

Publicidad en la red crece 20%

La industria de la publicidad en internet, a diferencia del resto de las ramas de la comunicación, se fortaleció con la crisis económica mundial y en el primer semestre del año reportó un crecimiento 20% en comparación con el mismo periodo de 2008.

De acuerdo con IAB México, la Asociación de Marketing Interactivo que promueve el uso de internet como plataforma de marketing, este crecimiento de dos dígitos en los primeros seis meses obedece a que los impactos de la adversidad económica obligó a las marcas a sofisticar sus estrategias de mercadotecnia e incorporar diversas acciones interactivas.

De esta forma, las marcas se atrevieron a rebasar la línea para no quedarse solamente en el hecho de comunicar la oferta de valor, sino además interactuar con su audiencia.

El reporte de IAB México revela que la inversión publicitaria online en nuestro país, compuesta por display (banners, botones, video, etcétera) y search, en el primer semestre sumó mil millones de pesos. Entre abril y junio esta industria se anotó otro gol en México al facturar un máximo histórico de 610 millones de pesos, superando la cifra más alta, que había sido la del cuarto trimestre de 2008.

En México el potencial del mercado es muy grande, apenas en 2008 la inversión en publicidad interactiva ya representaba cerca de 4% del total invertido en este rubro, y en mercados más maduros, como Reino Unido, este año la inversión online superó por primera vez la inversión en televisión que reafirma la tendencia del crecimiento que puede tener esta industria.

"Cada año más empresas voltean a ver internet como la plataforma idónea para relacionarse con sus consumidores", comentó Bianca Loew, directora de IAB México.

Por su parte Rafael Jiménez, director de la asociación, comentó que "la crisis detonó que las empresas mexicanas cuestionaran la forma en que gastan en publicidad, para que sobre este racional se decidieran por opciones más efectivas como internet, que brindan un mayor valor tanto a los anunciantes como a los consumidores".

Finalmente, la asociación puntualiza que los datos duros revelan que cada año más y más empresas ven en internet la plataforma idónea para dialogar o interactuar con sus consumidores, y esa tendencia va de la mano con el crecimiento acelerado de número de usuarios en el país, que ya son más de 30 millones de personas.