

# IAB celebra su quinquenio digital

**INNOVACIÓN.** Este año implementarán mediciones en el mercado digital

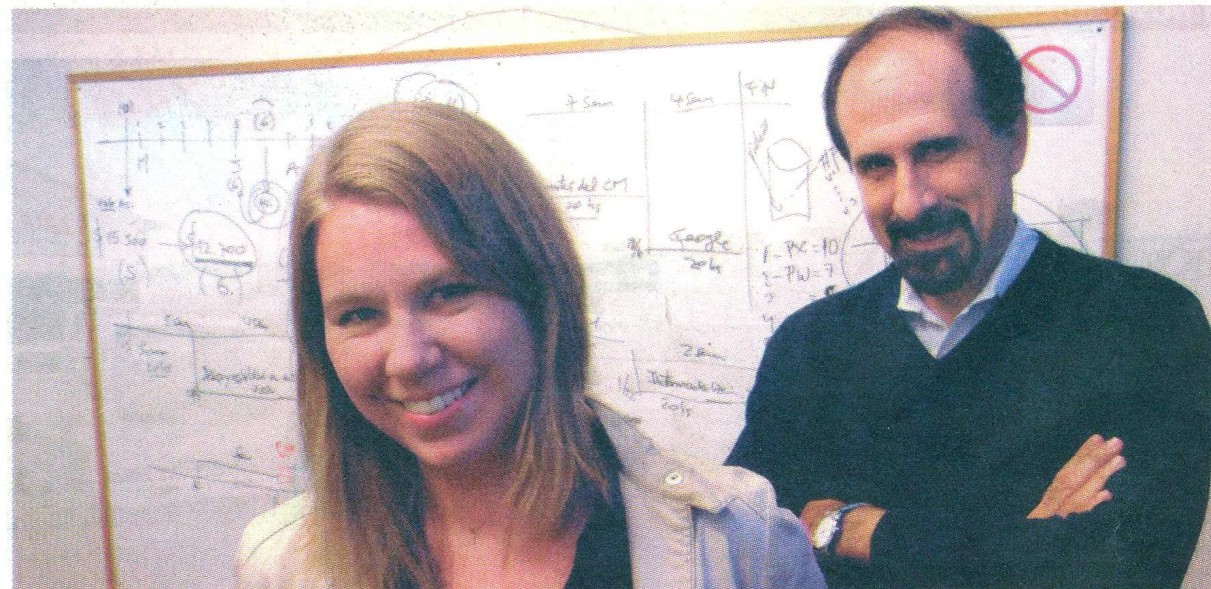
La inversión en la publicidad uruguaya ha mostrado un crecimiento lento pero sostenido. Según el último informe del Centro de Investigaciones Económicas (Cinve) para la Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad (Audap), la participación de la inversión total en publicidad en Internet es de 5% y se espera que para este año llegue al 6%.

De la mano de esta tendencia es que hace cinco años surgió IAB Uruguay, una organización dedi-

cada a promover el marketing interactivo y la publicidad digital en el mercado nacional.

Desde su fundación en 2008, el equipo de IAB busca establecer estándares y guías de publicidad entre la comunidad interactiva, así como “impulsar a las marcas y anunciantes a aprovechar todo el potencial de los medios digitales”, según lo explicó su actual presidente y decano de la Facultad de Comunicación y Diseño de la Universidad ORT, Eduardo Hipogrosso.

De acuerdo a la gerenta general del IAB Uruguay, Marie-France Bourgeois, uno de los primeros objetivos que buscó la organización fue investigar sobre la inversión publicitaria en el mercado uruguayo. Para la difusión de este



La gerenta general del IAB, Marie-France Bourgeois, y su presidente, Eduardo Hipogrosso. N. GARRIDO

“La interacción será importante a medida que la publicidad digital se fusione con la venta”

**Eduardo Hipogrosso**  
PRESIDENTE DE IAB URUGUAY

trabajo también se implementó el armado del congreso IAB Forum, “una puesta a punto del estado del arte del conocimiento del marketing y publicidad digital”, agregó Hipogrosso.

El evento que se realiza todos los años ofrece la oportunidad de conocer los últimos datos estadísticos del volumen de la actividad publicitaria en el área digital. Además, dentro de las presentaciones

del IAB Forum han pasado expositores y referentes de la industria digital de empresas como Google, Facebook y Microsoft.

## Frente al escepticismo

Otra de las áreas en las que la organización busca trabajar son las mediciones en el mercado digital, aspecto que genera escepticismo entre los anunciantes, según lo explicó Bourgeois.

Los representantes del IAB Uruguay adelantaron que traerán un panel de medición online. El panel, que será implementado a través de la certificadora digital Comscore será integrado por 5.000 internautas, y buscará determinar los hábitos del consumo digital de los usuarios uruguayos. Los primeros resultados se esperan para julio. ●

## LAS CLAVES

■ **INTEGRACIÓN** El IAB reúne a agencias, agencias digitales, universidades, medios tradicionales y digitales, investigadores de mercado y consultoras, entre otros.

■ **EVENTO** Este año, el IAB Forum y los IAB Mixx Awards se llevarán a cabo en octubre en la Torre de las Telecomunicaciones de ANTEL.

■ **RECONOCIMIENTO** Los IAB Mixx Awards, que tuvieron su primera edición en 2012, distinguen al talento de agencias, desarrolladores y también anunciantes.