



Hoy las calles se llenarán de risas y juguetes, pero algunos que hicieron las delicias de generaciones pasadas no estarán en las manos de los niños, sino acuñaos como tesoros en la memoria demuchos padres.



### MARKETING Y COMUNICACIÓN

## La publicidad digital llegó para quedarse

IAB Uruguay, capítulo local del Interactive Advertising Bureau (IAB), es una organización dedicada a promover el marketing interactivo y la publicidad digital en el mercado nacional. Desde 2008, está abocado a ayudar a la comunidad interactiva a establecer estándares y guías de publicidad interactiva, así como impulsar a las marcas y anunciantes a aprovechar todo el potencial de los medios digitales. El vicepresidente de IAB Uruguay, Ing. Eduardo Hipogrosso, dialogó con LA REPÚBLICA para informar sobre las actividades y el rumbo de la inversión en medios digitales en el Uruguay.

MARIANA PERALTA | PUBLICADO EL VIERNES 10 DE AGOSTO, 2012

Archivado en: Sociedad



IAB surge en Uruguay como una necesidad de agrupar a las organizaciones que están relacionadas con medios digitales: agencias digitales, marketing digital, publicidad digital y aquellos medios tradicionales que tienen su versión digital. Además IAB incluye no solo a medios sino también a instituciones educativas y productoras de contenidos.

A través de IAB se intenta generar una posición común para enfrentar las demandas de la nueva era digital, tal es el caso de los requerimientos de banda ancha y temas referidos a la regulación jurídica de lo digital (propiedad intelectual, marco regulatorio).

### ¿Qué propone IAB?

IAB proporciona información fundamentalmente referida al tráfico de usuarios en las diversas redes digitales, contar con estas mediciones de usuarios nos brinda la posibilidad de medir la inversión que hay en las áreas digitales en nuestro país, datos relevantes para las agencias de publicidad y las empresas a la hora de elegir dónde pautar publicitariamente.

### ¿Cuál ha sido la evolución de la inversión publicitaria digital en Uruguay?

Desde la creación de IAB hace 4 años, en aquel entonces la inversión publicitaria no alcanzaba el 1.5%. La evolución hacia la inversión digital desde aquella fecha a la actualidad ha marcado un constante crecimiento, las cifras actualizadas las brindaremos en el IAB Forum, pero es posible aproximar una cifra del 5%.

### OPINIÓN

#### *La aventura del conocimiento*

EDITORIAL

#### *Ser Blanco*

JORGE SARAVIA

#### *Trabajo doméstico*

EDITORIAL

#### *Intelectuales del tercer milenio*

EDUARDO SANGUINETTI

#### *La liberación del prohibicionismo (aún en un solo país)*

EMILIO CAFASSI

### TRIBUNA



#### **Cader y Urunday obtuvieron su pasaje a la liguilla**

El conjunto de Rocha superó a Goes por 86-82 y logró meterse entre los seis equipos que jugarán la liguilla. El "estudioso" del Prado consiguió el mismo objetivo tras doblegar a Atenas por 69-67.



#### **El "Chavo" arma su estrategia en silencio**

Nacional realiza hoy su último entrenamiento previo al partido crucial ante Deportes Iquique a las 21 horas en el Estadio Centenario.



#### **Peñarol va por Carlos Grossmuller**

Al tiempo que el plantel retoma los trabajos luego de su presentación en Río Negro, los dirigentes siguen trabajando en procura de darle forma al plantel que iniciará el sábado 25 de agosto la actividad local.

### MUNDO

#### **Ex mayordomo del Vaticano afrontará juicio**

El ex mayordomo de Benedicto XVI, Paolo Gabriele, afrontará un

## **PUBLICIDAD DIGITAL. Las empresas destinan más presupuesto en medios digitales**

Hipogrosso estima que el 2012 presentó un notorio aceleramiento de la inversión digital “todo lo que hoy vemos fundamentalmente con la alta incidencia de las redes sociales, hace que cada vez más las empresas se interesen e incorporen parte de sus recursos en invertir en medios digitales”.

### **Inversión en publicidad digital en la región:**

**Brasil:** 11,98%

**Perú:** 3%

**Chile:** 6,8%

**México:** 6%

**Colombia:** 6%

**Para Uruguay se estima una proyección que superará el 5% al cierre del 2012.**

Una ventaja de la publicidad digital es que los resultados de la inversión son fácilmente medibles y cuantificables, “internet permite medir y realizar un seguimiento constante. Uno puede decir, invertí determinado dinero y a través de esa inversión vieron mi marca tantas personas”, señaló Hipogrosso.

### **La profesión de la era digital: Community Manager**

Desde la IAB se procura por ejemplo a nivel de las universidades generar carreras que formen profesionales especializados para trabajar en marketing digital y publicidad digital. En ese sentido la profesión del Social Media o Community Manager cobran relevancia en la nueva era digital, transformándose en el intérprete de las redes sociales, quien brindará a las empresas las necesidades y preferencias de los usuarios de internet, para adecuar los productos y estrategias de marketing hacia lo que demandan los consumidores. “Las redes sociales hablan de las marcas y las organizaciones deben estar preparadas para escuchar e interpretar lo que expresan”, afirmó el vicepresidente de IAB.

### **El caso de estudio. GAP**

Un claro ejemplo de la importancia de escuchar a los usuarios de las redes sociales se puede apreciar en el caso de la marca GAP. La empresa decidió cambiar su tradicional logo sin previo anuncio. Los consumidores de GAP, frente al nuevo diseño del logo hicieron sentir su disconformidad a través de las redes sociales. Una de las características que más apreciaban estos consumidores era lucir el clásico logo, “los usuarios de GAP se vieron defraudados por alguien que les cambió una marca que ellos lucían con mucho orgullo”, afirmó Hipogrosso.

Frente a esta situación, se generó un movimiento a través de las redes sociales que llevó a la empresa a reconsiderar la continuidad del nuevo diseño. La empresa GAP escuchó estos requerimientos de sus consumidores y decidió volver al clásico logo.

Esta decisión implicó para la empresa perder el dinero invertido en la producción de las prendas con el nuevo logo y pedir disculpas a los proveedores mundiales. Al respecto, Eduardo Hipogrosso indicó: “Si GAP en aquel momento hubiera realizado una compulsión en las redes sociales comunicando que estaba considerando cambiar su logo, seguramente hubieran evitado todos los problemas generados. Las redes frente a dicha comunicación habrían expresado su preferencia por el clásico logo”.

Las redes sociales cada vez más constituyen una herramienta para testear el mercado y hacer la mejor opción de inversión. IAB difunde las mejores prácticas, generando instancias de formación en nuevas tecnologías, este año se implementaron mensualmente los “after office digitales” y los “desayunos digitales”, allí se invita a grupos de empresas, y en un ámbito de conferencia se presentan diversas temáticas digitales tratadas por un conferencista experto en el tema. Con estos desayunos se difunden casos de estudio coadyuvando a las empresas para que vean reflejados los posibles escenarios de inversión y puedan identificar sus potencialidades.

juicio por la supuesta extracción de documentación confidencial perteneciente al Vaticano, así lo decidió el juez Piero Bonnet. El juicio comenzará a mediados de octubre y podría recaer sobre el acusado una pena máxima de 6 años de prisión.

### **Fidel Castro cumple 86 años**

El líder cubano Fidel Castro cumple este lunes 86 años y para celebrarlo se anunciaron variadas actividades, una exposición en La Habana con fotografías modificadas artísticamente por pintores locales, presentación de libros y ferias populares en su homenaje. Desde el domingo, Castro recibió el saludo de varios mandatarios latinoamericanos.

### **Cacao mexicano busca recuperar el aroma perdido**

EMILIO GODOY

Nuevas plantas, semillas mejoradas, el fomento de prácticas agroecológicas y un financiamiento adecuado componen el menú de medidas en pos de rescatar el cacao mexicano -del requerido tipo “fino y de aroma”- de la languidez padecida por la falta de apoyo oficial y el ataque de enfermedades.

### **Los sondeos dan ventaja a Obama**

Varios sondeos publicados en los últimos días dieron ventaja al candidato demócrata a la reelección, Barack Obama, de cara a las presidenciales de noviembre, frente a su rival republicano Mitt Romney, que aún conserva algunas instancias para reconquistar votos.

### **El alcalde Castro, el más joven, estrella demócrata**

Originario de San Antonio y con 37 años de edad, el alcalde Julián Castro es el más joven de las 50 ciudades más grandes de Estados Unidos y está al frente de su segundo mandato como alcalde de San Antonio, la séptima ciudad más grande de Estados Unidos

El 24 de octubre se desarrollará la 4ª edición del mayor evento digital del año en el Uruguay. El IAB Forum reúne a todas las áreas digitales de las principales empresas del país y es una instancia que ofrece conferencias con invitados internacionales expertos en temas digitales quienes presentan en el Forum las nuevas tendencias y casos de estudio en el área digital a nivel mundial.

En el evento se generan debates donde es posible identificar el rumbo que hay que tomar en materia digital teniendo en cuenta el contexto internacional. En 2011 el IAB Forum recibió como invitados especiales a representantes de Google y Microsoft y se espera para el evento del mes de octubre la presencia de conferencistas de alto prestigio internacional.

IAB Forum es un evento abierto para todas las empresas previa inscripción dado que los cupos son limitados.

### **Panel de internautas medirá la audiencia online de Uruguay**

El IAB viene trabajando junto a Comscore en el desarrollo de un panel de internautas para medir la audiencia online de Uruguay. Ese panel es 100% sobre métricas en Internet y principal referente de IAB a nivel mundial, para Uruguay se estableció un panel de 5.000 internautas.

La medición consiste en instalar una aplicación en cada pc de la muestra seleccionada, con un sistema de logeo por usuario que transmite toda la actividad realizada por el internauta en la red, en tiempo real. La información no solo releva datos sobre los sitios en los que navega, buscadores que utiliza, redes sociales a las que se conecta, sino también informa sobre los anuncios que se publican.

El software que se instala en las agencias y medios, permite no sólo analizar los datos de los internautas uruguayos, sino además, planificar utilizando indicadores tal cual se hace con los sistemas tradicionales de tv, radio, prensa y vía pública pero con un nivel de exactitud y profundidad infinitamente mayor.

### **Los 5 ¿Por qué? de la importancia de disponer en Uruguay de información de un panel de internautas**

Porque permite disponer de información confiable sobre el comportamiento de los internautas y de esta forma planificar la selección y compra de medios en Internet, optimizando las inversiones publicitarias en el medio.

Porque permite utilizar, evaluar y comparar indicadores de audiencias similares a los utilizados en los demás medios, cómo ser grps, alcance, frecuencia, cgrps y cpm entre otros.

Porque ahora las agencias y medios tendrán una moneda corriente común para evaluar y negociar espacios en la web, así cómo explorar oportunidades de negocio para los anunciantes.

Porque generará mayor confianza en los anunciantes en la medida que a partir de esta valiosa información, las agencias y medios les podrán presentar las mejores opciones de contactarse con sus target de la mejor manera posible en términos de eficacia y eficiencia publicitaria.

Finalmente porque ubica a la industria interactiva en el marco de las opciones de comunicación generales que se manejan en el mercado publicitario uruguayo.

Me gusta 1



### **Aún no hay comentarios.**

Debes estar registrado para poder realizar comentarios. [Registrarse](#)