

www.pwc.com

*10a. Edición
Estudio de Inversión en
Comunicación en Internet en
México 2015*

Servicios Digitales

Publicación: Agosto 2016



Acerca del estudio

1

Sección 1

Metodología
Participantes
Rol Subcomité de
Valoración

2

Sección 2

Contexto 2015

3

Sección 3

Indicadores 2015

4

Sección 4

Análisis por tipo de
Servicios digitales

5

Sección 5

Conclusiones y
Reflexiones

Acerca de PricewaterhouseCoopers México



En PwC nuestro propósito es construir confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas con presencia en 157 países y más de 208,000 personas comprometidas a ofrecer servicios de auditoría, consultoría e impuestos y servicios legales de la más alta calidad. Conócenos mejor y dínos qué es lo más importante para ti. Visita: www.pwc.com.

PwC se refiere a la red y/o una o más firmas miembro de PwC, cada una de las cuales constituye una entidad legal independiente. Favor de ir a www.pwc.com/structure para obtener mayor información al respecto.

Acerca de IAB México



IAB México es una asociación sin fines de lucro que inició actividades en Febrero del 2005 con el objetivo de integrar y fomentar el crecimiento de la industria a través del desarrollo y difusión de estudios, programas educativos y mejores prácticas. Cuenta a la fecha con más de 170 empresas asociadas, dentro de las cuales destacan: Beker/Socialand, comScore, Dentsu Aegis, Facebook, Google, Group M, Grupo Expansión, Grupo Ferrer, HAVAS Media Group, IMS, Millward Brown, Omnicom Media Group, Oracle Creative Cloud, El País, Prodigy MSN, Televisa Interactive, Televisa Radio y Terra.

IAB (Interactive Advertising Bureau) es el principal organismo a nivel global que representa a la industria de la publicidad digital y marketing interactivo. Fundado en 1996 en Estados Unidos, actualmente tiene presencia en más de 45 países.

Esfuerzo conjunto

IAB México agradece a AMAPRO y AMAP por la difusión de la convocatoria, lo que generó mayor participación de las Agencias de Comunicación dentro de este reporte.

AMAPRO AMAP

Acerca de AMAP

The logo for AMAP consists of four large, bold, sans-serif letters. The 'A' is red, the first 'M' is green, the second 'A' is blue, and the 'P' is green.

La Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP) agrupa a las agencias con mayor integridad y profesionalismo en México, cuyo trabajo destaca por su pensamiento estratégico, excelencia creativa, ética de negocio, calidad de servicio y profundo conocimiento de la profesión, así como de su importancia como motor generador de bienestar para el país.

Los Socios AMAP son las agencias más importantes de México, quienes facturan cerca del 80% de la inversión total publicitaria en el país.

Acerca de AMAPRO



Somos un organismo empresarial que agrupa y representa a las mejores agencias de marketing promocional estratégico. Empresas comprometidas con brindar a sus clientes acciones y servicios de la más alta calidad, creatividad diferenciadora y pensamiento estratégico, enfocadas en alcanzar directamente a los consumidores y lograr ventas exitosas de las marcas a las que representan.

Asociación Mexicana de Agencias de Promociones. Agrupamos y representamos a las mejores agencias de marketing promocional estratégico.

Inversión en Servicios Digitales

1

Metodología, participantes y
Subcomité de Estimación en 2015

El estudio referente de la industria de Internet en México

Inversión en
**Servicios
Digitales**
2014 - 2015

Participantes:

- Agencias Digitales
- Agencias de Comunicación
- Agencias de Medios

- Analiza la evolución de la inversión en comunicación en **Servicios Digitales** que ofrecen las Agencias de Comunicación.
- Recopila los datos de facturación para generar un **indicador sobre la inversión en servicios digitales** en México.
- El reporte genera datos exactos sin estimaciones. La información es valorada por el **Subcomité de Estimación** de IAB México.
- **Reporte anual** que se ha publicado por IAB México desde **2014**.
- La información es representativa sobre las **tasas de crecimiento y distribución por tipo de servicio ofrecido**.

Consideraciones

- Los ingresos reportados:
 - ✓ Son expresados en \$MXN
 - ✓ Son expresados en Montos Brutos
- Para evitar duplicidad, las cifras reportadas no incluyen ingresos que corresponden a terceros que participan directamente en este estudio.

Metodología de medición



Participantes 2015

36 Empresas que participaron con cuestionarios.

- 1N Primer Nivel Group
- Abaco Digital
- AC McGarryBowen
- ACHE
- Agencia I
- Aplicaciones Códice
- BNN
- Catorce Días
- Central Media SC
- Club racing de Avellaneda
- CMI Digital
- Deep Shopper
- Dentsu Aegis
- Element Studios
- Grupo Cinco
- Grupo MLR
- Grupo Pauta Creativa
- Grupo W
- Habanero Project Management
- ifahto
- Lead 2 Action
- Levadura
- Llorete & Cuenca
- Lumia México
- Máquina Diseño
- Mirum Agency
- Promored
- Publicidad de Aguinaga
- Publicis Media (Starcom)
- Socialand Media Solutions
- SP Marketing
- Spirit Media
- T2O media
- Teran TBWA
- Vértice Comunicación
- Virket

Rol del Subcomité de Valoración

A través de un grupo representativo de la industria, que aportando su experiencia, se reunieron para evaluar la información de forma agregada y obtener conclusiones consensuadas.

Sergio A. López
Presidente Ejecutivo
AMAP

Rodrigo Pérez
Managing Director
Mirum Agency

Gerardo Ávila
Fundador & CEO
Element

Jorge Alor
Owner
BNN

Gerardo Guerrero
Director
AMAPRO

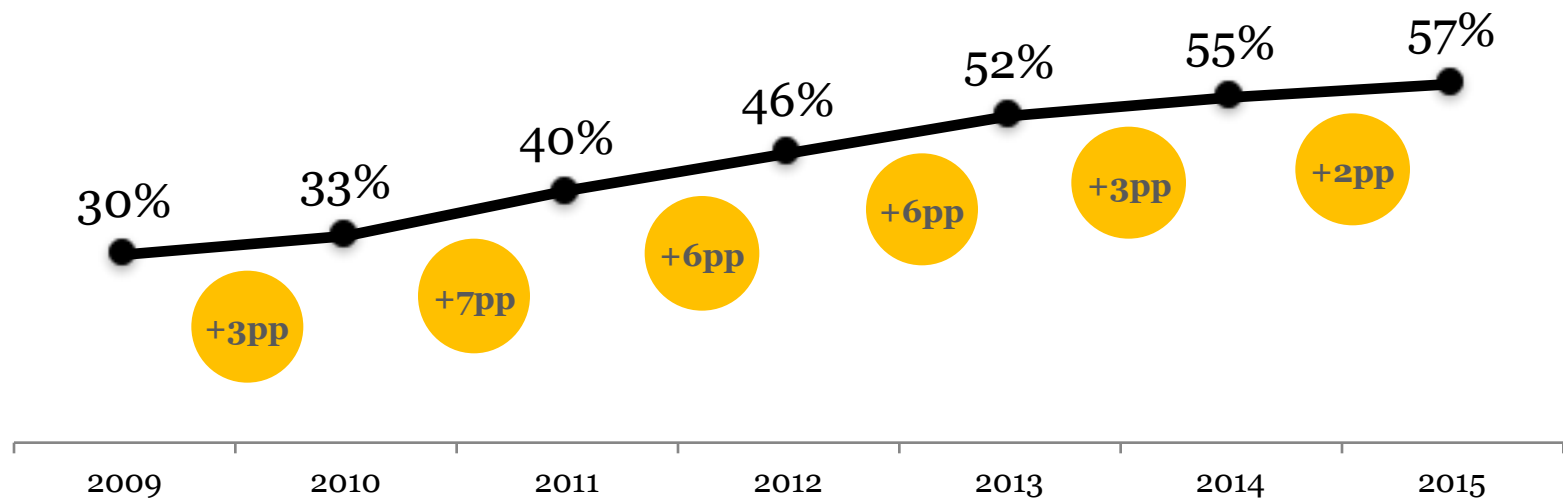
Inversión en Servicios Digitales

Contexto 2015

2

Penetración de Internet en México

Para 2015, existen 68 millones de internautas, lo que representa el **57%** de la población en México.*

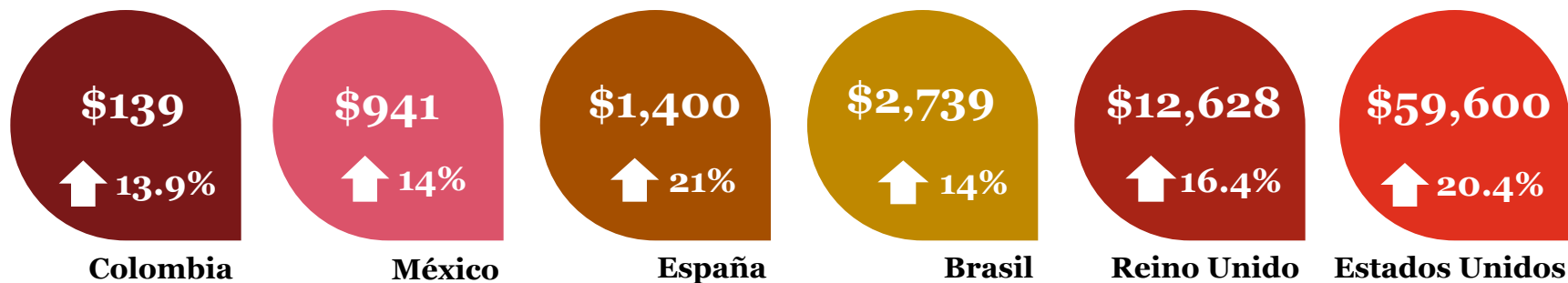


Cifras expresadas en Porcentaje

*Fuente: Estimación 2014 y 2015 realizada por Millward Brown basada en datos de eMarketer, INEGI, The World Bank y WIP proveniente del Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos. IAB México/ Millward Brown/ Televisa Interactive. Marzo 2016

Contexto Internacional en Pauta Publicitaria en Internet

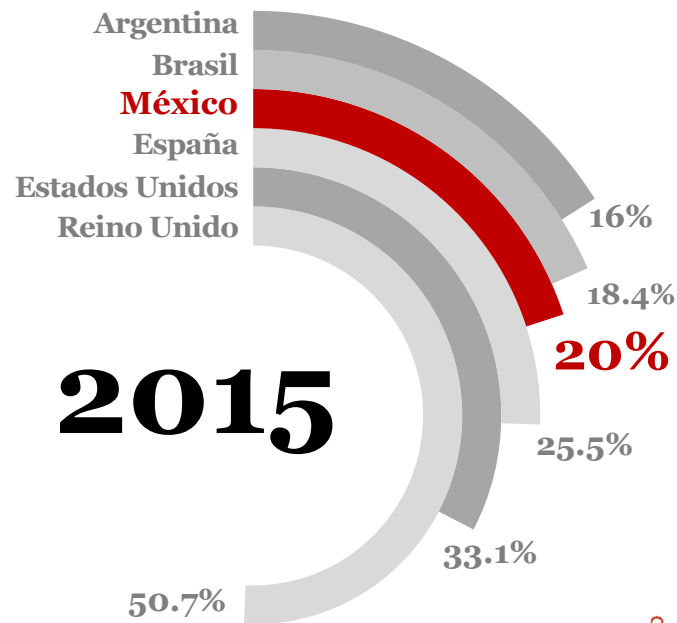
Inversión Publicitaria en Internet y tasas de crecimiento en 2015 (\$USD M)*



Pauta Publicitaria en México en contexto Internacional

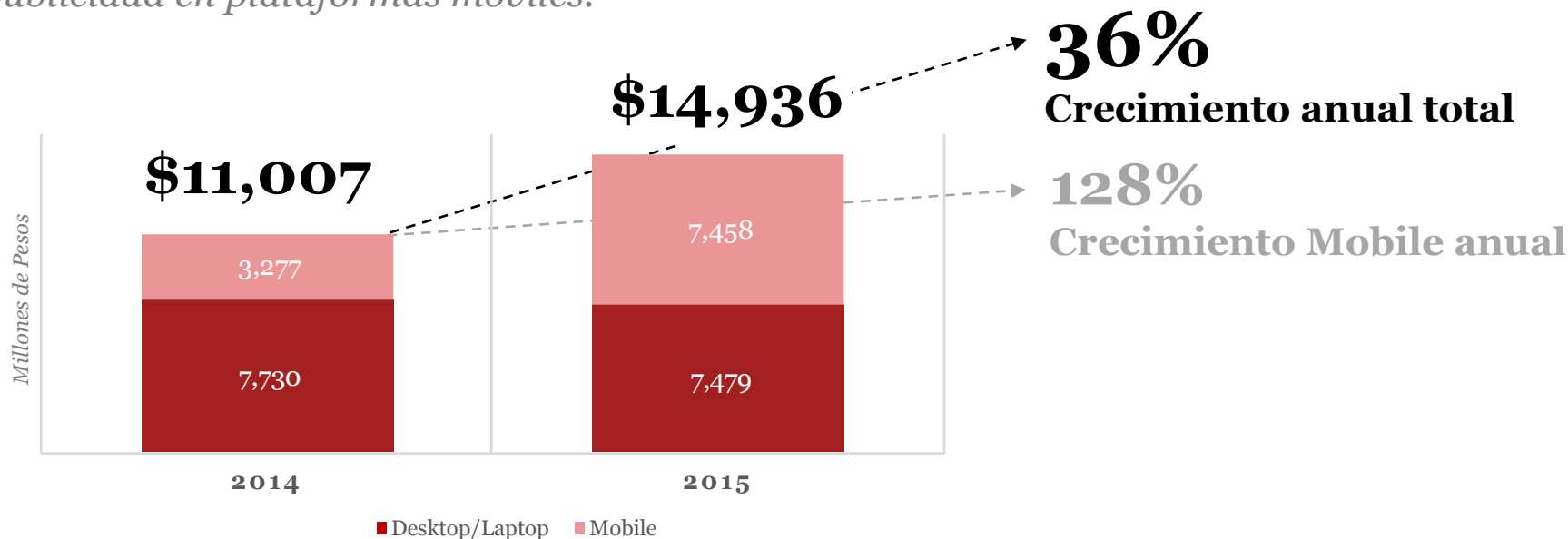
Participación de Internet dentro del total de Inversión en Medios en 2015*

En México, la *inversión en Pauta Publicitaria* ya representa el **20%** dentro de la Inversión total en Medios durante 2015.



Evolución de la facturación anual total de Publicidad Digital en México, 2014-2015*

En el 2015, la inversión en Publicidad Digital crece 36%, destacando la contribución de publicidad en plataformas móviles.

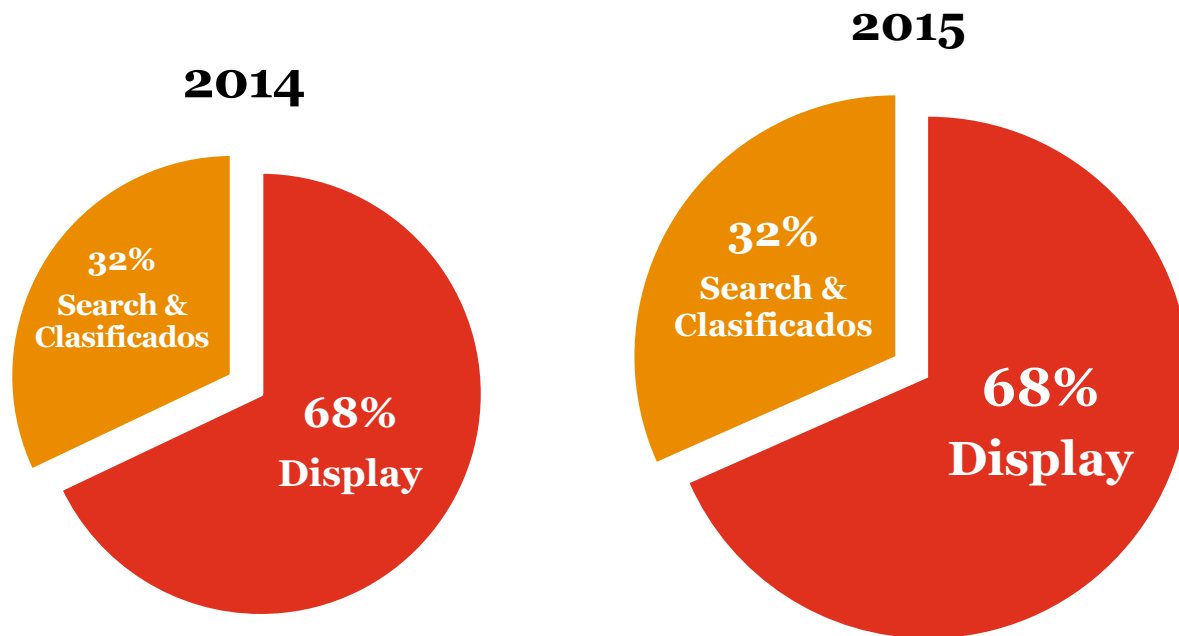


*Cifras expresadas en \$MXN (en Millones)

Estas cifras incluyen a los participantes del estudio y la estimación de Display, Search y Anuncios Clasificados, valorada por el Subcomité de Estimación de IAB México.

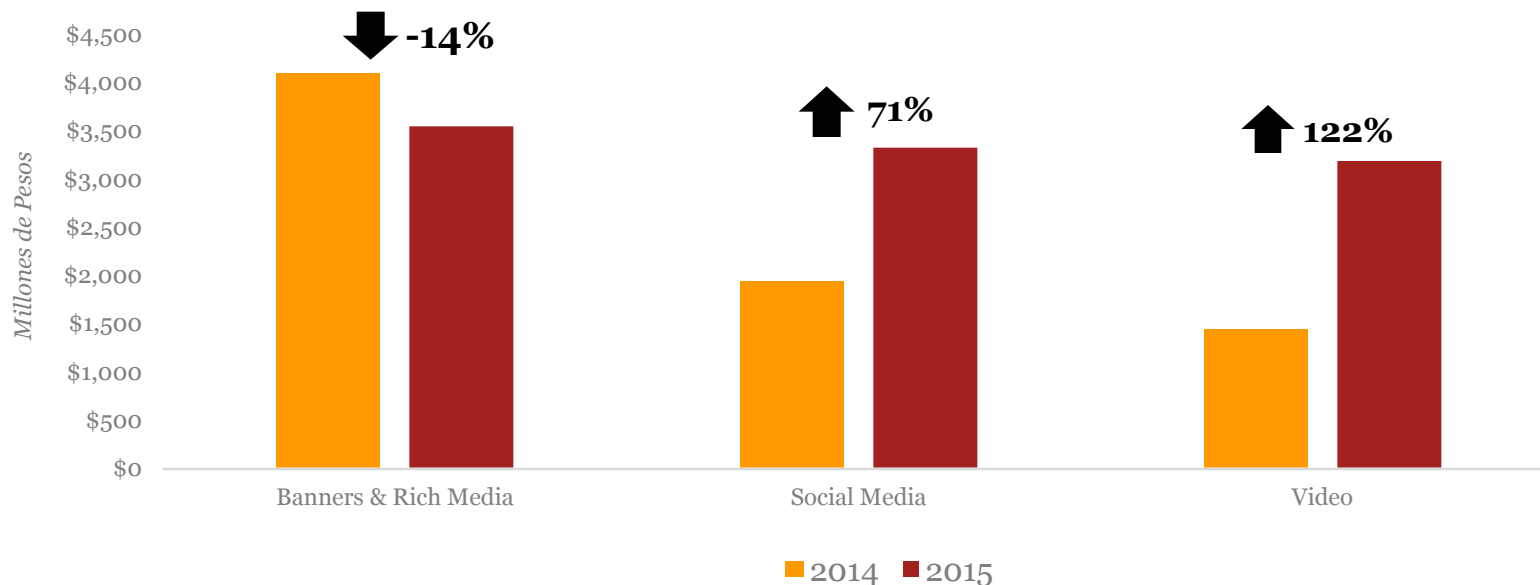
Clasificación de la facturación anual*

La participación de Display, Search & Clasificados continúa mostrando un comportamiento similar en los últimos dos años.



Inversión por plataforma de Display*

Banner Ads & Rich Media han sido los formatos publicitarios con mayor inversión en los últimos años, sin embargo muestran un ajuste que es compensado por formatos de Video y Social Media.



*Cifras expresadas en \$MXN (en Millones)

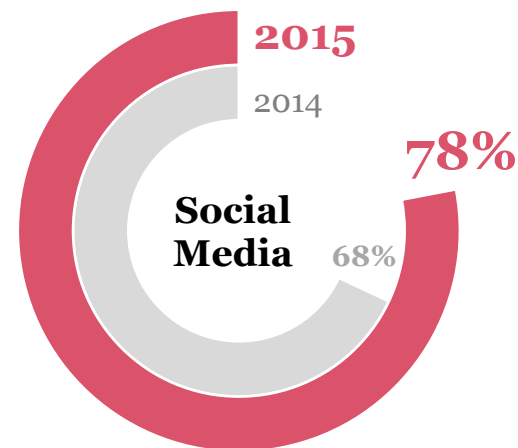
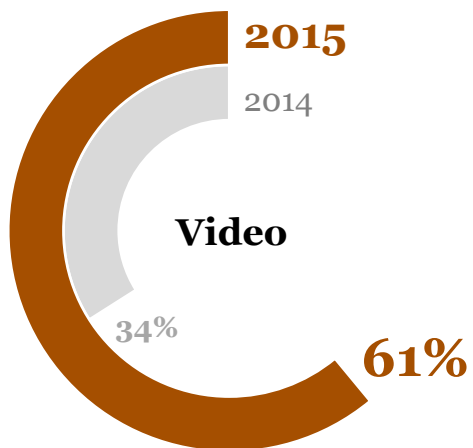
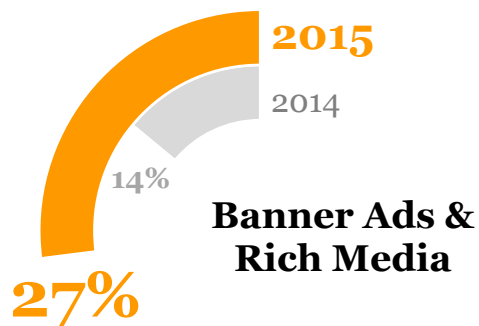
Estas cifras incluyen a los participantes del estudio y la estimación de Banner Ads & Rich Media, Social Media, Video, valorada por el Subcomité de Estimación de IAB México.

Categoría Video contiene Social Video y formatos de video in-stream, in-read.

Contribución Mobile por Tipo de Formato Display

2014-2015*

La inversión en Publicidad Digital para Video y Social Media perciben la mayor parte de sus ingresos en entornos móviles.



*Cifras expresadas en Porcentaje

Estas cifras incluyen a los participantes del estudio y la estimación de Banner Ads & Rich Media, Video, valorada por el Subcomité de Estimación de IAB México.

Categoría Video contiene Social Video y formatos de video in-stream, in-read

Inversión en Servicios Digitales

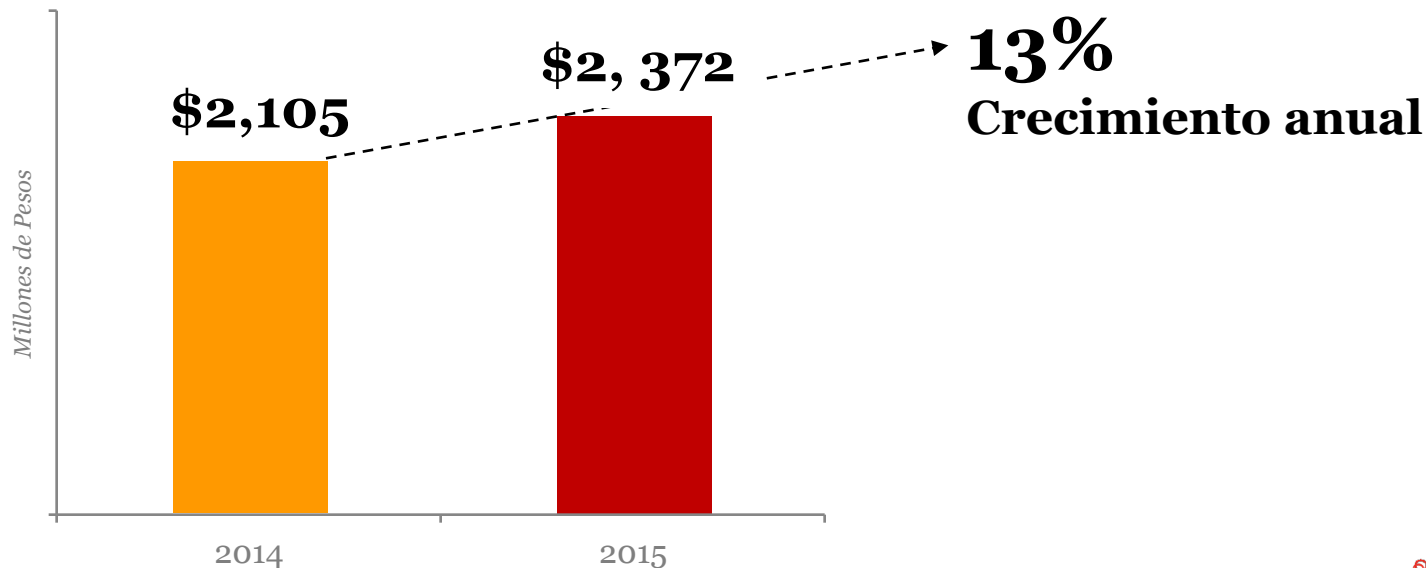
Indicadores 2015

3

**Con información de participantes vía cuestionarios en 2014 y 2015, por lo que se reportan datos exactos sin estimaciones.*

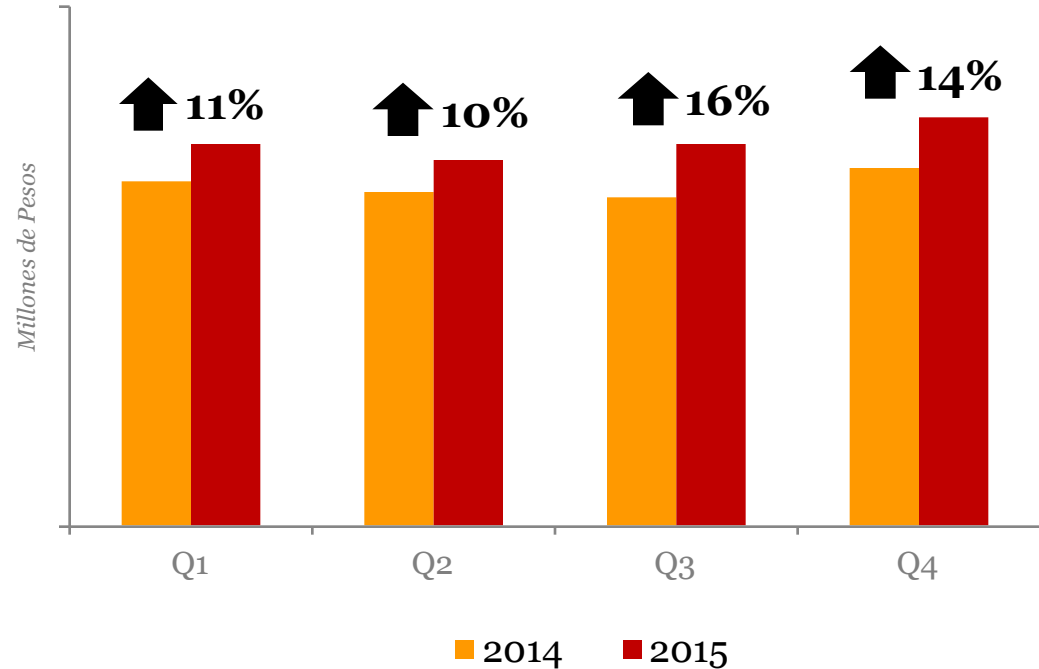
Indicador de Crecimiento de Inversión en Servicios Digitales 2015

Con la contribución de 36 agencias, la inversión en Servicios Digitales alcanzó los \$2,372 millones de pesos en 2015.*



Crecimiento por Trimestre de Inversión en Servicios Digitales

Se observa un crecimiento constante durante todos los trimestres con tasas a doble dígito.



Inversión en Servicios Digitales

4

Análisis por tipo de Servicios Digitales

**Con información de participantes vía cuestionarios en 2014 y 2015, por lo que se reportan datos exactos sin estimaciones.*

Servicios Digitales

Servicios de Gestión de Compra de Medios

Servicios de gestión que complementan la compra de medios (SEM, Redes Sociales, Influencers, medición y optimización de campañas, etc).

Producción de Contenido

Servicios relacionados a la producción de contenido (Video, Redes Sociales, Editorial, etc).

Diseño & Desarrollo Web

Incluye desarrollo de SEO, e-Commerce.

Creatividad y Estrategia Digital

Desarrollo de estrategias digitales, conceptos creativos o cualquier servicio relacionado con este concepto.



Mobile

Incluye servicios como desarrollo de apps, contenido, sitios responsivos, etc.

Social Media

Posicionamiento orgánico y campañas pagadas en buscadores. Servicios que incluyen community management, servicio al cliente (consumidor final), producción de contenido, manejo de crisis, etc.

Analytics

Incluye Analytics:

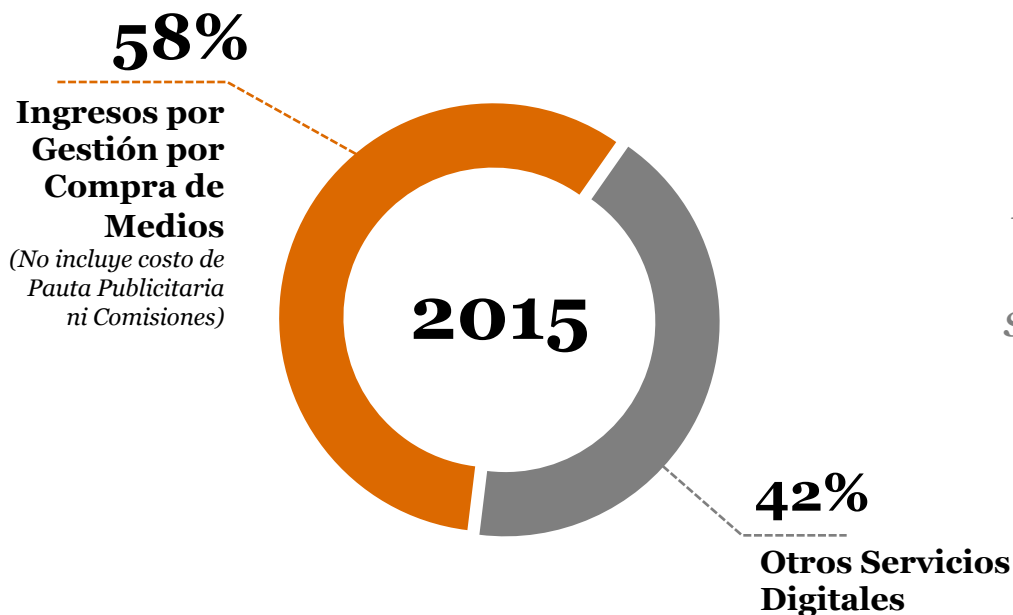
- a) Web Analytics (Search, heatmaps, eyetracking, etc)
- b) Social Analytics (listening, reputación)
- c) Business Intelligence (métricas de negocio)

Otro

Cualquier tipo de Servicio Digital que no está contemplado en las demás categorías.

Distribución de Inversión en Servicios Digitales

*Por tipo de Servicio ofrecido.**

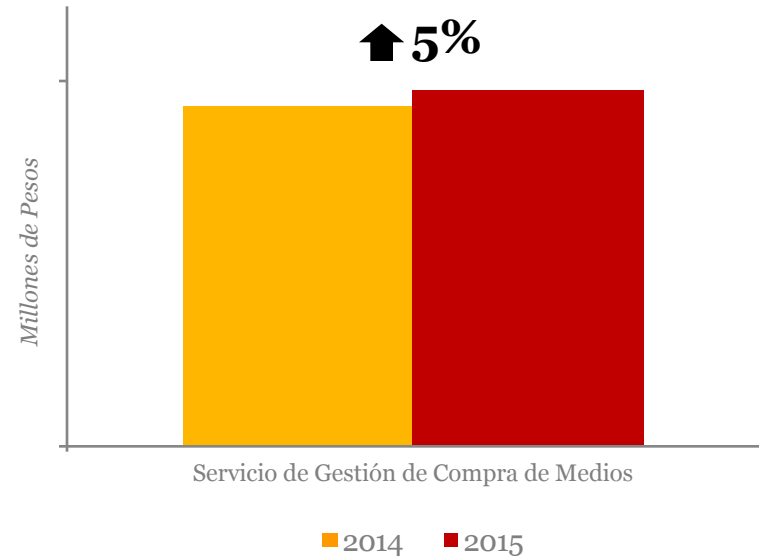


La gestión de compra de medios es tan importante como otros servicios que apoyan la creación del mensaje y su medición.

Indicador de Crecimiento de Inversión en Servicios Digitales en 2015

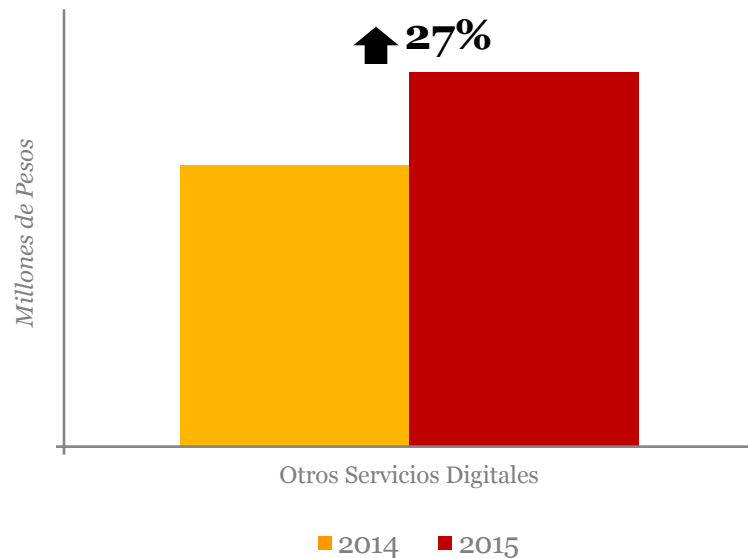
Por Gestión de compra de medios.*

La inversión en Gestión de Compra de Medios es muy relevante, sin embargo no crece a la par de la inversión en Pauta debido a la optimización de recursos.



Indicador de Crecimiento de Inversión en Servicios Digitales en 2015

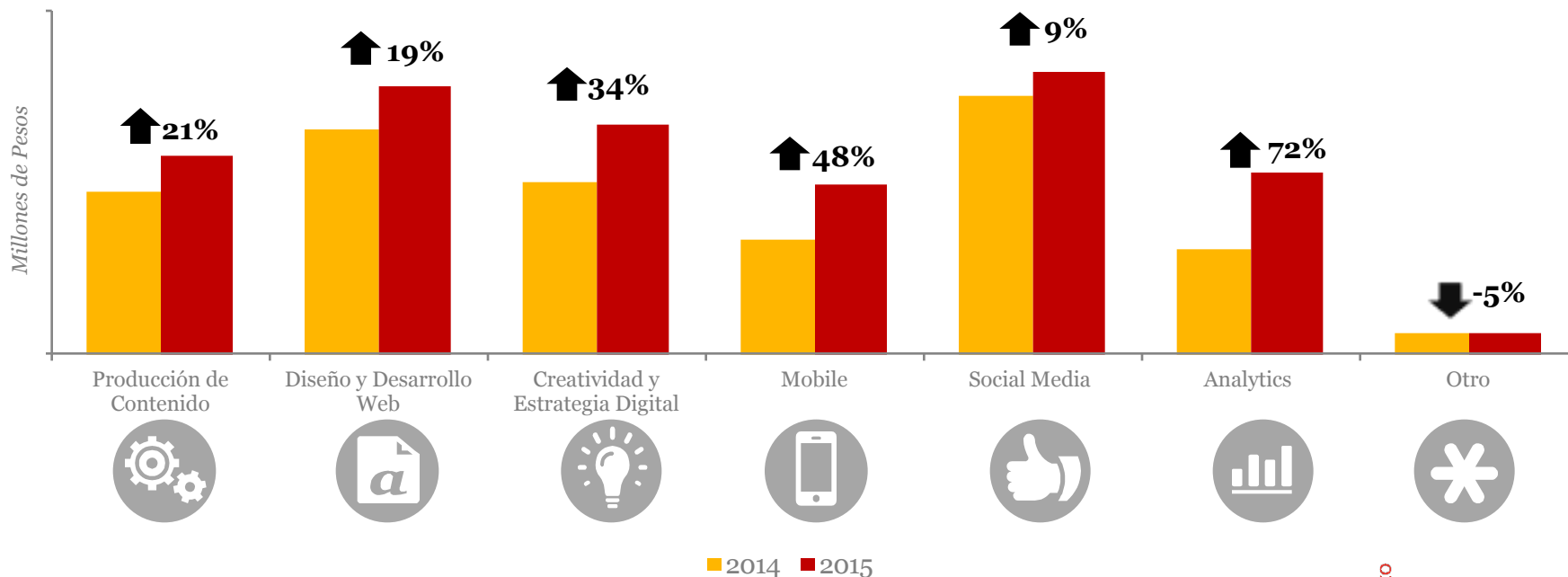
Por otro tipo de Servicios Digitales.*



La inversión en otros servicios digitales muestra un crecimiento favorable, siendo los servicios de gestión, producción y estrategia los que más están creciendo.

Indicador de Crecimiento de Inversión en Servicios Digitales en 2015

Por tipo de Servicio ofrecido.* (Sin Servicio de Gestión de Compra de Medios)



Inversión en Servicios Digitales

Conclusiones y Reflexiones

5

Conclusiones

- 1** Se logró incrementar 63% el número de Agencias Participantes a este indicador alcanzando 36 empresas, gracias a un esfuerzo conjunto entre diversas asociaciones durante esta edición. En ediciones posteriores se seguirán incorporando nuevas agencias para dar mayor relevancia a este indicador.
- 2** La inversión en Servicios Digitales ofrecidos por Agencias de Comunicación muestra un crecimiento relevante a doble dígito durante 2015.
- 3** Los anunciantes ven el valor que ofrecen los servicios digitales propuestos por las agencias en un entorno donde el uso de las estrategias digitales debe estar alineado a las estrategias de comunicación de las marcas.
- 4** Si bien la compra de medios representa la mayor parte de los ingresos digitales, la tasa de crecimiento a doble dígito se está presentando en otros servicios digitales; donde los crecimientos destacados de Servicios Digitales como Analytics y Creatividad y Estrategia.
- 5** Estos resultados nos demuestran que los días de online y offline han terminado, pues ahora el Anunciante busca la integración de inteligencia de negocios dentro de su estrategia digital.

¡Gracias!

Consulta los reportes de Inversión en Publicidad Digital y Marketing Interactivo

Estudio de Inversión en Comunicación en Internet

● Pauta Publicitaria:

<http://www.iabmexico.com/estudios/inversion-publicidad-internet-2015/>

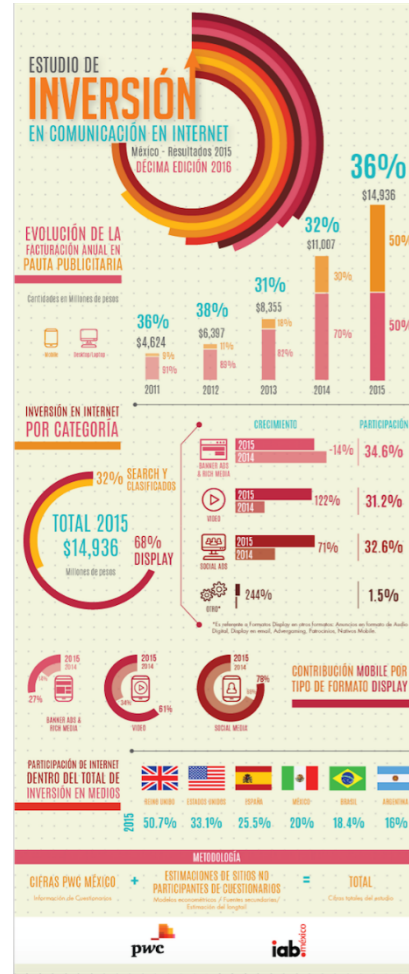
● Compra Programática:

Próximamente

Infografía 2015

- Datos más importantes del estudio
- Descarga gratuita:

<http://bit.ly/IABMx-infografia-inversion>



Definiciones

Publicidad en Display

Tipo de publicidad digital que muestra anuncios que se contratan en espacios de sitios web y otros medios publicitarios digitales en Internet en cualquier tipo de dispositivo. Pueden ser:

- *Gráficos estáticos y/o animados en formatos de imagen (Banner Ads & Rich Media)*
- *Video*
- *Social media*
- *Otros Formatos Display: Audio Digital, E-mail Marketing, entre otros*

Publicidad en Search

Tipo de publicidad digital que muestra anuncios, regularmente en formato de texto, relacionados con palabras clave o frases que utilizan los usuarios en sus búsquedas en Internet en cualquier tipo de dispositivo.

Publicidad en Clasificados

Tipo de publicidad digital para cualquier tipo de dispositivo en propiedades digitales dedicadas a transmitir anuncios de distintos tipos de productos y/o servicios como: bienes raíces, tecnología y automóviles.

Servicios Digitales

Servicio de Compra de Medios

Servicios que complementan la compra de medios (SEM, Redes Sociales, Influencers etc).

Producción de Contenido

Servicios relacionados a la producción de contenido (Video, Redes Sociales, Editorial, etc).

Diseño & Desarrollo Web

Diseño y Desarrollo Web Incluye desarrollo de SEO, e-Commerce.

Creatividad y Estrategia Digital

Desarrollo de estrategias digitales, conceptos creativos o cualquier servicio relacionado con este concepto.

Mobile

Incluye servicios como desarrollo de apps, contenido, sitios responsivos, etc.

Social Media

Posicionamiento orgánico y campañas pagadas en buscadores. Servicios que incluyen community management, servicio al cliente, producción de contenido, manejo de crisis, etc.

Analytics

Incluye Analytics:

- a. Web Analytics (search, heatmaps, eyetracking, etc)
- b. Social Analytics (listening, reputación)
- c. Business Intelligence (métricas de negocio)

Otro

PwC México

Contactos:

Agustín Mercado
Socio TLS

agustin.mercado@mx.pwc.com

Teléfono: (55) 5263.6061

Carlos Cano
Director TLS

carlos.cano@mx.pwc.com

Teléfono: (55) 5263.5811

Mauricio Hurtado de Mendoza
Socio Director

mauricio.hurtado@mx.pwc.com

Teléfono: (55) 5263.6045

IAB México

Contactos:

Gabriel Richaud
Director IAB México

gabriel@iabmexico.com

Teléfono: (55) 5281.8899

Daniela Orozco
Gerente Research IAB México

daniela.orozco@iabmexico.com

Teléfono: (55) 5281.8899



Disclaimer

No realizamos una auditoría sobre la información mostrada en este estudio, la cual fue preparada y es responsabilidad de la compañía; por lo tanto, no expresamos una opinión sobre el mismo.

El presente estudio es para uso exclusivo de IAB México y no deberá ser utilizado por otras personas que no acordaron los procedimientos y no tomaron la responsabilidad por la suficiencia de los mismos para sus propósitos.