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 2015

Diciembre de 2015





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 23 de abril de 2015.

Atentamente,

Pricewatermore Coopers A6 Itda.

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 compra agencias - WEB	Tipos de compra 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 formato medios - WEB (por venta directa y a través de agencia)	Tipos de formato - 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	

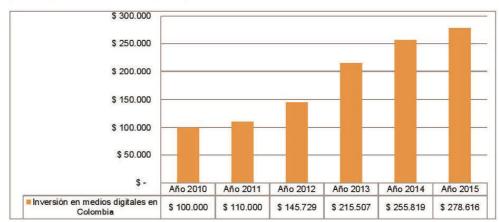
- 3. Para calcular la inversión en medios digitales en Colombia y la respectiva distribución por tipo de formato, se sumó el total reportado por agencias para WEB, más el total reportado por agencias para Mobile, más los ingresos de los medios sólo por venta directa y por venta a DSP (Demand Side Platform) a cliente tanto en WEB como en Mobile, más la inversión directa de los medios en SEM (Search Engine Marketing).
- 4. En el año 2015 se realizarán cambios en la categorización de los sub-sectores en los cuales se distribuye y presenta la información de los ingresos totales reportados por los medios, por lo tanto para el primer trimestre de 2015 no se presenta esta información. En el informe del segundo trimestre del 2015 se presentará la información acumulada del año en la nueva categorización de sub-sectores.
- 5. Para no afectar la comparación de los ingresos reportados por medios y agencias entre los años 2014 y 2015, teniendo en cuenta que las cifras de DSP se reportan a partir del segundo semestre de 2015, los valores correspondientes a este aspecto se presentan por separado y complementan la información reportada por los afiliados a IAB Colombia para el año 2015.

Reporte sobre la inversión en medios digitales en Colombia para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2015

Este reporte sobre la 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 por pauta digital generados de enero a diciembre de 2015, al igual que la inversión realizada de forma directa por los medios en SEM (Search Engine Marketing) en dicho período.

Comportamiento de la inversión en medios digitales en Colombia en los últimos cinco años

(Cifras expresadas en millones de pesos)



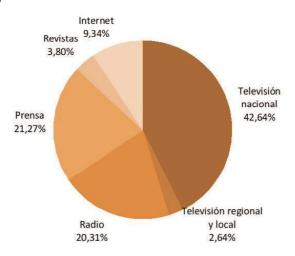
Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
30	30	31	31	36	31
21	21	21	22	22	23
51	51	52	53	58	54
	2010 30 21	2010 2011 30 30 21 21	2010 2011 2012 30 30 31 21 21 21	2010 2011 2012 2013 30 30 31 31 21 21 21 22	2010 2011 2012 2013 2014 30 30 31 31 36 21 21 21 22 22

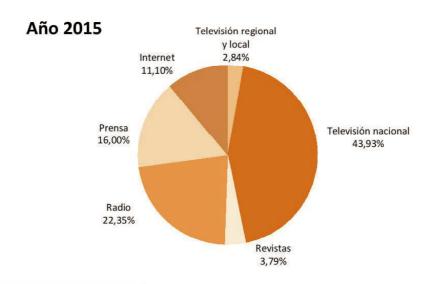
La información presentada en el gráfico anterior corresponde a los reportes de IAB Colombia sobre la compilación de la inversión en medios digitales en Colombia para los años mencionados¹, teniendo en cuenta que la base de afiliados que reportó información para cada año ha venido variando y que la metodología definida por IAB Colombia para calcular la inversión en Colombia ha sido modificada en los últimos años así:

- Esta metodología varió para obtener el dato correspondiente al año 2008, sumando a lo anterior la inversión en SEM reportada por los medios y las agencias para ese año.
- Para el dato correspondiente al año 2009, dicha metodología fue ajustada nuevamente, excluyendo la inversión en SEM de agencias y sumando a todo lo anterior los ingresos por Search y Redes Sociales reportados por las agencias.
- Para calcular la inversión en Colombia en los años 2010 y 2011, la metodología tuvo un nuevo cambio, incluyendo también los ingresos reportados por las agencias por e-mail marketing, Mobile y Video.
- Para calcular la inversión en Colombia en el año 2012, la metodología tuvo un nuevo cambio, incluyendo también los ingresos reportados por las agencias por e-mail marketing, Mobile y Video.
- Para calcular la inversión en Colombia a partir del año 2012, se incluyó Clasificados y
 Directorios web, incluyendo también los ingresos reportados por las agencias por email marketing, Mobile y Video.
- Para calcular la inversión en Colombia a partir del año 2013, se incluyó Content
 Marketing web y mobile a la metodología tal como se detalla en este informe en el
 aparte Metodología definida por IAB Colombia para estimar la inversión en medios
 digitales en Colombia.
- Finalmente, para calcular la inversión en Colombia a partir del año 2014 se solicitó 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).
- Los datos correspondientes a los años anteriores al 2010 no pueden ser reprocesados teniendo en cuenta que la información recibida para estos períodos fue enviada por los afiliados en formularios de captura que solicitaban un detalle menor de información que los actualmente utilizados.

¹ Los reportes de inversión en medios digitales en Colombia desde el año 2007 hasta el 2013 los puede encontrar en: http://www.iabcolombia.com/sobre-iab/informe-anual-de-inversion/

Año 2014





² Fuente: Asomedios, Andiarios, IAB Colombia. (Información no calculada por PwC)

^{*} Para Radio no se incluyen emisoras comunitarias ni las de interés público.

^{**} Para Prensa no se incluyen avisos clasificados.

^{***} Para Revistas no se incluyen las revistas que circulan con los periódicos.

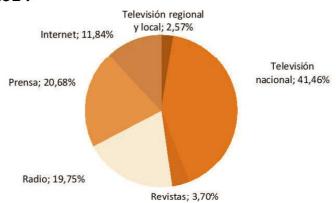
Participación medios en la torta publicitaria incluyendo estimación realizada por IAB Colombia 2015^3

De acuerdo a las estimaciones realizadas por IAB sobre la Inversión en Medios Digitales en Colombia acumulada, incluyendo plataformas que no reportan, el monto para el año 2015 y 2014 para efectos de establecer la participación es el siguiente:

2015	\$ 376.110.000.000	
2014	\$ 330.000.000.000	

De acuerdo a las cifras estimadas el crecimiento de la inversión digital en Colombia corresponde a 13,97% para el año 2015.

Año 2014

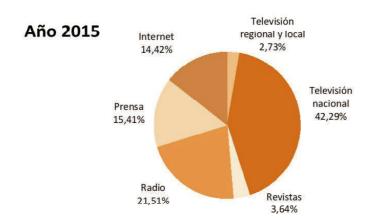


³ Fuente: Asomedios, Andiarios, IAB Colombia. (Información no calculada por PwC)

^{*} Para Radio no se incluyen emisoras comunitarias ni las de interés público.

^{**} Para Prensa no se incluyen avisos clasificados.

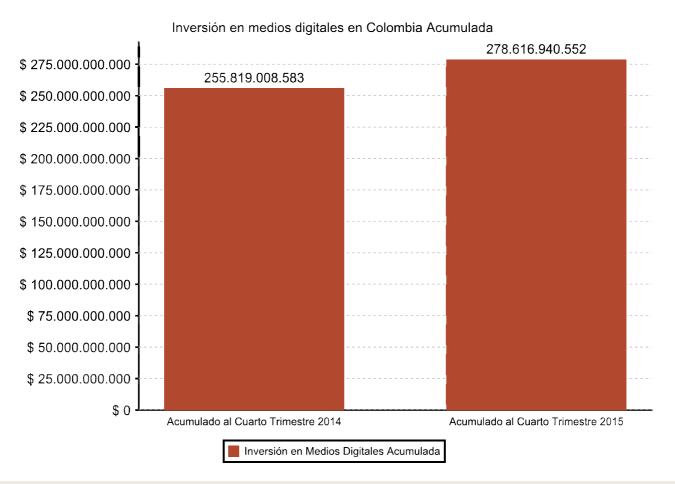
^{***} Para Revistas no se incluyen las revistas que circulan con los periódicos.



Inversión en medios digitales en Colombia acumulada al cuarto trimestre de 2015

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

Concepto		Acumulado al Cuarto Trimestre 2015	Variación	
Inversión en medios digitales en Colombia	\$ 255,819,008,583	\$ 278,616,940,552	8.91	%

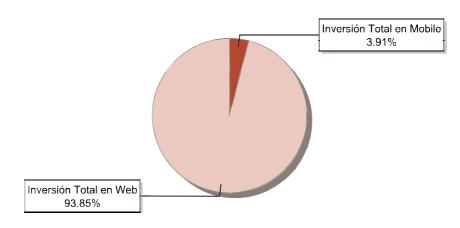


Notas:

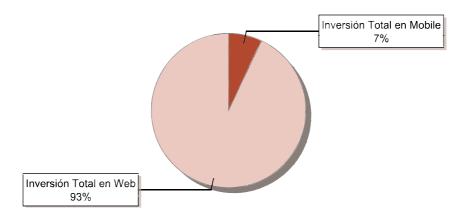
- La inversión en medios digitales en Colombia acumulada al cuarto trimestre del año 2015 corresponde a la información reportada por 31 medios y 23 agencias afiliados(as) a IAB Colombia.
- La inversión en medios digitales en Colombia acumulada al cuarto trimestre del año 2014 corresponde a la información reportada por 36 medios y 22 agencias afiliados(as) a IAB Colombia, de acuerdo con el Reporte de Inversión en Medios Digitales correspondiente al primero, segundo, tercero y cuarto trimestre de 2014 elaborado por PwC.
- A partir del Segundo 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 2014	Acumulado al Cuarto Trimestre 2015
Ingresos Totales agencias WEB	\$ 170,665,127,742	\$ 180,412,411,719
Ingresos por venta directa medios WEB	\$ 67,075,404,383	\$ 73,406,888,753
Ingresos por venta DSP medios WEB	\$ 5,671,907,790	\$ 2,709,773,792
Inversión directa de medios en SEM	\$ 2,348,713,700	\$ 2,581,513,507
Ingresos totales agencias MOBILE	\$ 7,965,511,199	\$ 14,863,568,613
Ingresos por venta directa medios MOBILE	\$ 2,033,713,358	\$ 3,850,309,002
Ingresos por venta DSP medios MOBILE	\$ 58,630,411	\$ 792,475,166
Inversión total en WEB	\$ 245,761,153,615	\$ 259,110,587,771
Inversión total en MOBILE	\$ 10,057,854,968	\$ 19,506,352,781
Inversión total en medios digitales en Colombia	, ,	
	\$ 255,819,008,583	\$ 278,616,940,552

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 para WEB y MOBILE acumulada al Cuarto Trimestre de 2015

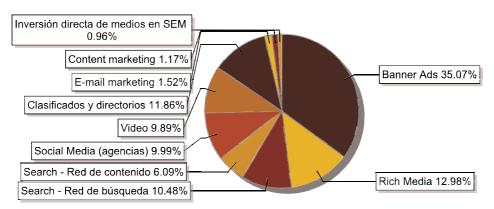


Distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato acumulada al cuarto trimestre de 2015 / WEB

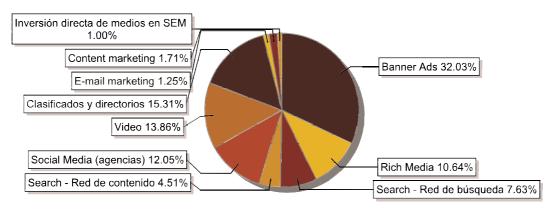
De acuerdo con metodología definida por IAB Colombia y según lo reportado por medios y agencias afiliados(as)

Concepto	Acumulado al Cuarto Trimestre 2014	Acumulado al Cuarto Trimestre 2015	Participación 2015
Banner Ads	\$ 86,180,885,674	\$ 83,001,416,828	32.03 %
Rich Media	\$ 31,902,723,069	\$ 27,575,349,282	10.64 %
Search - Red de búsqueda	\$ 25,752,052,378	\$ 19,774,687,718	7.63 %
Search - Red de contenido	\$ 14,966,019,278	\$ 11,694,283,857	4.51 %
Social Media (agencias)	\$ 24,542,335,999	\$ 31,231,826,326	12.05 %
Video	\$ 24,301,440,083	\$ 35,917,179,971	13.86 %
Clasificados y directorios	\$ 29,146,721,081	\$ 39,668,507,170	15.31 %
E-mail marketing	\$ 3,741,806,126	\$ 3,227,956,221	1.25 %
Content marketing	\$ 2,878,456,228	\$ 4,437,866,892	1.71 %
Inversión directa de medios en SEM	\$ 2,348,713,700	\$ 2,581,513,507	1.00 %
Total inversión en medios digitales en Colombia para WEB	\$ 245,761,153,615	\$ 259,110,587,771	100.00 %

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



Distribución inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato acumulada al Cuarto Trimestre de 2015/ WEB



Notas: - La distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato (WEB) acumulada al cuarto trimestre del año 2015, corresponde a la información reportada por 31 medios y 23 agencias afiliados(as) a IAB Colombia.

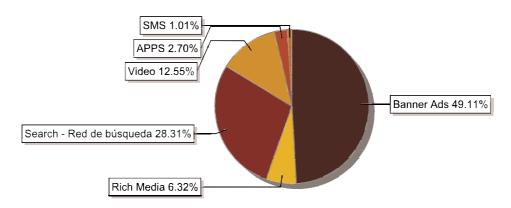
- La distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato (WEB) acumulada al cuarto trimestre del año 2014, corresponde a la información reportada por 36 medios y 22 agencias afiliados(as) a IAB Colombia, de acuerdo con el Reporte de Inversión en Medios Digitales correspondiente al primero, segundo, tercero y cuarto trimestre de 2014 elaborado por PwC.
- 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 2015 / MOBILE

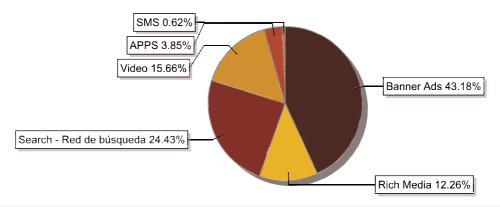
De acuerdo con metodología definida por IAB Colombia y según lo reportado por medios y agencias afiliados(as)

Concepto	Acumulado al Cuarto Trimestre 2014	Acumulado al Cuarto Trimestre 2015	Participación 2015
Banner Ads	\$ 4,939,273,395	\$ 8,423,203,160	43.18 %
Rich Media	\$ 636,149,301	\$ 2,391,572,553	12.26 %
Search - Red de búsqueda	\$ 2,847,388,220	\$ 4,764,839,640	24.43 %
Video	\$ 1,262,635,760	\$ 3,055,067,920	15.66 %
APPS	\$ 271,263,882	\$ 751,297,729	3.85 %
SMS	\$ 101,144,409	\$ 120,371,779	0.62 %
Total inversión en medios digitales en Colombia para MOBILE	\$ 10,057,854,968	\$ 19,506,352,781	100.00 %

Distribución inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato acumulada al Cuarto Trimestre de 2014/ MOBILE



Distribución inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato acumulada al Cuarto Trimestre de 2015/ MOBILE



Notas: - La distribución de la inversión en medios digitales en Colombia por tipo de formato (MOBILE) acumulada al cuarto trimestre del año 2015, corresponde a la información reportada por 31 medios y 23 agencias afiliados(as) a IAB Colombia.

- 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 36 medios y 22 agencias afiliados(as) a IAB Colombia, de acuerdo con el Reporte de Inversión en Medios Digitales correspondiente al primero, segundo, tercero y cuarto trimestre de 2014 elaborado por PwC.
- 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 (MOBILE)