

Brasil, México y Argentina son los países de Latam que más invierten en publicidad digital

A la cabeza en inversión publicitaria en el mundo digital destaca Brasil, donde el gasto fue de 750 millones de dólares, seguido de lejos por México, que alcanza los 370 millones de dólares.

Más atrás aparecen Argentina, país que representa 260 millones de dólares en publicidad digital, y Chile que queda con 105 millones.

En lo referente a la publicidad online la más popular en Latinoamérica es la conocida como "display", salvo en el caso de Brasil, donde los buscadores se llevan el mayor porcentaje de la inversión.

El informe de la IAB también desvela que las tasas de clic en la "publicidad display" (CTR) son mayores en Latinoamérica a las registradas en América del Norte en algunas categorías.

Concretamente, sobresalen en varios puntos como en lo referente a los banners estándar, ya que en Latam tienen un 0,14% de tasa de clics cuando en Norteamérica es de solo el 0,10%.

Mayor diferencia se da en el apartado de los anuncios "rich media", porque Latinoamérica tiene un 0,34% de CTR y en América del Norte presentan solo un 0,15%.