



Amazon y Google obtuvieron grandes recompensas por un repunte en la inversión publicitaria del cuarto trimestre

Amazon y Google de Alphabet, que publicaron ganancias del cuarto trimestre el martes, vieron los beneficios de un repunte en la publicidad luego de una caída pandémica por Covid en 2020. Las acciones de Amazon cayeron ligeramente en la apertura del mercado después de que informara su primer trimestre de \$100 mil millones debido a una fuerte temporada navideña y un aumento de compras pandémico. La categoría "otros" de Amazon, que es principalmente publicidad, generó \$7,9 mil millones en ingresos para el trimestre. Eso es un aumento del 64% con respecto al año anterior.

Mientras tanto, Alphabet vio sus acciones subir más del 6% después de la apertura del mercado. Los ingresos de la compañía crecieron un 23% sobre una base anualizada en el trimestre, lo que muestra que el negocio de publicidad de Google se está recuperando bien después de una gran desaceleración en el segundo trimestre del año pasado.

El director financiero de Amazon, Brian Olsavsky, dijo que la compañía experimentó una recuperación en la inversión publicitaria a medida que avanzaba el año. También dijo que la decisión de mover Prime Day al último trimestre generó "muchos clics y ojos en el cuarto trimestre".

Olsavsky agregó que Amazon ha tenido éxito con un "modelo de aprendizaje profundo para mostrar productos patrocinados más relevantes".

Esto es lo que los analistas dijeron sobre el negocio publicitario de Amazon:

- *Los analistas de JPMorgan dijeron que la publicidad de Amazon y los negocios de AWS son fuentes de ingresos de alto crecimiento y segmentos rentables.*
- *Los analistas de Barclays dijeron que Amazon sigue arrebatando cuota de mercado a la industria publicitaria, un tema que parece que continuará este año.*
- *Los analistas de Deutsche Bank creen que la fuerza publicitaria continuará, especialmente a medida que algunos de los pares publicitarios de Amazon se preparan para los próximos cambios de privacidad de Apple que afectarán sus negocios.*

Los ingresos publicitarios de Google para el cuarto trimestre fueron de \$46.20 mil millones, un 22% más que los \$ 37.93 mil millones del mismo trimestre del año pasado. Eso fue evidencia de un repunte desde el inicio de la pandemia de Covid, cuando los anunciantes redujeron el gasto y provocaron una caída anualizada del 8% en los ingresos publicitarios y la primera caída de ingresos año tras año de Google.

Los anuncios de YouTube, que generaron \$6,89 mil millones en el cuarto trimestre, mostraron un salto del 46% con respecto a esta época del año pasado, cuando el segmento empresarial ganó \$ 4,72 mil millones. También vio un aumento en los espectadores y más tiempo dedicado a ver videos, dijeron los ejecutivos.

-S. Jiménez (Analista)

finance beat