



60% de la inversión publicitaria se dirigirá al sector digital durante el 2022 con el *retail media* creciendo a triple dígito

- *eMarketer analiza el impacto del retail media en el mercado de la publicidad digital, y cómo los equipos de marketing responden al desafío.*
- *Mercado Libre se posiciona como líder del retail media en la industria publicitaria con Mercado Ads.*

Ciudad de México, 25 de mayo de 2022— La evolución de la publicidad hacia el universo digital no ha parado, por el contrario, se han sumado cada vez más marcas, con mayor confianza, para desarrollar nuevas estrategias y oportunidades. Durante este 2022 se ha previsto que **casi el 60% de la inversión publicitaria se dirigirá al sector digital.**

Para entender la dinámica que está adquiriendo el escenario regional, eMarketer elaboró el [reporte *Latin America Retail Media Advertising 2022*](#), con datos actualizados del sector. El informe revela que los mercadólogos están siendo motivados a cambiar sus decisiones de inversión -casi **el 50% reconoce que su mix de medios se ha transformado “completamente”** en los últimos años-, y que el *retail media* no solo convoca millones de personas a comprar, sino previamente a descubrir y comparar, desplazando a los motores de búsqueda tradicionales y creciendo más de 102% vs el inicio de la pandemia.

Este contexto consolida el ascenso de un nuevo medio de comunicación: el *retail media*, en el que [Mercado Ads](#) se posiciona como líder en Latinoamérica, de acuerdo con el *Latin America Retail Media Advertising 2022*, de eMarketer.

“Los *retailers* están impulsando cambios significativos en el ecosistema de los medios, aportando más valor para los consumidores y mejores resultados para las marcas. Lo más importante ahora es analizar cuáles son los siguientes pasos que deben darse para potenciar estos canales de comunicación y llegar a más personas con mensajes concisos”, señaló Fernando Rubio, vicepresidente de Mercado Ads.

El reporte *Latin America Retail Media Advertising 2022* contiene valiosas conclusiones para anticiparse a las tendencias que se vienen: hacer del *retail media* una parte integral del *mix* de inversión, diseñar una estrategia que acompañe el ciclo de compra, es decir, desde que el consumidor busca, decide, hasta cuando toma la decisión de compra; y finalmente, potenciar los datos de primera mano para ofrecer experiencias cada vez más personalizadas.



El *retail media* no solo desafía el dónde, sino también cómo hacer mejor publicidad para (re)conectarse con las audiencias.

Sobre Mercado Libre

Fundada en 1999, Mercado Libre es la compañía de tecnología líder en comercio electrónico de América Latina. A través de sus plataformas Mercado Libre, Mercado Pago y Mercado Envios, ofrece soluciones para que individuos y empresas puedan comprar, vender, anunciar, enviar y pagar por bienes y servicios por internet.

Mercado Libre brinda servicio a millones de usuarios y crea un mercado online para la negociación de una amplia variedad de bienes y servicios de una forma fácil, segura y eficiente. El sitio está entre los 50 sitios con mayores visitas del mundo en términos de páginas vistas y es la plataforma de consumo masivo con mayor cantidad de visitantes únicos en los países más importantes en donde opera, según se desprende de métricas provistas por comScore Networks. La Compañía cotiza sus acciones en el Nasdaq (NASDAQ: MELI) desde su oferta pública inicial en el año 2007 y es una de los mejores lugares para trabajar en el mundo según ranking GPTW.