

Gran Bretaña: la publicidad en Internet sustituirá a la televisión en 2009

Como consecuencia de la penetración de Internet, el abaratamiento de las computadoras y el constante crecimiento de las audiencias online desde hace una década, el mundo de la publicidad tradicional está comenzando a temblar.

La tendencia avanza a paso firme en mercados más desarrollados, como el de Gran Bretaña, donde se espera que la Red supere a la televisión como medio publicitario hacia finales de 2009, según un reporte difundido recientemente.

Claro está, el de Gran Bretaña es el mercado publicitario más desarrollado del mundo, valorado en US\$ 5.600 millones en 2007, indica un reporte del Internet Advertising Bureau (IAB), PricewaterhouseCoopers y World Advertising Research Centre difundido por Reuters.

El informe agrega que los anuncios en Internet crecieron un 38% en comparación con el año anterior, impulsados por el crecimiento del número de usuarios, la disponibilidad de computadoras de bajo costo y la creciente popularidad de la televisión online.

"Dada el alza de las velocidades de banda ancha y que los consumidores pasan más tiempo en más sitios, la perspectiva para la publicidad online es prometedora. De hecho esperamos que supere a la televisión en el 2009, cuando se convertirá en el mayor medio en Gran Bretaña", sostuvo Guy Phillipson, presidente de IAB.

El motor

Internet fue, según el estudio, el principal motor del crecimiento de la publicidad británica en 2007, que en total registró un incremento del 4,3% por un valor global de US\$ 36.580 millones.

Los anuncios online captaron un 15,3% del mercado publicitario, por encima del 11,4% de 2006, pero todavía por detrás de la publicidad en la prensa (19,9%) y la televisión (21,8%), consignó Reuters.

Disponível em: <<http://beta.americaeconomia.com>>. Acesso em 9/4/2008.