

# Estudio de Inversión en Comunicación en Internet 2019

Resultados 2018



13ª Edición  
Julio 2019

iab **méxico**

**pwc**

# Agenda

**1**

Acerca del estudio

**2**

Contexto nacional e internacional

**3**

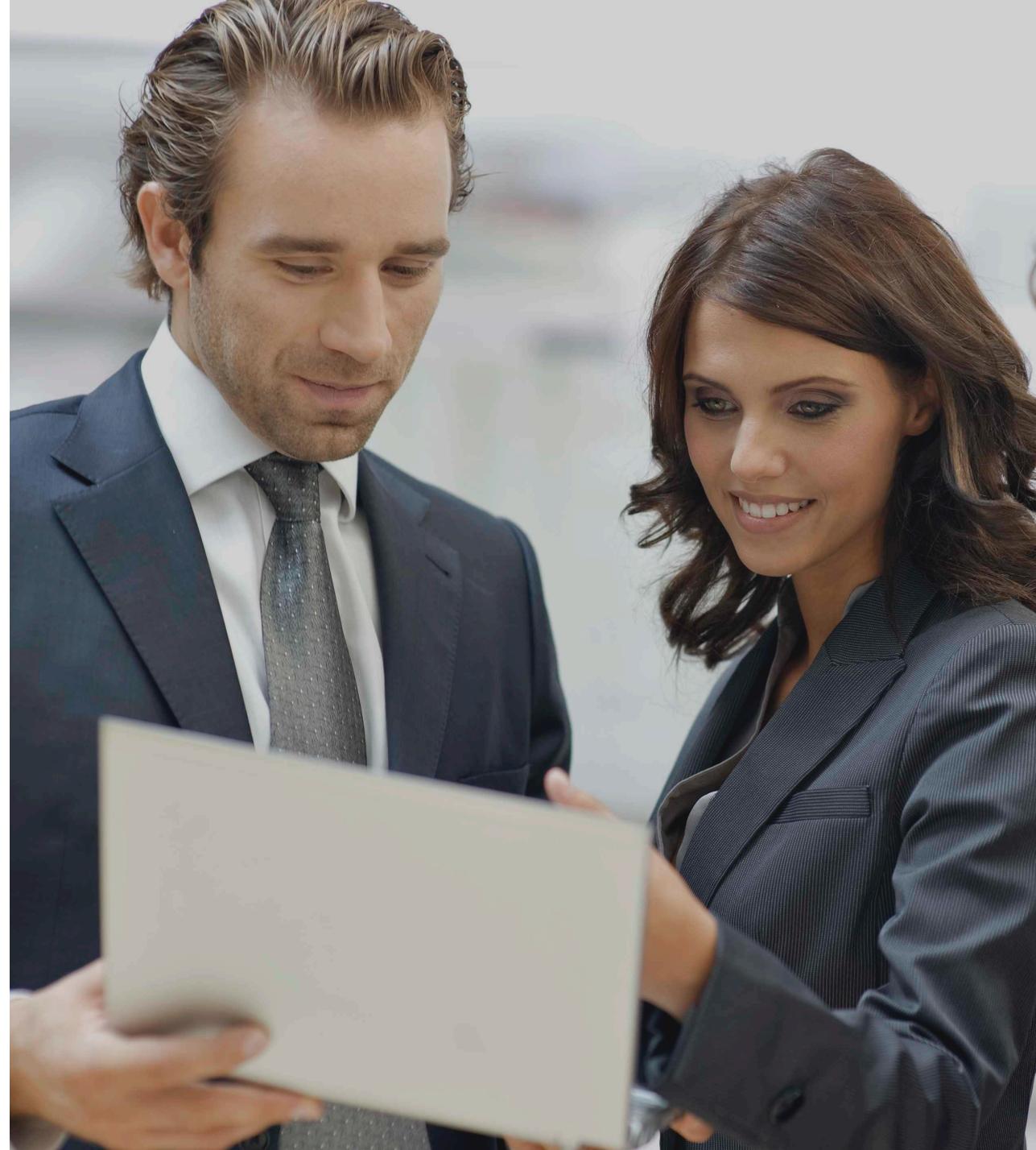
Inversión en pauta digital

**4**

Inversión en servicios digitales

**5**

Conclusiones



# Acerca del Estudio

Estudio de Inversión en Comunicación en Internet 2019  
Resultados 2018  
Julio 2019



iab **méxico**

**pwc**

# Datos Generales

**13** Ediciones  
publicadas  
(2007-2019)

Casa de Investigación



PwC México recopila los datos a través de un cuestionario online, y garantiza la seguridad y confidencialidad de datos de los participantes.

Sólo se presentan datos agregados de industria.

## Pauta Digital

- Publicado **desde 2007**
- Analiza la evolución de la **inversión** en los **distintos formatos publicitarios** en Internet.
- Recopila los datos de facturación de los **principales portales y sitios** que operan en México.
- Incluye estimación de sitios y plataformas no participantes vía cuestionario.

## Servicios Digitales

- Publicado **desde 2015**
- Analiza la evolución de la inversión en servicios de desarrollo, producción, creatividad y gestión que ofrecen las **Agencias** de Comunicación, Mercadotecnia, Promoción y Publicidad, **sin incluir pauta publicitaria**.
- Integra a partir de 2017 información sobre **Publishers con servicios digitales**.

# Subcomité de Revisión

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 sobre las variables que requerían estimación, así como las reflexiones derivadas del estudio.

## Comité Business Intelligence IAB

**Pablo Castellanos**  
Presidente

**Pamela González**  
Vicepresidente

## Pauta Publicitaria

**Jack Ades**  
SVP de Marketing  
Capital Digital

**Raquel Baranda**  
Directora Comercial  
Smartclip

**Jorge Figueroa**  
Director Operación Digital  
Televisa

**Eduardo Gómez**  
Director Comercial  
Televisa

**Josué González**  
Head of Agency  
Facebook

**Gustavo Herrera**  
Director Digital  
GIN Media

**Eduardo Lara**  
Líder Digital  
Grupo Cinco M / Expansión

**Emilio Ruíz**  
Director Digital  
MAS Comunicación

# Subcomité de Revisión

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 sobre las variables que requerían estimación, así como las reflexiones derivadas del estudio.

*(Continuación...)*

## Servicios Digitales

**Mónica Arredondo**  
*Mkt Academy Manager*  
Ábaco

**Frida Cerón**  
*KAM*  
Pauta Creativa

**Fabiola Davó**  
*Directora*  
Smile Pill

**Luis Domínguez**  
*Creativo*  
Pauta Creativa

**Karla López**  
*Managing Director*  
T2O Media

**Dulce Lozada**  
*Directora Comercial*  
Beker/Socialand

# Contexto

## Nacional e Internacional



Estudio de Inversión en Comunicación en Internet 2019  
Resultados 2018  
Julio 2019



# Contexto Nacional

	2017	2018
<b>PIB</b> Variación anual - Total a precios de mercado (Fuente: INEGI)	2.1%	2.0%
<b>Inflación</b> INPC Índice general - Anual (Fuente: Banxico)	6.77%	4.83%
<b>Tipo de Cambio</b> x \$1 USD - Promedio Anual (Fuente: Banxico/DOF)	\$18.9 +1% vs 2016	\$19.2 +2% vs 2017
<b>Penetración Internet*</b>	63%	64% 72.7 M internautas

Del total de internautas mexicanos...

**90%**  
posee un  
smartphone\*



Usan  
**4+**  
redes sociales  
con frecuencia\*



**83%**  
pone atención a la  
publicidad online



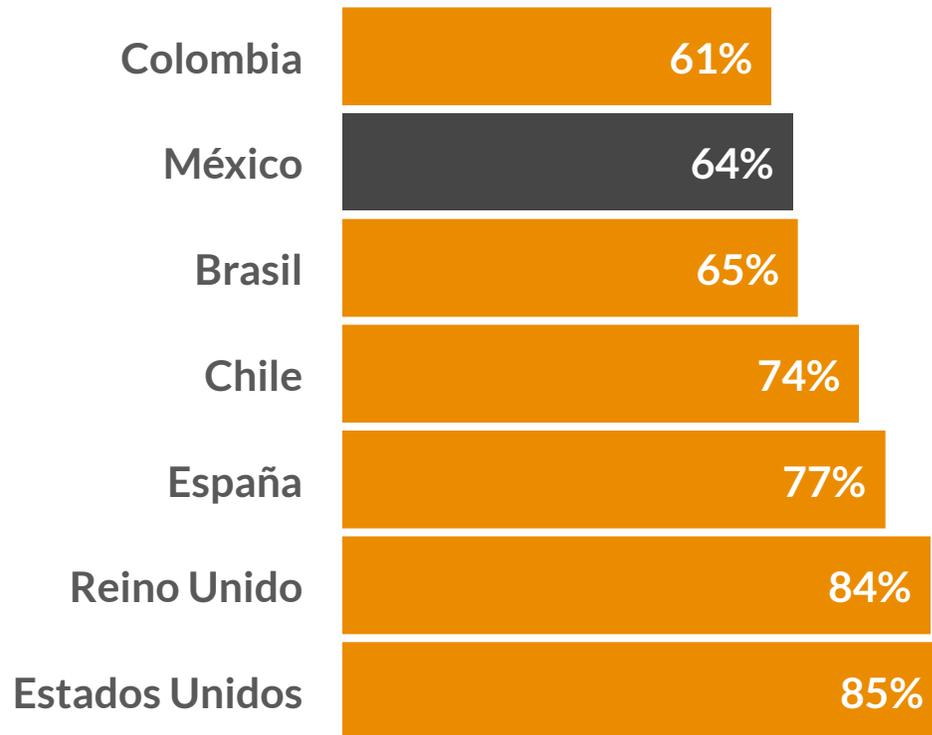
**93%**  
prefiere ver  
contenido en  
video\*



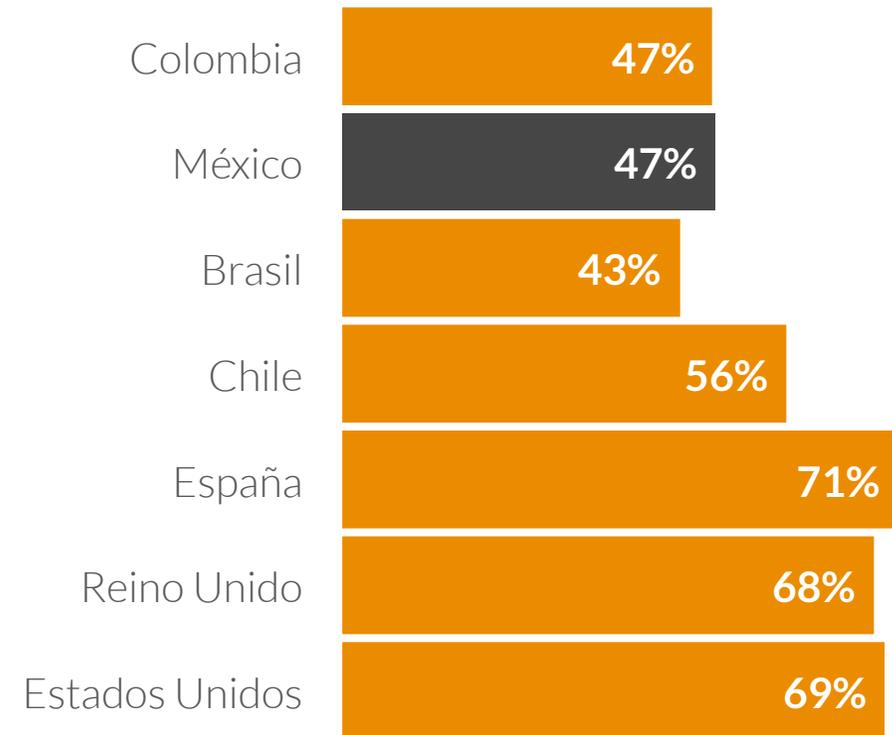
# Contexto Internacional



**Penetración Usuarios Internet**  
vs total población por país (2018)



**Penetración Usuarios de Smartphone**  
vs total población por país (2018)



# Inversión en Pauta Digital

# 3



Estudio de Inversión en Comunicación en Internet 2019  
Resultados 2018  
Julio 2019



# Estructura y Metodología

- Ingresos reportados en **\$MXN**, en **montos brutos**
- Para evitar duplicidad, las cifras reportadas **no incluyen ingresos que corresponden a terceros.**
- La **cifra final es estimada** considerando la información reportada en cuestionarios, estimaciones de sitios no reportados y fuentes secundarias para cálculo del longtail.

28

Participantes vía cuestionario en 2019

**Incluye:**

Medios, Ad Networks, Ad Exchange, Plataformas tecnológicas, Otros

## Inversión en Pauta Digital

### CONFORMACIÓN DE LA CIFRA FINAL



# 28 Participantes Vía Cuestionario

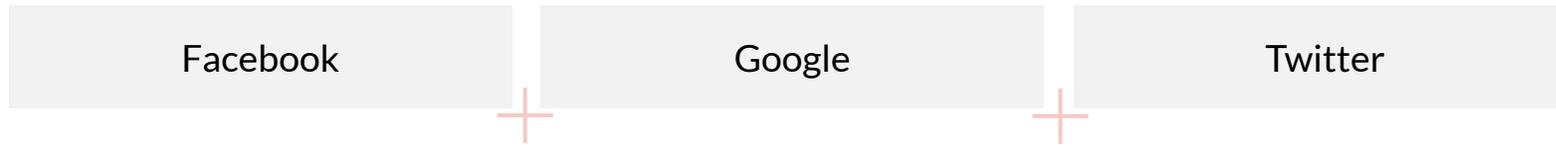
## Pauta Digital

A&E Ole	Condé Nast	Kiwilimón	Seedtag
ACHE	Cultura Colectiva	La Jornada	Smartclip
AdsLive Media	Discovery	MAS Comunicación	Televisa
AdsMovil	GIN Media	Mercado Libre	Turner
Antevenio	Grupo ACIR	Netsonic	TV Azteca
Capital Digital	Grupo Cinco M	NRM	Vix
CMI Digital	Grupo Fórmula	RedMas	Voxfeed

# Empresas Estimadas

## Pauta Digital

Empresas que no participaron por cuestionario pero que fueron valoradas a través de fuentes secundarias y modelos econométricos.



# Disclaimer

## Cambios en Metodología

Debido a que **Social** se considera como una plataforma a través de la cual se distribuyen distintos formatos publicitarios, a partir de este reporte **Social Ads** deja de reportarse como formato individual de display.

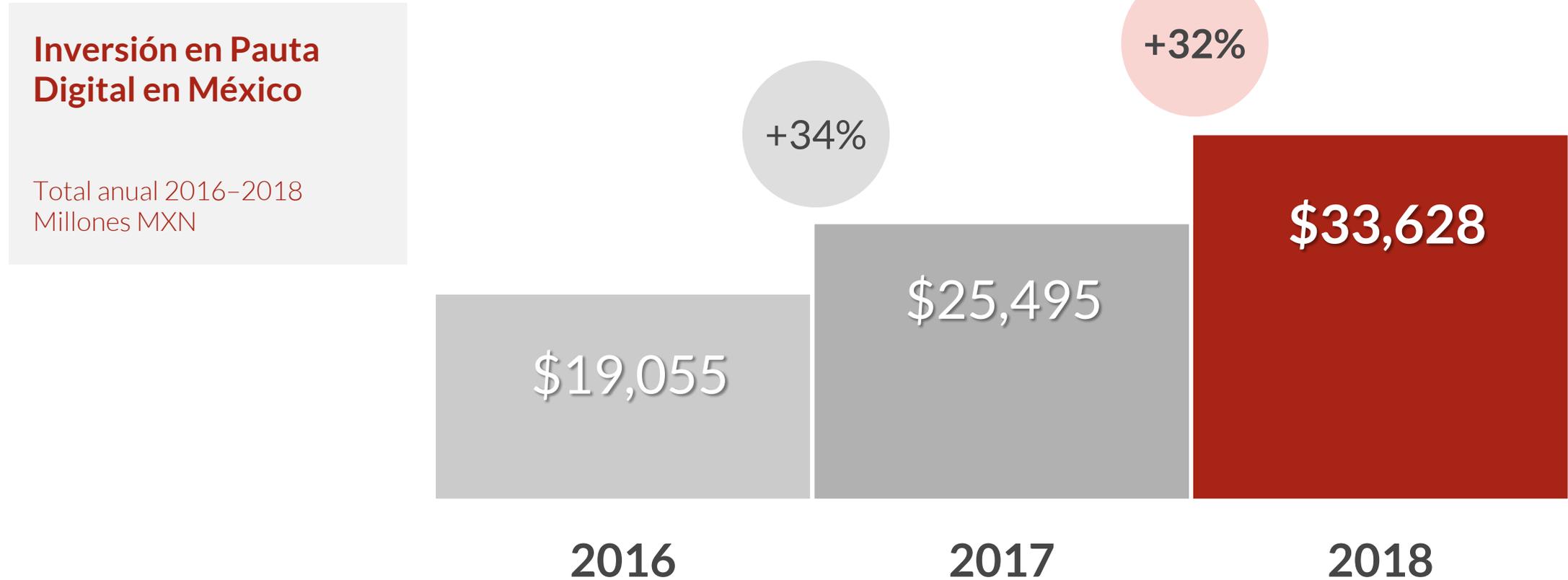
Todo lo reportado como **Social Ads** en años anteriores se ha reclasificado en **Banner Ads & Rich Media**.

**Social Video** continúa reportándose en **Video**.

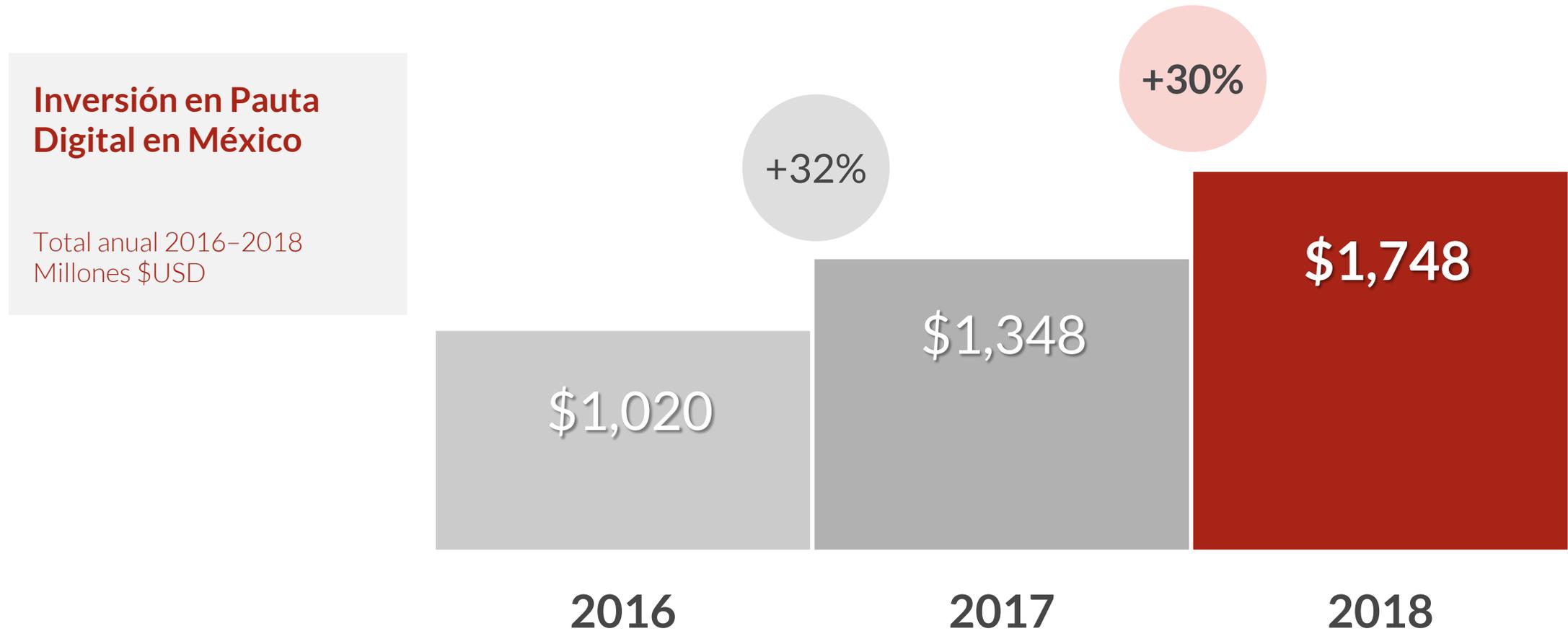
# 3.1

## Inversión a Total Pauta Digital

La inversión en pauta digital mantiene el ritmo de crecimiento a doble dígito durante 2018, un año impactado por el Mundial y las Elecciones.



La tendencia de crecimiento en inversión de pauta digital se mantiene en niveles similares al evaluar su valor en dólares.

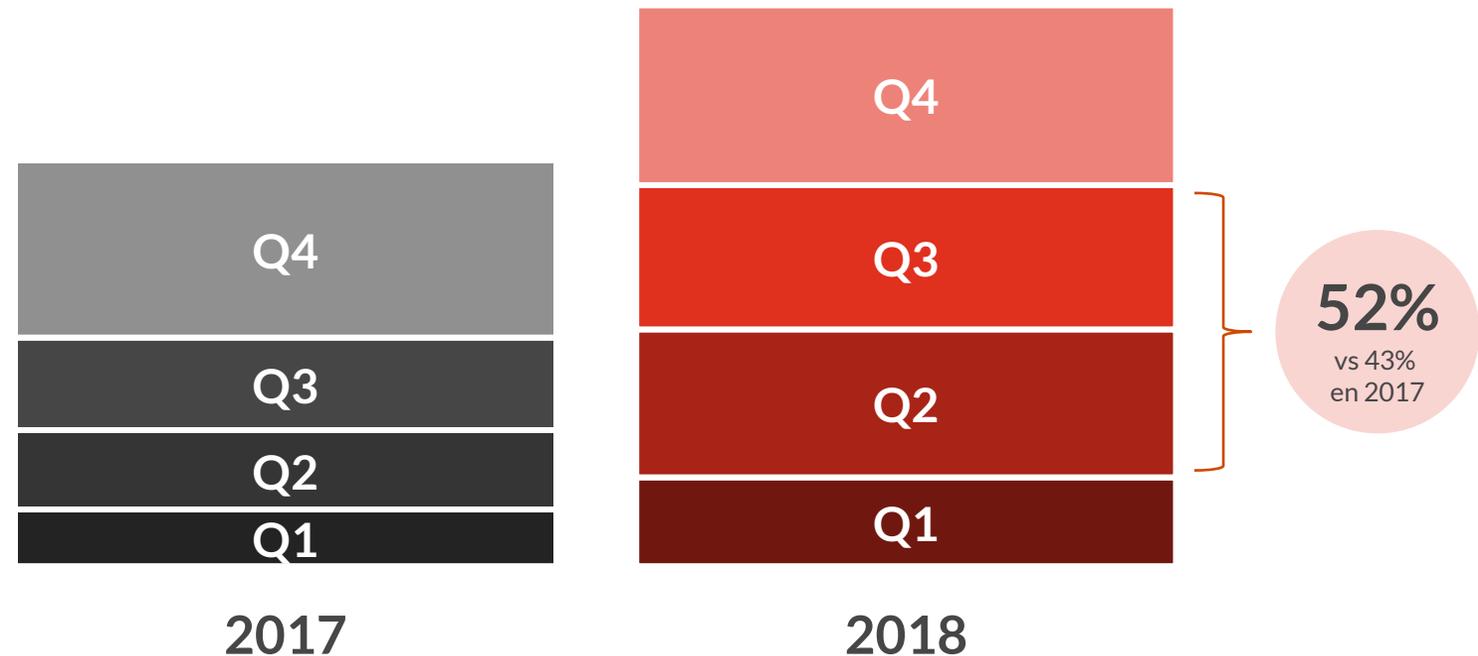


# El impacto del Mundial y las Elecciones se reflejó principalmente en una redistribución de presupuesto al segundo y tercer trimestre.

**Inversión en Pauta Digital en México**

**Desglose Por Trimestre**

Total anual 2016-2018  
Millones MXN



# 3.2

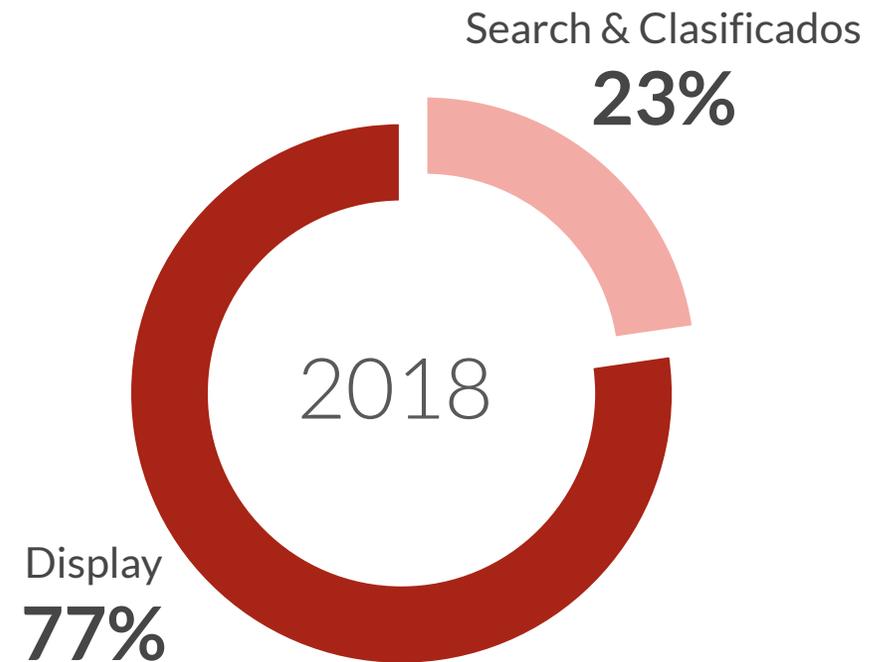
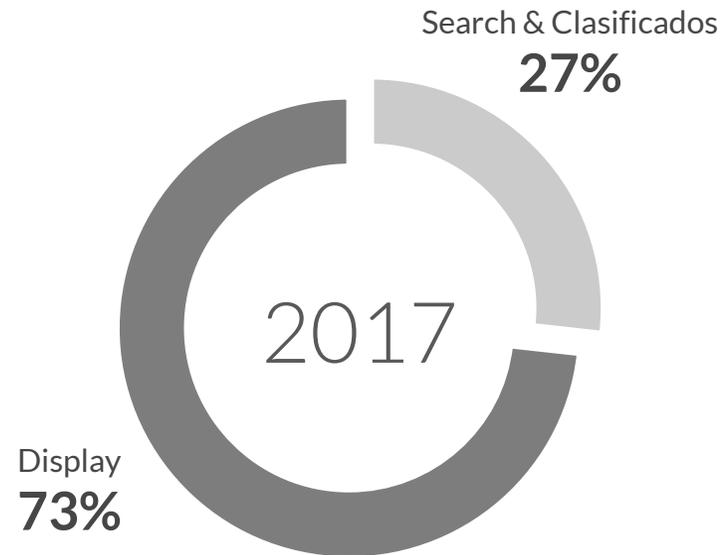
## Distribución por Formatos Display

# Los formatos de display incrementan su participación en el mix digital, impulsados principalmente por video.

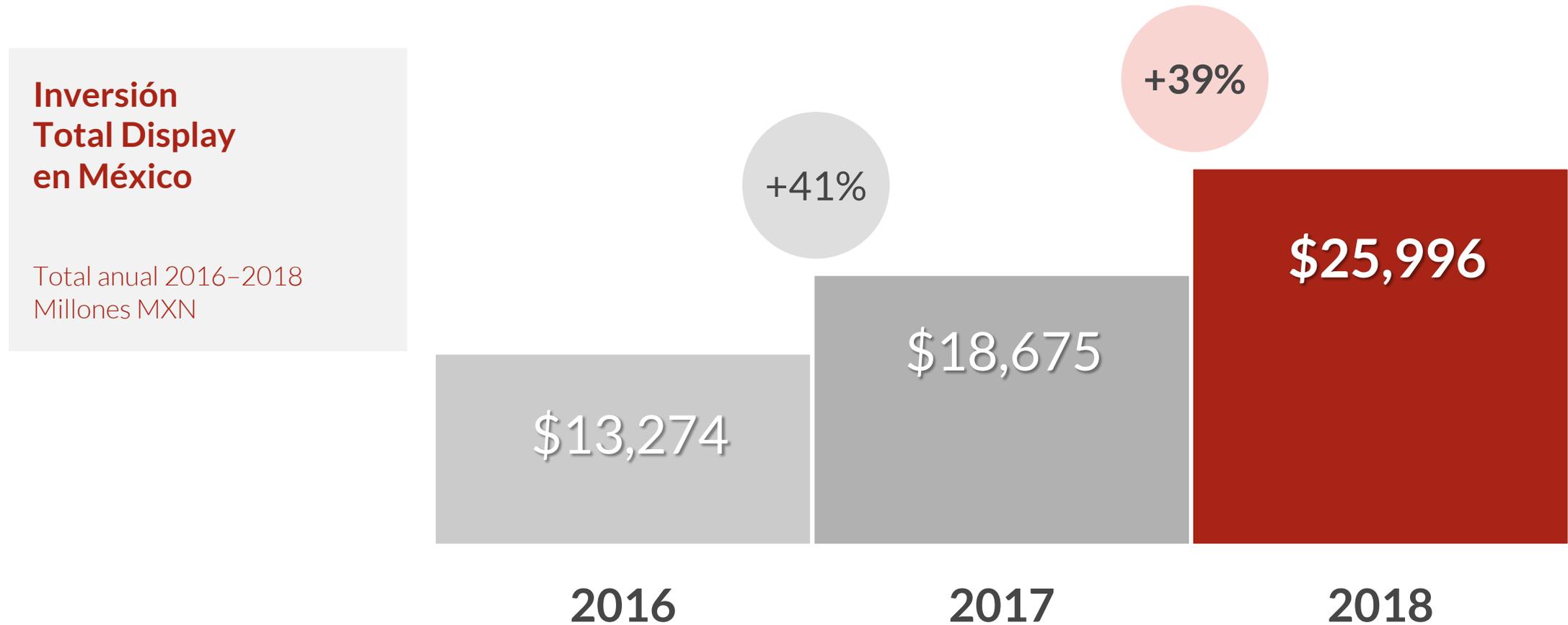
## % de Inversión de Pauta Digital en México

### Por tipo de formato

Total anual 2017-2018  
Millones MXN



La pauta en formatos display crecieron por encima de los niveles a total pauta publicitaria digital.



# Los formatos ricos en contenido continúan generando mayor volumen de ingresos en formatos de display.

## % de Inversión Total Display en México

### Share por formatos Display

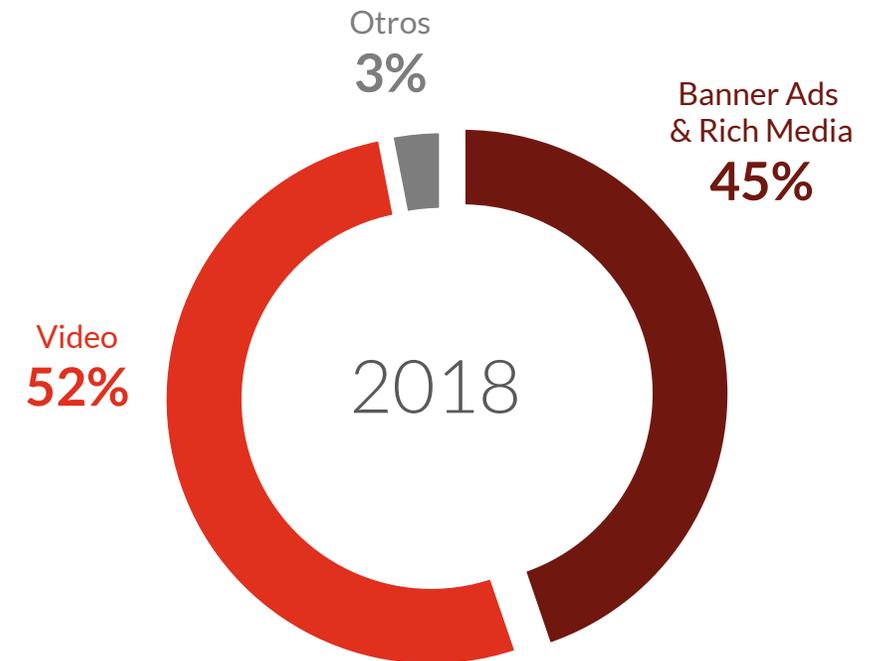
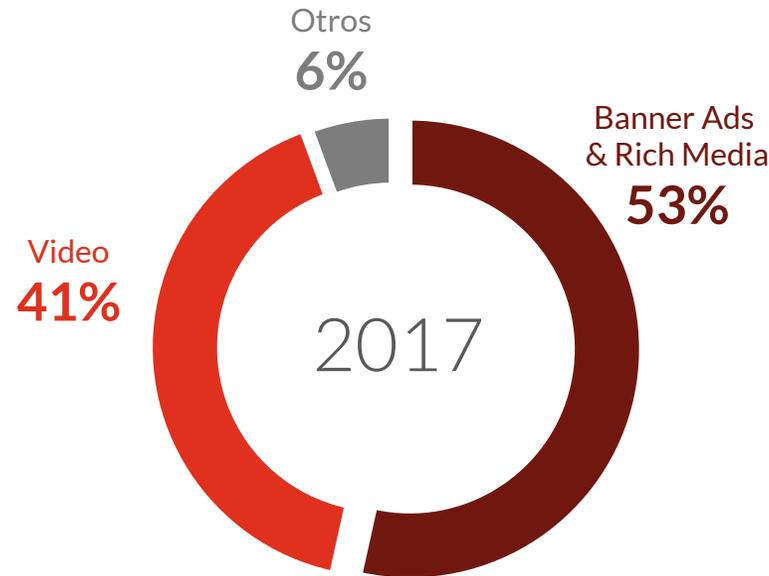
Total anual 2017-2018  
Millones MXN

#### Notas:

**Otros** incluye Audio, Native/Branded Content, Branded Content on Video, Patrocinio, SMS/MMS, Influencers, entre otros.

**Video** incluye Social Video, In-stream, Out-stream.

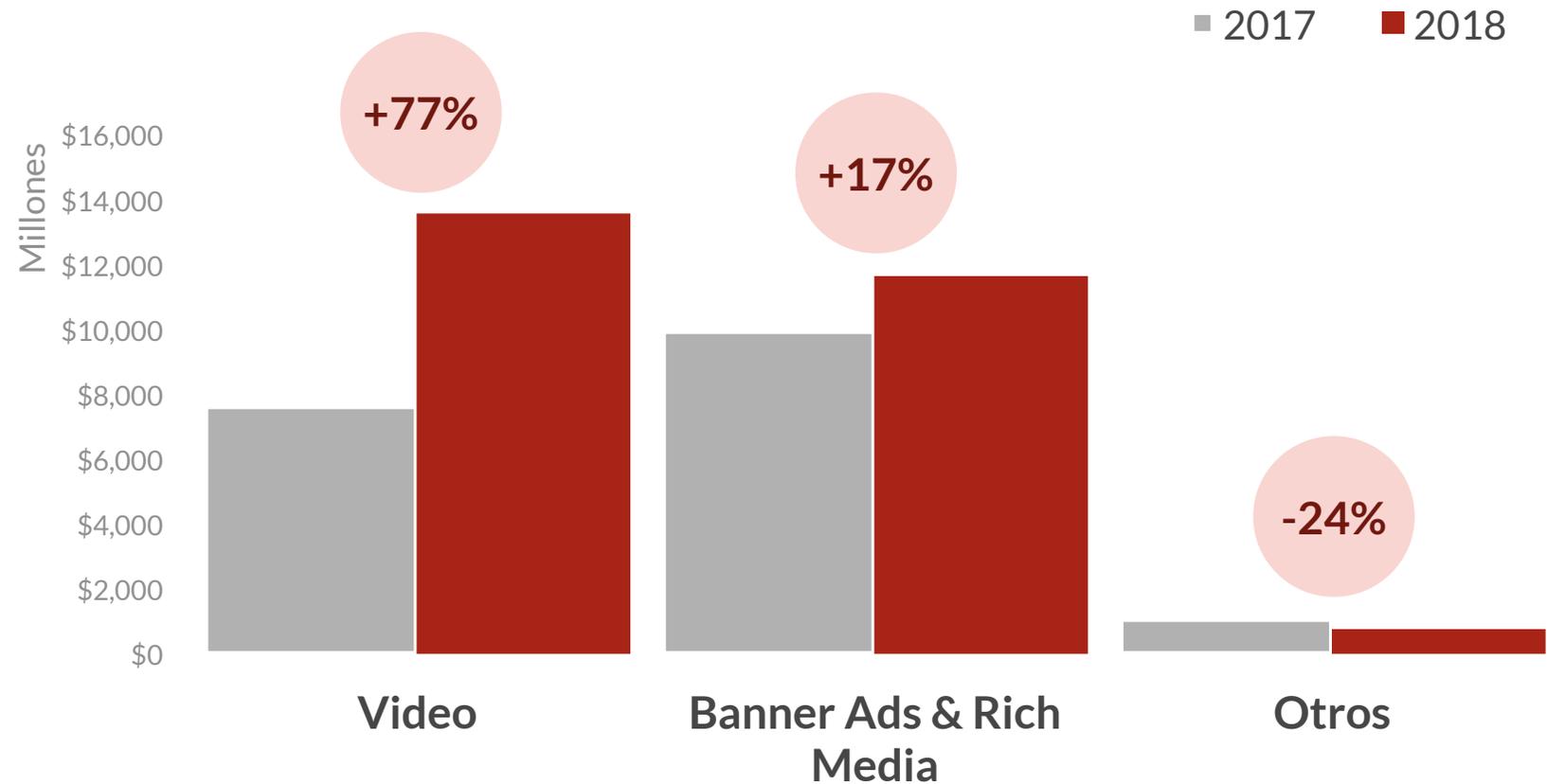
**Banner Ads & Rich Media** incluye Social Ads (2017), Formatos interruptivos, Display en E-mail, entre otros.



El formato de video tiene un importante crecimiento a nivel total. A futuro será necesario desagregar el valor del contenido para entender mejor este formato y sus potenciales vertientes.

**Inversión por Formatos Display en México**

Total anual 2017-2018  
Millones MXN

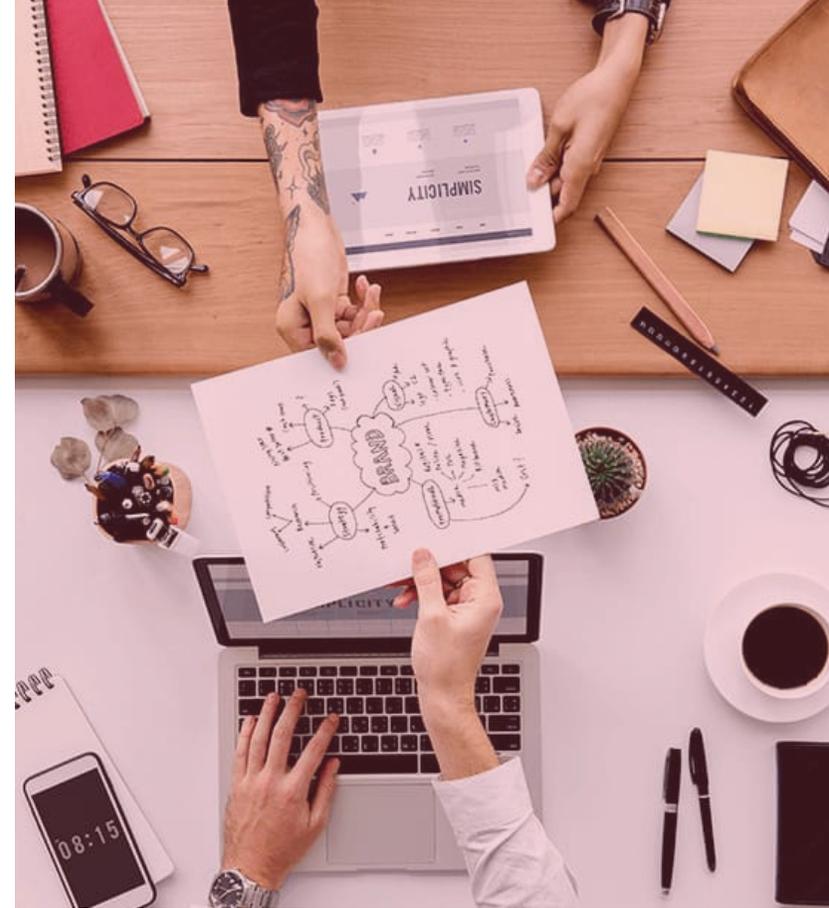


# 3.3

## Retos y Oportunidades 2019



# Inversión en Servicios Digitales



Estudio de Inversión en Comunicación en Internet 2019  
Resultados 2018  
Julio 2019



# Estructura y Metodología

## Inversión en Servicios Digitales

- Reporte **no comparable con años anteriores** debido a que la base de participantes varía cada año.
- Ingresos reportados en **\$MXN**, en **montos brutos**.
- **No consideran estimación** de cifras de agencias no participantes.
- Para evitar duplicidad, las cifras reportadas **no incluyen ingresos tercerizados**.
- Agradecemos a **AMAP y AMAPRO** por la difusión de la convocatoria con sus agencias socias por 4to año consecutivo.



# 35 Participantes Vía Cuestionario

## Servicios Digitales

Ábaco	Cleverflow	Grey	Masclicks	Primer Nivel Group
ACHE	CMI	Grupo Cinco M	Nativo Digital	Rebold
Beker/Socialand	DeQueBuzz Marketing	Grupo W	OET Capital	Smile Pill
Black Mapache	Effect	IA Interactive	Pachuco Digital	T2O Media
BNN	Fluvip	Ifahto	Pauta Creativa	Televisa
Central Media	GfK	Llorente & Cuenca	Plus Media	Think Y
Cerezo Marketing	GIN Media	Marco Marketing	Primacy	TV Azteca

# Servicios medidos en 2019



Servicios de Gestión de Medios



Research



Social Media



Analytics



Creatividad y Estrategia



E-commerce



Producción de Contenido



Programas de CRM



Gestión de Influencers



Experiential Marketing (Digital)



Apps y Otros Mobile



Diseño & Desarrollo Web

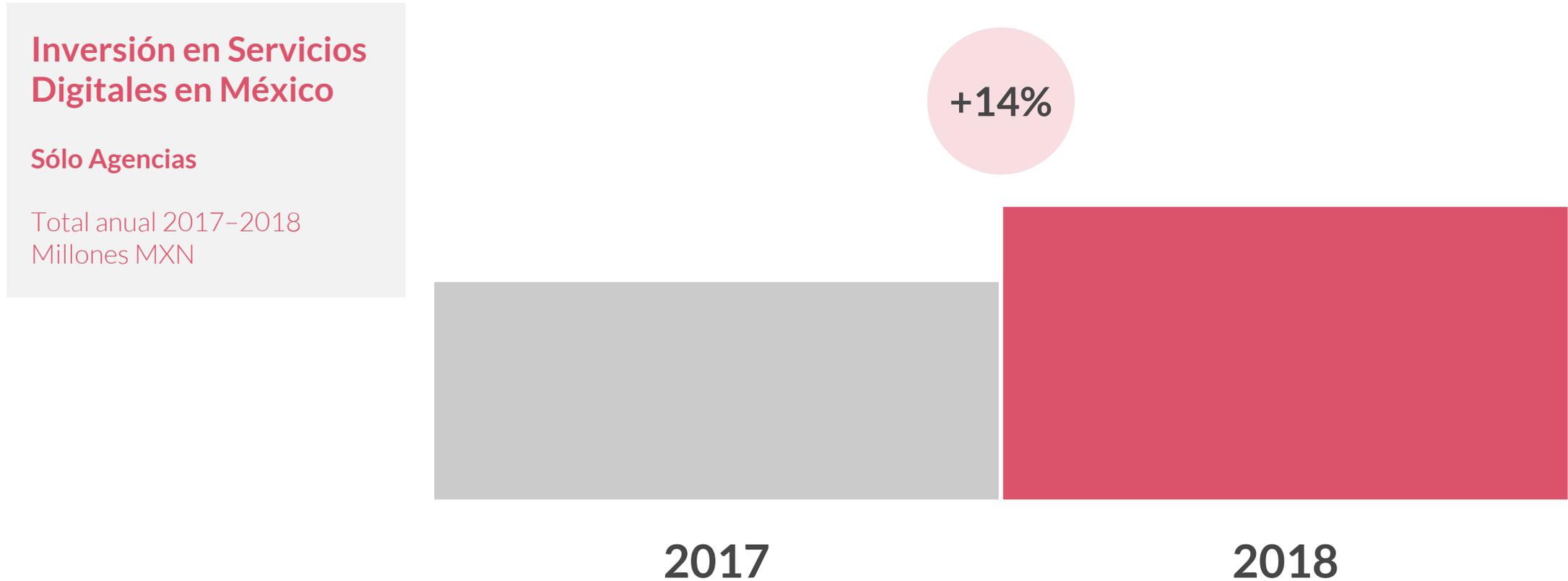


Desarrollo de Nuevas Tecnologías

# 4.1

## Total Servicios Digitales en Agencias

Los servicios digitales crecieron contra el año anterior conforme más agencias diversifican su oferta y ejercen un rol distinto con sus clientes.



# 4.2

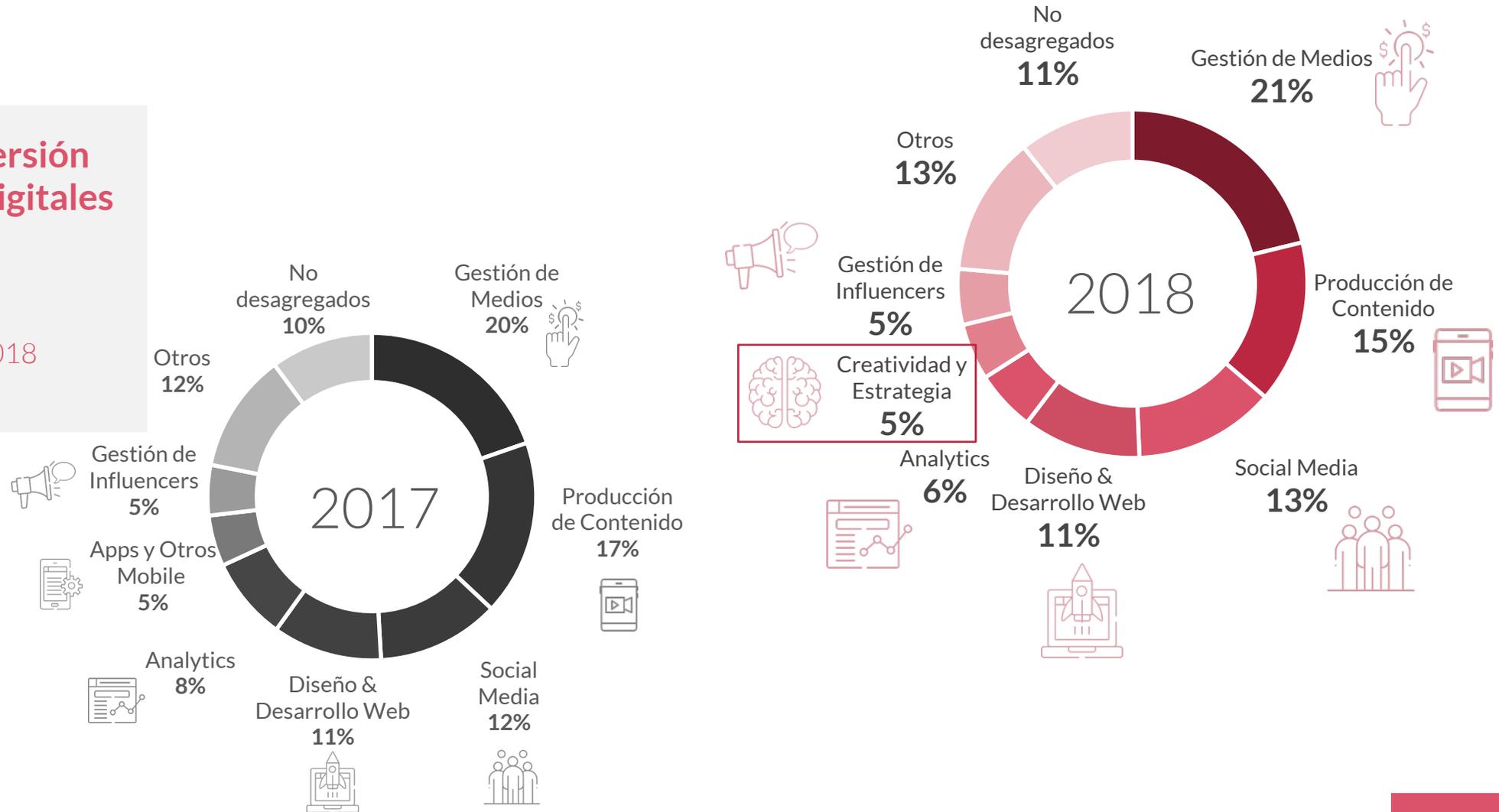
## Desglose por Servicios Digitales en Agencias

# Entre las agencias participantes, la Creatividad y Estrategia ganan importancia en la gama de servicios facturados.

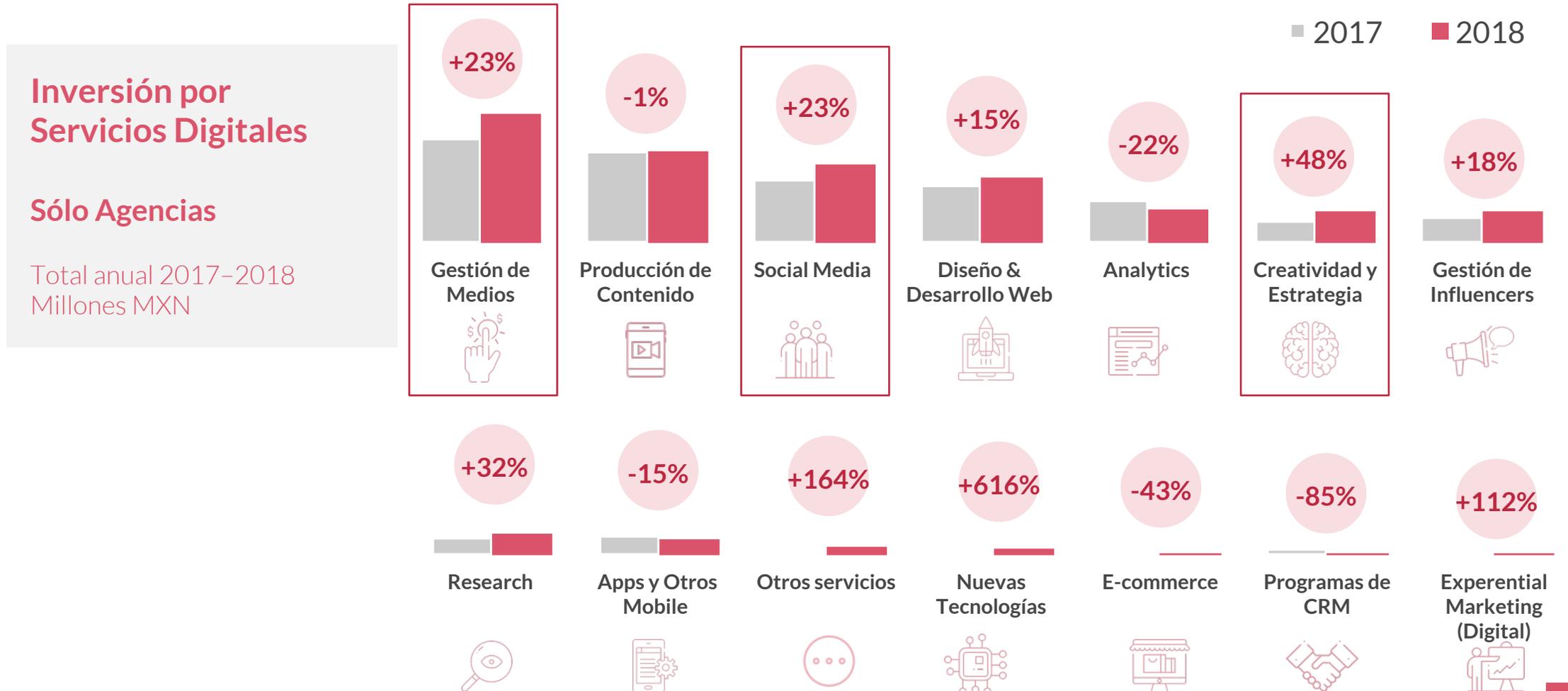
## % Share de Inversión por Servicios Digitales

### Sólo Agencias

Total anual 2017-2018  
Millones MXN



# Más allá de la producción de contenidos, las agencias crecen en servicios que implican un rol estratégico con el cliente.

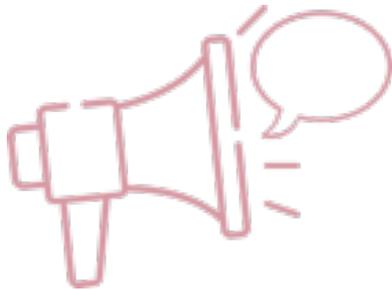


# Las plataformas de influencers tienen un incremento en su enfoque en celebridades y en campañas sin actividad complementaria offline.

## Inversión por Gestión de Influencers

### Total Participantes

Total anual 2017-2018  
Millones MXN



## % de Crecimiento en Gestión de Influencers

**+70%**

Agencias + Publishers  
+ Plataformas de Influencers

**45%**  
se destina a  
**Celebrities**

**94%**  
corren sólo en  
**Campañas Digitales**

**Principales redes sociales** donde corren las campañas con influencers



# 4.3

## Retos y Oportunidades 2019

El desarrollo de talento y la medición de los resultados de la inversión en publicidad digital son algunos de los retos más importantes en 2019.

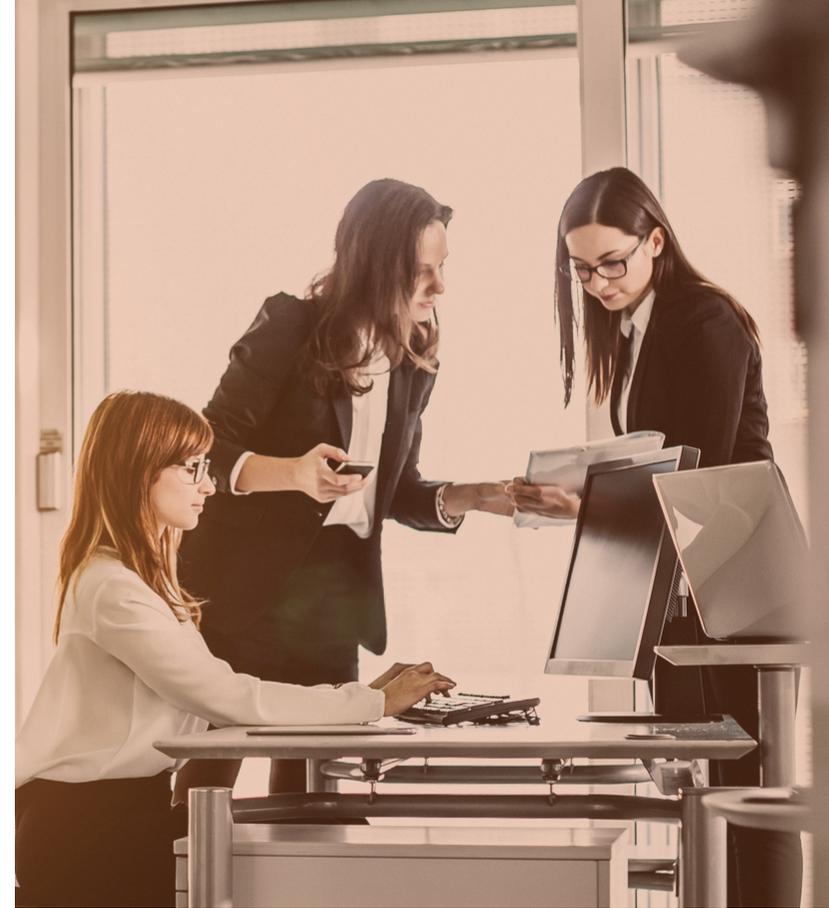
Retos y Oportunidades que enfrenta la industria Digital en 2019

Servicios Digitales



# Conclusiones

Estudio de Inversión en Comunicación en Internet 2019  
Resultados 2018  
Julio 2019



# Conclusiones

1

La **inversión digital** continúa creciendo de manera estable, impulsada principalmente por video sin importar su canal de distribución.

2

La **industria digital** debe continuar evolucionando para tener mayor entendimiento del valor del contenido, más allá de los formatos publicitarios, midiendo mejor el impacto para marcas y negocios.

3

Los **Servicios Digitales** en agencias crecen cuando implican un rol más estratégico entre la agencia y el cliente.

4

Aún hay retos en la **profesionalización de la industria** a través del desarrollo del talento actual y futuro en términos de conocimientos digitales.

# Estudio de Inversión en Comunicación en Internet 2019

Resultados 2018

**13ª Edición**  
Julio 2019



*Esta publicación se elaboró exclusivamente con el propósito de ofrecer orientación general sobre algunos temas de interés, por lo que no debe considerarse una asesoría profesional. No es recomendable actuar con base en la información aquí contenida sin obtener la debida asesoría profesional. No garantizamos, expresa o implícitamente, la precisión o integridad de la información de la presente publicación, y dentro de los límites permitidos por la ley, PricewaterhouseCoopers, S.C., sus miembros, empleados y agentes no aceptan ni asumen ninguna responsabilidad, deber u obligación derivada de las acciones, decisiones u omisiones que usted u otras personas tomen con base en la información contenida en esta publicación.*

© 2019 PricewaterhouseCoopers. Todos los derechos reservados. 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](http://www.pwc.com/structure) para obtener mayor información al respecto.

**iab** **méxico**

**pwc**