

# (#82) . ¿LA PUBLICIDAD ONLINE ESTÁ CANIBALIZANDO LA IMPRESA?

**[REVISIÓN DE ARTÍCULO]** En los últimos años la industria de la prensa en papel ha visto recortados sus beneficios por la aparición de los medios online. Incluso medios tan prestigiosos como el Chicago Tribune o Los Angeles Times han solicitado la bancarrota. La causa principal es la **caída de los ingresos por publicidad** debido a la pérdida de lectores.

**Entre 2006 y 2010 los ingresos por publicidad en prensa en Estados Unidos cayeron un 48%**, lo que equivale a \$25 billones, lo que es muy grave ya que la publicidad es un 80% de los ingresos de un periódico. Hasta un 90% de esa cantidad es publicidad impresa (el resto podrían ser encartes, por ejemplo). En 2010, por cada dólar de incremento en inversión en publicidad online, los periódicos perdieron 7 dólares en publicidad impresa. Lo que se plantea esta investigación es si realmente existe esa aparente canibalización.

Recordemos que el concepto de comunicación integral de marketing (IMC en sus siglas en inglés) sugiere que las marcas podrían obtener un efecto sinérgico al emplear varios medios y soportes, en relación a usar sólo un medio. **La investigación de [Havlena, Cardarelli & Montigny \(2007\)](#) provee evidencia empírica sobre la sinergia entre la publicidad impresa y online.**

La literatura sugiere que los anunciantes perciben los diferentes opciones en los medios como sustitutivas, aunque también hay una parte de estudios que indican que indican los efectos sinérgicos de anunciarse en diversos medios.

Según [Kaiser & Kongsted \(2012\)](#) los lectores ven las versiones en papel y online de un periódico como sustitutivos. Sin

embargo, también sugieren que el crecimiento en visitas de la web está asociado con el incremento de las suscripciones a una revista en papel. No obstante, **el estudio de [Zentner \(2012\)](#) sobre 11 años de datos en 80 países revela que el crecimiento en la penetración de internet ha tenido un efecto adverso en la inversión en publicidad impresa en la prensa.**

**La entrada en el mercado de [Craigslist](#), una empresa que gestiona anuncios clasificados a nivel mundial también ha supuesto una amenaza a los ingresos que por este concepto recibía la prensa escrita.**

Los autores de esta investigación emplean datos de gasto en publicidad de anunciantes de un periódico de una importante ciudad de Estados Unidos desde 2007 a 2011, en sus versiones en papel y online.

Los resultados del estudio muestran lo siguiente: (1) **Sólo entre un 4 y un 9% de la pérdida en publicidad en prensa es atribuible a la canibalización debida el incremento del atractivo de anunciarse en la versión online. La mayor parte de esas pérdidas provienen por el trasvase de inversión a otros medios de comunicación. Ante esta situación, los autores recomiendan algo curioso, como es un sistema de incentivos muy agresivos a los vendedores de publicidad impresa de los periódicos, es decir, que las comisiones de incrementen mucho para así incrementar su motivación;** (2) **Esa pérdida del 4-9% en publicidad es lo suficientemente importante para alterar la cuenta de beneficios del periódico, es decir, globalmente, el periódico se ve perjudicado.**

[Sridhar, S. & Srinivasaraghavan, S. \(2015\). Is Online Newspaper Advertising Cannibalizing Print Advertising?. \*Quantitative Marketing and Economics\*, 13 \(4\), 283-318.](#)

Indicadores de calidad de la revista\*

JCR Impact Factor (2014): **0.97**

SJR Impact Factor (2014): **2.26**

*\* Es simplemente un indicador aproximado para valorar la calidad de la publicación*

16510	LA REVOLUCIÓN DIGITAL EN ESPAÑA
16511	GRANDES MARCA: IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN INTEGRADAS
16512	LOS ACCIDENTES DE TRÁFICO EN LA SEMANA DE LOS SALARIOS 2016
16513	EFFECTO NEGATIVO DE RESPONSABILIDAD Y CONCIENCIA DE PRODUCCIÓN DE SEGURIDAD
16514	RECLAMOS PARA CERRAR EL CICLO DE VENTA FRECUENTE
16515	RESCATE DE UN VEHÍCULO EN LA CARRETERA DEL TUNEL DE PRODUCTO SALADABLES
16516	LAS INTERACCIONES PERSONALES A LA BÚSQUEDA DE UNA BUENA FUNCIÓN MÁS QUE UNA INSTITUCIÓN
16517	MEJOR UN SÍMBOLO QUE UNO PARA MEJORES ACCIONES
16518	EL TRABAJO COMO UN ELEMENTO DE INICIACIÓN DE UN NEGOCIO
16519	ESTRATEGIA DE MARKETING PARA LA DIFUSIÓN DE PRODUCTOS
16520	MARKETING Y COMUNICACIÓN: ¿CÓMO SE RELACIONAN EN LA PRÁCTICA LABORAL?
16521	TRANSFORMACIÓN DE NEGOCIOS DE PRODUCTOS A SUS COLECCIONES CORPORATIVAS
16522	MARKETING Y LA DIFUSIÓN DE PRODUCTOS DE CONTACTACIÓN POR FAX
16523	ESTRATEGIA DE MARKETING Y UNO COMPASO DE NEGOCIOS
16524	INVESTIGACIÓN DE MARKETING EN EL COMERCIO DEL COMERCIO
16525	CÓMO NO SE CREA EN EL MARKETING DEL NEGOCIO
16526	MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL: EL MARKETING EN LOS NEGOCIOS CON SÍMBOLO Y MARKETING
16527	MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL: EL MARKETING EN LOS NEGOCIOS CON SÍMBOLO Y MARKETING
16528	LA CANTIDAD DEL MARKETING EN EL NEGOCIO
16529	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16530	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16531	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16532	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16533	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16534	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16535	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16536	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16537	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16538	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16539	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16540	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16541	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16542	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16543	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16544	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16545	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16546	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16547	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16548	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16549	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16550	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16551	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16552	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16553	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16554	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16555	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16556	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16557	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16558	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16559	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16560	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16561	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16562	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16563	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16564	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16565	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16566	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16567	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16568	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16569	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16570	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16571	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16572	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16573	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16574	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16575	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16576	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16577	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16578	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16579	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16580	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16581	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16582	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16583	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16584	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16585	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16586	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16587	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16588	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16589	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16590	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16591	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16592	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16593	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16594	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16595	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16596	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16597	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16598	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16599	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL
16600	MARKETING Y NEGOCIOS: EL MARKETING EN LA PRÁCTICA LABORAL