www.kienyke.com</a>

Agencias afiliadas que reportaron información, en orden alfabético:

<b>No.</b>	<b>Agencia</b>	<b>Página Web</b>
1	Ariadna Eu	<a href="http://www.ariadna.com.co">www.ariadna.com.co</a>
2	Arkix	<a href="http://www.arkix.com">www.arkix.com</a>
3	Beat	<a href="http://www.beat.com.co">www.beat.com.co</a>
4	BRM	<a href="http://www.brm.com.co">www.brm.com.co</a>
5	G2	<a href="http://www.G2.com.co">www.G2.com.co</a>
6	Grupo Media Digital	<a href="http://www.grupomediadigital.com">www.grupomediadigital.com</a>
7	Havas Digital	<a href="http://www.havasmedia.com">www.havasmedia.com</a>
8	Imagen Digital S.A.S	<a href="http://www.imagendigital.co">www.imagendigital.co</a>
9	Indexcol	<a href="http://www.indexcol.com">www.indexcol.com</a>
10	Initiative Media Colombia S. A.	<a href="http://www.initiative.com.co">www.initiative.com.co</a>
11	LGL/LatinMedios SAS	<a href="http://www.latinmedios.com">www.latinmedios.com</a>
12	Massive	<a href="http://www.massive.com.co">www.massive.com.co</a>
13	Mediaedge. Cia. Ltda.	<a href="http://www.mecglobal.com">www.mecglobal.com</a>
14	Mindshare de Colombia Ltda.	<a href="http://www.mindshareworld.com">www.mindshareworld.com</a>
15	Ps Manager S. A.	<a href="http://www.psmanager.com">www.psmanager.com</a>
16	Starcom Worldwide de Colombia S. A.	<a href="http://www.col-starcom.com">www.col-starcom.com</a>
17	Universal Mccann	<a href="http://www.umww.com">www.umww.com</a>
18	Wunderman	<a href="http://www.wundermancolombia.com">www.wundermancolombia.com</a>
19	OMD Colombia S.A.S.	<a href="http://www.omb.com.co">www.omb.com.co</a>
20	PHD Colombia S.A.S.	<a href="http://www.phdnetwork.com.co">www.phdnetwork.com.co</a>
21	Media Wise Colombia S.A.S.	<a href="http://www.mediawise.com.co">www.mediawise.com.co</a>

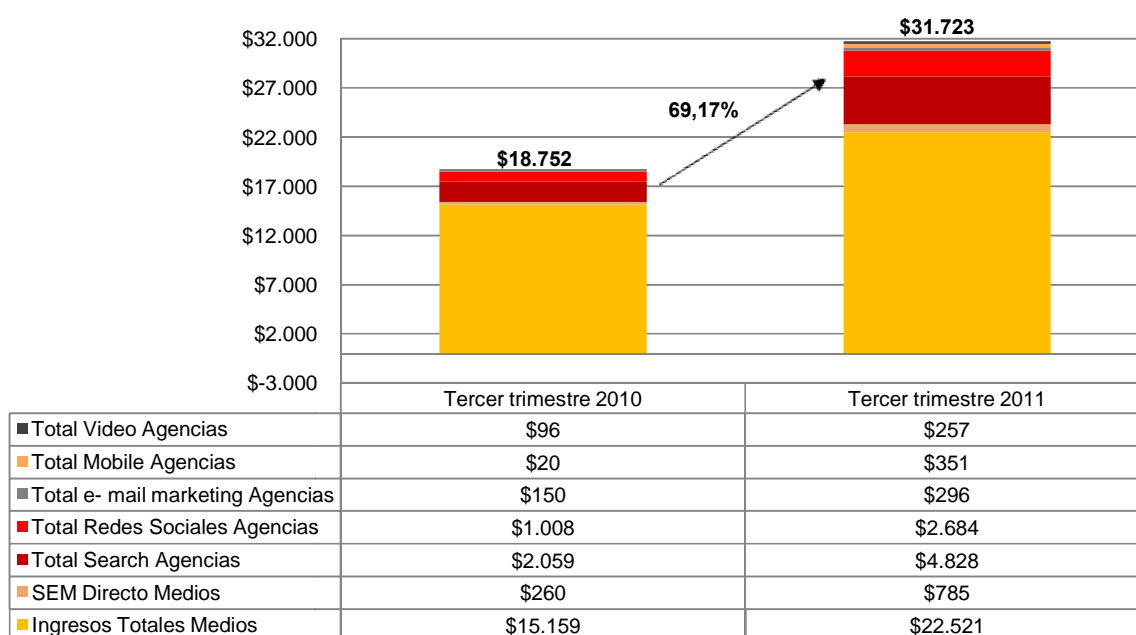
## Reporte de IAB Colombia sobre la inversión en medios digitales en Colombia para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011

Este reporte de compilación sobre inversión en medios digitales en Colombia, conducido por PwC bajo la metodología definida por IAB Colombia, presenta los datos totalizados correspondientes a la información reportada por los afiliados a IAB Colombia (agencias y medios), acerca de sus ingresos generados de enero a septiembre para los años 2010 y 2011 y su distribución por tipo de compra o formato, al igual que la inversión realizada en SEM (Search Engine Marketing) por los medios afiliados en estos períodos.

### Inversión en medios digitales en Colombia tercer trimestre 2010 - 2011

De acuerdo con la información suministrada por 28 medios y 21 agencias afiliadas a IAB Colombia, la inversión en medios digitales en el país para el tercer trimestre del año 2011, ascendió a \$31.723 millones de pesos, presentando un incremento del 69,17% frente al tercer trimestre del año 2010, en donde la inversión fue de \$18.752 millones de pesos.

**Inversión en medios digitales en Colombia para el tercer trimestre de 2010 y 2011 según lo reportado por medios y agencias afiliados(as) a IAB Colombia**

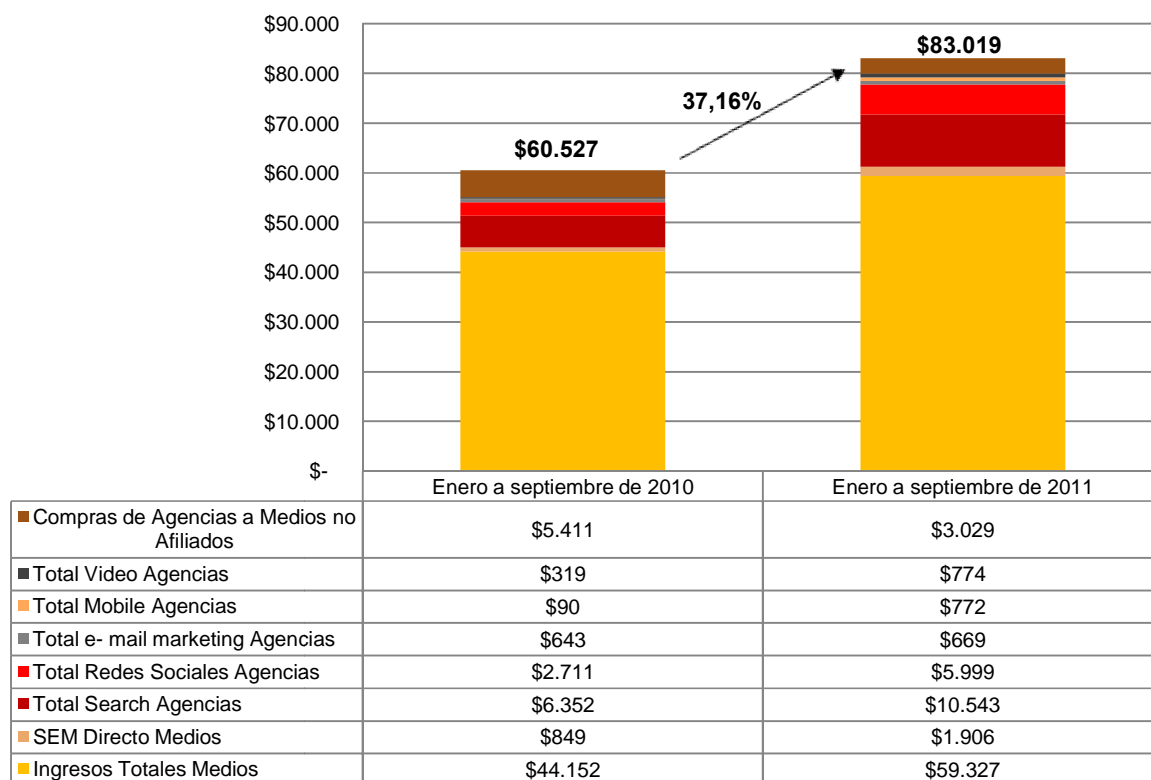


Cifras expresadas en millones de pesos

## Inversión en medios digitales en Colombia para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 – 2011

De acuerdo con la información suministrada por 29<sup>1</sup> medios y 21 agencias afiliadas a IAB Colombia, la inversión en medios digitales en el país para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre del año 2011, ascendió a \$83.019 millones de pesos, presentando un incremento del 37,16% frente al mismo período del año 2010 en donde la inversión fue de \$60.527 millones de pesos<sup>2</sup>.

**Inversión en medios digitales en Colombia de enero a septiembre de 2010 y 2011 según lo reportado por medios y agencias afiliados(as) a IAB Colombia**



Cifras expresadas en millones de pesos

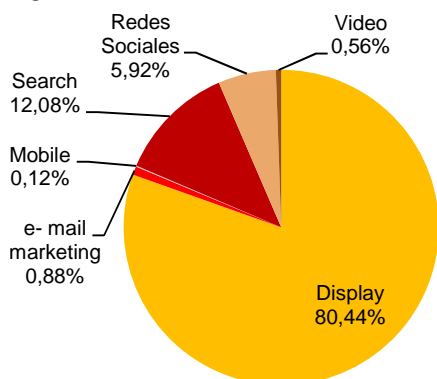
<sup>2</sup> La información del primer y segundo trimestre de los años 2010 y 2011 fue ajustada para este reporte debido a que algunos afiliados a IAB Colombia realizaron ajustes a sus cifras y al ingreso de nuevos afiliados que reportaron información para estos períodos.

La información relacionada con las *compras de agencias a medios no afiliados* corresponde a lo reportado por 19 agencias para el primer semestre de los años 2010 y 2011.

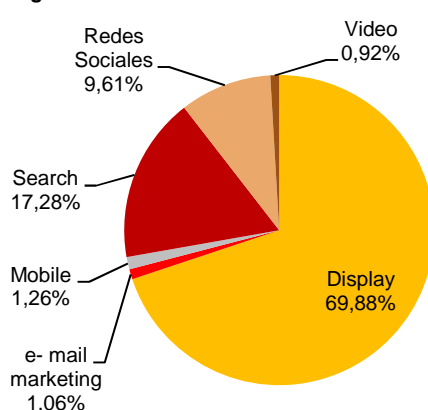
**Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia para el tercer trimestre y el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011**

De acuerdo con la información suministrada por 28 medios y 21 agencias afiliadas a IAB Colombia, la inversión en medios digitales en el país para el tercer trimestre de los años 2010 y 2011 se distribuyó de la siguiente forma:

**Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia tercer trimestre 2010**

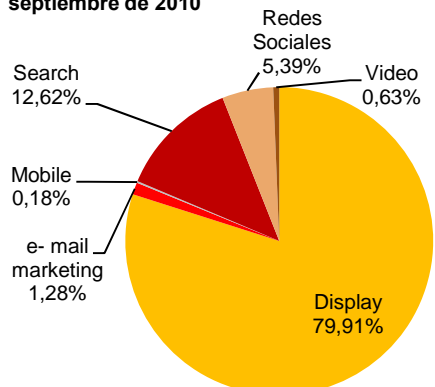


**Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia tercer trimestre 2011**

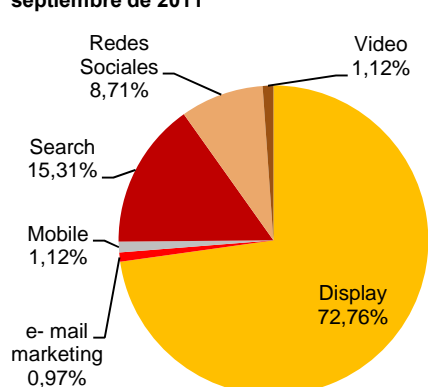


De acuerdo con la información suministrada por 29<sup>1</sup> medios y 21 agencias afiliadas a IAB Colombia, la inversión en medios digitales en el país para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011 se distribuyó de la siguiente forma:

**Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia de enero a septiembre de 2010**



**Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia de enero a septiembre de 2011**

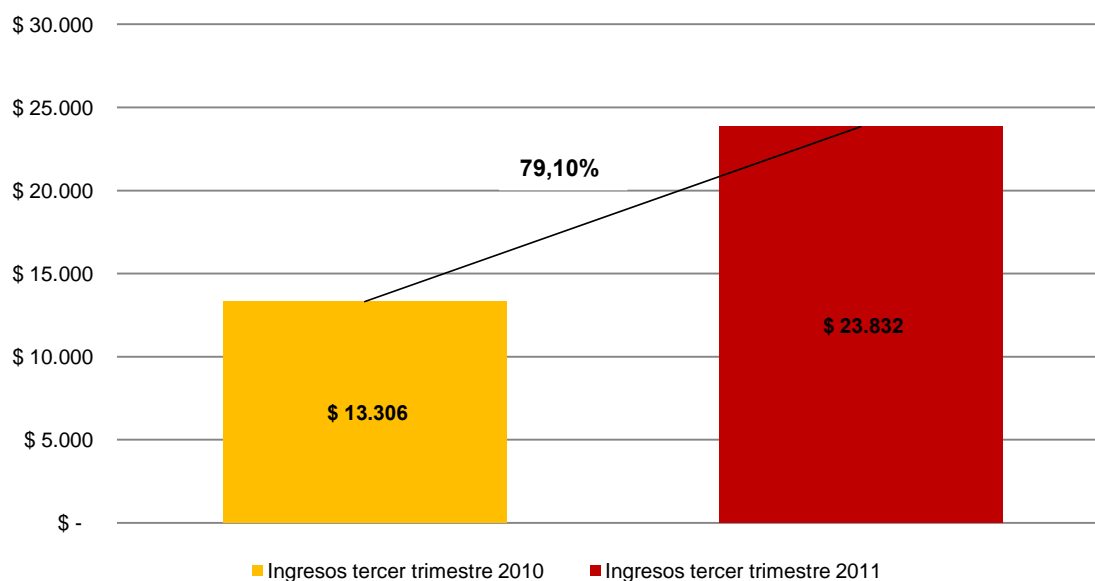


## Resultados detallados de los ingresos de las agencias afiliadas a IAB Colombia

### Total ingresos reportados por agencias<sup>3</sup> afiliadas a IAB Colombia correspondientes al tercer trimestre de los años 2010 y 2011

En el tercer trimestre del año 2011, los ingresos reportados por 21 agencias ascendieron a \$23.832 millones de pesos, frente al tercer trimestre del año 2010 donde los ingresos reportados por las mismas agencias fueron de \$13.306 millones de pesos, presentando un incremento del 79,10%.

Ingresos trimestrales reportados por agencias afiliadas IAB Colombia



Cifras expresadas en millones de pesos

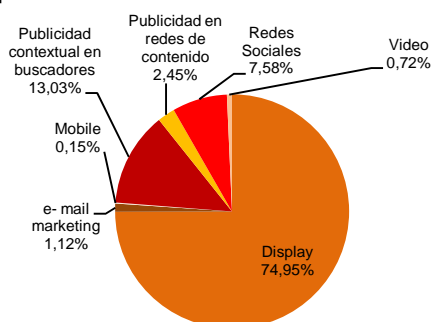
<sup>3</sup> Agencias incluye: agencias creativas, agencias interactivas y centrales de medios.

### Distribución de los ingresos por tipo de compra según lo reportado por agencias afiliadas a IAB Colombia para el tercer trimestre de los años 2010 y 2011

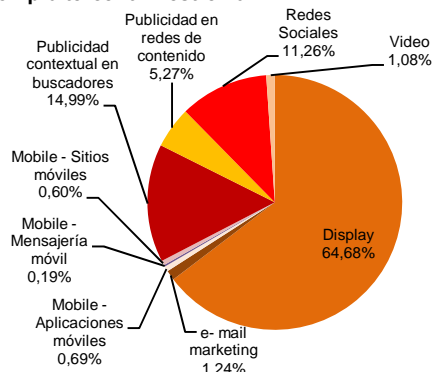
A continuación se presenta la distribución de los ingresos por trimestre para los años 2010 y 2011 según lo reportado por 21 agencias, la cual incluye ajustes a la distribución reportada para el primer y segundo trimestre debido a que algunas agencias realizaron ajustes a sus cifras previamente reportadas y al ingreso de nuevos afiliados que reportaron información para estos períodos.

Distribución trimestral de los ingresos por tipo de compra									
Tipos de compra	Primer Trimestre 2010	Primer Trimestre 2011	Variación	Segundo Trimestre 2010	Segundo Trimestre 2011	Variación	Tercer trimestre 2010	Tercer trimestre 2011	Variación
Display	73,91%	72,28%	-1,63%	71,15%	64,01%	-7,14%	74,95%	64,68%	-10,27%
e- mail marketing	2,11%	0,98%	-1,14%	1,97%	1,31%	-0,66%	1,12%	1,24%	0,12%
Mobile	0,25%	0,67%	0,43%	0,31%	1,75%	1,44%	0,15%	1,47% <sup>4</sup>	1,32%
Publicidad contextual en buscadores	13,43%	11,70%	-1,73%	14,09%	14,23%	0,14%	13,03%	14,99%	1,96%
Publicidad en redes de contenido	3,77%	5,09%	1,32%	3,78%	4,74%	0,96%	2,45%	5,27%	2,83%
Redes Sociales	5,66%	7,89%	2,23%	7,76%	12,17%	4,40%	7,58%	11,26%	3,69%
Video	0,87%	1,40%	0,53%	0,94%	1,79%	0,85%	0,72%	1,08%	0,36%

Distribución ingresos agencias por tipo de compra tercer trimestre 2010



Distribución ingresos agencias por tipo de compra tercer trimestre 2011

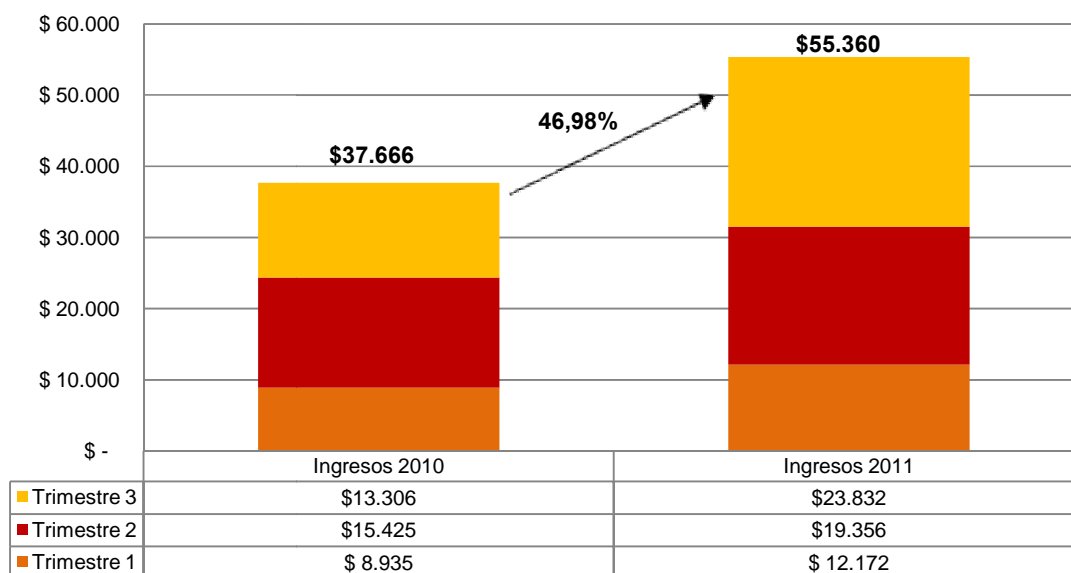


<sup>4</sup> La distribución de *Mobile* para el tercer trimestre del año 2011, de acuerdo con lo reportado por las agencias, corresponde a un 0,19% por *Mensajería Móvil*; 0,69% por *Aplicaciones Móviles* y 0,60% por *Sitios Móviles*.

**Total ingresos reportados por agencias afiliadas a IAB Colombia correspondientes al período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011**

Para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre del año 2011, los ingresos reportados por 21 agencias ascendieron a \$55.360 millones de pesos, frente al mismo período en el año 2010 donde los ingresos reportados por las mismas agencias fueron de \$37.666 millones de pesos, presentando un incremento del 46,98%.

**Ingresos de enero a septiembre de 2010 y 2011 según lo reportado por agencias afiliadas a IAB Colombia**



Cifras expresadas en millones de pesos

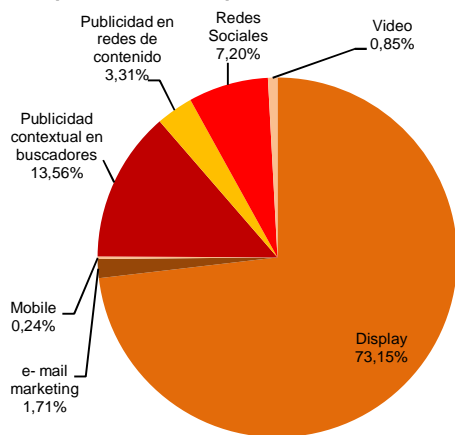
**Distribución de los ingresos por tipo de compra según lo reportado por agencias afiliadas a IAB Colombia para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011**

Del total de los ingresos reportados por 21 agencias para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011 se obtuvo la siguiente distribución por tipo de compra:

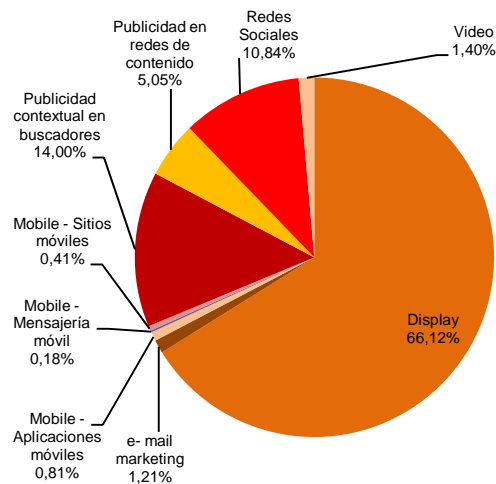
**Distribución de los ingresos por tipo de compra para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011**

Tipos de compra	Del 1 de enero al 30 de septiembre de 2010	Del 1 de enero al 30 de septiembre de 2011	Variación
Display	73,15%	66,12%	-7,03%
e- mail marketing	1,71%	1,21%	-0,50%
Mobile	0,24%	1,39% <sup>5</sup>	1,16%
Publicidad contextual en buscadores	13,56%	14,00%	0,44%
Publicidad en redes de contenido	3,31%	5,05%	1,74%
Redes Sociales	7,20%	10,84%	3,64%
Video	0,85%	1,40%	0,55%

**Distribución ingresos agencias por tipo de compra de enero a septiembre de 2010**



**Distribución ingresos agencias por tipo de compra de enero a septiembre de 2011**



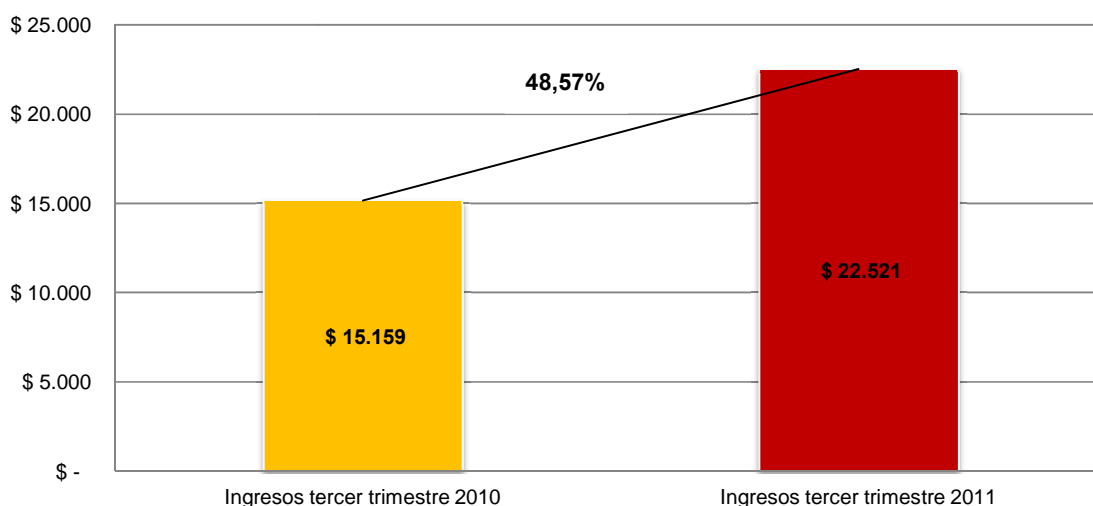
<sup>5</sup> La distribución de *Mobile* para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre del año 2011, de acuerdo con lo reportado por las agencias, corresponde a un 0,18% por *Mensajería Móvil*; 0,81% por *Aplicaciones Móviles* y 0,41% por *Sitios Móviles*.

## Resultados detallados de los ingresos de los medios afiliados a IAB Colombia

### Total ingresos reportados por medios<sup>6</sup> afiliados a IAB Colombia correspondientes al tercer trimestre de los años 2010 y 2011

En el tercer trimestre del año 2011, los ingresos reportados por 28 medios ascendieron a \$22.521 millones de pesos, frente al tercer trimestre del año 2010 donde los ingresos reportados por los mismos medios fueron de \$15.159 millones de pesos, presentando un incremento del 48,57%.

Ingresos trimestrales reportados por medios afiliados IAB Colombia



Cifras expresadas en millones de pesos

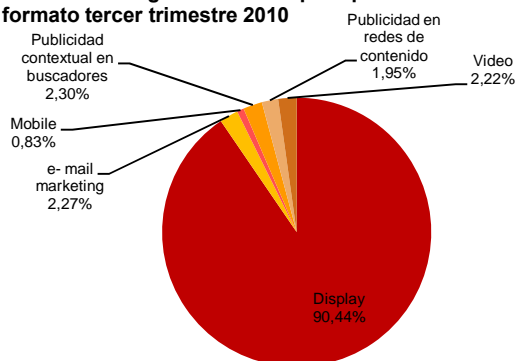
<sup>6</sup> Medios incluyen a todas aquellas empresas que venden espacios publicitarios digitales.

### Distribución de los ingresos por tipo de formato según lo reportado por medios afiliados a IAB Colombia para el tercer trimestre de los años 2010 y 2011

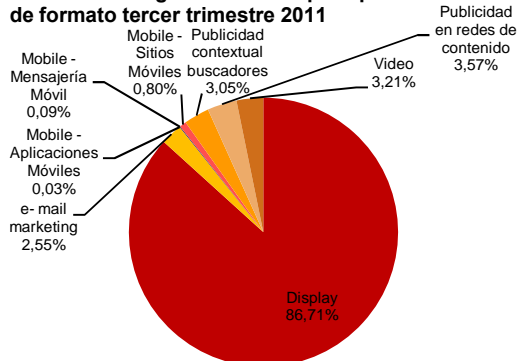
A continuación se presenta la distribución de los ingresos por trimestre para los años 2010 y 2011 según lo reportado por 29<sup>1</sup> medios, la cual incluye ajustes a la distribución reportada para el primer y segundo trimestre debido a que algunos medios realizaron ajustes a sus cifras previamente reportadas y al ingreso de nuevos afiliados que reportaron información para estos períodos.

Distribución trimestral de los ingresos por tipo de formato									
Tipos de compra	Primer Trimestre 2010	Primer Trimestre 2011	Variación	Segundo Trimestre 2010	Segundo Trimestre 2011	Variación	Tercer trimestre 2010	Tercer trimestre 2011	Variación
Display	91,93%	81,12%	-10,81%	91,08%	84,49%	-6,59%	90,44%	86,71%	-3,73%
e- mail marketing	3,63%	5,58%	1,95%	3,15%	3,44%	0,28%	2,27%	2,55%	0,28%
Mobile	1,24%	0,90%	-0,34%	1,45%	1,04%	-0,41%	0,83%	0,92% <sup>7</sup>	0,09%
Publicidad contextual en buscadores	0,20%	4,54%	4,33%	0,28%	4,34%	4,05%	2,30%	3,05%	0,75%
Publicidad en redes de contenido	1,34%	4,10%	2,76%	2,66%	3,79%	1,14%	1,95%	3,57%	1,61%
Video	1,66%	3,77%	2,11%	1,38%	2,90%	1,52%	2,22%	3,21%	1,00%

Distribución ingresos medios por tipo de formato tercer trimestre 2010



Distribución ingresos medios por tipo de formato tercer trimestre 2011

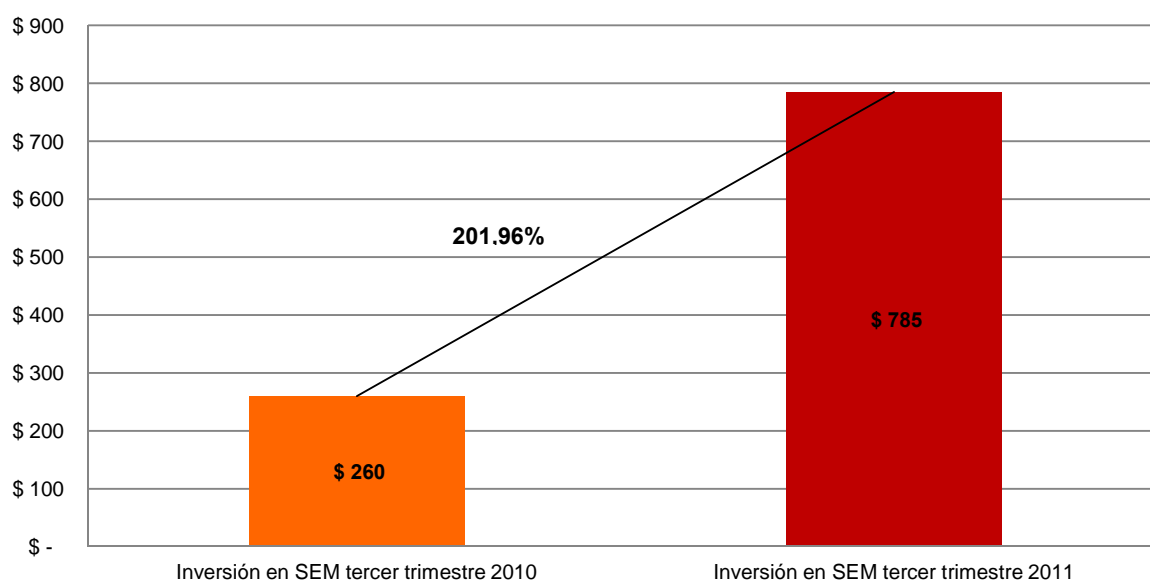


<sup>7</sup> La distribución de *Mobile* para el tercer trimestre del año 2011, de acuerdo con lo reportado por los medios, corresponde a un 0,09% por *Mensajería Móvil*; 0,03% por *Aplicaciones Móviles* y 0,80% por *Sitios Móviles*.

***Inversión realizada en SEM (Search Engine Marketing) según lo reportado por medios afiliados a IAB Colombia para el tercer trimestre de los años 2010 y 2011***

En el tercer trimestre del año 2011 según lo reportado por 9 medios, el monto invertido en SEM tanto en red de búsqueda como en red de contenido, teniendo en cuenta únicamente la inversión realizada de forma directa y no a través de agencia, fue de \$785 millones de pesos. Este valor representa un aumento en la inversión del 201,96% con respecto al tercer trimestre del año 2010, en donde la inversión en SEM reportada por los mismos medios fue de \$260 millones de pesos.

**Inversión trimestral en SEM según lo reportado por medios afiliados IAB Colombia**

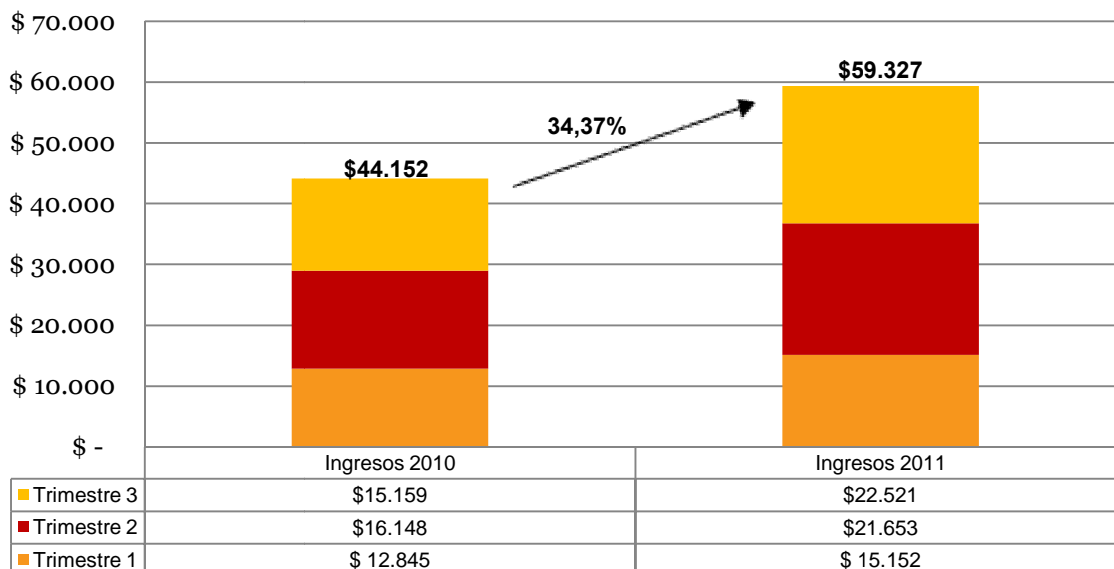


Cifras expresadas en millones de pesos

**Total ingresos reportados por medios afiliados a IAB Colombia correspondientes al período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre del 2010 y 2011**

Para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre del año 2011, los ingresos reportados por 29<sup>1</sup> medios ascendieron a \$59.327 millones de pesos, frente al mismo período en el año 2010 donde los ingresos reportados por los mismos medios fueron de \$44.152 millones de pesos, presentando un incremento del 34,37%<sup>2</sup>.

**Ingresos de enero a septiembre de 2010 y 2011 según lo reportado por medios afiliados IAB Colombia**



Cifras expresadas en millones de pesos

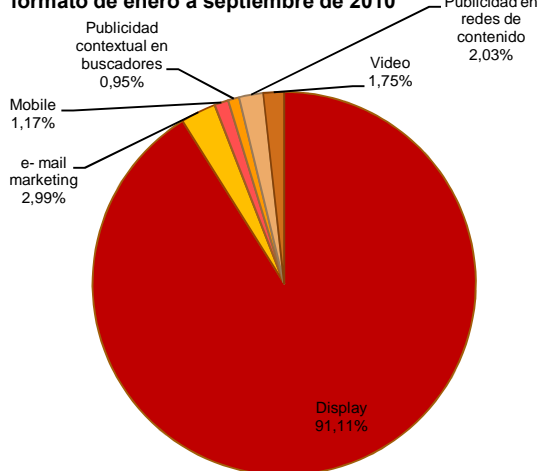
**Distribución de los ingresos por tipo de formato según lo reportado por medios afiliados a IAB Colombia para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011**

Del total de los ingresos reportados por 29<sup>1</sup> medios para el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011 se obtuvo la siguiente distribución por tipo de formato:

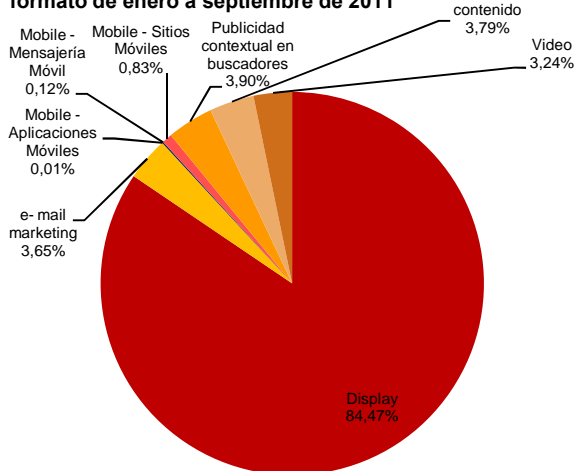
**Distribución de los ingresos por tipo de formato para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011**

Tipos de formato	Del 1 de enero al 30 de septiembre 2010	Del 1 de enero al 30 de septiembre 2011	Variación
Display	91,11%	84,47%	-6,64%
e- mail marketing	2,99%	3,65%	0,66%
Mobile	1,17%	0,96% <sup>8</sup>	-0,22%
Publicidad contextual en buscadores	0,95%	3,90%	2,95%
Publicidad en redes de contenido	2,03%	3,79%	1,75%
Video	1,75%	3,24%	1,49%

**Distribución ingresos medios por tipo de formato de enero a septiembre de 2010**



**Distribución ingresos medios por tipo de formato de enero a septiembre de 2011**

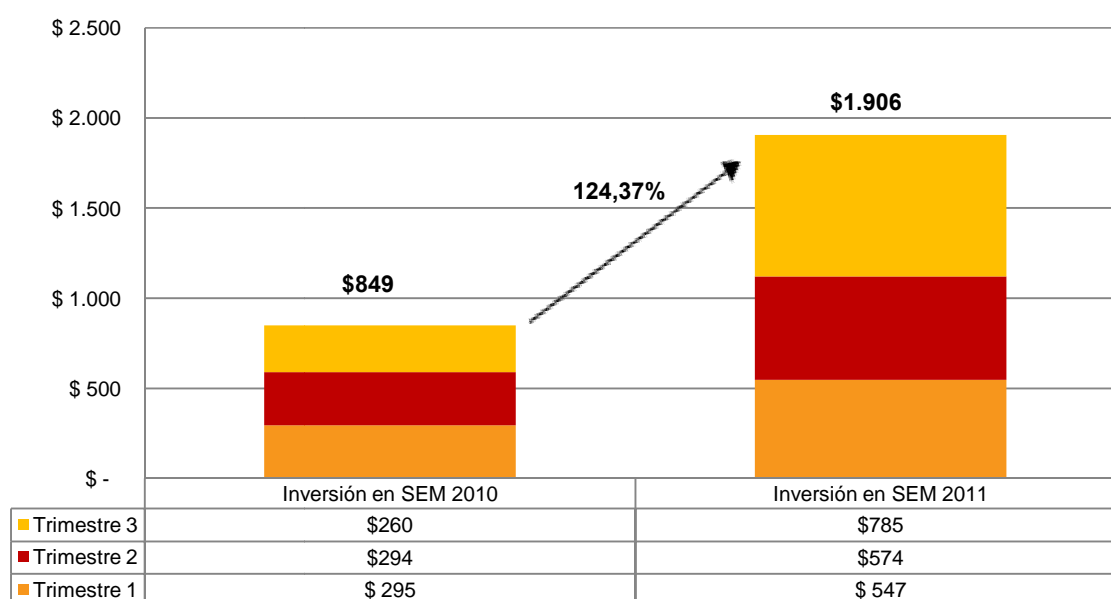


<sup>8</sup> La distribución de *Mobile* para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre del año 2011, de acuerdo con lo reportado por los medios, corresponde a un 0,12% por *Mensajería Móvil*; 0,01% por *Aplicaciones Móviles* y 0,83% por *Sitios Móviles*.

***Inversión realizada en SEM (Search Engine Marketing) según lo reportado por medios afiliados a IAB Colombia para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de los años 2010 y 2011***

Para el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de septiembre del año 2011, según lo reportado por 9<sup>1</sup> medios, el monto invertido en SEM tanto en red de búsqueda como en red de contenido, teniendo en cuenta únicamente la inversión realizada de forma directa y no a través de agencia, fue de \$1.906 millones de pesos. Este valor representa un aumento en la inversión del 124,37% con respecto al mismo período en el año 2010, en donde la inversión en SEM reportada por los mismos medios fue de \$849 millones de pesos<sup>2</sup>.

**Inversión en SEM de enero a septiembre de 2010 y 2011 según lo reportado por medios afiliados IAB Colombia**



Cifras expresadas en millones de pesos

### *Alcance del reporte*

Este reporte sobre inversión en medios digitales se ha convertido en una misión constante de IAB Colombia para continuar con la medición del crecimiento de los medios digitales en Colombia.

Para lograr una base de datos razonable a partir de los datos disponibles de los afiliados y encaminado a una aceptación y obtención de la información del resto de la industria, entre los principales aspectos del sondeo se encuentran:

- Obtener información histórica directamente de las compañías afiliadas a IAB Colombia que generan la inversión en medios digitales.
- Asegurar y mantener la confidencialidad en el proceso, revelando únicamente datos totalizados.

### *Acerca de IAB (Interactive Advertising Bureau)*

Fundado en 1996, Interactive Advertising Bureau ([www.iab.net](http://www.iab.net)) representa más de 500 compañías interactivas líderes que están comprometidas activamente y apoyan la venta de publicidad en medios digitales. En nombre de sus miembros, IAB evalúa y recomienda estándares y prácticas, desarrolla investigación de efectividad interactiva y educa a la industria publicitaria con respecto al uso de publicidad en medios digitales.

IAB Colombia ([www.iabcolombia.com](http://www.iabcolombia.com)) es la representación, en Colombia, de este organismo agremiador de la industria publicitaria online en el mundo. Es una asociación internacional sin fines de lucro, creada en marzo de 2007, cuyo objetivo es incrementar la inversión en marketing digital y publicidad online en Colombia. IAB Colombia reúne a editores de contenidos en Internet, agencias de publicidad, centrales de medios, ad networks, empresas de investigación y auditoría, agencias interactivas, medios, portales y otras empresas comprometidas con el desarrollo del marketing y la publicidad en Internet. Actualmente cuenta con 105 empresas afiliadas.

### *Acerca de PwC*

La red de Firmas PwC suministra servicios de aseguramiento, impuestos y consultoría enfocados a las industrias, para mejorar el valor hacia los clientes. Más de 161,000 profesionales en 154 países que componen nuestra red comparten su pensamiento, experiencias y soluciones para desarrollar perspectivas frescas y proveer una asesoría práctica.

PricewaterhouseCoopers se refiere a las firmas colombianas que hacen parte de la organización mundial PricewaterhouseCoopers, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente. Todos los derechos reservados.

## ***Junta Directiva IAB Colombia***

### Presidente

Hernán Moreno Mora  
Gerente Pautefácil - en representación de El Colombiano

### Secretario

José Miguel Riveros  
Jefe de Canal Región Andina, Centroamérica y Caribe  
Microsoft

### Vocales

Paula Andrea Gaviria  
Directora Digital  
Starcom

Paulina Parra Contreras  
Gerente General  
Initiative Media Colombia S. A.

William Rodríguez  
Director Digital  
Leo Burnett Colombiana

Emilia Restrepo Gómez  
Gerente Comercial  
Indexcol

Carlos Sierra  
Gerente  
Inalambria

## ***Directora ejecutiva IAB Colombia***

Olga Britto Suárez

### **Definiciones:**

- **Publicidad Digital:** Es todo el conjunto de pautas que se despliegan a través de medios digitales, incluyendo "Display Advertising" (tipo "banners", en portales y páginas web), patrocinios o "sponsorships", buscadores (tipo Google, Yahoo!, etc.), "e-mail" y "affiliate marketing".
- **SEM (Search Engine marketing):** Es una forma de marketing en Internet que busca promover los sitios web mediante el aumento de su visibilidad en el motor de búsqueda de páginas de resultados.
- **Display:** Compra / venta de formatos gráficos de publicidad en CPM, CPC, CPA o Sponsor (solapa a la derecha, robapágina, toma de home, etc).
- **Publicidad Contextual en Buscadores:** Compra / venta de publicidad contextual en buscadores (Search; ejemplo: Adwords).
- **Publicidad en Redes de Contenido:** Compra / venta de publicidad en redes de contenido (Ejemplo: Adsense de Google, Pautefácil, etc).
- **Redes Sociales:** Compra de publicidad desplegada en redes sociales (Ejemplo: Facebook).
- **E- mail Marketing:** Compra / venta de publicidad enviada a los e-mails de usuarios registrados y/o a través de boletines electrónicos.
- **Video:** Compra / venta de cortinillas/pre-rolls, zócalos/crawlls, desarrollo de un canal de video (Ejemplo: Pre-roll en videos deportivos).
- **Mobile:** Compra / venta de formatos desplegados en portales móviles.
  - **Mobile - Aplicaciones Móviles:** Compra / venta o alquiler de aplicaciones móviles descargables con fines publicitarios para las diferentes plataformas o sistemas operativos celulares disponibles en el mercado (Symbian, BlackberryOS, iOS, Android, WindowsMobile, PalmOS, Linux, entre otros)
  - **Mobile - Sitios Móviles:** Compra / venta de formatos desplegados en portales móviles o portales wap.
  - **Mobile - Mensajería Móvil:** Compra / venta de servicios de mensajería móvil SMS con fines promocionales o publicitarios.

## **Contactos:**

### **Carlos Arias**

*Socio*

*carlos.arias@co.pwc.com*

*Tel: (57-1) 6112420*

### **Carlos Rodríguez**

*Gerente*

*c.rodriguez@co.pwc.com*

*Tel: (57-1) 6684999*

### **Harold Wilson Ocampo**

*Consultor*

*wilson.ocampo@co.pwc.com*

*Tel: (57-1) 6684999*

La red de Firmas PwC suministra servicios de aseguramiento, impuestos y consultoría enfocados a las industrias, para mejorar el valor hacia los clientes. Más de 161,000 profesionales en 154 países que componen nuestra red comparten su pensamiento, experiencias y soluciones para desarrollar perspectivas frescas y proveer una asesoría práctica. Para mayor información ver [www.pwc.com](http://www.pwc.com).

© 2011 PricewaterhouseCoopers. PwC se refiere a las Firmas colombianas que hacen parte de la organización mundial PricewaterhouseCoopers, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente. Todos los derechos reservados.