

www.pwc.com/co

Darte valor es mi compromiso

IAB Colombia

*Reporte sobre la inversión
en medios digitales en
Colombia*

*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 enero y el 31
de diciembre de 2014*

Marzo 2015

pwc



Acerca del reporte de IAB Colombia de inversión en medios digitales

Conducido de manera permanente por PricewaterhouseCoopers, 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 2013 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, continuara con la realización del reporte de la inversión en medios digitales de sus afiliados en 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 12 de mayo de 2014.

Atentamente,

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

1. Se solicitó a las agencias afiliadas reportar sus ingresos por tipo de compra, recibidos por ventas de pauta digital a clientes sin incluir comisiones, tanto para WEB como para Mobile así:

| Tipos de compras de agencias - WEB | Tipos de compras de agencias – Mobile |
|---|---------------------------------------|
| Banner Ads | Banner Ads |
| Rich Media | Rich Media |
| Search – Red de búsqueda | Search – Red de búsqueda |
| Search – Red de contenido (anuncios de texto) | Video |
| Social Media | APPS |
| Video | SMS |
| Clasificados y directorios | |
| E-mail marketing | |
| Content Marketing | |

2. Se solicitó a los medios afiliados reportar sus ingresos por tipo de formato, recibidos por ventas de pauta digital a través de agencias, por venta directa a clientes y por venta a DSP (Demand Side Platform) tanto para WEB como para Mobile así:

| Tipos de compras de agencias – WEB (por venta directa y a través de agencia) | Tipos de compras de agencias – Mobile (por venta directa y a través de agencia) |
|--|---|
| Banner Ads | Banner Ads |
| Rich Media | Rich Media |
| Search – Red de búsqueda | Search – Red de búsqueda |
| Search – Red de contenido (anuncios de texto) | Video |
| Video | APPS |
| Clasificados y directorios | SMS |
| E-mail marketing | |
| Content Marketing | |

3. Para calcular la inversión en medios digitales en Colombia y la respectiva distribución por tipo de formato, se sumó el total reportado por agencias para WEB, más el total reportado por agencias para Mobile, más los ingresos de los medios sólo por venta directa y por venta a DSP (Demand Side Platform) a cliente tanto en WEB como en Mobile, más la inversión directa de los medios en SEM (Search Engine Marketing).

4. El cálculo de la Inversión en medios digitales en Colombia por sectores de la economía para el año 2014 se realiza con base en los ingresos totales distribuidos por sub-sector reportados por los medios para cada trimestre.

5. Para no afectar la comparación de los ingresos reportados por medios y agencias entre los años 2013 y 2014, teniendo en cuenta que las cifras de DSP se reportan a partir del segundo semestre de 2014, los valores correspondientes a este aspecto se presentan por separado y complementan la información reportada por los afiliados a IAB Colombia para el año 2014.

6. La información histórica correspondiente al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013 es tomada del Reporte sobre compilación de la inversión en medios digitales del año 2014. Esta información fue calculada de acuerdo con la metodología definida por IAB Colombia para ese año tal como se presenta a continuación

(Cifras expresadas en millones de pesos)

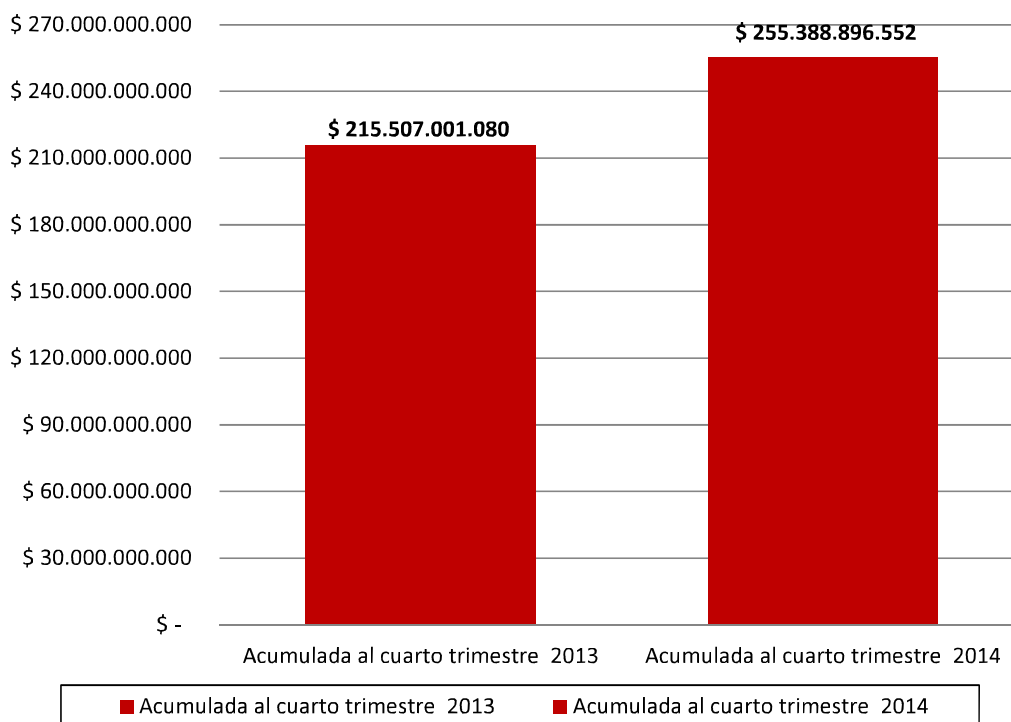
| Concepto | Trimestre 1 | Trimestre 2 | Trimestre 3 | Trimestre 4 | Total 2013 |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Ingresos totales agencias Web | 21,696 | 34,589 | 32,353 | 51,586 | 140,224 |
| Ingresos totales agencias Mobile | 411 | 715 | 941 | 1,193 | 3,260 |
| Ingresos por venta directa medios Web | 14,118 | 18,036 | 17,087 | 19,192 | 68,433 |
| Ingresos por venta directa medios Mobile | 246 | 373 | 389 | 359 | 1,368 |
| Inversión directa de medios SEM | 891 | 764 | 299 | 269 | 2,222 |
| Total | 37,362 | 54,477 | 51,069 | 72,600 | 215,507 |

Inversión en medios digitales en Colombia acumulada al cuarto trimestre de 2014

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

| Concepto | Acumulado al cuarto trimestre 2013 | Acumulado al cuarto trimestre 2014 | Variación |
|---|------------------------------------|------------------------------------|-----------|
| Inversión en medios digitales en Colombia | \$ 215.507.001.800 | \$ 255.388.896.552 | 18,51% |

Inversión en medios digitales en Colombia

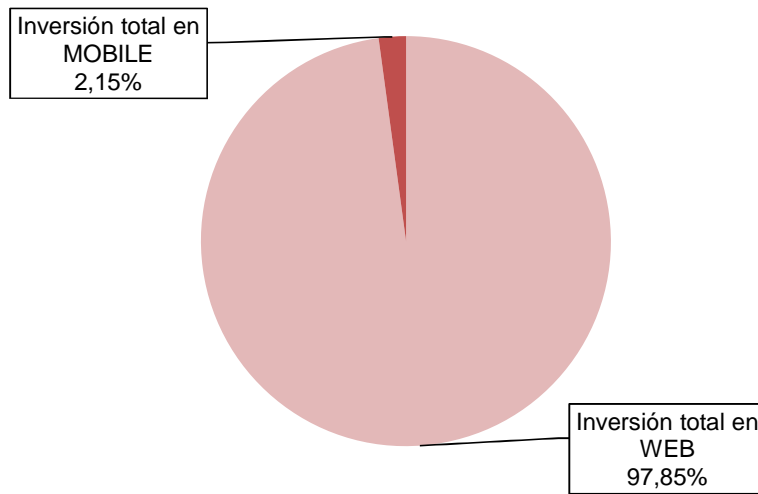


Notas:

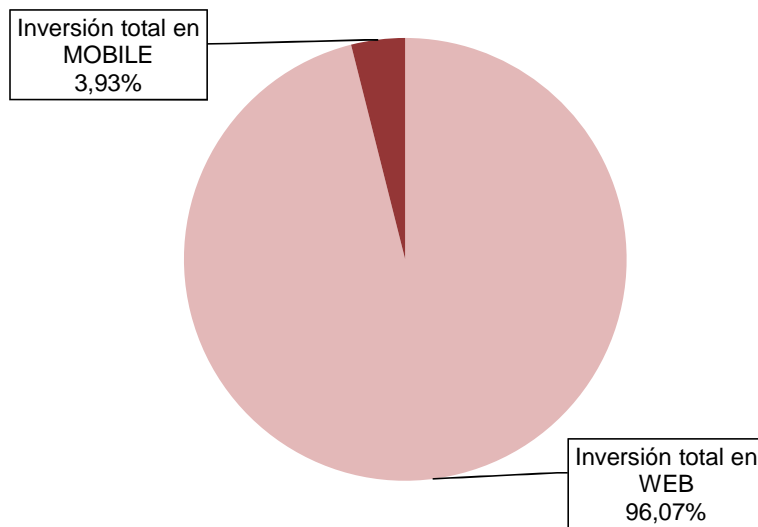
- La inversión en medios digitales en Colombia acumulada al cuarto trimestre del año 2014 corresponde a la información reportada por un total de 36 medios y 22 agencias afiliados(as) a IAB Colombia para el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre de este año, de acuerdo con los listados de afiliados participantes en el diligenciamiento del reporte para cada trimestre.
- La inversión en medios digitales en Colombia acumulada al cuarto trimestre del año 2013 corresponde a la información reportada por un total de 33 medios y 23 agencias afiliados(as) a IAB Colombia para el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre de ese año, de acuerdo con los listados de afiliados participantes en el diligenciamiento del reporte para cada trimestre.
- A partir del informe acumulado al tercer trimestre de 2014, se solicita que las agencias discriminen las compras realizadas a DSP (Demand Side Platform) y que los medios discriminen las ventas realizadas a DSP (Demand Side Platform) por tipo de formato (WEB) Y (MOBILE).

| Concepto | Acumulado al cuarto Trimestre 2013 | Acumulado al cuarto Trimestre 2014 |
|---|------------------------------------|------------------------------------|
| Ingresos Totales agencias WEB | \$ 140.223.561.442 | \$ 170.665.127.741 |
| Ingresos por venta directa medios WEB | \$ 68.433.205.265 | \$ 67.075.404.383 |
| Ingresos por venta DSP medios WEB | \$ - | \$ 5.255.551.086 |
| Inversión directa de medios en SEM | \$ 2.222.141.052 | \$ 2.348.713.700 |
| Ingresos totales agencias MOBILE | \$ 3.260.290.711 | \$ 7.965.511.198 |
| Ingresos por venta directa medios MOBILE | \$ 1.367.802.610 | \$ 2.033.713.358 |
| Ingresos por venta DSP medios MOBILE | \$ - | \$ 44.875.088 |
| Inversión total en WEB | \$ 210.878.907.759 | \$ 245.344.796.909 |
| Inversión total en MOBILE | \$ 4.628.093.321 | \$ 10.044.099.644 |
| Inversión total en medios digitales en | \$ 215.507.001.080 | \$ 255.388.896.552 |

**Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia para WEB y MOBILE
Acumulada al cuarto Trimestre de 2013**



**Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia para WEB y MOBILE
Acumulada al cuarto Trimestre de 2014**

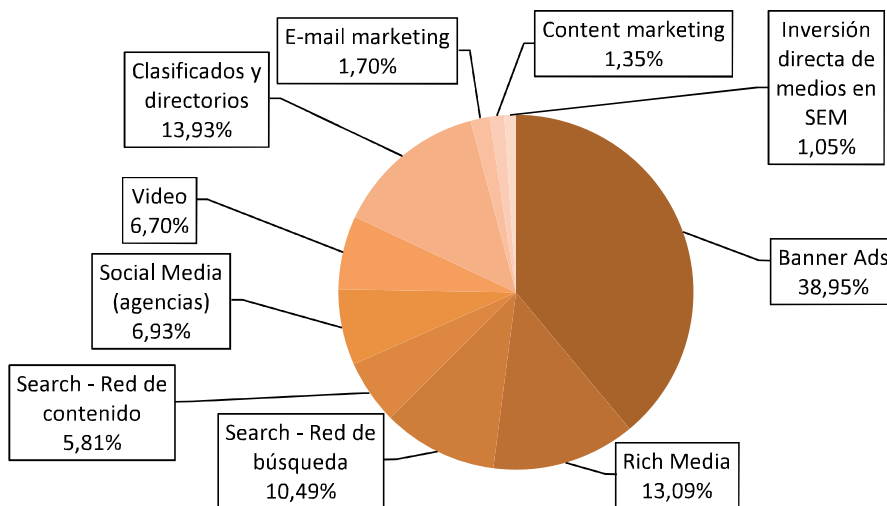


Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato acumulada al cuarto trimestre de 2014 / WEB

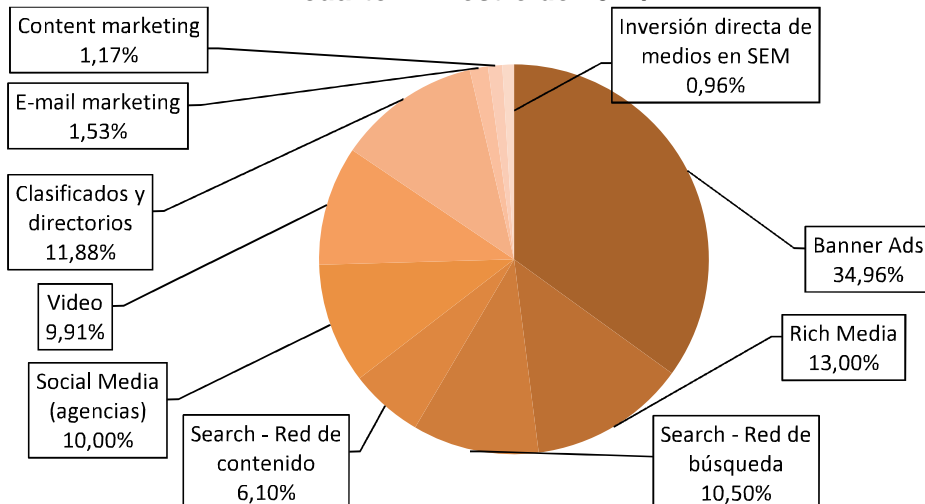
De acuerdo con metodología definida por IAB Colombia y según lo reportado por medios y agencias afiliados(as)

| Concepto | Acumulado al cuarto Trimestre 2013 | Acumulado al cuarto Trimestre 2014 | Participación 2014 |
|---|------------------------------------|------------------------------------|--------------------|
| Banner Ads | \$ 82.136.451.360 | \$ 85.765.316.506 | 34,96% |
| Rich Media | \$ 27.606.721.651 | \$ 31.901.935.531 | 13,00% |
| Search - Red de búsqueda | \$ 22.114.042.175 | \$ 25.752.052.377 | 10,50% |
| Search - Red de contenido | \$ 12.262.509.678 | \$ 14.966.019.278 | 6,10% |
| Social Media (agencias) | \$ 14.607.908.373 | \$ 24.542.335.999 | 10,00% |
| Video | \$ 14.128.098.239 | \$ 24.301.440.083 | 9,91% |
| Clasificados y directorios | \$ 29.375.668.911 | \$ 29.146.721.081 | 11,88% |
| E-mail marketing | \$ 3.584.912.377 | \$ 3.741.806.126 | 1,53% |
| Content marketing | \$ 2.840.453.942 | \$ 2.878.456.228 | 1,17% |
| Inversión directa de medios en SEM | \$ 2.222.141.052 | \$ 2.348.713.700 | 0,96% |
| Total inversión en medios digitales en Colombia para WEB | \$ 210.878.907.759 | \$ 245.344.796.909 | 100,00% |

Distribución inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato acumulada al cuarto Trimestre de 2013/ WEB



Distribución inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato acumulada al cuarto Trimestre de 2014/ WEB



Notas:

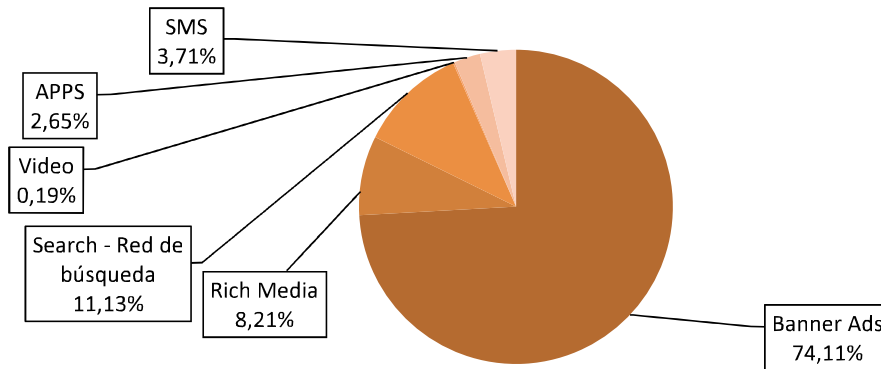
- La distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato (WEB) acumulada al cuarto trimestre del año 2014, corresponde a la información reportada por un total de 36 medios y 22 agencias afiliados(as) a IAB Colombia para el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre de este año, de acuerdo con los listados de afiliados participantes en el diligenciamiento del reporte para cada trimestre.
- La distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato (WEB) acumulada al tercer trimestre del año 2013, corresponde a la información reportada por un total de 33 medios y 23 agencias afiliados(as) a IAB Colombia para el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre de ese año, de acuerdo con los listados de afiliados participantes en el diligenciamiento del reporte para cada trimestre.
- A partir del segundo trimestre de 2014, se solicita que los medios discriminen las ventas realizadas a DSP (Demand Side Platform) por tipo de formato (WEB)

Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato acumulada al cuarto trimestre de 2014 / MOBILE

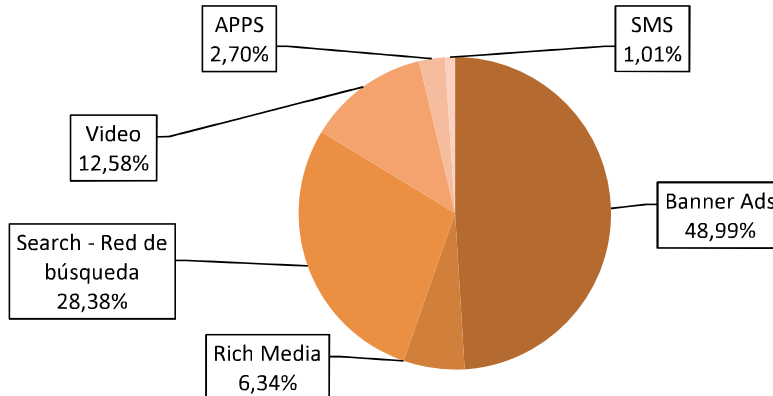
De acuerdo con metodología definida por IAB Colombia y según lo reportado por medios y agencias afiliados(as)

| Concepto | Acumulado al Cuarto Trimestre 2013 | Acumulado al Cuarto Trimestre 2014 | Participación 2014 |
|--|------------------------------------|------------------------------------|--------------------|
| Banner Ads | \$ 3.430.048.725 | \$ 4.916.030.461 | 48,99% |
| Rich Media | \$ 379.890.598 | \$ 636.149.301 | 6,34% |
| Search - Red de búsqueda | \$ 514.895.006 | \$ 2.847.388.219 | 28,38% |
| Video | \$ 9.005.320 | \$ 1.262.635.760 | 12,58% |
| APPS | \$ 122.721.051 | \$ 271.263.882 | 2,70% |
| SMS | \$ 171.532.621 | \$ 101.144.409 | 1,01% |
| Total inversión en medios digitales en Colombia para MOBILE | \$ 4.628.093.321 | \$ 10.034.612.033 | 100,00% |

Distribución inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato acumulada al cuarto trimestre de 2013/ MOBILE



Distribución inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato acumulada al cuarto trimestre de 2014/ MOBILE



Notas:

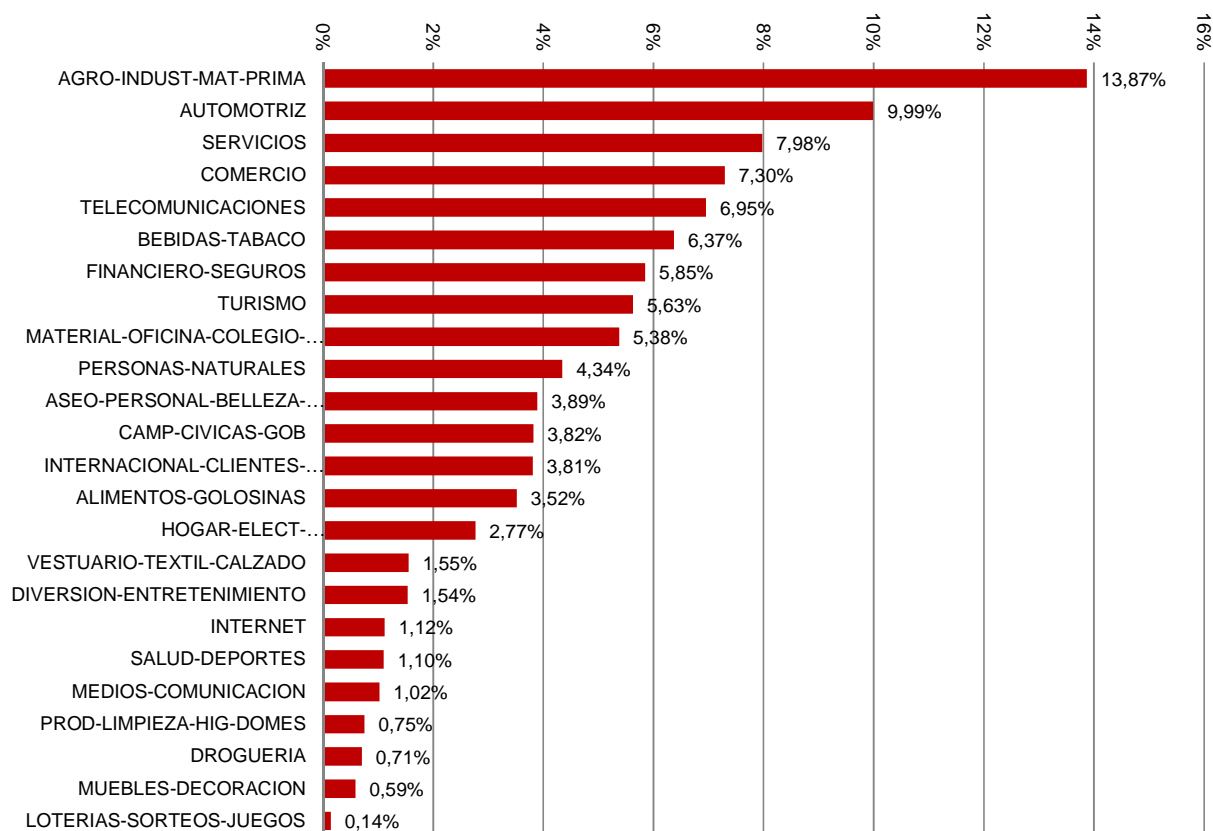
- La distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato (MOBILE) acumulada al cuarto trimestre del año 2014, corresponde a la información reportada por un total de 36 medios y 22 agencias afiliados(as) a IAB Colombia para el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre de este año, de acuerdo con los listados de afiliados participantes en el diligenciamiento del reporte para cada trimestre.
- La distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato (MOBILE) acumulada al cuarto trimestre del año 2013, corresponde a la información reportada por un total de 33 medios y 23 agencias afiliados(as) a IAB Colombia para el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre de ese año, de acuerdo con los listados de afiliados participantes en el diligenciamiento del reporte para cada trimestre.
- A partir del segundo trimestre de 2014, se solicita que los medios discriminen las ventas realizadas a DSP (Demand Side Platform) por tipo de formato (WEB)

Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por sectores de la economía acumulada al cuarto trimestre de 2014

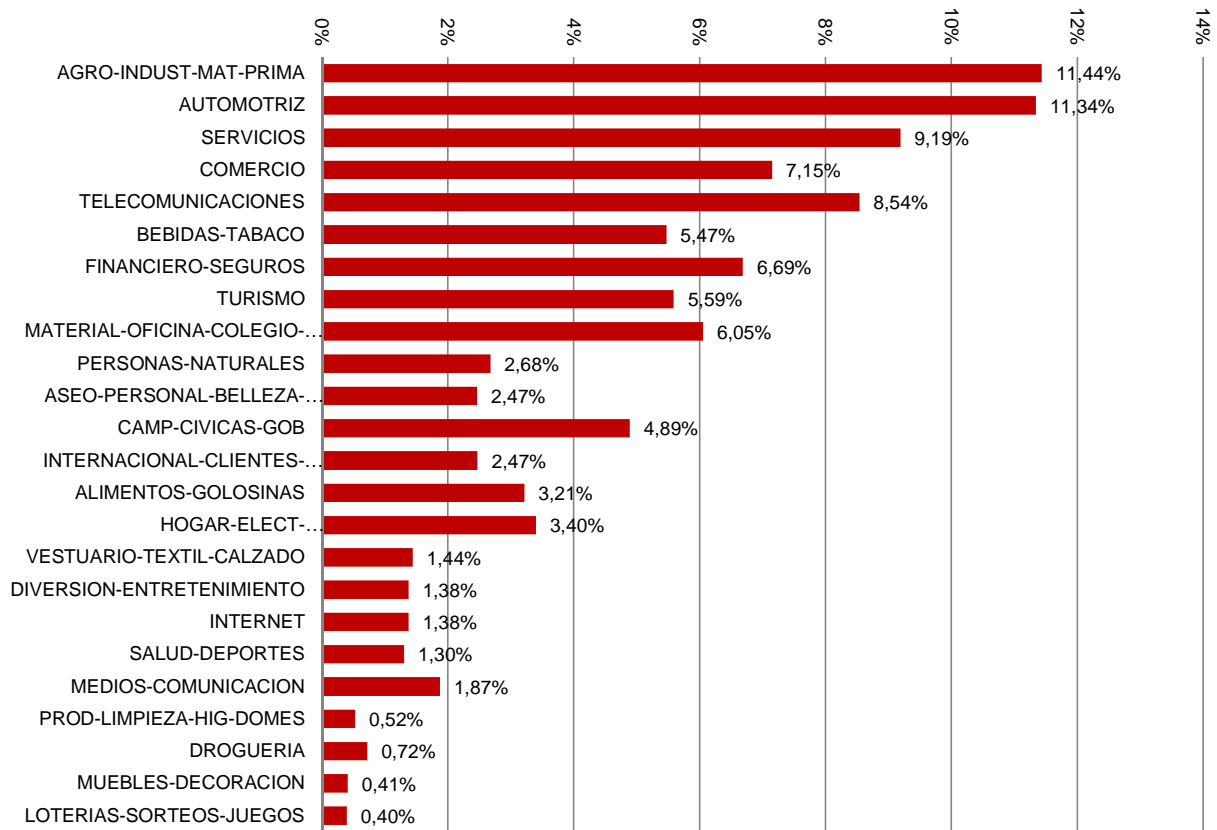
De acuerdo con lo reportado por medios afiliados a IAB Colombia

| Sector | Inversión acumulada al Cuarto Trimestre 2013 | Participación acumulada al Cuarto Trimestre 2013 | Inversión acumulada al Cuarto Trimestre 2014 | Participación acumulada al Cuarto Trimestre 2014 |
|------------------------------------|--|--|--|--|
| AGRO-INDUST-MAT-PRIMA | \$ 15.147.076.017,20 | 13,87% | \$12.801.169.372 | 11,44% |
| AUTOMOTRIZ | \$ 10.910.441.347,77 | 9,99% | \$12.696.655.544 | 11,34% |
| SERVICIOS | \$ 8.708.647.616,09 | 7,98% | \$10.292.877.883 | 9,19% |
| COMERCIO | \$ 7.967.882.750,82 | 7,30% | \$8.006.164.686 | 7,15% |
| TELECOMUNICACIONES | \$ 7.591.121.660,70 | 6,95% | \$9.557.101.378 | 8,54% |
| BEBIDAS-TABACO | \$ 6.957.126.192,99 | 6,37% | \$6.128.644.891 | 5,47% |
| FINANCIERO-SEGUROS | \$ 6.389.279.500,65 | 5,85% | \$7.483.688.088 | 6,69% |
| TURISMO | \$ 6.144.817.853,95 | 5,63% | \$6.254.410.341 | 5,59% |
| MATERIAL-OFICINA-COLEGIO-EDU | \$ 5.875.547.630,93 | 5,38% | \$6.776.977.933 | 6,05% |
| PERSONAS-NATURALES | \$ 4.740.698.936,23 | 4,34% | \$2.994.712.032 | 2,68% |
| ASEO-PERSONAL-BELLEZA-PERFUMERIA | \$ 4.245.494.938,01 | 3,89% | \$2.762.059.588 | 2,47% |
| CAMP-CIVICAS-GOB | \$ 4.171.352.275,30 | 3,82% | \$5.471.492.606 | 4,89% |
| INTERNACIONAL-CLIENTES-EXTRANJEROS | \$ 4.161.323.146,67 | 3,81% | \$2.767.484.289 | 2,47% |
| ALIMENTOS-GOLOSINAS | \$ 3.841.877.597,58 | 3,52% | \$3.597.920.656 | 3,21% |
| HOGAR-ELECT-GASODOMESTICOS | \$ 3.025.492.181,17 | 2,77% | \$3.803.503.225 | 3,40% |
| VESTUARIO-TEXTIL-CALZADO | \$ 1.696.013.600,44 | 1,55% | \$1.614.529.030 | 1,44% |
| DIVERSION-ENTRETENIMIENTO | \$ 1.680.419.822,07 | 1,54% | \$1.542.410.692 | 1,38% |
| INTERNET | \$ 1.219.328.329,00 | 1,12% | \$1.543.311.878 | 1,38% |
| SALUD-DEPORTES | \$ 1.203.313.348,12 | 1,10% | \$1.460.131.100 | 1,30% |
| MEDIOS-COMUNICACION | \$ 1.118.161.020,45 | 1,02% | \$2.097.113.862 | 1,87% |
| PROD-LIMPIEZA-HIG-DOMES | \$ 822.872.254,68 | 0,75% | \$587.117.899 | 0,52% |
| DROGUERIA | \$ 771.373.248,18 | 0,71% | \$803.192.450 | 0,72% |
| MUEBLES-DECORACION | \$ 645.298.886,62 | 0,59% | \$457.219.915 | 0,41% |
| LOTERIAS-SORTEOS-JUEGOS | \$ 155.814.529,27 | 0,14% | \$442.514.433 | 0,40% |
| Grand Total | \$ 109.190.774.684,89 | 100% | \$111.942.403.770 | 100,00% |

Distribución inversión en medios digitales en Colombia por sectores de la economía acumulada al Cuarto Trimestre de 2013



Distribución inversión en medios digitales en Colombia por sectores de la economía acumulada al Cuarto Trimestre de 2014



Notas:

- La distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por sectores de la economía acumulada al cuarto trimestre del año 2014, corresponde a la información reportada por un total de 36 medios afiliados a IAB Colombia para el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre de este año, de acuerdo con los listados de afiliados participantes en el diligenciamiento del reporte para cada trimestre.
- La distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por sectores de la economía acumulada al cuarto trimestre del año 2013, corresponde a la información reportada por una base diferente de 31 medios afiliados a IAB Colombia para el primer, segundo, tercer y cuarto trimestre del año 2013, de acuerdo con el Reporte de Inversión en Medios Digitales correspondiente al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2013, elaborado por PwC.