

Módulo 1. Contexto global de la publicidad digital



☰ 1. Una breve historia de Internet

☰ 2. El impacto de las redes sociales

☰ Referencias

1. Una breve historia de Internet

¿Alguna vez te has detenido a pensar cómo surgió realmente Internet, algo que usamos para todo, desde pedir una pizza hasta dirigir negocios globales? No apareció de la noche a la mañana. Su historia es un viaje fascinante de proyectos militares, avances académicos e innovaciones que cambiaron el juego.

Hagamos un viaje en el tiempo para ver cómo se construyó el mundo digital que conocemos hoy.

Los primeros días: nace una red (década de 1960 a 1980)

Todo comenzó como un proyecto visionario para el ejército de EE. UU. durante la Guerra Fría. Necesitaban una red de comunicación descentralizada que pudiera resistir un posible ataque. Esta ambiciosa idea condujo a la creación de ARPANET, el predecesor directo de Internet.

- **1969: la primera conexión.** En un tranquilo laboratorio, se envió el primer mensaje entre dos computadoras en UCLA y Stanford. Era un simple «*login*» (iniciar sesión), pero el sistema colapsó después de las dos primeras letras, por lo que el primer mensaje fue solo «LO». ¡Un humilde comienzo para una tecnología que cambiaría el mundo! A partir de ahí, más universidades y centros de investigación se unieron rápidamente a la red.
- **1983: Internet tiene su cumpleaños oficial.** El 1 de enero de 1983, ARPANET realizó un cambio crucial a un nuevo protocolo de comunicación llamado TCP/IP. Este fue el lenguaje universal que permitió que diferentes redes informáticas finalmente se «comunicaran» entre sí sin problemas,

creando una verdadera «inter-red». La palabra «**Internet**», entonces, nació oficialmente.

La era moderna: la web se hace pública (década de 1990)

Internet era funcional, pero era un campo de juego para ingenieros y académicos, no muy fácil de usar para la persona promedio. Todo eso cambió en 1989 cuando un científico británico en el CERN, Tim Berners-Lee, inventó la World Wide Web. Creó un brillante trío de tecnologías que todavía usamos todos los días, como veremos a continuación.

1

HTML: el lenguaje estándar utilizado para crear y estructurar sitios web.

2

HTTP: el protocolo que nos permite solicitar y acceder a páginas web.

3

El navegador web: el *software* que lo reúne todo en nuestras pantallas.

Este invento puso una cara amigable a Internet, haciéndolo accesible para todos. El crecimiento que siguió fue explosivo. En 1993, solo había alrededor de 100 sitios web, pero para 1997, había más de 200 000.

La revolución social y móvil (década de 2000 a 2010)

La siguiente década trajo dos transformaciones que remodelaron la sociedad y la forma en que usamos Internet.

2006: FACEBOOK SE ABRE AL MUNDO.

2007: INTERNET SE VUELVE MÓVIL.

Si bien existían redes sociales anteriores, el juego realmente cambió en septiembre de 2006 cuando Facebook, que antes era una red solo para universitarios, abrió sus puertas a cualquier persona mayor de 13 años. Creó un fenómeno global, facilitando la conexión con amigos, compartir fotos y unirse a comunidades. Esto allanó el camino para todo el ecosistema de redes sociales que conocemos hoy, desde Instagram y X hasta TikTok.

2006: FACEBOOK SE ABRE AL MUNDO.

2007: INTERNET SE VUELVE MÓVIL.

Antes de 2007, Internet era principalmente una experiencia de escritorio. Luego, Apple lanzó el primer iPhone. Esto no era solo un teléfono; era una potente computadora de bolsillo que puso Internet en la palma de nuestras manos. Revolucionó la forma en que accedemos a la información, nos comunicamos y nos entretenemos, iniciando el cambio hacia el mundo de prioridad móvil en el que vivimos hoy.

La era siempre conectada (década de 2020 y más allá)

La última revolución no se trata solo de cómo nos conectamos, sino de dónde. Durante décadas, Internet de alta velocidad estuvo limitado a ciudades y áreas pobladas, pero eso está cambiando.

- **Internet satelital despegando.** Tecnologías pioneras como Starlink están lanzando miles de pequeños satélites en órbita para transmitir Internet de alta velocidad incluso a los rincones más remotos y rurales del mundo. Este es un paso monumental para cerrar la brecha digital, llevando a millones de nuevos

usuarios a Internet y creando nuevos mercados y audiencias que antes eran inalcanzables para los *marketers* digitales

Internet en 2025: un fenómeno global

Desde un simple mensaje «LO» hasta una red global y siempre activa impulsada por satélites, el viaje de Internet ha sido increíble. Si avanzamos hasta hoy, podemos ver que su escala es verdaderamente asombrosa.

Según los últimos datos de cara a 2025 de los informes de We Are Social (2025), podemos decir lo siguiente.

- Ahora hay más de 5 400 000 000 de usuarios de Internet en todo el mundo.
- Esto significa que, aproximadamente, el 67 % de toda la población mundial está en línea, un número que continúa creciendo cada día.

Como marketers, este panorama dinámico y en constante evolución es nuestro campo de juego.

Comprender de dónde vino nos ayuda a ver hacia dónde se dirige.

Usuarios de redes sociales en todo el mundo en 2025

¿Alguna vez sientes que todo el mundo está en las redes sociales? No te equivocas. Como vimos, con más de 5 400 000 000 de personas en línea, las plataformas de redes sociales se han convertido en la nueva plaza pública del mundo, creando espacios vibrantes para la conexión, el entretenimiento y el comercio.

El crecimiento ha sido increíble; en los últimos años, las plataformas de redes sociales han estado añadiendo nuevos usuarios a un ritmo asombroso. Un gran motor de esto ha sido el *smartphone*, que puso Internet y todas sus plataformas directamente en la palma de nuestras manos, haciendo de la conectividad global una realidad diaria para miles de millones.

Como resultado, la cantidad de tiempo que pasamos en línea se ha disparado. En promedio, la gente ahora pasa

mucho más tiempo en sus dispositivos móviles que viendo televisión tradicional.

La explosión de las redes sociales: miles de millones y sumando

Veamos, a continuación, los últimos números para 2025 de los informes de We Are Social (2025).

- Población mundial: más de 8 mil millones de personas.
- Acceso a Internet: 5 400 000 000 de usuarios (67 % de la población mundial).
- Usuarios de redes sociales: 5 200 000 000 de usuarios, lo que representa alrededor del 65 % de la población mundial y más del 95 % de todos los usuarios de internet.

¿Cuánto tiempo estamos realmente gastando?

Esta se ha convertido en una pregunta crítica para cualquier negocio que intente captar la atención en línea. La respuesta

es mucho. Veremos a continuación qué dicen los informes de We Are Social (2025).

- En todo el mundo, el usuario promedio entre 16 y 64 años pasa alrededor de dos horas y media en las redes sociales todos los días.
- Cuando haces los cálculos, eso significa que el mundo colectivamente gasta más de 12 mil millones de horas en plataformas de redes sociales cada día. Eso es el equivalente a casi 1.4 millones de años de existencia humana, todos los días.
- El usuario promedio está activo en, aproximadamente, 6 a 7 plataformas de redes sociales diferentes cada mes.

¿Por qué iniciamos sesión?

Las redes sociales son más que un simple pasatiempo; influyen en lo que compramos, el contenido que disfrutamos e incluso a dónde viajamos. Según las encuestas a usuarios, las principales razones por las que la gente usa las redes sociales son:

- “Mantenerse en contacto con amigos y familiares” (We are social, 2025) (alrededor del 48 % de los usuarios).
- “Llenar el tiempo libre” (We are social, 2025) (alrededor del 37 % de los usuarios).
- Otras razones populares incluyen encontrar contenido divertido o entretenido, leer noticias, seguir marcas y hacer nuevos contactos.

Esta profunda integración en nuestra vida diaria ha hecho de las redes sociales un canal esencial para las empresas, creando nuevos roles como *community managers* y especialistas en redes sociales para navegar por este mundo complejo.

Inversiones globales en anuncios digitales

Internet no solo abrió una nueva puerta para el *marketing*; construyó un mundo completamente nuevo. Borró las fronteras geográficas, permitiendo que incluso el negocio más pequeño llegue a una audiencia global. Esto creó un canal de comunicación directo, íntimo y poderoso entre las marcas y sus clientes, a diferencia de todo lo visto antes.

Las empresas no tardaron en darse cuenta de que estos nuevos espacios digitales —especialmente las redes sociales— eran los centros principales donde podían encontrarse y atraer clientes potenciales. Como resultado, los esfuerzos de *marketing* y comunicación comenzaron un cambio masivo hacia los medios digitales, con la inversión en canales en línea creciendo año tras año.

La gran aceleración

A medida que más personas comenzaron a comprar en línea, los presupuestos para publicidad digital crecieron constantemente. Luego, la pandemia global actuó como un acelerador masivo. Para muchas empresas

donde lo digital era antes una baja prioridad, de repente se convirtió en la única prioridad. Vender en línea ya no era solo una buena idea, se convirtió en una necesidad absoluta para sobrevivir y prosperar.

Este cambio ha tenido un impacto sísmico en los presupuestos de publicidad en todo el mundo.

Gasto en anuncios digitales en 2025: las cifras asombrosas

La tendencia de invertir dinero en anuncios digitales no ha disminuido; de hecho, es más grande que nunca. Veamos las últimas cifras de cara a 2025.

- Un nuevo hito: se proyecta que el gasto global en publicidad digital superará los \$750 mil millones este año.
- Dominio digital: los anuncios digitales ahora representan más del 70 % del gasto total global en publicidad en medios. Esto significa

que, por cada \$10 gastados en publicidad, más de \$7 se gastan en línea.

- Crecimiento constante: el mercado continúa creciendo a un ritmo saludable, con proyecciones que muestran que se acercará a la marca de \$1 billón en los próximos años.

Los datos muestran una tendencia clara e innegable: el mundo de la publicidad es ahora abrumadoramente digital. Para los marketers modernos como tú, comprender este panorama no es solo importante, lo es todo.

CONTINUAR

2. El impacto de las redes sociales

La importancia de las redes sociales en las ventas

Según We are social (2025), casi la mitad de los usuarios en redes sociales entre 16 y 64 años aseguran que usan las redes sociales para buscar información sobre marcas. Un tercio afirma que su principal razón de uso es encontrar inspiración para hacer o comprar cosas. Esto vuelve esencial la presencia digital de las empresas, comercios, compañías, etc.

Esta forma de utilización de las redes es una gran oportunidad para que profesionales de *marketing* encuentren nuevas formas de comercialización y de impacto de potenciales clientes.

Las plataformas digitales permiten publicitar productos o servicios segmentando audiencias específicas con un perfil claro. En esta segmentación se puede apuntar a usuarios según su género, edad, ubicación geográfica, intereses, entre otros.

Así, los anuncios serán vistos por la audiencia destinataria, apuntando a un público más afín a consumir nuestros productos o servicios, de forma más precisa, optimizando el presupuesto.

Tener una presencia *online* y en redes sociales también ayuda a que las compañías tengan mayor reconocimiento y obtengan un lugar en la mente de los consumidores.

El impacto de las redes sociales en asuntos sociales

El poder de las redes sociales no se limita al mundo del *marketing* o de las ventas. También son herramientas poderosas que pueden generar cambios en los comportamientos de las personas.

Estos últimos años hemos visto de primera mano cómo las redes sociales han tenido un efecto en otros aspectos de la vida humana. Los movimientos sociales expresados en las

redes sociales han generado nuevas conversaciones sobre varios temas de justicia social, como por ejemplo, en el caso de la desigualdad racial, podemos ver la aparición de movimientos tales como #Blacklivesmatter y #Stopasianhate.

Estos son solo algunos ejemplos de cómo las redes sociales pueden tener un impacto directo en los problemas sociales en general.

Por este motivo, es importante comprender el poder de persuasión y comunicación que posibilitan estas herramientas para usarlas a favor no solo de una empresa o compañía sino de la población en general.

Pensar de forma consciente qué comunicamos y cómo lo hacemos a través de las redes nos hará profesionales que estén pendientes de cuidar el mundo en el que vivimos.

Falta de profesionales

El *marketing* digital brinda a las organizaciones la capacidad de segmentar audiencias con precisión, medir el impacto de sus campañas e interactuar con los consumidores más que nunca.

Dedicarse al *marketing* digital es algo relativamente nuevo. Esta profesión comenzó a desarrollarse en 1990, cuando cambió la forma en que las empresas vendían sus productos y servicios.

Los profesionales en *marketing* digital son una parte esencial de las empresas. Sin embargo, la velocidad con la que las personas se especializan en esta área no compite con la velocidad con la que se abren puestos de trabajos en esta industria.

Uno de cada dos de los principales trabajos en marketing que son publicados en LinkedIn pertenece al espacio digital y no solo eso, sino que la habilidad de hacer publicidades pagas en plataformas digitales es la más demandada. En LinkedIn se duplicó la demanda de especialistas en publicidad paga en redes sociales.

Preparemos el terreno

Para comenzar tus propias campañas publicitarias en redes sociales es necesario que tengas listas algunas herramientas básicas que serán claves para empezar a trabajar.

Antes de ver los cuatro elementos que no pueden faltar, dejaremos en claro algunas cuestiones a continuación.

¿Quién es la marca?

Decimos quién porque podemos pensar a las marcas como personas. Pensar en qué les gusta, cómo hablan, quiénes son sus amigos, cómo es su apariencia, qué lugar ocupan en la sociedad.

También es importante pensar qué lugar viene a ocupar, es decir, que valor aporta o qué vacío llenan, pensar en la utilidad de la misma. Ahora sí, veamos a continuación los cuatro elementos principales para pensar campañas publicitarias.

- **Audiencia**

La audiencia es el público al que dirigimos todos nuestros recursos y esfuerzos de comunicación y *marketing*.

El objetivo será captar su interés y lograr una acción de su parte. En el transcurso del programa aprenderás en profundidad cómo segmentar dicho público.

- **Presupuesto**

Para poder impactar de forma adecuada en nuestro público debemos definir principalmente cuáles son nuestros objetivos, qué queremos lograr con la campaña y, en consecuencia, definir un presupuesto adecuado que destinaremos a su ejecución.

El presupuesto será definido teniendo en cuenta todos los recursos necesarios: profesionales de *marketing*, ejecución y desarrollo de piezas de diseño para el contenido. También habrá que contemplar el dinero que le destinaremos a las campañas en las plataformas de redes sociales.

Cada plataforma posee diversos métodos de cobro, con diferentes costos. Algunos cobran por clic en los anuncios y otros por impresión (cantidad de veces que un usuario ve el

contenido). Además, tienen múltiples formas que debemos seleccionar de acuerdo a nuestros objetivos.

No te preocupes. A lo largo de las clases, profundizaremos un poco más sobre el tema.

- ***Landing***

Es importante pensar en cómo serán los pasos que va a realizar el cliente para ejecutar la acción que hayas planificado (por ejemplo, comprar un producto).

Los anuncios publicitarios deben redirigir a las personas a un sitio donde puedan ejecutar dicha acción. Por ejemplo, si has planificado una campaña con el objetivo de tener más visitas a un sitio web, el anuncio deberá tener el enlace al sitio web y ser visible para que el usuario realice esa acción y no otra.

Si bien no es obligación poseer un sitio web, es recomendable tenerlo, ya que podremos acceder a mayor seguimiento e información de los usuarios y de su accionar en el sitio.

La *landing* es el encuentro de la compañía con el cliente. Tiene que ser un lugar donde este se sienta cómodo, pueda navegar con facilidad y que esté dirigido hacia la acción que buscamos que haga de forma intuitiva y ágil.

Por eso, a la hora de crearla, es muy importante considerar el diseño, la estética, pero, por sobre todo, la funcionalidad: cómo vamos a mostrar los productos y servicios de manera tal que sea fácil de acceder, que su navegación sea sencilla y que la ejecución de acciones sea práctica.

CONTINUAR

Referencias

We are social (5 de febrero de 2025). *Digital 2025: La guía esencial sobre el estado global de lo digital*. We are social. <https://wearesocial.com/us/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>

CONTINUAR