

## **Tuwebprimero mantiene que 'los usuarios no deshabilitarán los bloqueadores de anuncios'**

**Las expectativas de los consumidores siguen siendo más altas que nunca cuando se trata de publicidad, o más bien, la falta de ella. Como resultado, los editores han tenido que recurrir a tácticas más fuertes**

"Notamos que estás usando un bloqueador de anuncios", dice el sitio web, con diversos grados de cortesía. "También sabemos que todos odian los anuncios", continúa, "pero desafortunadamente, nuestros empleados necesitan alimentar y vestir a sus hijos, así que nos preguntábamos si sería tan amable de deshabilitar su bloqueador de anuncios solo para nosotros"

Sin embargo, según una nueva encuesta, si los editores lo hacen, tres cuartos de los visitantes de un sitio web nunca volverán a acceder a él.

La encuesta fue elaborada por Eyeo, creadores de Adblock Plus (por lo que, naturalmente, hay un pequeño interés detrás de ella). Se encuestó a 2.000 usuarios británicos en línea, y de ese número, casi el 44% dijo que tenía instalado un bloqueador de anuncios. Más de dos tercios (68%) de los usuarios de Adblock dijeron que estarían 'muy molestos' si un sitio web deshabilitara su adblocker sin permiso, mientras que solo el 2% dijo que no les afectaría.

Cuatro de cada cinco (81%) de los encuestados en general dijeron que era razonable emplear tácticas de bloqueo de anuncios al navegar por la web. En comparación, solo el 6% lo consideró injusto.

Naturalmente, el informe aborda los matices de lo que constituye 'invasión' en lo que a la publicidad respecta. Se citó una investigación anterior de HubSpot, que encontró que la mayoría de los usuarios solo quieren bloquear las formas más invasivas de anuncios, en lugar de una prohibición general. De hecho, un simple anuncio publicitario es mucho más aceptable que, por ejemplo, un anuncio que sigue al usuario a lo largo de su navegación, o un video que insiste en reproducirse automáticamente a pesar de que no se acceda a verlo.

"Las personas reconocen fácilmente la importancia de la publicidad para poder continuar disfrutando de una Internet gratuita y están dispuestas a aceptarla. Y según apuntan los resultados de esta encuesta, se quedan en un sitio web cuando se les deja en control, pero se sienten muy molestos cuando se les quita. No obstante, aún falta tiempo para que las conversaciones entre los usuarios y los anunciantes lleguen a buen puerto en este sentido", afirman los expertos de Tuwebprimero, agencia de marketing digital ubicada en Madrid.

"Con el aumento continuo del gasto en publicidad, el marco está perfectamente situado para crear mejores formas de publicidad, pero siempre con el consentimiento y beneplácito de los usuarios, que al fin y al cabo, no dejan de ser los protagonistas de su navegación. Imponerles anuncios deficientes e

invasivos no hará más que continuar perjudicando la relación entre las personas y los anunciantes", concluyen.

**Datos de contacto:**

Tuwebprimero  
<https://tuwebprimero.com>

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación Marketing](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>