

Estudio sobre inversión publicitaria en medios interactivos



Resultados del primer semestre 2008

*connectedthinking

Patrocinado por:



weborama



iab

Interactive Advertising Bureau
www.iabspain.net

Contenido

Resultados del primer semestre de 2008

Estacionalidad mensual

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según actividad del anunciante

Ranking de los 50 principales anunciantes en publicidad gráfica

Ingresos por modelos de contratación

Campañas internacionales

Ingresos según el tipo de formato

Ingresos por canal temático

Contenido

Resultados del primer semestre de 2008

Estacionalidad mensual

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según actividad del anunciante

Ranking de los 50 principales anunciantes en publicidad gráfica

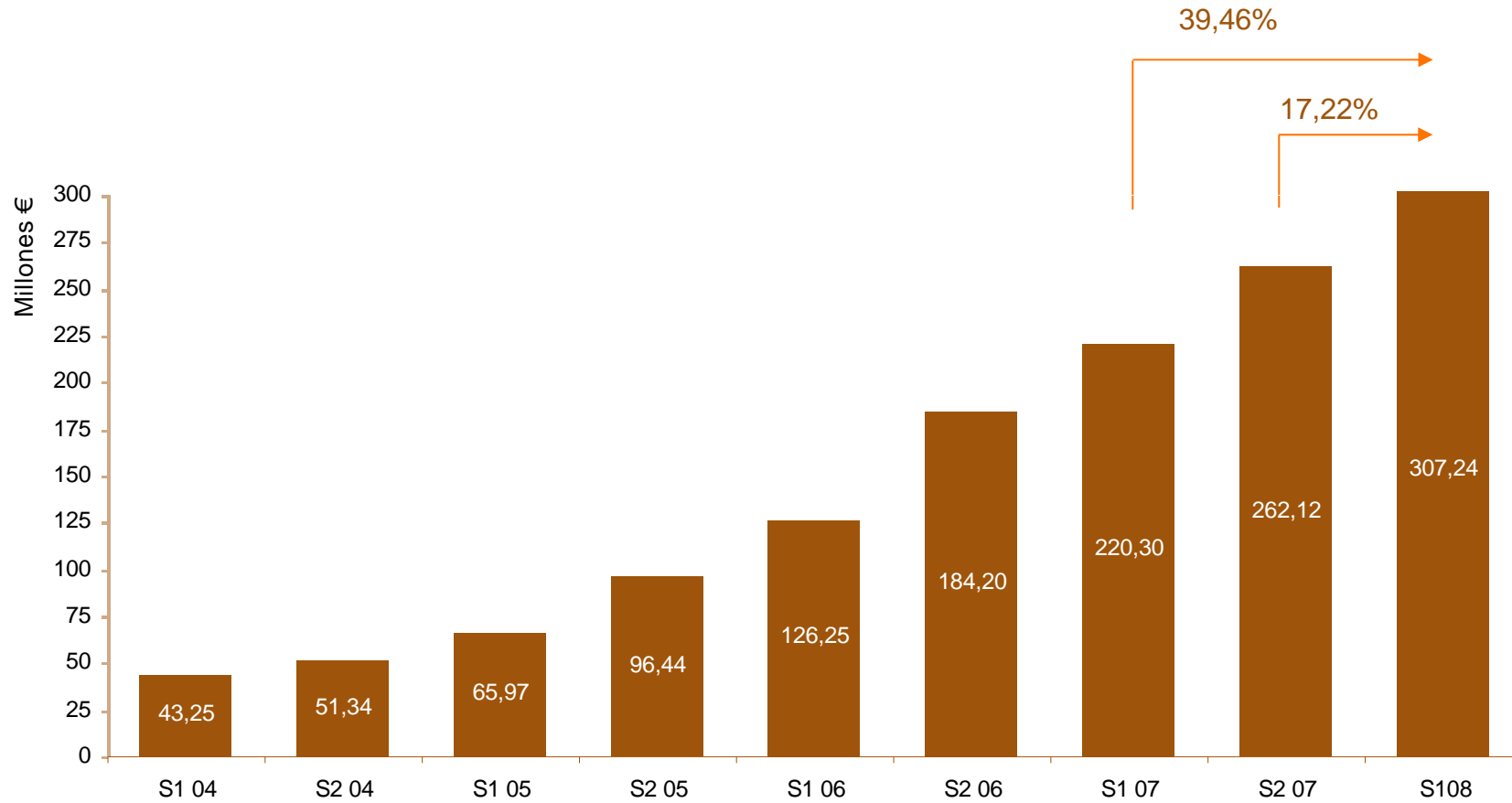
Ingresos por modelos de contratación

Campañas internacionales

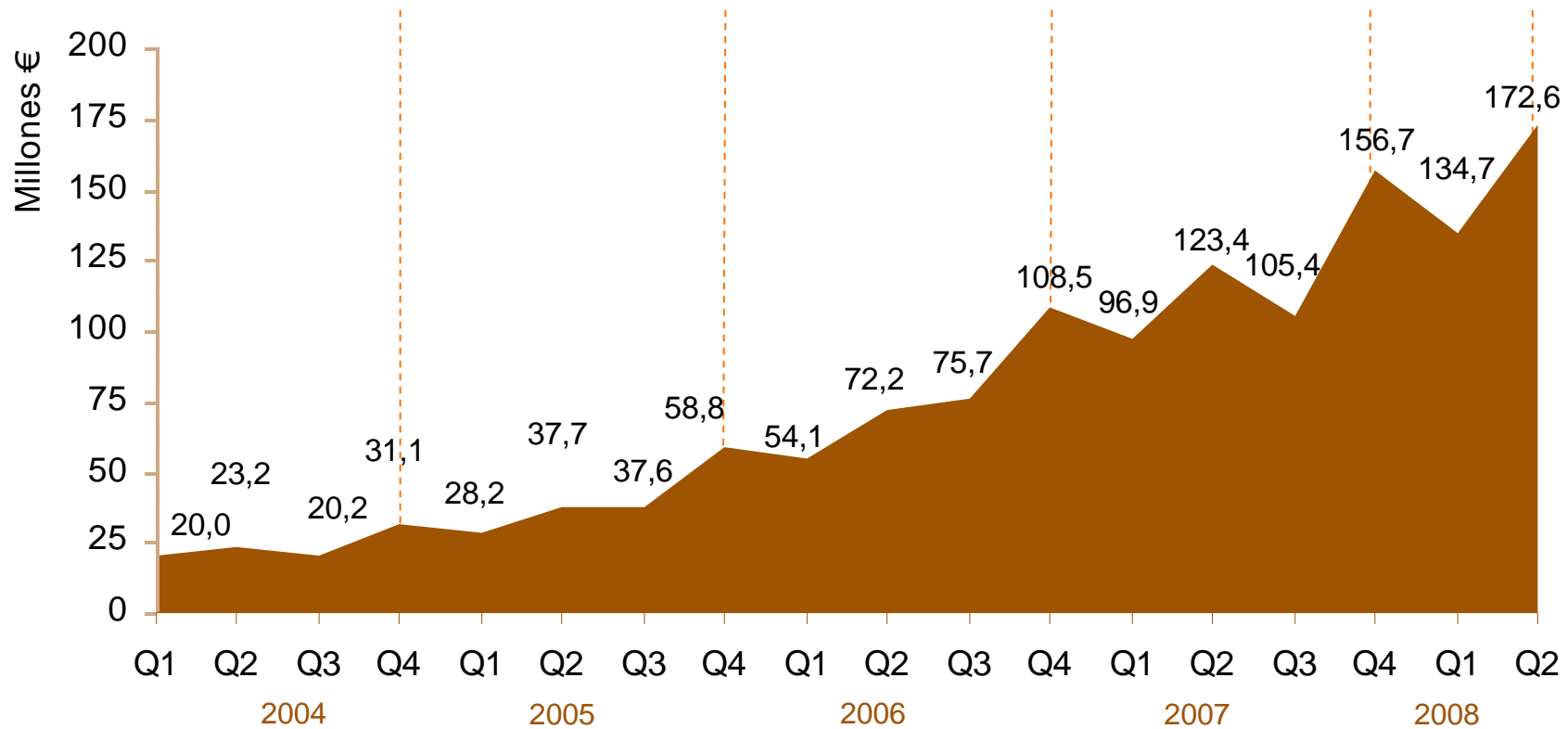
Ingresos según el tipo de formato

Ingresos por canal temático

Evolución facturación semestral 2004-2008



Evolución facturación trimestral 2004-2008



Contenido

Resultados del primer semestre de 2008

Estacionalidad mensual

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según actividad del anunciante

Ranking de los 50 principales anunciantes en publicidad gráfica

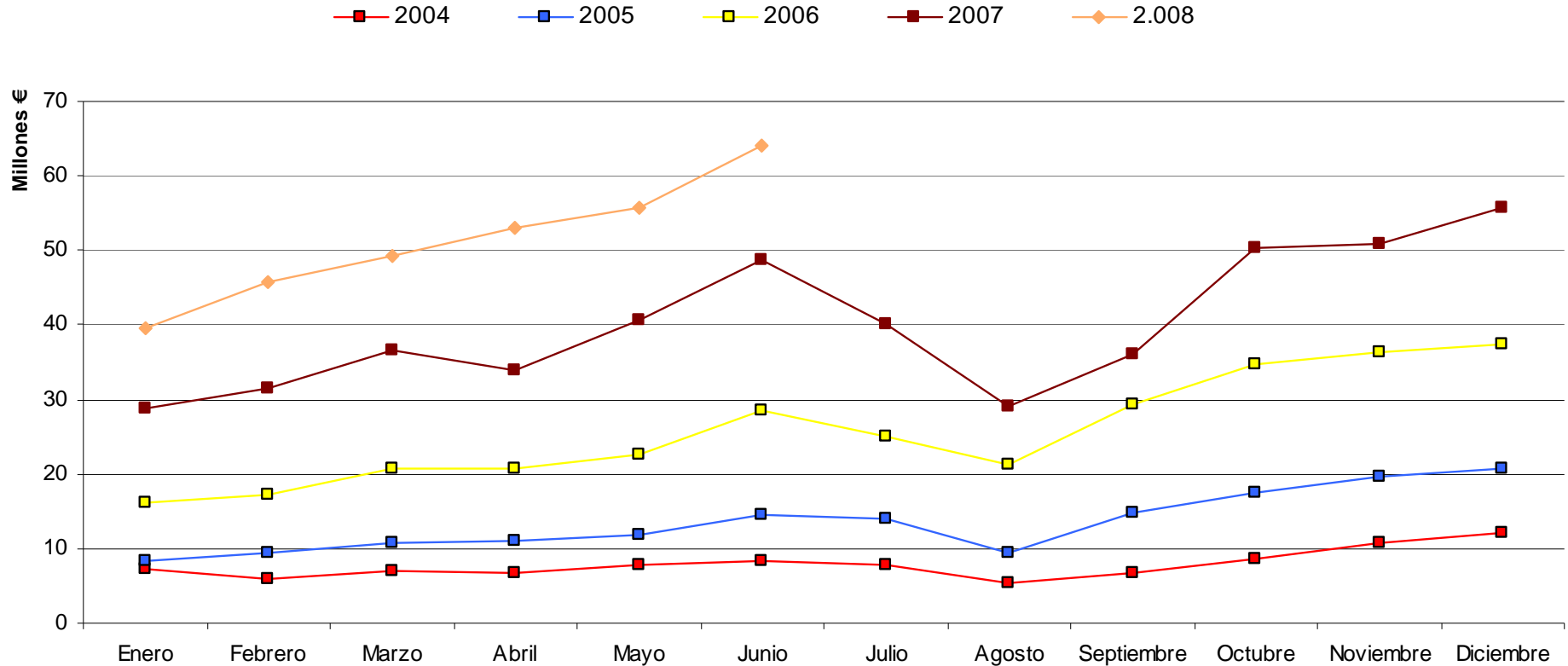
Ingresos por modelos de contratación

Campañas internacionales

Ingresos según el tipo de formato

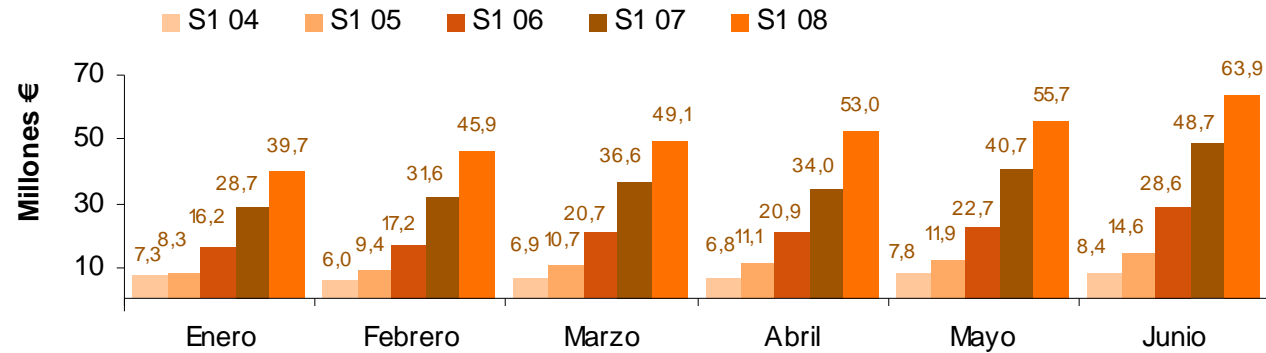
Ingresos por canal temático

Comparativa estacionalidad mensual años 2004-2008



Evolución de la inversión primer semestre 2004-2008

Evolución primer semestre 2004-2008



Facturación mensual 2004-2008 (en euros)

	S1 04	S1 05	S1 06	S1 07	S1 08
Enero	7.346.364	8.348.543	16.154.720	28.694.660	39.661.137
Febrero	6.031.790	9.392.464	17.221.844	31.619.581	45.865.037
Marzo	6.870.963	10.661.289	20.710.625	36.584.018	49.149.677
Abril	6.755.263	11.065.005	20.860.389	33.964.315	52.970.121
Mayo	7.843.951	11.892.812	22.659.728	40.699.275	55.656.092
Junio	8.404.783	14.613.662	28.639.848	48.741.953	63.942.627
TOTAL	43.253.114	65.973.774	126.247.155	220.303.801	307.244.691

Contenido

Resultados del primer semestre de 2008

Estacionalidad mensual

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según actividad del anunciante

Ranking de los 50 principales anunciantes en publicidad gráfica

Ingresos por modelos de contratación

Campañas internacionales

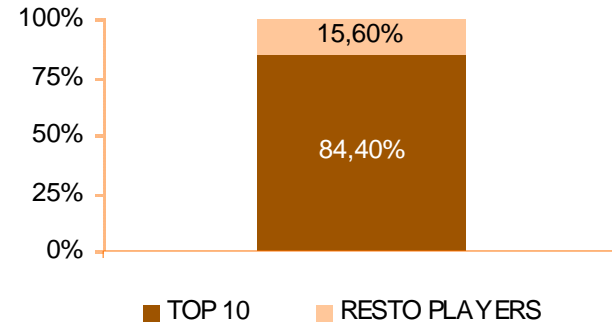
Ingresos según el tipo de formato

Ingresos por canal temático

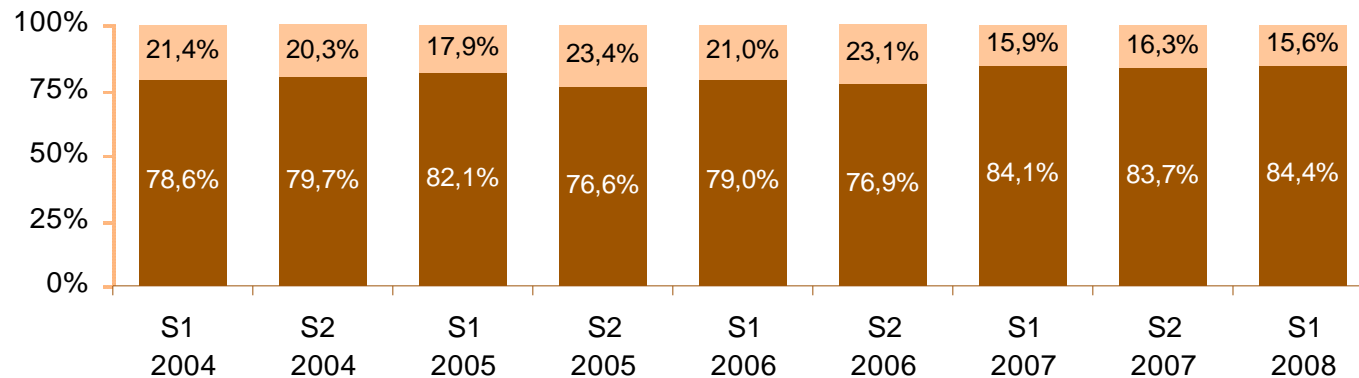
Nivel de concentración del sector

Nivel de concentración del sector 2008

- El nivel de cuota de mercado alcanzado por las diez principales empresas del sector alcanza el **84,40%** del mercado.
- El esquema de concentración es similar al existente en otros países



Evolución de la concentración del sector 2004-2008



Contenido

Resultados del primer semestre de 2008

Estacionalidad mensual

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según actividad del anunciante

Ranking de los 50 principales anunciantes en publicidad gráfica

Ingresos por modelos de contratación

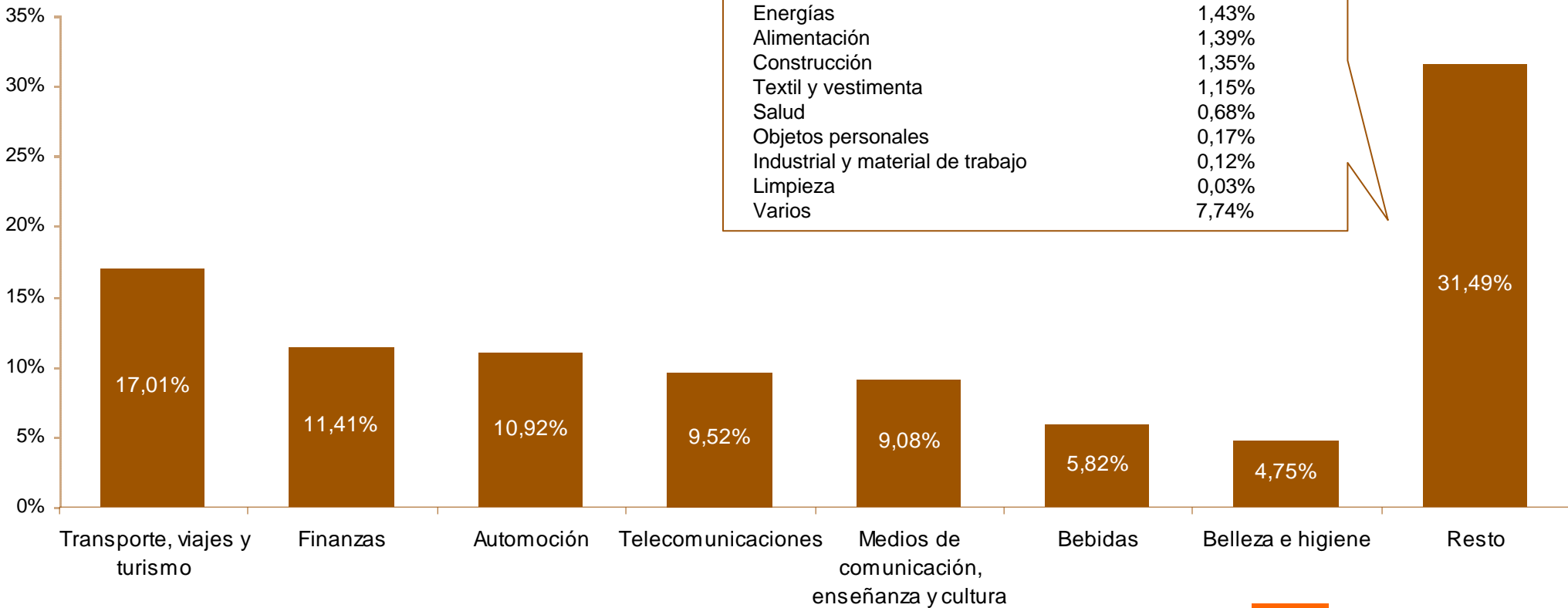
Campañas internacionales

Ingresos según el tipo de formato

Ingresos por canal temático

Distribución ingresos por la actividad del anunciante primer semestre 2008

Servicios públicos y privados	4,17%
Portales	3,86%
Eq de oficina y comercio	2,68%
Deportes y tiempo libre	2,44%
Distribución y restauración	2,17%
Hogar	2,11%
Energías	1,43%
Alimentación	1,39%
Construcción	1,35%
Textil y vestimenta	1,15%
Salud	0,68%
Objetos personales	0,17%
Industrial y material de trabajo	0,12%
Limpieza	0,03%
Varios	7,74%

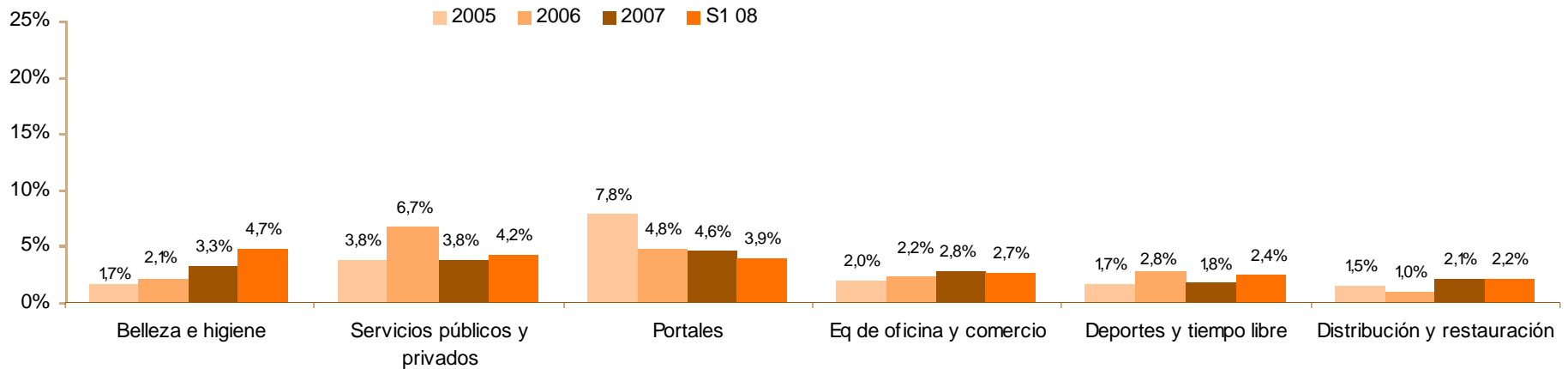
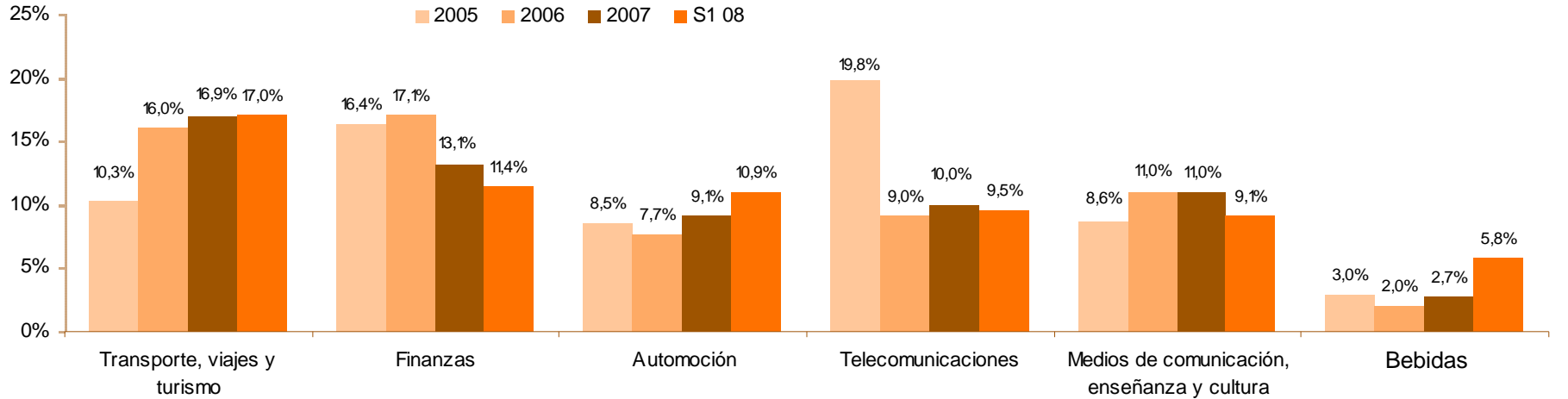


Distribución de ingresos por actividad primer semestre 2004-2008

Categoría de anunciante	Q1 04	Q2 04	S1 04	Q3 04	Q4 04	S2 04	Q1 05	Q2 05	S1 05	Q3 05	Q4 05	S2 05	Q1 06	Q2 06	S1 06	Q3 06	Q4 06	S2 06	Q1 07	Q2 07	S1 07	Q3 07	Q4 07	S2 07	Q1 08	Q2 08	S1 08
Transporte, viajes y turismo	6,22%	6,37%	6,31%	8,51%	7,14%	7,67%	6,87%	7,98%	7,51%	12,40%	12,10%	12,20%	14,52%	16,44%	15,62%	18,23%	15,07%	16,36%	16,29%	17,02%	16,69%	20,22%	15,11%	17,14%	17,91%	16,32%	17,01%
Finanzas	16,38%	13,13%	14,58%	13,85%	16,72%	15,61%	18,08%	14,75%	16,19%	16,90%	17,40%	17,20%	17,84%	17,63%	17,72%	18,45%	15,33%	16,61%	14,87%	13,56%	14,14%	13,14%	11,52%	12,17%	12,22%	10,79%	11,41%
Automoción	7,72%	12,34%	10,28%	9,18%	9,69%	9,49%	9,55%	9,91%	9,75%	7,70%	7,70%	7,70%	8,45%	9,31%	8,94%	6,10%	6,95%	6,60%	9,20%	9,90%	9,59%	9,07%	8,37%	8,64%	11,54%	10,45%	10,92%
Telecomunicaciones	18,14%	18,40%	18,28%	18,03%	22,14%	20,55%	18,15%	17,65%	17,87%	24,10%	22,00%	22,80%	10,07%	9,59%	9,80%	8,08%	8,64%	8,41%	9,66%	8,06%	8,77%	9,14%	12,45%	11,13%	9,63%	9,44%	9,52%
Medios de comunicación, enseñanza y cultura	8,68%	8,96%	8,83%	14,40%	12,69%	13,35%	7,48%	7,56%	7,53%	8,90%	9,00%	8,90%	14,59%	11,71%	12,94%	9,60%	9,15%	9,33%	13,09%	9,61%	11,16%	10,29%	11,31%	10,91%	9,55%	8,72%	9,08%
Bebidas	0,76%	2,72%	1,85%	4,11%	2,48%	3,11%	2,83%	3,73%	3,34%	3,01%	2,70%	2,80%	1,66%	1,87%	1,78%	2,35%	2,09%	2,20%	1,73%	3,41%	2,67%	2,01%	3,35%	2,81%	4,74%	6,65%	5,82%
Belleza e higiene	1,53%	2,03%	1,81%	1,65%	1,94%	1,82%	1,66%	2,39%	2,08%	1,30%	1,30%	1,32%	1,79%	1,94%	1,87%	2,19%	2,49%	2,37%	2,31%	3,66%	3,06%	2,91%	3,79%	3,44%	3,50%	5,70%	4,75%
Servicios públicos y privados	4,50%	4,10%	4,27%	5,51%	4,44%	4,86%	3,20%	4,08%	3,70%	3,60%	4,09%	3,87%	5,91%	5,34%	5,58%	6,11%	8,67%	7,62%	3,08%	3,29%	3,20%	4,15%	4,41%	4,30%	4,46%	3,95%	4,17%
Portales	5,92%	6,43%	6,21%	6,22%	6,15%	6,18%	11,15%	10,90%	11,01%	4,00%	3,30%	3,60%	3,73%	3,50%	3,60%	6,91%	4,93%	5,75%	6,47%	4,88%	5,59%	3,20%	4,17%	3,79%	4,08%	3,70%	3,86%
Eq de oficina y comercio	2,81%	2,63%	2,71%	2,31%	2,45%	2,40%	2,52%	2,31%	2,40%	0,90%	1,20%	1,10%	1,43%	1,58%	1,52%	1,94%	3,37%	2,78%	2,82%	2,76%	2,79%	2,12%	3,24%	2,80%	2,87%	2,54%	2,68%
Deportes y tiempo libre	1,32%	1,59%	1,47%	3,50%	2,73%	3,03%	2,00%	1,71%	1,83%	1,33%	1,70%	1,60%	3,62%	2,49%	2,97%	3,07%	2,34%	2,64%	0,68%	0,87%	0,78%	2,41%	3,09%	2,82%	2,29%	2,55%	2,44%
Distribución y restauración	1,26%	1,03%	1,13%	1,72%	1,90%	1,83%	1,65%	1,61%	1,63%	0,80%	1,50%	1,20%	0,68%	1,46%	1,12%	0,59%	1,06%	0,87%	3,09%	2,58%	2,81%	1,46%	1,58%	1,53%	1,88%	2,39%	2,17%
Hogar	1,19%	1,28%	1,24%	0,51%	1,32%	1,00%	0,95%	1,67%	1,36%	1,30%	1,70%	1,50%	1,90%	1,75%	1,81%	0,97%	1,27%	1,15%	2,84%	3,58%	3,25%	2,83%	2,36%	2,55%	2,24%	2,00%	2,11%
Energías	1,40%	1,62%	1,52%	1,66%	0,88%	1,18%	1,74%	1,29%	1,48%	2,60%	1,70%	2,10%	1,11%	1,18%	1,15%	1,04%	0,71%	0,84%	1,50%	1,90%	1,73%	1,31%	0,92%	1,07%	0,89%	1,85%	1,43%
Alimentación	1,49%	1,53%	1,52%	1,46%	1,17%	1,28%	1,09%	0,98%	1,03%	1,30%	1,06%	1,25%	0,94%	1,39%	1,19%	1,14%	0,68%	0,87%	1,16%	1,73%	1,48%	1,33%	1,53%	1,45%	0,96%	1,71%	1,39%
Construcción	0,35%	1,21%	0,83%	0,21%	0,71%	0,52%	0,30%	0,42%	0,37%	0,21%	0,85%	0,59%	0,85%	0,84%	0,84%	1,93%	2,55%	2,30%	1,70%	2,26%	2,01%	1,65%	1,13%	1,34%	1,14%	1,52%	1,35%
Textil y vestimenta	1,00%	1,04%	1,02%	1,13%	0,52%	0,75%	0,90%	0,73%	0,81%	0,30%	0,30%	0,30%	1,14%	1,03%	1,07%	0,80%	0,91%	0,87%	1,04%	1,44%	1,26%	1,06%	1,81%	1,51%	1,16%	1,13%	1,15%
Salud	0,35%	0,61%	0,49%	0,19%	0,21%	0,20%	0,15%	0,49%	0,34%	0,28%	0,20%	0,24%	0,24%	0,26%	0,25%	0,47%	0,66%	0,58%	0,42%	0,62%	0,53%	0,41%	0,18%	0,27%	0,63%	0,72%	0,68%
Objetos personales	0,48%	0,44%	0,46%	1,02%	0,74%	0,85%	0,43%	1,11%	0,82%	1,10%	0,47%	0,80%	0,16%	0,41%	0,30%	0,82%	1,31%	1,11%	0,12%	0,36%	0,25%	0,12%	0,45%	0,32%	0,11%	0,21%	0,17%
Industrial, material de trabajo y agropecuario	0,05%	0,002%	0,02%	0,04%	0,01%	0,02%	0,01%	0,005%	0,01%	0,004%	0,010%	0,01%	0,18%	0,13%	0,15%	0,02%	0,01%	0,01%	0,02%	0,07%	0,04%	0,04%	0,17%	0,12%	0,05%	0,17%	0,12%
Limpieza	0,51%	0,57%	0,55%	0,04%	0,05%	0,05%	0,03%	0,02%	0,03%	0,05%	-	0,02%	0,10%	0,27%	0,20%	0,05%	0,02%	0,03%	0,03%	0,10%	0,07%	0,11%	0,02%	0,05%	0,01%	0,04%	0,03%
Varios	17,94%	11,96%	14,62%	4,76%	3,92%	4,24%	9,26%	8,70%	8,94%	7,80%	9,50%	8,80%	9,11%	9,90%	9,56%	9,13%	11,80%	10,71%	7,91%	8,33%	8,14%	11,02%	9,04%	9,83%	8,13%	7,43%	7,74%
TOTAL GENERAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Extrapolación realizada en base a la inversión controlada

Comparativa anual por sectores 2005 - 2008



Contenido

Resultados del primer semestre de 2008

Estacionalidad mensual

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según actividad del anunciante

Ranking de los 50 principales anunciantes en publicidad gráfica

Ingresos por modelos de contratación

Campañas internacionales

Ingresos según el tipo de formato

Ingresos por canal temático

Ranking de los principales anunciantes en publicidad gráfica por sectores

1. Transporte, viajes y turismo	1	IBERIA
	2	VUELING
	3	CLICKAIR
	4	EDREAMS
	5	ATRAPALO
	6	VIAJES EL CORTE INGLES
	7	EASY JET
	8	LOGITRAVEL
	9	SPANAIR
	10	MUCHOVIAJE

2. Finanzas	1	ING
	2	BANESTO
	3	BBVA
	4	BANCAJA
	5	BANCO CETELEM
	6	LA CAIXA
	7	GENWORTH FINANCIAL
	8	UNO-E BANK
	9	OPENBANK
	10	SOCIETE GENERALE

3. Medios de comunicación, enseñanza y cultura	1	FOX
	2	PLANETA DIRECTO, SL
	3	EL PAIS
	4	ANTENA 3
	5	CEAC
	6	WARNER BROS
	7	CANAL+
	8	UNIVERSAL PICTURES
	9	EXPO ZARAGOZA
	10	CIRCULO DE LECTORES

5. Automoción	1	RENAULT
	2	FORD
	3	PEUGEOT
	4	GENERAL MOTORS ESPAÑA, S.L.
	5	FIAT
	6	TOYOTA
	7	MERCEDES
	8	AUDI
	9	NISSAN
	10	VOLKSWAGEN

4. Telecomunicaciones	1	VODAFONE
	2	TELFÓNICA MÓVILES
	3	ORANGE
	4	TELEFONICA
	5	YOIGO
	6	KPN
	7	ONO
	8	NOKIA
	9	PEPE PHONE
	10	TELE2

Contenido

Resultados del primer semestre de 2008

Estacionalidad mensual

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según actividad del anunciante

Ranking de los 50 principales anunciantes en publicidad gráfica

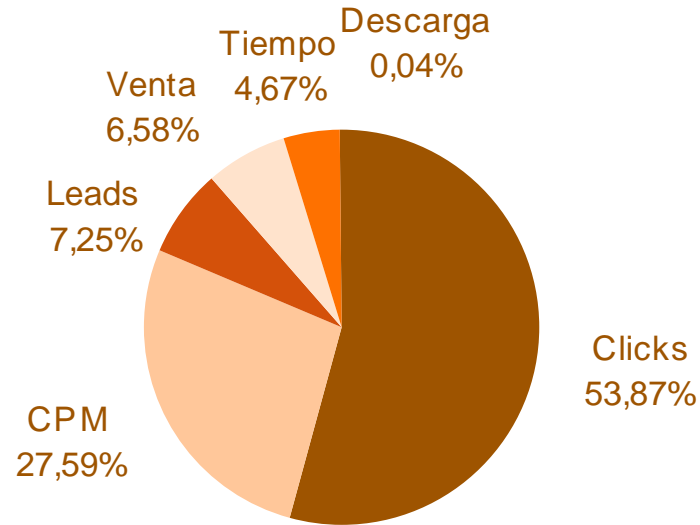
Ingresos por modelos de contratación

Campañas internacionales

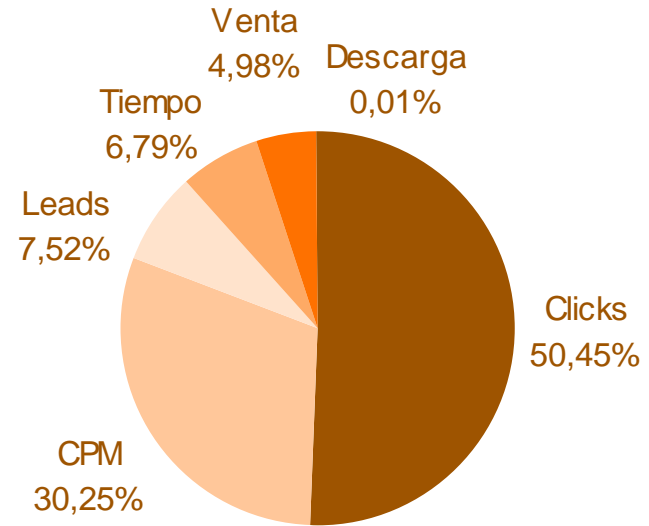
Ingresos según el tipo de formato

Ingresos por canal temático

Ingresos por modelo de *pricing*



Primer semestre 2008



Primer semestre 2007

Contenido

Resultados del primer semestre de 2008

Estacionalidad mensual

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según actividad del anunciante

Ranking de los 50 principales anunciantes en publicidad gráfica

Ingresos por modelos de contratación

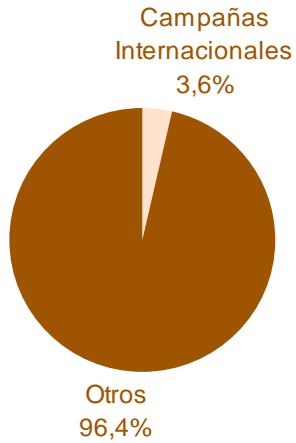
Campañas internacionales

Ingresos según el tipo de formato

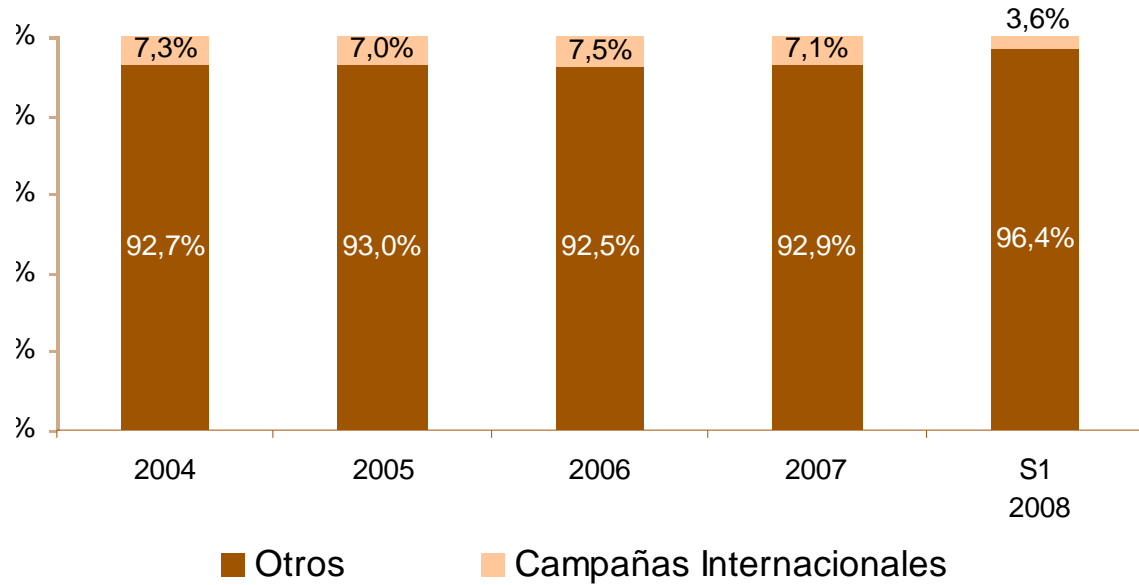
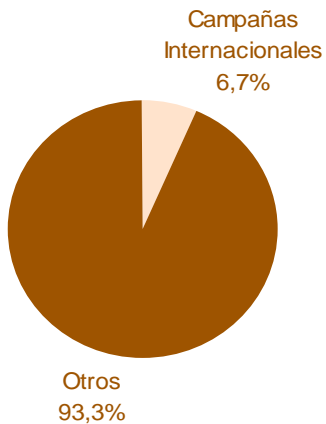
Ingresos por canal temático

Evolución campañas internacionales

Primer semestre 2008



Primer semestre 2007



Contenido

Resultados del primer semestre de 2008

Estacionalidad mensual

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según actividad del anunciante

Ranking de los 50 principales anunciantes en publicidad gráfica

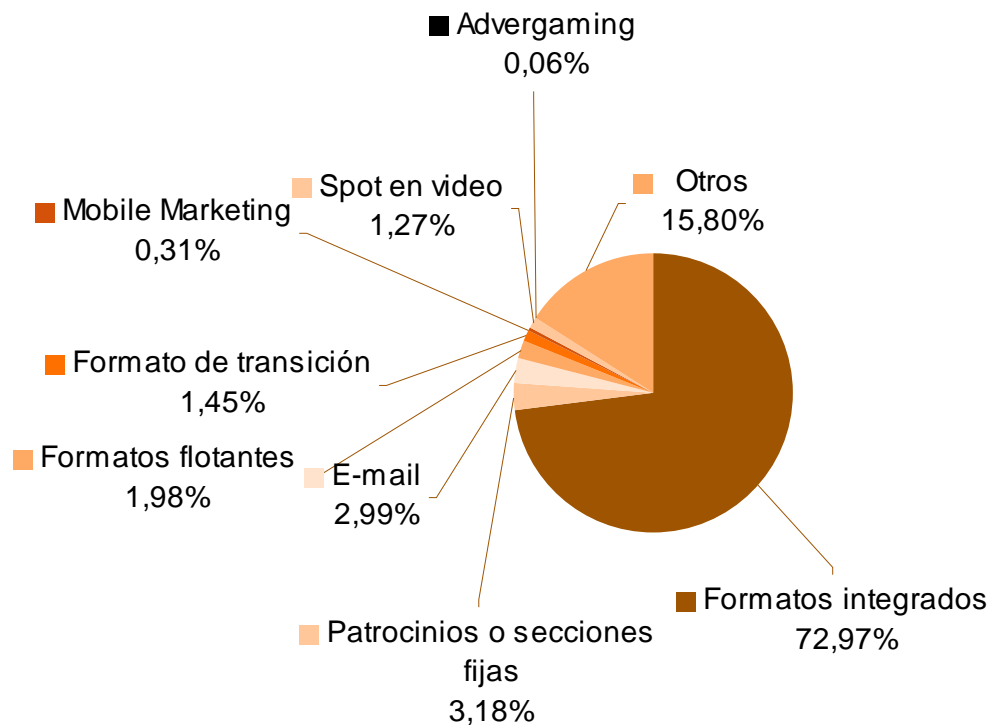
Ingresos por modelos de contratación

Campañas internacionales

Ingresos según el tipo de formato

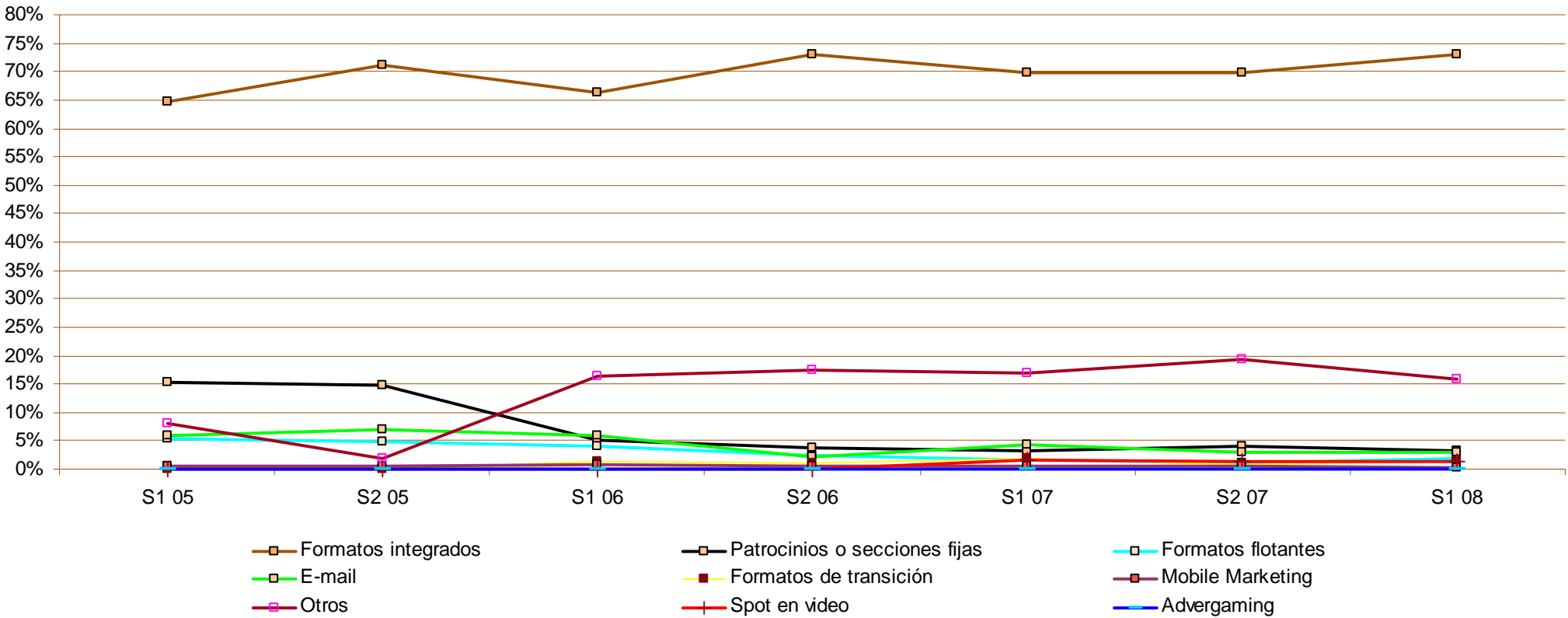
Ingresos por canal temático

Evolución ingresos por tipo de formato primer semestre 2008

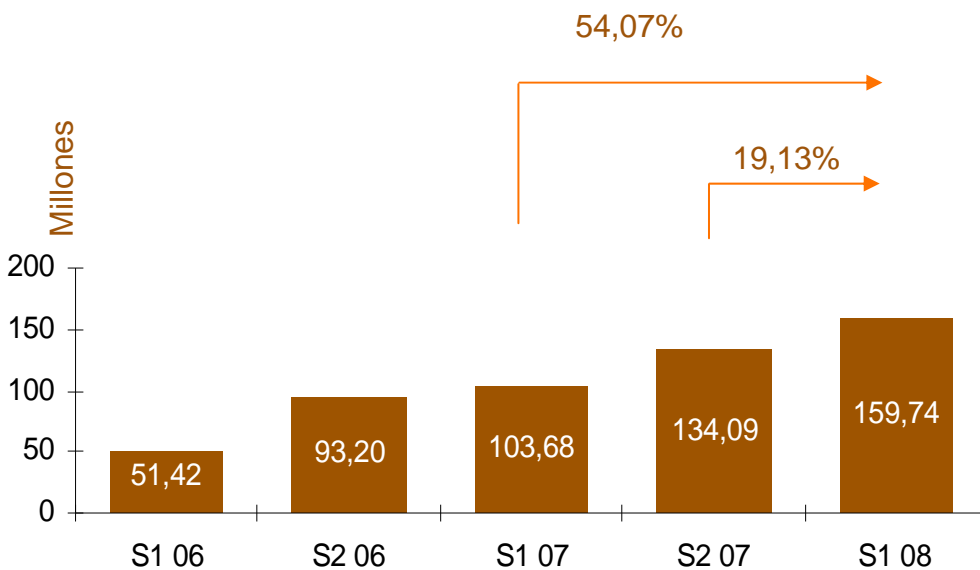


Formato	Tipo	%
Formatos integrados	Enlaces patrocinados	51,99%
	Banner, botones y sellos	11,52%
	Robapáginas, rascacielos	9,46%
Patrocinios o secciones fijas	Patrocinios o secciones fijas	3,18%
E-mail	E-mail	2,99%
Formatos flotantes	Layer y otros formatos desplegados	1,93%
	Pop-up, Pop Under	0,05%
Spot en video	Spot en video	1,27%
Formato de transición	Interstitial y Superstitial	1,45%
Mobile Marketing	Mobile Marketing	0,31%
Advergaming	Advergaming	0,06%
Otros	Otros	15,80%

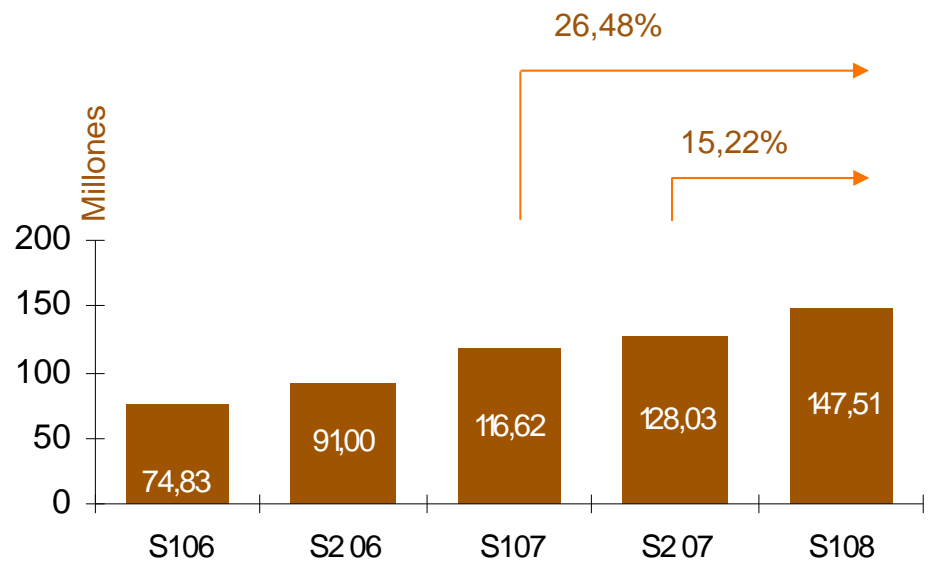
Evolución por tipo de formatos 2005-2008



Evolución facturación semestral formatos 2006-2008

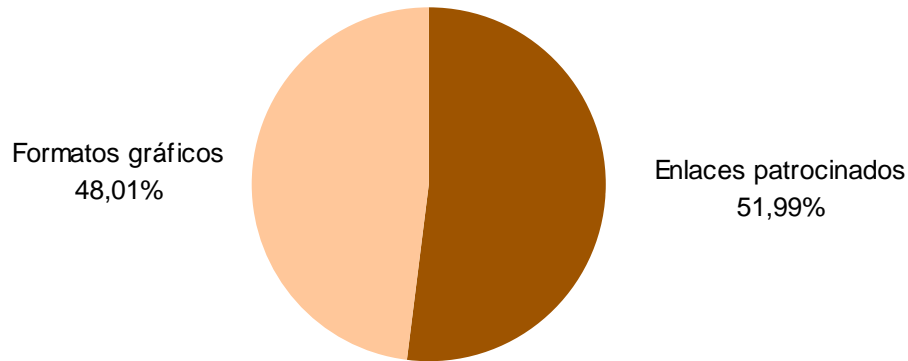


Evolución facturación semestral de buscadores y enlaces patrocinados

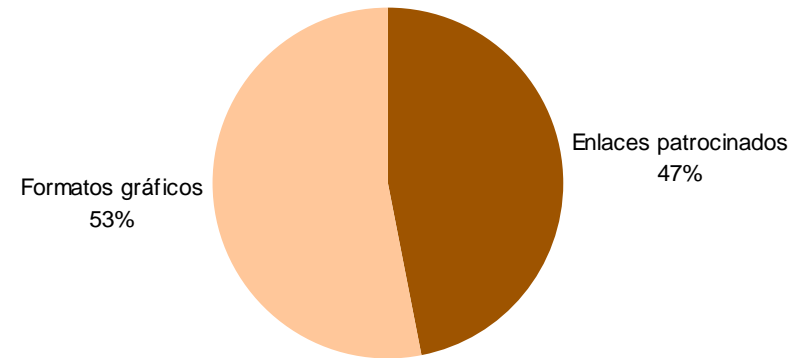


Evolución facturación semestral de formatos gráficos

Distribución de ingresos por tipología de formato primer semestre de 2008



Primer semestre de 2008



Primer semestre de 2007

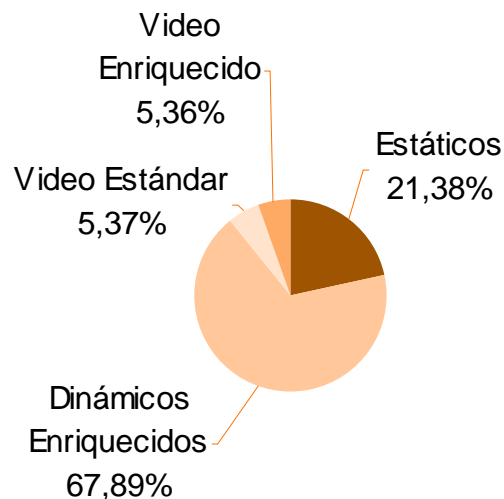
Variación de los ingresos por tipo de formato primer semestre 2005-2008

Formato	S1 05	S2 05	S1 06	S206	S107	S207	S1 08	Variación S1 07 - S1 08
Enlaces patrocinados	21047.808,1	41177.323,7	51417.192,4	93.201.297,9	103.680.450,1	134.088.579,0	159.735.431,6	54,1%
Banners, botones y sellos	9.752.646,8	13.539.249,4	19.622.660,8	22.591.587,0	25.491.306,9	19.497.210,5	35.403.725,7	38,9%
Robapáginas, rascacielos	11.944.596,4	13.825.671,3	12.546.099,8	18.645.294,8	24.308.818,6	29.569.457,3	29.051.048,3	19,5%
Patrocinios o secciones fijas	10.098.189,2	14.256.592,9	6.606.076,4	6.906.004,7	7.323.470,6	10.772.967,0	9.762.450,1	33,3%
E-mail	3.932.538,8	6.674.245,6	7.465.635,1	3.879.906,2	9.670.751,3	7.833.109,4	9.180.940,9	-5,1%
Layer y otros formatos desplegados	-	-	4.409.908,7	3.667.986,0	3.071.175,4	2.394.145,1	5.940.794,4	93,4%
Intersticial y Supersticial	-	-	1.671.860,8	1.766.446,8	4.269.814,1	2.323.125,1	4.459.690,2	4,4%
Spot en video	-	-	-	-	3.376.849,5	3.744.251,7	3.901.848,1	15,5%
Mobile Marketing	397.556,6	611.686,6	1.057.065,2	964.698,1	1.188.764,2	1.338.586,6	957.009,7	-19,5%
Advergaming	-	-	-	-	68.290,9	21.703,1	173.976,1	154,8%
Pop-up, Pop-under	3.474.266,9	4.568.716,4	619.334,1	546.976,6	300.881,2	214.171,8	144.888,1	-51,8%
Otros	5.326.171,6	1.790.983,6	20.831.321,1	32.031.506,4	37.553.228,7	50.319.208,6	48.532.888,1	29,2%
Total	65.973.774,5	96.444.469,5	126.247.154,5	184.201.704,4	220.303.801,5	262.116.515,2	307.244.691,4	39,5%

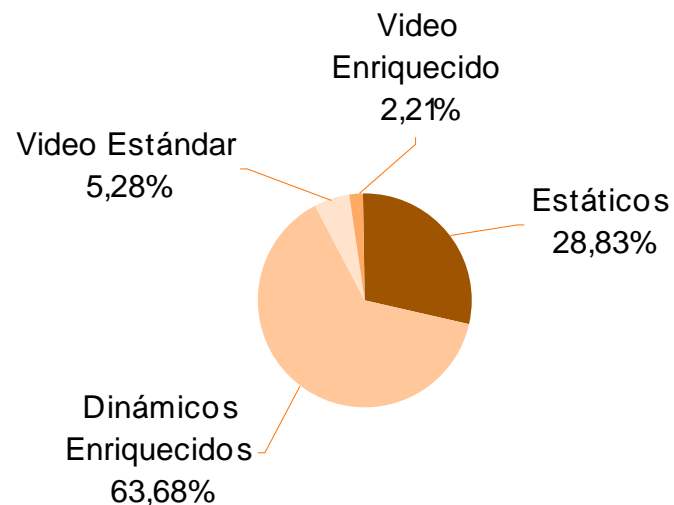
Variación de los ingresos por tipo de formato primer semestre 2005-2008 (en %)

Formato	S1 05	S2 05	S1 06	S2 06	S1 07	S2 07	S1 08
Enlaces patrocinados	31,90%	42,70%	40,73%	50,60%	47,06%	51,16%	51,99%
Banners, botones y sellos	14,78%	14,04%	15,54%	12,26%	11,57%	7,44%	11,52%
Robapáginas, rascacielos	18,11%	14,34%	9,94%	10,12%	11,03%	11,28%	9,46%
Patrocinios o secciones fijas	15,31%	14,78%	5,23%	3,75%	3,32%	4,11%	3,18%
E-mail	5,96%	6,92%	5,91%	2,11%	4,39%	2,99%	2,99%
Layer y otros formatos desplegados	-	-	3,49%	1,99%	1,39%	0,91%	1,93%
Intersticial y Supersticial			1,32%	0,96%	1,94%	0,89%	1,45%
Spot en video	-	-	-	-	1,53%	1,43%	1,27%
Mobile Marketing	0,60%	0,63%	0,84%	0,52%	0,54%	0,51%	0,31%
Advergaming	-	-	-	-	0,03%	0,01%	0,06%
Pop-up, Pop-under	5,27%	4,74%	0,49%	0,30%	0,14%	0,08%	0,05%
Otros	8,07%	1,86%	16,50%	17,39%	17,05%	19,20%	15,80%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Evolución ingresos por tipo de tecnología 2007-2008



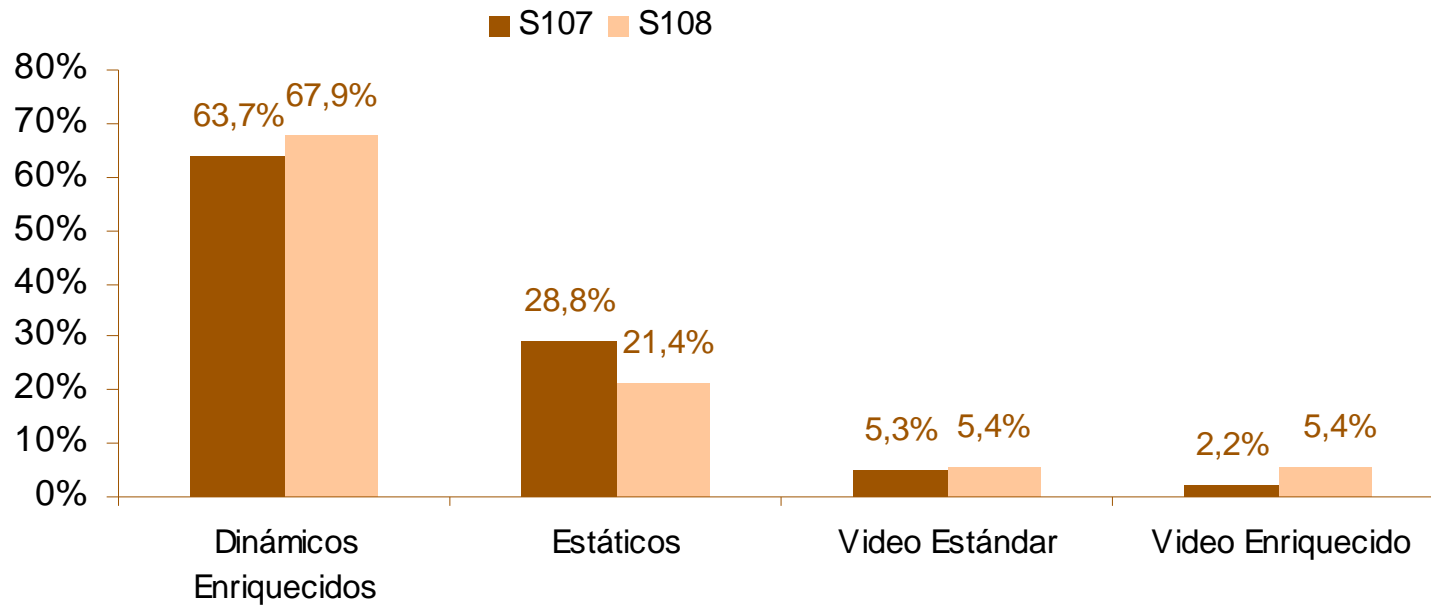
Primer semestre 2008



Primer semestre 2007

- **Formatos Estáticos:** GIF, JPEG. Formatos que permiten un moderado grado de interactividad con el usuario (GIF, JPEG).
- **Formatos Dinámicos Enriquecidos:** Flash. Formatos que permiten un cierto grado de interactividad con el usuario (Macromedia Flash / Shockwave, JavaScript, HTML/CGI).
- **Formatos Video Estándar:** Rich media y/ video (audiovisuales). Formatos diseñados y servidos desde plataformas que utilizan lenguaje de programación y compresión avanzados como: Unicast Superstitial, Enliven, Eyeblaster, Motif, etc. Plataformas que permiten un mayor y mejor uso de tecnologías flash, streaming de video, como por ejemplo un anuncio de una película en el que se incluya una muestra de la misma, o una campaña publicitaria online que utilice el mismo spot utilizado en televisión.
- **Formatos Video Enriquecido.** Formatos en los cuales cualquier programación realizada sobre el video requiera la interacción del usuario más allá del play (ej: Seat Leon y la serie Friends).

Evolución ingresos por tipo de tecnología 2007-2008



Contenido

Resultados del primer semestre de 2008

Estacionalidad mensual

Nivel de concentración de los participantes

Ingresos según actividad del anunciante

Ranking de los 50 principales anunciantes en publicidad gráfica

Ingresos por modelos de contratación

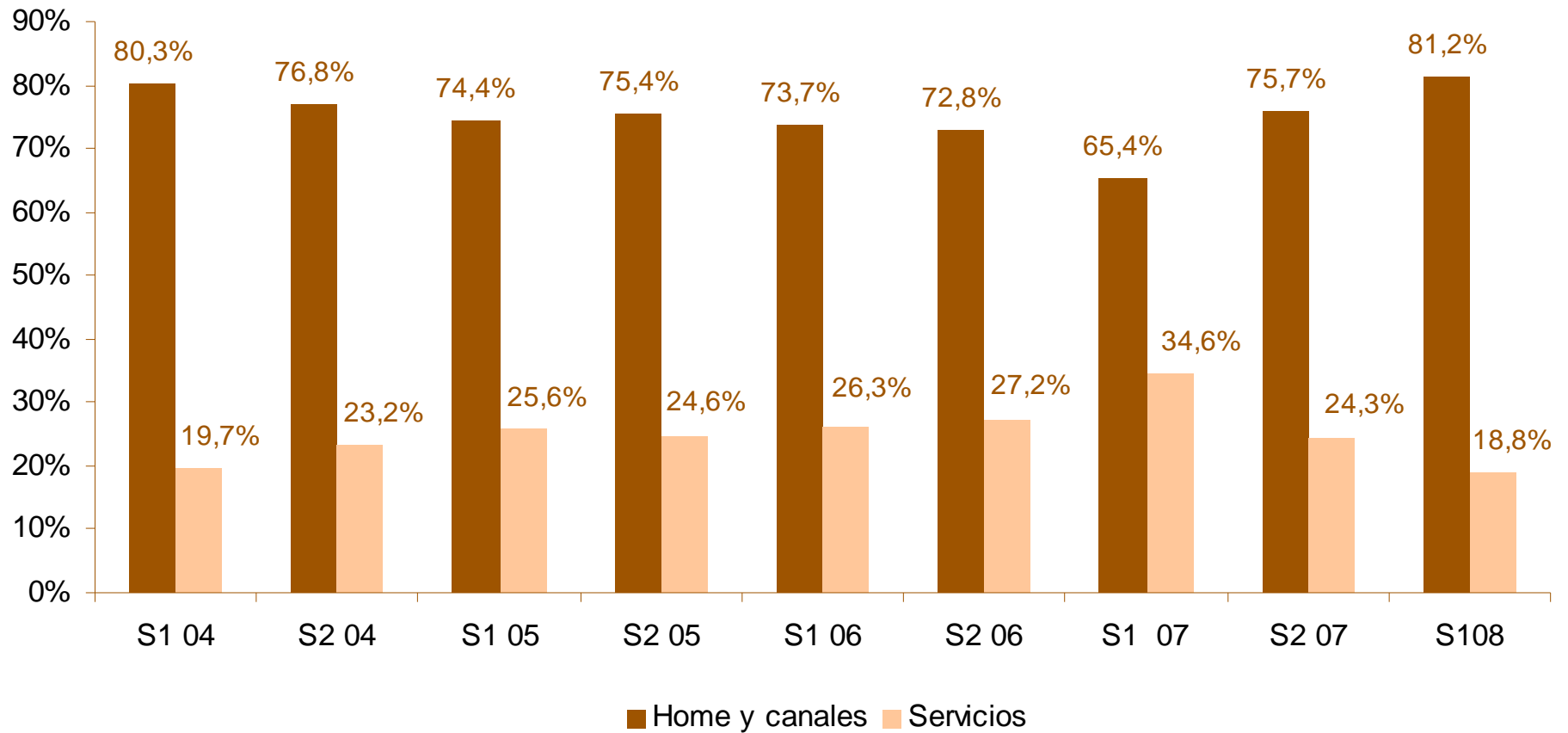
Campañas internacionales

Ingresos según el tipo de formato

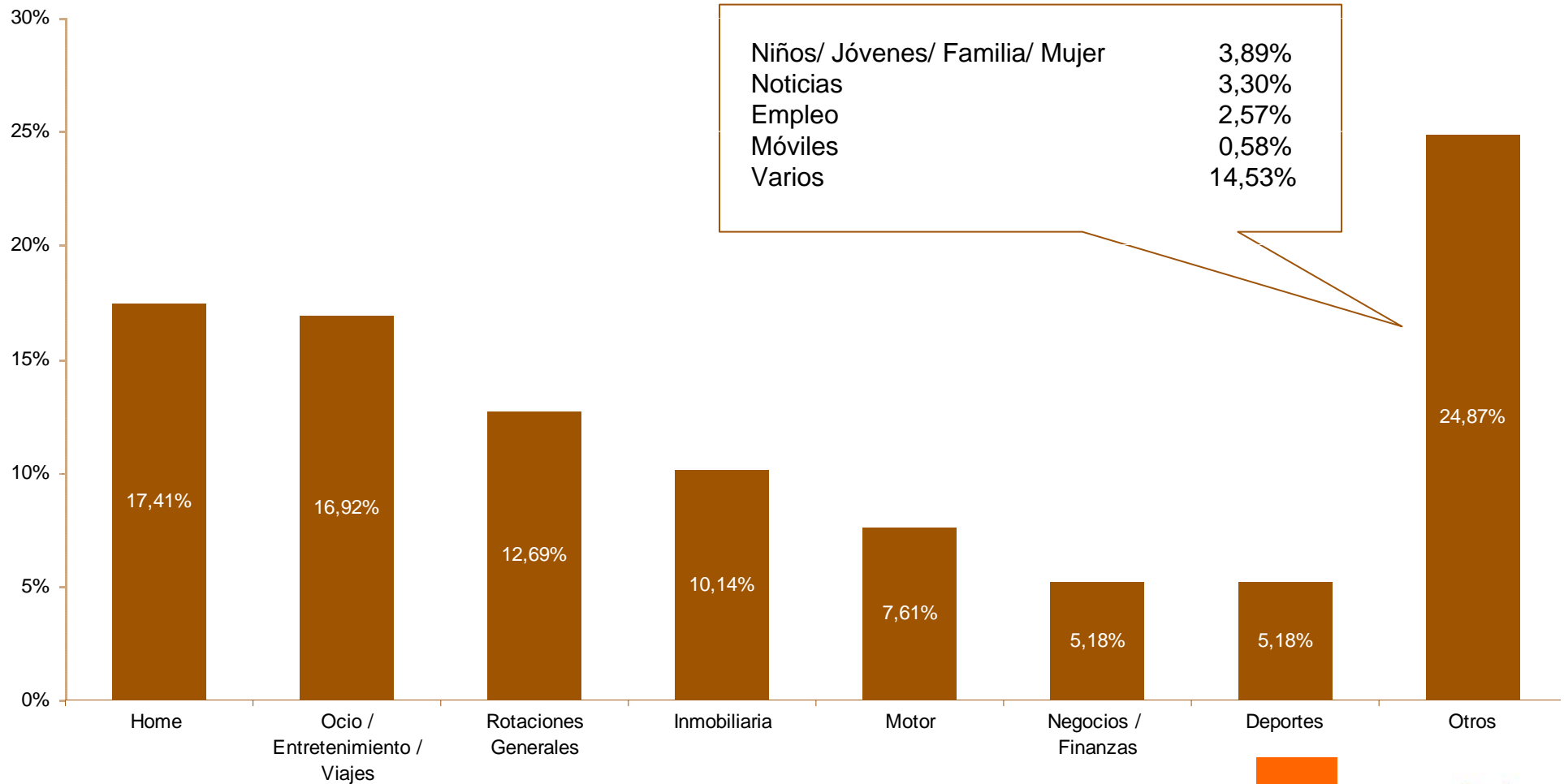
Ingresos por canal temático

Evolución de los ingresos por canal temático 2004-2008

“Home y canales” y “Servicios”



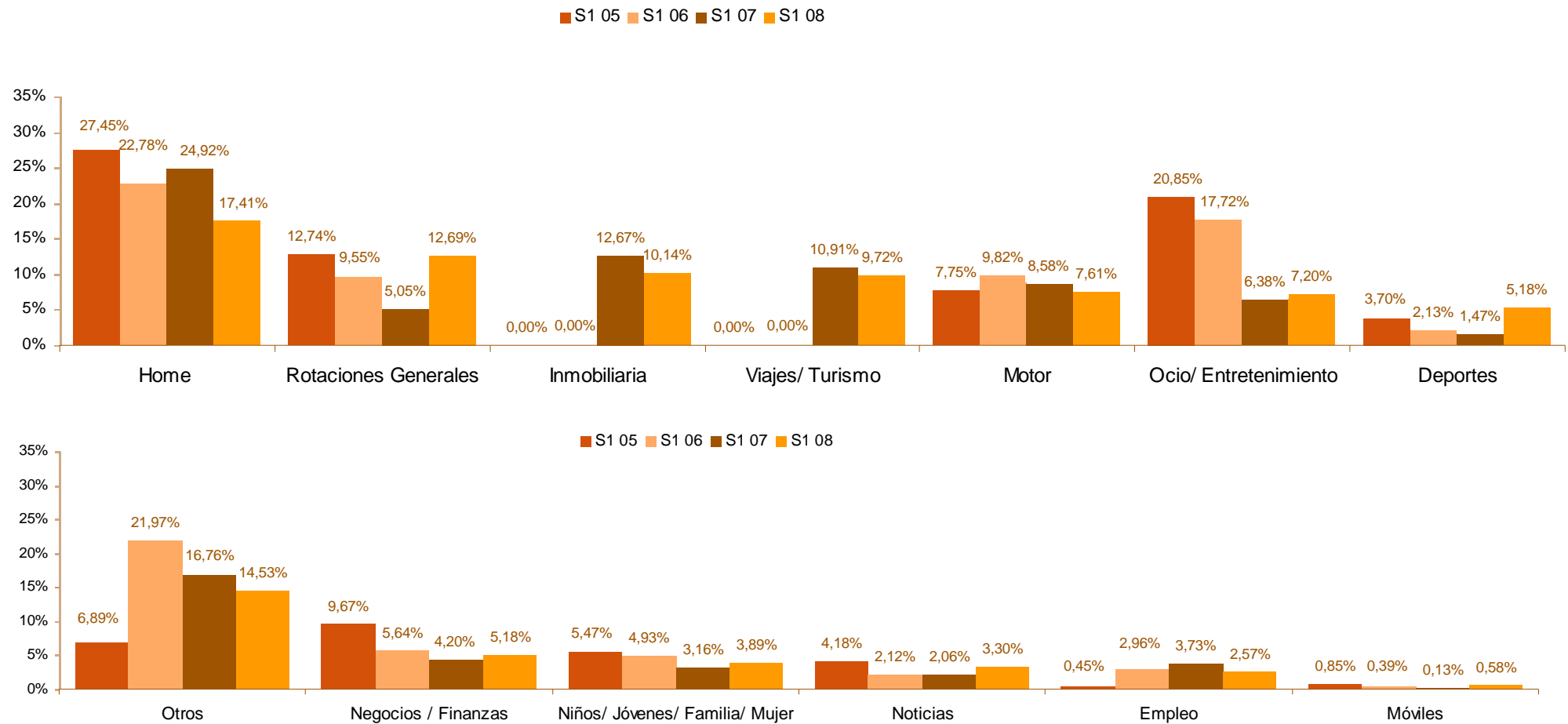
Distribución de ingresos por canal temático primer semestre 2008: "Home y canales"



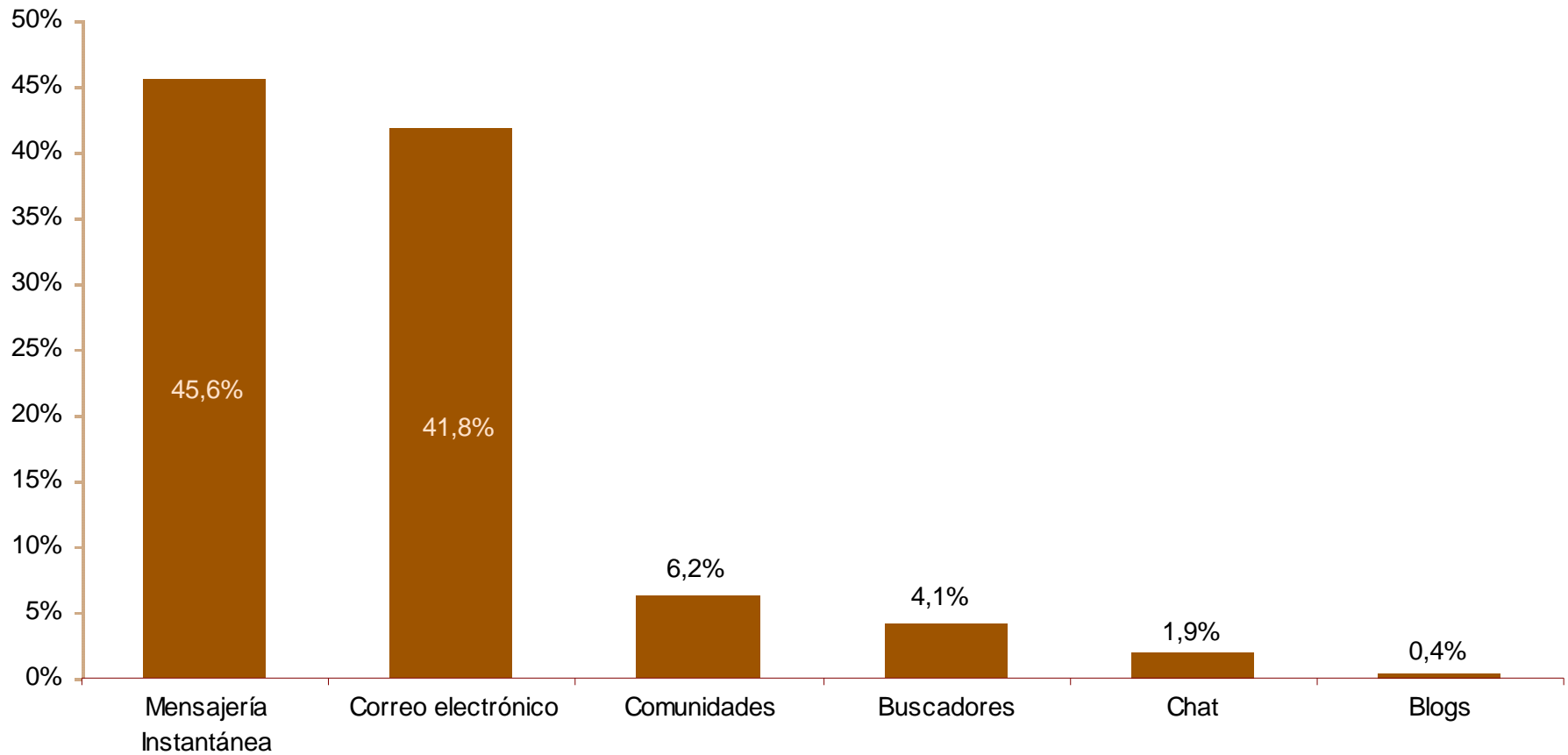
Evolución en porcentaje del total facturado por los canales temáticos de “Home y canales” 2005-2008

Canal del anunciante	S1 04	S2 04	2004	S1 05	S2 05	2005	S1 06	S2 06	2006	S1 07	S2 07	2007	S1 08
Home	26,2%	33,9%	30,2%	27,5%	29,1%	28,3%	22,8%	26,8%	24,9%	24,9%	19,9%	22,2%	17,4%
Rotaciones Generales	17,3%	12,9%	15,0%	12,7%	11,1%	11,9%	9,6%	9,2%	9,4%	5,1%	8,0%	6,7%	12,7%
Inmobiliaria	-	-	-	-	-	-	-	9,6%	5,1%	12,7%	13,0%	12,9%	10,1%
Viajes/ Turismo	-	-	-	-	-	-	-	10,3%	5,5%	10,9%	9,0%	9,9%	9,7%
Motor	5,4%	8,2%	6,9%	7,7%	7,5%	7,6%	9,8%	7,9%	8,8%	8,6%	8,1%	8,3%	7,6%
Ocio/ Entretenimiento	17,9%	15,7%	16,7%	20,8%	22,6%	21,8%	17,7%	8,3%	12,7%	6,4%	7,3%	6,9%	7,2%
Deportes	3,7%	3,1%	3,4%	3,7%	3,3%	3,5%	2,1%	1,3%	1,7%	1,5%	1,9%	1,7%	5,2%
Otros	3,2%	7,0%	5,2%	6,9%	4,5%	5,6%	22,0%	11,4%	16,4%	16,8%	20,2%	18,6%	14,5%
Negocios / Finanzas	9,8%	10,2%	10,0%	9,7%	9,7%	9,7%	5,6%	5,4%	5,5%	4,2%	4,2%	4,2%	5,2%
Niños/ Jóvenes/ Familia/ Mujer	6,0%	4,5%	5,2%	5,5%	6,3%	5,9%	4,9%	3,2%	4,0%	3,2%	3,1%	3,1%	3,9%
Noticias	7,9%	2,9%	5,3%	4,2%	4,5%	4,4%	2,1%	3,8%	3,0%	2,1%	1,7%	1,8%	3,3%
Empleo	1,0%	0,7%	0,8%	0,5%	0,4%	0,4%	3,0%	2,6%	2,8%	3,7%	3,1%	3,4%	2,6%
Móviles	1,7%	1,1%	1,4%	0,8%	1,0%	0,9%	0,4%	0,3%	0,3%	0,1%	0,4%	0,3%	0,6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Evolución semestral canales temáticos "Home y canales" 2005-2008



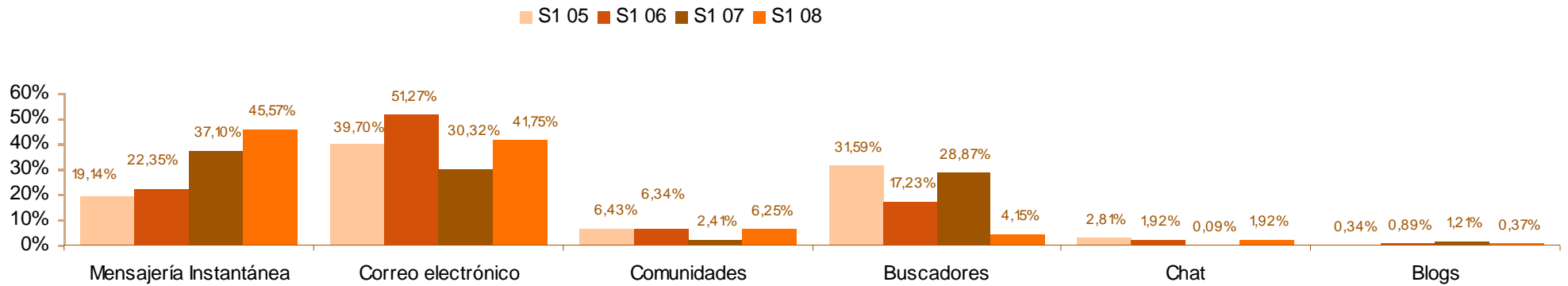
Distribución de ingresos por canal temático primer semestre 2008: “Servicios”



Evolución en porcentaje del total facturado por los canales temáticos de “Servicios” 2005-2008

Canal del anunciante	S1 05	S2 05	2005	S1 06	S2 06	2006	S1 07	S2 07	2007	S1 08
Mensajería Instantánea	19,1%	24,0%	21,7%	22,4%	22,4%	22,4%	37,1%	35,7%	36,5%	45,6%
Correo electrónico	39,7%	37,3%	38,4%	51,3%	25,4%	37,3%	30,3%	21,4%	26,5%	41,8%
Comunidades	6,4%	3,9%	5,1%	6,3%	4,1%	5,2%	2,4%	4,3%	3,2%	6,2%
Buscadores	31,6%	32,4%	32,0%	17,2%	46,2%	32,9%	28,9%	36,6%	32,1%	4,1%
Chat	2,8%	1,9%	2,3%	1,9%	1,5%	1,7%	0,1%	0,5%	0,3%	1,9%
Blogs	0,3%	0,6%	0,4%	0,9%	0,4%	0,6%	1,2%	1,6%	1,4%	0,4%
TOTAL	100%	100%	100%	100,0%	100,0%	100%	100%	100%	100%	100%

Evolución canales temáticos "Servicios" 2005-2008



*connectedthinking