



Martes, 02 de Octubre de 2012

Inicio | Economía | Finanzas | Empresas | Globoeconomía | Asuntos Legales | Vida | Alta Gerencia | Opinión | Tecnología

Edición Impresa | Caja Fuerte | Indicadores | TLC con EE.UU. | Inside LR | Fotonegocios | Foros | Monitor | Suscripciones

**ÚLTIMAS NOTICIAS:** En tres días Colpensiones recibe solicitudes de afiliación de 1.425 personas

ALTA GERENCIA | Martes, Octubre 2, 2012

## Entendiendo la pauta en internet



En la anterior serie de análisis, abordé el tema del posicionamiento en motores de búsqueda, puntualmente en Google, algo conocido como SEO (Search Engine Optimization).

Para esta serie, analizaré un tema muchas veces entendido como “la otra cara de la moneda” o incluso un complemento, usualmente referido como SEM (Search Engine Marketing o Mercadeo en Motores de Búsqueda). Buena parte de la serie se enfocará en las herramientas para hacer publicidad en motores de búsqueda como Google, sin embargo, analizaré otros tipos de pauta en línea, como la que se puede realizar a través de redes sociales como Facebook.

Para esta primera entrega y antes de entrar a los detalles de los diferentes sistemas de pauta en línea, es importante entender las formas cómo se cobra la pauta en internet. Existen varias formas para hacerlo, algunos modelos tendrán ventajas y desventajas. Usualmente es el medio, por ejemplo Facebook o Google, el que decide qué modelo usar y rara vez es el auspiciante el que tiene poder de decisión sobre esto.

El primer modelo se conoce como CPM o costo por mil. Este modelo cada vez se usa menos pero fue muy popular hace unos 10 o 15 años. Para este el auspiciante paga por paquetes de miles de impresión de su aviso o imagen (conocida a su vez como banner). El medio a través del cuál se difunde el aviso promete que el mismo será visto el número de veces contratado, pero que no garantiza cuántas personas hacen clic sobre el mismo. Quienes hacen clic son redireccionados a una página web donde habrá más información sobre la pauta.

El segundo modelo y uno de los más usados en la actualidad es el CPC, o costo por clic. En este caso, el auspiciante solo le paga al medio a medida que las personas hacen clic. Si un usuario no hizo clic, pudo haber visto el aviso pero al auspiciante no le costó nada esto. Medios como Google y Facebook usan en general este modelo. Dependiendo del medio y de otros elementos como el público objetivo y la palabra clave, un clic puede costar desde unos cuantos centavos de dólares a varios dólares.



### Lo + Leído

1. Impuesto al consumo del 7% reemplazará el IVA a restaurantes
2. Con reforma tributaria buscan formalizar 1 millón de colombianos
3. El 1% de la población concentra el 20% de los ingresos totales
4. Los “gadgets” más insólitos de las películas de James Bond
5. Ingeniería civil y de petróleos, las carreras con más futuro

Enlaces patrocinados | [PauteFacil.com](http://PauteFacil.com)

#### Gana un Reloj Cartier



Vota por tu favorito  
Ingresa a Fedco ahora.  
[www.fedco.com.co](http://www.fedco.com.co)

#### VI artBO \*Octubre 2012\*



Galerías, Obras, Talleres  
y Más. Prepárate Desde Ya  
[paginasamarillas.com](http://paginasamarillas.com)

#### Codensa te premia



Recibe notificaciones  
vía mail o sms. Inscríbete  
[www.codensa.com.co](http://www.codensa.com.co)

#### ¿Viajas con frecuencia a USA?

Inscríbete YA. Recibe \*GRATIS tu SIM\*  
Olvídate del Roaming Internacional!  
[www.vir2com.com](http://www.vir2com.com)

Un tercer modelo es el de costo por adquisición, o CPA (en ocasiones CPA también se conoce como costo por acción, que es un modelo diferente que no se aborda en este capítulo). En este modelo, el auspiciante le paga al medio únicamente por usuarios que se han convertido en clientes y han comprado algo. Este sistema requiere de buena tecnología por parte del auspiciante. Empresas como Amazon.com y MercadoLibre manejan este modelo, que también se conoce como el de afiliados. Las piezas de estas empresas aparecen en muchos sitios de internet, muchas personas hacen clics sobre ellas, pero solo pagan en el momento de que un usuario compró. Usualmente al medio se le paga un porcentaje de lo que compró el usuario, que en el caso de Amazon puede oscilar entre el 3% y el 15% (dependiendo del producto).

Existen otros modelos complementarios, como por ejemplo contratar un espacio publicitario por tiempo. Muchos medios de comunicación, como periódicos y revistas que tienen presencia en internet, cobran de esta manera. La idea es que se contrata una parte de la página por cierto tiempo, como lo puede ser 24 horas, una semana o un mes y se paga una tarifa fija. Esta tarifa se respeta independientemente del número de impresiones o clics que se hayan realizado.

En este último modelo por ejemplo, suelen aparecer espacios publicitarios no tradicionales como los denominados patrocinios de página. Estos son espacios que se contratan en los medios, usualmente en la página principal, donde la cabecera, la parte inferior de la página y los laterales, se “disfrazan” de una marca o empresa. Incluso en algunos medios el logo del medio también toma elementos de la empresa o marca contratante. Cuando los patrocinios no están disponibles, los laterales y otros elementos usualmente son blancos y no prestan ninguna función. Este tipo de pauta usualmente se contrata por 24 horas.

En las próximas entregas se analizarán las herramientas de medición que se deben tomar en cuenta al pautar en internet, así como las características de los principales servicios de pauta en este medio, como los son Google y Facebook.

#### ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES

Consultor en Innovación y Estrategias Empresariales y de Int

#### Universal Orlando® Resort

[UniversalOrlando.com/CompraBoletos](http://UniversalOrlando.com/CompraBoletos)

Oferta de tiempo limitado - ¡Compra boletos ya y ahorra hasta \$150!

#### Encuentra pareja en línea

[www.amorenlínea.com](http://www.amorenlínea.com)

Servicio de Búsqueda 100% Gratis! Conoce a esa persona especial.

#### Servidores Dell en Oferta

[Dell.com/CO/PowerEdge](http://Dell.com/CO/PowerEdge)

Empresa: ¡Obtenga Máxima Seguridad! Ahora con Procesadores Intel® Xeon®

Anuncios Google



Add a comment...

Post to Facebook

Posting as Andrés Julián Gómez (Change)

Comment

Facebook social plugin

© 2012, Editorial EL GLOBO. Todos los derechos reservados. | Calle 25D Bis 102A-63 | 4227600 | Agencia Digital: [imaginamos.com](http://imaginamos.com)

[Economía](#) [Empresas](#) [Finanzas](#) [Globoeconomía](#) [Vida](#) [Opinión](#)

[Comercio Exterior](#) [Alta Gerencia](#) [Finanzas](#) [Responsabilidad Social](#) [Infraestructura](#) [Consumo](#)

[Automotores](#) [Finanzas Personales](#) [Tecnología](#) [Twitter](#) [Financiero](#)

[Agronegocios](#) [Asuntos Legales](#) [Foros LR](#)

[Contacto](#) [Suscripciones](#)

[Aviso Legal](#) [Quiénes Somos](#)

Aplicación Blackberry

Móviles

