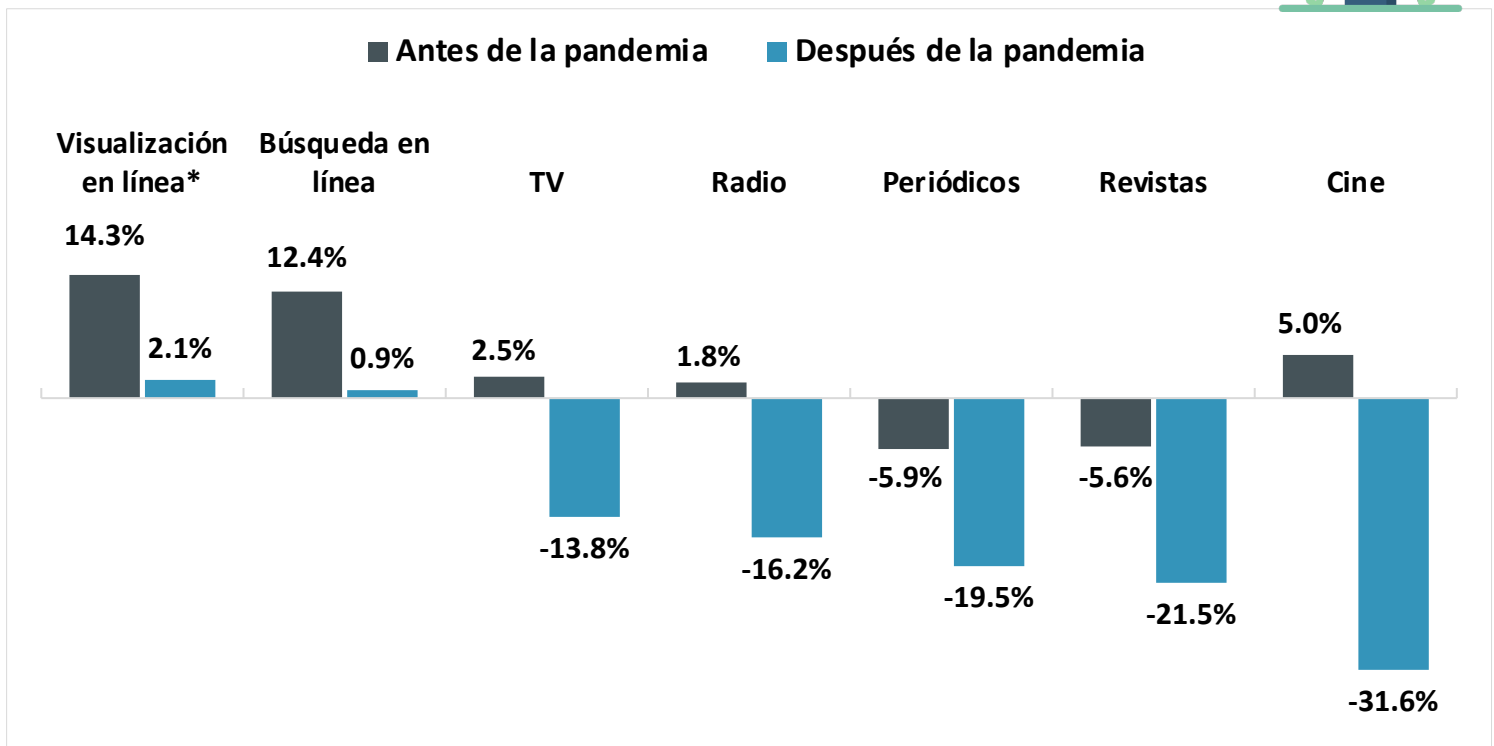


EL CAMBIANTE MUNDO PUBLICITARIO

Por María Fernanda Castro

ESTIMACIÓN ANTES Y DESPUÉS DE LA PANDEMIA DEL GASTO MUNDIAL EN PUBLICIDAD, POR MEDIO

(Cambio porcentual año tras año, 2020)



*Incluye redes sociales y videos en línea.

Fuente: Visual Capitalist, WARC Data Adspends Database.

Siempre se ha predicho que los formatos tradicionales de los medios de comunicación algún día iban a dejar de utilizarse, sin embargo, puede que la pandemia haya acelerado este proceso. Se predice que a final del 2020, el gasto mundial en publicidad verá un aumento en los formatos de medios en línea y una disminución significativa en los formatos tradicionales del mismo. Esto se debe a que los consumidores están pasando mucho más tiempo en casa pero, aún así, los servicios que utilizan son de streaming como Netflix y Hulu por lo que se está transmitiendo el doble de video en línea en comparación al 2019. Según datos mostrados por WARC, el crecimiento en el gasto en publicidad después de la crisis del 2008, tardó alrededor de 8 años para mostrar niveles similares a la pre-crisis. Esto demuestra que quizá no sea posible volver a las mismas tasas de crecimiento del gasto anteriores a la pandemia por mucho tiempo.