zeroazul.

DOSSIER DE MERCADO · NOVIEMBRE 2026

Pauta digital y búsqueda con IA en Colombia

Cuánto se invierte en publicidad digital, hacia dónde se mueve el dinero y qué cambian AI Overviews, AI Mode y ChatGPT para decidir la pauta de 2027.

-3,1 % cayó la inversión en search en Colombia en el 2T 2026, mientras el total digital creció 9,1 % (IAB Colombia).

Corte de datos: 1 de noviembre de 2026

La pauta crece, pero la búsqueda se está mudando a la IA

La inversión digital superó los $3 billones en 2025 y sigue creciendo en 2026. El dinero se va a video y display, y la búsqueda se reparte entre Google y asistentes donde casi no se puede pautar.

$3,04
billones de pesos en publicidad digital en Colombia, 2025
+7,6 %; el 57 % es estimación de IAB

+9,1 %
crecimiento de la inversión digital en el 2T 2026
$847.662 millones, con efecto Mundial

-3,1 %
variación de la inversión en search, 2T 2026
Video +19,2 %, display +34,4 %

24,8 %
de las visitas a chatbots desde Colombia van a Gemini
Octubre de 2025: 4,3 %

CINCO CONCLUSIONES

01 **El mercado crece, pero menos de lo que parece.** $3,04 billones en 2025 (+7,6 % en pesos, ~2,4 % real). El 57 % de la cifra es una estimación de IAB para empresas que no reportan.

02 **El dinero se mueve a video y display.** En el 2T 2026 video crece 19,2 % y display 34,4 %; search cae 3,1 % y redes 2,9 %. No se puede atribuir esa caída solo a la IA.

03 **La búsqueda se reparte.** Google tiene el 92,5 % de las búsquedas, pero chatgpt.com ya es el 6.º sitio más visitado del país y Gemini pasó de 4,3 % a 24,8 % de las visitas a chatbots.

04 **Donde responde la IA, hay menos clics.** En EE. UU. el clic baja de 15 % a 8 % con resumen de IA, y el CTR pagado de 19,7 % a 6,3 %. En Colombia aún no hay medición.

05 **Pautar dentro de la IA apenas empieza.** ChatGPT abrió anuncios en Colombia el 21 de octubre de 2026, sin precios locales. Google no vende anuncios en AI Overviews ni AI Mode aquí.

Qué significa para un director de mercadeo

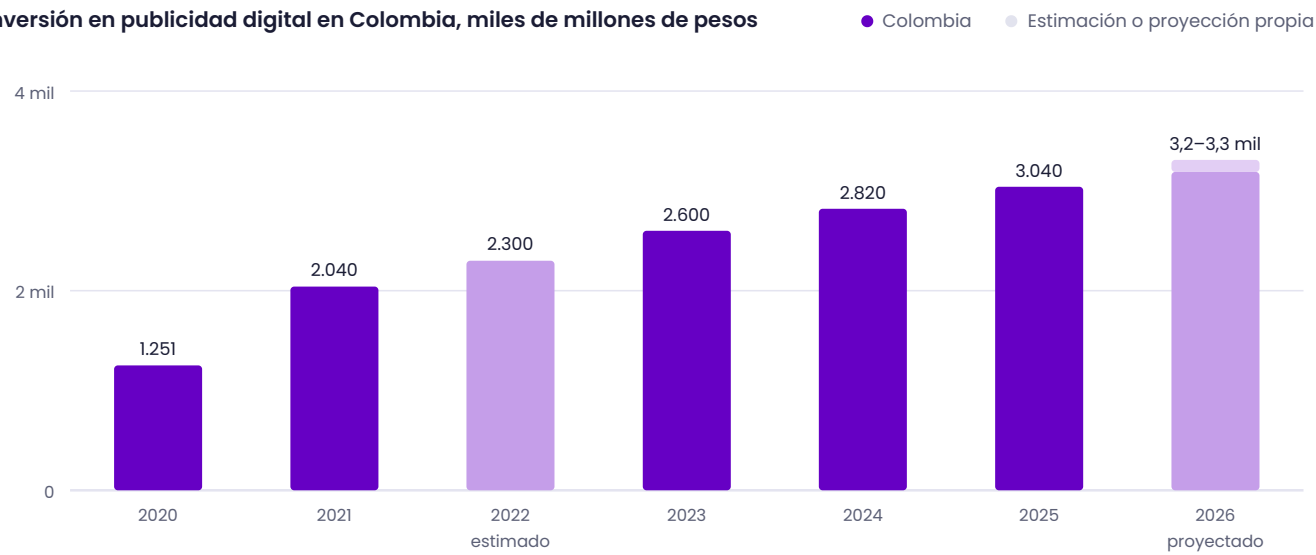
No hay que mover el presupuesto de golpe: Google sigue concentrando la búsqueda y search es el 17 % de la inversión. Lo urgente es medir cuántas visitas y ventas llegan ya desde asistentes de IA, si la marca aparece cuando preguntan por su categoría y qué consultas pagadas compiten con resúmenes de IA.

Hoy la visibilidad en la IA no se compra: se gana con contenido, menciones y técnica.

01 Más de $3 billones, y más de la mitad es estimación

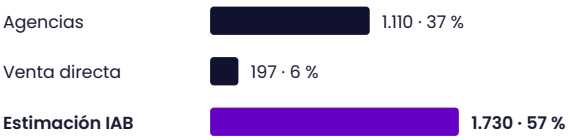
La inversión en publicidad digital crece entre 6 % y 8 % al año en pesos. IAB suma lo que reportan agencias y medios, y estima el resto, incluidas las plataformas que no reportan.

Inversión en publicidad digital en Colombia, miles de millones de pesos



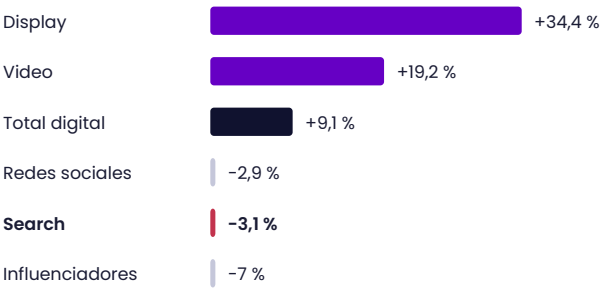
Fuente: IAB Colombia (Gremio o empresa), pesos corrientes. 2022: derivado de 2023 (estimación propia). 2026: proyección propia, 2025 × 1,05–1,09; confianza baja.

De dónde sale la cifra de 2025, miles de millones



Fuente: IAB Colombia. Porcentajes: cálculo propio sobre 3,04 billones.

Variación por formato, 2T 2026 vs 2T 2025



Fuente: IAB Colombia vía Impacto TIC y Noticias RCN.

Ojo con el 59 %. IAB dice que lo digital es el 59 % de la inversión en medios, pero no publica el total. Kantar IBOPE mide $14,54 billones en 2025 a precios de tarifa: es otro universo y no se debe dividir una cifra por la otra.

Solo $1,31 billones de 2025 son dato reportado; el resto lo estima el gremio.

02 El video ya disputa el primer lugar; search pierde terreno

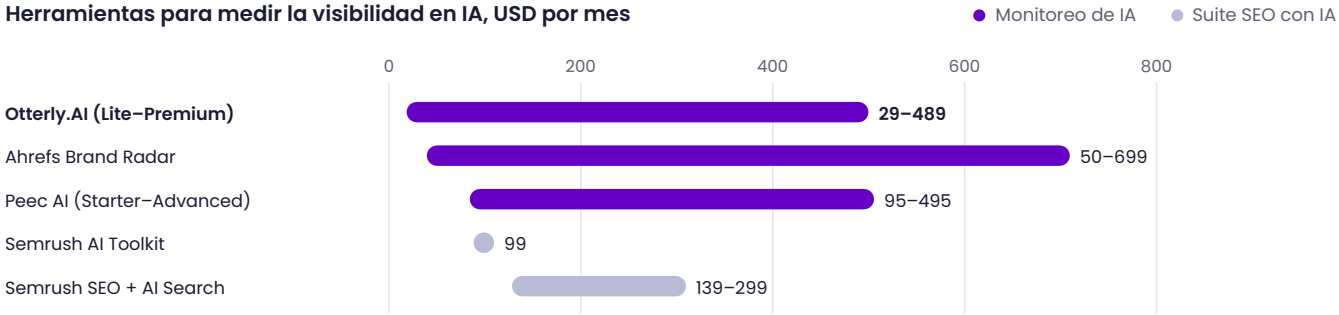
Las redes sociales eran el primer formato en 2021 y en 2025. En el 2T 2026, con el Mundial, el video pasó adelante. IAB no publica cifras por plataforma (Google, Meta, TikTok).

Participación por formato en la inversión digital



Fuente: IAB Colombia (2021, PDF original; 2025, nota oficial; 2T 2026, vía Impacto TIC y Noticias RCN). Participaciones de 2021 y 2025: cálculo propio. "Otras" incluye influenciadores: 1,3 % en 2021, 7,5 % en 2025 y sin participación publicada en el 2T 2026.

Herramientas para medir la visibilidad en IA, USD por mes



Fuente: páginas de precios de cada proveedor, consultadas el 1-nov-2026. Barras: del plan básico al más alto. Profound no publica precios.

La pauta dentro de la IA aún no tiene precio local

OpenAI no publicó CPM, moneda ni mínimo para Colombia. La única referencia es de EE. UU.: un CPM de USD 60 en el piloto de febrero de 2026. Medir si la marca aparece en las respuestas, en cambio, cuesta desde USD 29 al mes.

Search pasó de $536.018 millones en 2024 a $523.987 millones en 2025.

03 Google sigue mandando, pero la pregunta ya va a la IA

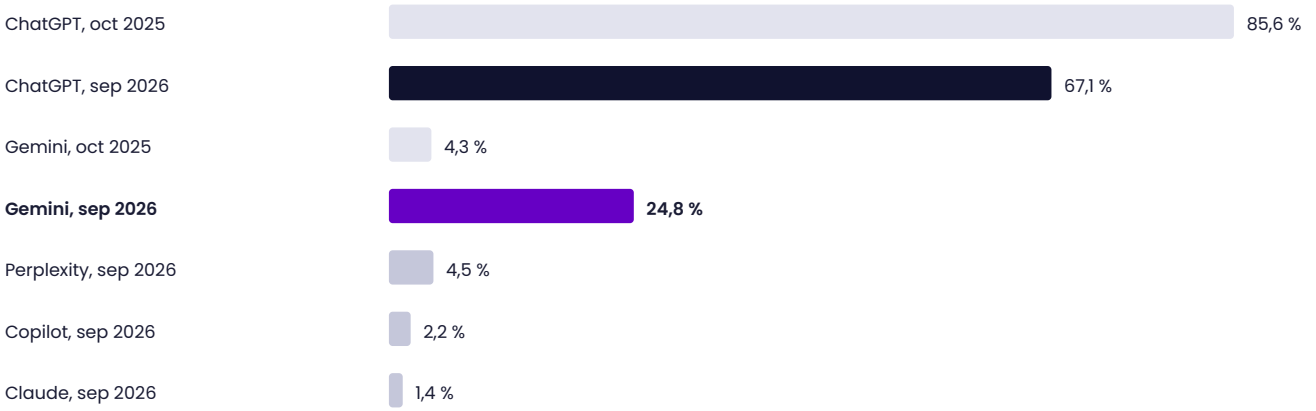
Los colombianos siguen buscando en Google, pero ya preguntan a ChatGPT y Gemini. Donde aparece una respuesta de IA, la gente hace menos clic (datos de EE. UU.).

92,5 %
de cuota de Google en búsquedas desde Colombia
Enero de 2026: 95,6 %. Bing: 5,3 %

n.º 6
puesto de chatgpt.com entre los sitios más visitados desde Colombia
gemini.google.com: n.º 8. Similarweb

8 %
de las visitas con resumen de IA terminan en clic a un resultado (EE. UU.)
Sin resumen: 15 %. Pew, panel de 900 adultos

Visitas a chatbots de IA desde Colombia, % por asistente



Fuente: StatCounter (Terceros), tráfico referido de su red, no usuarios. Octubre de 2026 muestra un salto atípico (Gemini 52,2 %) que también aparece a nivel mundial: dato por confirmar.

Menos clics, también pagados

En EE. UU., Pew mide que el clic baja de 15 % a 8 % cuando hay resumen de IA, y solo 1 % hace clic en un enlace del resumen. Seer mide que el CTR pagado con AI Overview cayó de 19,7 % a 6,3 %. Las marcas citadas en el resumen tienen 91 % más CTR pagado.

Lo que ya llegó a Colombia

AI Overviews desde octubre de 2024, AI Mode en español desde septiembre de 2025 y anuncios de ChatGPT desde el 21-oct-2026. El 47 % de los consumidores ya usa IA generativa para decidir compras (BCG).

Si no lo citan en la respuesta, casi no existe: solo 1 % hace clic en un enlace del resumen.

04 No hay ley de influenciadores: mandan consumo y plataformas

La publicidad digital se rige por normas generales de consumo, datos e impuestos. Las decisiones que más cambian la pauta en IA las toman Google y OpenAI.

MEDIDA	ESTADO	QUÉ SIGNIFICA
Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor)	Vigente	Prohíbe la publicidad engañosa, también la de influenciadores. Multas de hasta 2.000 SMMLV.
Guía de la SIC sobre publicidad con influenciadores	Vigente	No vinculante: pide rotular el contenido pagado en español y de forma visible.
Ley de influenciadores (proyectos)	Propuesta	No hay ley. La Ley 2345 de 2023 trata de publicidad estatal ("Chao marcas de gobierno"), no de influenciadores.
Ley 1581 de 2012 (datos personales)	Vigente	Autorización previa para audiencias, listas y remarketing. No hay regla específica de cookies.
Ley 2300 de 2023 ("Dejen de fregar")	Vigente	Limita horarios del contacto comercial: nada de domingos ni festivos.
IVA a servicios digitales del exterior	Vigente	La pauta en Google, Meta o TikTok facturada desde el exterior paga IVA (tarifa general del 19 %).
Presencia económica significativa (PES)	Vigente	Retención del 10 % sobre el pago de pauta, o 3 % de los ingresos si la plataforma declara.
Anuncios en ChatGPT (OpenAI)	Vigente	Desde el 21-oct-2026, en despliegue gradual: planes Free y Go, mayores de 18. Sin precios locales.
Anuncios en AI Overviews y AI Mode (Google)	No disponible	Solo en 12 países y en inglés. Colombia y el español no tienen fecha.

Lo que cuesta pautar en plataformas del exterior

IVA a servicios digitales
19 %

Retención por presencia económica
10 % (o 3 %)

La retención del 10 % aplica si la plataforma no optó por declarar el 3 % de sus ingresos; consta en su RUT. Ninguna reforma de 2026 cambió estas cargas.

Fuentes: Ley 1480 de 2011, SIC, Ley 2345 de 2023, Ley 1581 de 2012, Ley 2300 de 2023, DIAN (Decreto 2039 de 2023), Google Ads Help, OpenAI y prensa especializada.

La Ley 2345 de 2023 trata de publicidad estatal, no de influenciadores.

05 El riesgo es pagar por clics que no llegan; la oportunidad, ser citado

El inventario de anuncios en IA llega por partes y sin datos locales. Mientras tanto, la diferencia la hace aparecer en las respuestas.

Hoy

ChatGPT abre anuncios en Colombia en despliegue gradual. Google no vende anuncios en AI Overviews ni AI Mode aquí.

4T 2026

Google lleva anuncios de AI Mode a México y Brasil. Colombia sin fecha.

2027

Primeros resultados locales de anuncios en IA e IAB publica la cifra de 2026 (suele salir en marzo o abril).

RIESGOS

Menos clics en consultas informativas — Alto

En EE. UU., con resumen de IA el clic baja de 15 % a 8 % (Pew). En Colombia no hay medición.

Search pierde rendimiento y presupuesto — Alto

Search cae 3,1 % en el 2T 2026; en EE. UU. el CTR pagado con AI Overview bajó de 19,7 % a 6,3 % (Seer).

Marca ausente de las respuestas de IA — Alto

Solo 1 % de las visitas hace clic en un enlace dentro del resumen (EE. UU.): quien no es citado casi no existe en esa respuesta.

Asistentes fragmentados — Medio

Gemini pasó de 4,3 % a 24,8 % de las visitas a chatbots desde Colombia en un año: hay que medir varias plataformas.

Fraude en programática — Medio

31 % de clics inválidos en escritorio en LatAm (Pixalate, 2T 2025). Sin dato de Colombia.

OPORTUNIDADES

Ser citado en respuestas de IA (GEO)

Las marcas citadas en AI Overviews tienen 35 % más CTR orgánico y 91 % más CTR pagado (Seer, EE. UU.; correlación).

Video y display

Video +19,2 % y display +34,4 % en el 2T 2026; video ya es el 32,1 % del trimestre.

Tráfico de IA con más intención

En el comercio de EE. UU. convirtió 31 % más que otras fuentes en la temporada navideña de 2025 (Adobe).

Anuncios en ChatGPT, primeros en llegar

Inventario nuevo desde el 21-oct-2026, con poca competencia local. Sin precios ni resultados publicados para Colombia.

Peso revaluado

TRM de 3.148 el 28-oct-2026 frente a 4.052 de promedio en 2025: la pauta facturada en dólares sale más barata, mientras dure.

Las marcas citadas en el resumen de IA reciben más clics orgánicos y pagados (Seer, EE. UU.).

06 Qué haría un director de mercadeo con esta información

01 **Medir antes de mover.** Separar en la analítica las visitas de chatgpt.com, Gemini y Perplexity, y su conversión. Sin ese dato, cualquier cambio de presupuesto es a ciegas.

02 **Auditar la visibilidad de la marca en IA.** Revisar si aparece, junto a quién y con qué fuentes cuando los clientes preguntan por la categoría en ChatGPT, Gemini y AI Mode.

03 **Revisar search consulta por consulta.** Comparar el CTR propio en consultas con y sin resumen de IA, y reforzar las de marca y compra, menos expuestas.

04 **Hacer contenido que la IA pueda citar.** Respuestas directas, datos propios con fuente, presencia en YouTube y medios, y no bloquear OAI-SearchBot en robots.txt.

05 **Probar anuncios en ChatGPT con tope.** Cuando la cuenta esté habilitada, con presupuesto acotado y meta de aprendizaje: no hay precios ni resultados locales.

LO QUE TODAVÍA NO SABEMOS

Lo más útil para decidir no está publicado. Estas preguntas se responden con los datos de la propia empresa y una auditoría de visibilidad.

PREGUNTA	DE DÓNDE SALDRÍA EL DATO
¿Aparece mi marca cuando alguien pregunta por mi categoría en ChatGPT, Gemini o AI Mode? ¿Junto a quién?	Auditoría de visibilidad con las preguntas reales de los clientes
¿Cuántas visitas y ventas llegan hoy desde asistentes de IA?	Analítica web (referidos de chatgpt.com, gemini, perplexity) y CRM
¿Cuánto cae el CTR orgánico y pagado en Colombia cuando hay resumen de IA?	Search Console y Google Ads de la empresa, consultas con y sin resumen
¿Cuánto cuesta y cuánto rinde anunciar en ChatGPT en Colombia?	Prueba controlada en Ads Manager cuando la cuenta esté habilitada
¿Cuántos clientes de mi categoría usan IA para elegir proveedor?	Encuesta propia a clientes; BCG solo da un dato general (47 %)
¿Qué parte de la inversión digital del país va a Google, Meta o TikTok?	No se publica; IAB solo desglosa por formato

Lo que más importa para decidir no está publicado: hay que medirlo.

Cómo leer las cifras de este dossier

Tipos de dato

Oficial	DIAN, normogramas oficiales, SIC, documentación oficial de Google.
Gremio o empresa	IAB Colombia, estudios y páginas de empresas (Ahrefs, Seer, Adobe, Similarweb, proveedores de herramientas).
Terceros	Prensa, StatCounter, DataReportal, Pew, consultoras y agencias.
Propia	Cálculos de este dossier: proyección 2026, participaciones, crecimiento real, conversión a dólares. Son órdenes de magnitud.

Nivel de confianza

Alta	Fuente oficial leída, o varias fuentes independientes que coinciden.
Media	Una fuente sólida consultada solo en fragmento, o dos fuentes que coinciden.
Baja	Una sola fuente, un fragmento ambiguo o una contradicción.

La serie de IAB y la ausencia de anuncios de Google en IA tienen confianza alta. Los anuncios de ChatGPT en Colombia, confianza media: el centro de ayuda de OpenAI no se pudo abrir.

LIMITACIONES

- Todos los datos de clics y conversión con IA son de EE. UU. o del mercado en inglés; no hay mediciones en Colombia ni en español.
- El 57 % de la cifra anual de IAB es una estimación con método no publicado. Kantar IBOPE (a tarifa) no es comparable con IAB.
- StatCounter y Similarweb miden tráfico de sus redes, no usuarios. No hay cifras públicas por plataforma (Google, Meta, TikTok) ni de inversión en anuncios dentro de la IA.
- Varias cifras de IAB de 2023, 2024 y 2026 se leyeron en prensa que cita al gremio, no en el informe original. La proyección de 2026 es propia y de confianza baja.

FUENTES PRINCIPALES

IAB Colombia · StatCounter · Similarweb · DataReportal · Google Ads Help y Google Blog · OpenAI vía PPC Land, El Tiempo e Impacto TIC · Pew Research Center · Ahrefs · Seer Interactive · Adobe · BCG · Reuters Institute · Aggarwal et al. (GEO) · DIAN · SIC · normogramas oficiales · Kantar IBOPE Media vía Forbes · proveedores de herramientas de visibilidad en IA.

El informe de investigación completo, con cada cifra, su enlace, su fecha y la tabla de contradicciones, acompaña a este dossier.

Cada cifra tiene fuente, fecha y nivel de confianza. Lo que no existe publicado se declara, no se rellena.

zeroazul.

SIGUIENTE PASO

Antes de mover la pauta, mide tu visibilidad en IA

Una auditoría de visibilidad en buscadores de IA (GEO) muestra si tu marca aparece cuando tus clientes preguntan en ChatGPT, Gemini o AI Mode, y junto a quién. Con una revisión de tu mezcla de pauta y de tus datos de Search Console y Google Ads, responde las preguntas que este dossier deja abiertas. La hacemos contigo en Zero Azul.

Cristian Parada
Medellín, Colombia
+57 319 594 7797
zero@zeroazul.com

Camilo Torres
Bogotá, Colombia
+57 313 714 6401
camilo.torres@zeroazul.com

Angy Castaño
Medellín, Colombia
+57 333 736 8562
angy.castano@zeroazul.com