**Hugo Córdoba Leal**

**LAB 01 – Datos y metricas en el campo del Marketing**

**1. ¿Cuáles son los principales medios publicitarios offline, sus unidades de medida, el tipo de difusión que tienen y la inversión asociada?**

**Televisión**: Se mide en GRPs (Gross Rating Points), que reflejan la cobertura y la frecuencia de los anuncios. Tiene una difusión masiva, alcanzando a un amplio público a nivel nacional o regional. La inversión suele ser alta debido al costo de producción y compra de espacios publicitarios.

**Radio**: Se mide en CPP (Cost Per Point) y audiencia. Tiene una difusión local o nacional y es efectiva para segmentos específicos de la población. La inversión es menor comparada con la televisión, pero puede variar dependiendo del alcance y horario.

**Prensa escrita**: Se mide en CPM (Costo Por Mil) impresiones y tirada. Tiene una difusión local, regional o nacional y permite segmentar por intereses a través de secciones específicas. La inversión varía según el tamaño del anuncio y la circulación del medio.

**Publicidad exterior**: Se mide en OTS (Opportunities To See) y visibilidad. Incluye vallas, marquesinas y carteles con una difusión local o regional. La inversión depende de la ubicación y tamaño de los soportes publicitarios.

**2. ¿Cuál es la diferencia entre SEO y SEM? ¿Y cuáles son las unidades de medida de estos dos medios?**

SEO (Search Engine Optimization): Es el proceso de optimizar un sitio web para mejorar su posición en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda. Las unidades de medida incluyen el tráfico orgánico, la tasa de clics (CTR), el tiempo de permanencia y las posiciones en los rankings de búsqueda. No implica un costo directo, pero requiere inversión en contenido y optimización técnica.

SEM (Search Engine Marketing): Consiste en pagar por anuncios en los motores de búsqueda para aparecer en posiciones destacadas. Las unidades de medida son el CPC (Costo Por Clic), el CTR, la tasa de conversión y el ROI (Retorno de la Inversión). Implica una inversión directa en campañas publicitarias.

**3. ¿Qué otros medios publicitarios online conoces? ¿Y cuáles son sus unidades de medida asociadas, la inversión y el tipo de difusión?**

Redes sociales: Se mide en CPC, CPM, interacciones (me gusta, compartidos, comentarios) y alcance. Tiene una difusión segmentada basada en intereses y demografía. La inversión varía según la plataforma y el tipo de anuncio.

Display advertising: Incluye banners y anuncios gráficos en sitios web. Se mide en CPM, CPC y tasa de conversión. La difusión puede ser amplia o segmentada según el sitio web y la audiencia objetivo. La inversión depende del tamaño y ubicación del anuncio.

Email marketing: Se mide en tasa de apertura, CTR y tasa de conversión. Tiene una difusión directa a una base de datos de correos electrónicos. La inversión es baja comparada con otros medios, pero requiere una lista de suscriptores de calidad.

Video marketing: Se mide en visualizaciones, tiempo de visualización, CTR y tasa de conversión. Se difunde a través de plataformas como YouTube y redes sociales. La inversión puede variar dependiendo de la producción y la promoción del contenido.