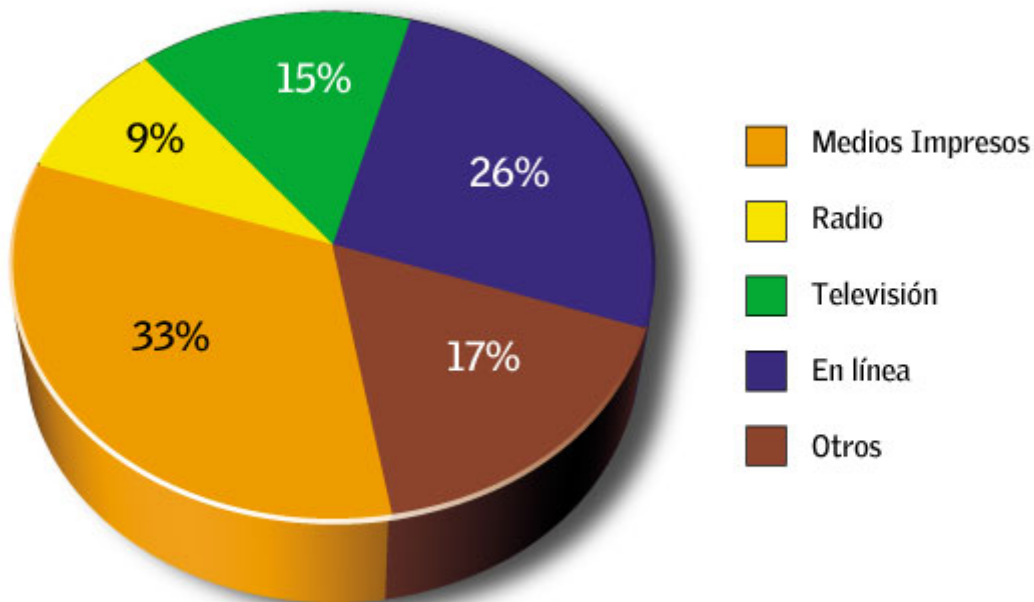


Gastos de publicidad de los sitios de e-commerce (2000)

Las empresas de comercio electrónico Latinoamericanas habrán gastado, al finalizar el año 2000, un total de 129.145.421 dólares en publicidad, de los cuales el 32,9 por ciento se lo llevan los medios impresos, seguido por 26 por ciento para publicidad en línea, 17,1 en gastos promocionales, 14,8 para televisión y 9,2 para radio. Se espera que la publicidad en línea coja cada vez más fuerza y que los ejecutivos designen mayor parte de sus presupuestos a este medio.

Poder - Diciembre 11 - 15 / 2000

Gastos en publicidad de los sitios de comercio electrónico para el año 2000 en América Latina.

fuelle: IDC