

■ El grupo tecnológico estadounidense revirtió su postura de “sin publicidad” en el servicio de mensajería más popular del mundo.

POR CRISTINA CRIDDLE
 LONDRES

Meta incorporará publicidad pagada en WhatsApp, mientras el gigante tecnológico busca monetizar el servicio de mensajería más popular del mundo.

Este lunes, WhatsApp, que cuenta con 200 millones de empresas entre sus más de 3 mil millones de usuarios activos mensuales, anunció que implementaría la función a nivel mundial en los próximos meses.

Los anuncios aparecerán en la sección “estado” del servicio de mensajería, visible a través de la pestaña “actualizaciones” a la izquierda de la pantalla de la aplicación, manteniéndolos separados del área principal de conversación del chat.

“Esta era una petición que veníamos recibiendo de las empresas desde hace tiempo, y les importa preservar el espacio personal de las personas”, declaró Nikila Srinivasan, vicepresidenta de mensajería empresarial de WhatsApp.

Financial Times fue el primero en informar que la empresa matriz, Meta, estaba debatiendo cómo introducir un modelo publicitario en WhatsApp en 2023. En aquel momento, Will Cathcart, director de WhatsApp, afirmó que la información era “falsa. No estamos haciendo esto”. Antes de que Fa-



Meta introduce publicidad en WhatsApp para impulsar nuevos ingresos

cebook adquiriera WhatsApp por US\$ 19 mil millones en 2014, su cofundador, Brian Acton, había convertido el lema de la empresa en “¡Sin anuncios! ¡Sin juegos! ¡Sin trucos!”.

El grupo afirmó que la decisión de romper con esa postura histórica se debía a que ahora existía un espacio para la publicidad que no interfería

con las conversaciones personales.

“La gente quiere usar WhatsApp para algo más que enviar mensajes a amigos y familiares cercanos, y, mirando atrás hace un año y medio, esa es parte de la razón por la que introdujimos esta pestaña de ‘actualizaciones’... Si usas WhatsApp para mensajes personales y nunca visitas esta pestaña, no verás

(publicidad)”, añadió Srinivasan.

Buenos números

En abril, Meta reportó resultados mejores de lo esperado, ignorando las preocupaciones de los inversionistas de que la política arancelaria del Presidente estadounidense Donald Trump y la incertidumbre económica relacionada pudieran

afectar significativamente su negocio publicitario. La implementación de anuncios en WhatsApp ayudará a Meta a aumentar aún más sus ingresos, lo que permitirá al gigante tecnológico estadounidense monetizar una de sus pocas plataformas que aún carece de marketing.

Alice Newton-Rex, directora de producto de WhatsApp, declaró anteriormente a FT que los estados de WhatsApp eran permitidos a los usuarios publicar imágenes que desaparecen después de 24 horas. La pestaña “actualizaciones” atrae a 1.500 millones de usuarios diariamente, según la compañía.

WhatsApp también introducirá la posibilidad de suscribirse a “canales”, transmisiones de contenido exclusivo de creadores, por una cuota mensual. Algunos “canales”, como los de pequeñas empresas o marcas, también podrán pagar para promocionarse en el feed de diferentes cuentas.