

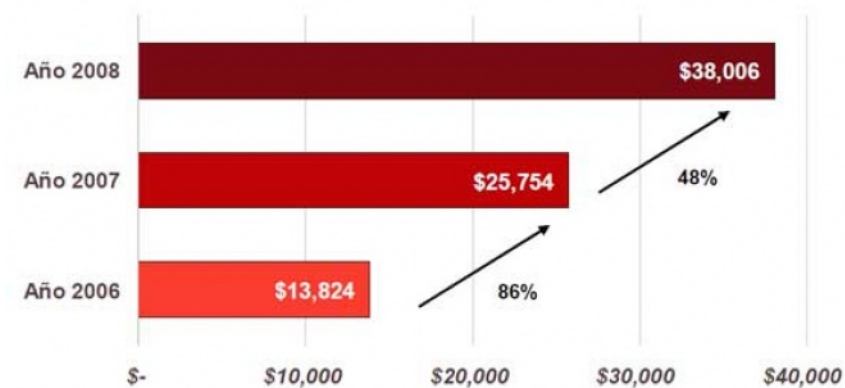
Publicidad por internet en Colombia creció 48%

Dirección Fuente <http://www.donnyvasquez.com/node/28>

Por: *superadmin*

Fecha: 05/07/2009 - 06:18

Estimado del mercado en Colombia



Cifras expresadas en millones de pesos

Un estudio de PricewaterhouseCoopers indica que el año pasado los principales medios de comunicación por internet vendieron 38,000 millones en pauta publicitaria. En medio de la caída en la inversión publicitaria, como efecto de la recesión mundial, las cifras de inversión en internet en Colombia siguen mostrando signos alentadores.

Las inversiones estimadas llegaron a los \$38,000 millones el año pasado, cifra que significa un crecimiento del 48% frente al año anterior, en donde la inversión en medios digitales sumó \$25,700 millones.

Cabe destacar, sin embargo, que el crecimiento de 2008 fue un poco más moderado que en 2007, cuando el aumento en la inversión publicitaria fue de 86%, tendencia que se registra en todos los mercados publicitarios del mundo.

"Al inicio fue difícil convencer a las Directivas de invertir en Internet debido a que en la Compañía nadie se había atrevido a hacerlo. Debido a la poca penetración que tenía este medio y que el retorno en la inversión no era inmediato, pero ya que la marca ingresó en Internet los resultados han sido espectaculares debido a que el Consumidor la considera una marca moderna que está hablando su lenguaje. El jefe de marca de una compañía productora de alimentos.

Los anunciantes del segmento de telecomunicaciones continúan representando la categoría más importante de inversión en medios digitales. En 2008 alcanzó el 27% del total de la inversión. Comparando la información reportada por las agencias que reportan el crecimiento fue de 110%.

Los anunciantes de vehículos automotores son el segundo segmento de mayor inversión en medios digitales.

Según un sondeo entre los internautas -comparando la publicidad en varios medios- se observó que televisión e Internet son los medios con mayor impacto, siendo la publicidad en televisión la que genera mayor credibilidad, seguida por la publicidad en Internet que a su vez brinda mayor información sobre el producto.

La publicidad en esos dos medios es a su vez catalogada como la más entretenida.

www.elspectador.com
