

- Portada
- Weblog|Retiario
- Empresas
- E-Sociedad
- Seguridad
- Software libre
- Juegos
- Cultura
- Gráficos
- Entrevistas
- Personajes
- Libros
- Pasatiempos
- Agenda
- La Imagen

elmundo.es

- Portada
- España
- Internacional
- Economía
- Sociedad
-

Buscar en

EMPRESAS

CONFERENCIA EN MADRID

La publicidad en Internet es ya más eficiente que en televisión, según Yahoo!

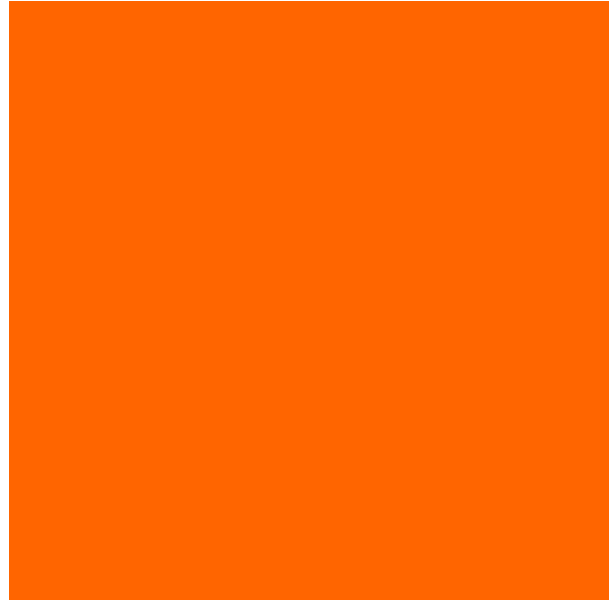
EUROPA PRESS

MADRID. - El vicepresidente Internacional de [Yahoo!](#), John Marcom, dijo que la publicidad en Internet es ya más eficiente que la que se realiza en televisión, **especialmente por las posibilidades de segmentar audiencias** y ofrecer servicios diferenciados.

Marcom, que ofreció una conferencia en el Instituto de Empresa, aseguró que "Internet es mejor canal para la publicidad que la televisión". Para Yahoo!, la publicidad supone **la principal fuente de negocio** y sigue creciendo de forma "muy rápida".

No obstante, apuntó que la segunda rama de su negocio, **los servicios de pago, están experimentando un notable crecimiento** y cuentan ya con 9 millones de usuarios en todo el mundo. "**Vamos camino de que las dos vayan igualándose.** Los servicios de pago se acercarán a la publicidad, que va todavía muy por delante", añadió.

publicidad



Comunicación

- **Solidaridad**

- **Cultura**

- **Ciencia/Ecología**

- **Madrid24horas**

Además, explicó que el aspecto "clave" en el desarrollo de negocios en la Red es la banda ancha, que "genera competencia y ofrecer oportunidades" para las compañías. En ese sentido destacó el papel avanzado que ocupa España gracias a la elevada penetración de la tecnología ADSL.