

PuroMarketing

La inversión en publicidad crecerá a nivel mundial en un 6% para 2020



El cierre de 2019 será menos optimista de lo que se esperaba en un primer momento, pero seguirá siendo positivo

Recta final del año, arranque de la temporada de pronósticos de gasto e inversión en el mercado publicitario. El último de ellos llega de la mano de Warc y analiza hacia dónde irán los presupuestos publicitarios durante el año próximo. La conclusión general es que las cifras serán positivas. Las marcas y las empresas gastarán más en publicidad y lo harán impulsadas por las grandes citas del año.

Los Juegos Olímpicos impulsarán la inversión en publicidad, que también se verá reforzada a nivel global por el crecimiento del mercado estadounidense (que vivirá el año que viene sus elecciones presidenciales y que registrará, por tanto, un crecimiento en el gasto publicitario). **Habitualmente, el tirón de los Juegos Olímpicos es muy elevado como motor de la inversión publicitaria**, pero las previsiones para esta edición son todavía superiores. En EEUU, por ejemplo, la cadena responsable tradicional de su retransmisión (la NBC) cree

que logrará ingresos récord por publicidad asociada a los Juegos. Las previsiones son las de que se superen los ingresos que generaron los JJOO de Río.

¿Qué exactamente lo que señala el estudio?

Los analistas de Warc creen que la inversión global en publicidad se situará en 2020 en 656.000 millones de dólares. Esta cifra supone un crecimiento del 6% interanual.

El mercado crecerá así mucho más de lo que lo hará este año. Warc estima que se cerrará 2019 con un discreto crecimiento del mercado publicitario global del 2,5%. En su anterior previsión para 2019, la firma de análisis esperaba que el año se cerrase con un crecimiento del 4,3%, pero acaba de reducir la previsión de inversión publicitaria por la desaceleración global del consumo y por los datos económicos.

Los datos también confirman una de las tendencias dominantes durante los últimos años. El gasto publicitario está siendo cada vez más elevado en el entorno digital y este está sobrepasando ya a otros grandes players de la industria de la publicidad. En 2020, estima Warc, la publicidad digital superará por primera vez en sus previsiones a los canales tradicionales en gasto publicitario total.

Internet se llevará, por primera vez, más de la mitad del gasto publicitario. Los anuncios online supondrán 336.000 millones de dólares.

Google, Facebook y Amazon en el mercado global

De este elevado gasto, el más beneficiado será Google. El gigante tiene el porcentaje más elevado en la cuota global de publicidad online y, dado el elevado peso de esta en el total del gasto de publicidad, de publicidad en general. El 23% del mercado mundial publicitario estará así en manos de Google, que superará a Facebook ampliamente. La red social se lleva el 13% del gasto. Amazon, el player emergente, es ya el 2,5%. Eso sí, si se suman las cuotas de mercado de los tres, se llega a la impresionante cifra del 40% del mercado publicitario global, lo que hace que, como recuerdan en Marketing Dive, se pueda empezar ya a hablar del triopolio.

Quién gastará en anuncios

Por otro lado, el estudio no solo permite comprender quién se lleva la mayor parte de la tarta de la inversión publicitaria, sino también quién está detrás de ese gasto.

Las empresas de servicios financieros serán las que aumenten más su gasto en publicidad en 2020. Lo subirán en un 12% y se gastarán 53.400 millones de dólares. Ese crecimiento superará al de los bienes de consumo para el hogar (11%), al de los transportes y turismo (9%) o al de telecomunicaciones y utilities (8,5%).

Otras cifras

Las previsiones de Warc para 2020 son más optimistas que las de Zenith, otra de las compañías que ha ya lanzado sus cuentas para el futuro inmediato. Zenith cree que el mercado crecerá solo un 4,4% y que se quedará en los 640.000 millones de dólares. Además, ha ido moderando sus previsiones y volviéndose más conservadora en cifras de crecimiento. Su anterior previsión para 2020 hablaba de un crecimiento del 4,6%.