

# Juegos Olímpicos: esto cuestan y esto podría aumentar en publicidad online

Escrito por Alonso Fajardo

- **Después de casi un año, estamos a unos días de que arranquen los Juegos Olímpicos de Tokio 2020**
- **Los Juegos Olímpicos, según un estudio, incrementará entre el 40 y el 60 por ciento**
- **Los Juegos Olímpicos de Tokio se llevarán a cabo del 23 de julio al 8 de agosto**

La justa deportiva más importante de la historia, los **Juegos Olímpicos**, volverá a celebrarse después de casi un año de su cancelación a causa de la llegada del Covid-19.

En medio de una pandemia global que no cesa, sino que agrega más contagios cada día, los **Juegos Olímpicos** de Tokio, programados originalmente para el 2020, estarán iniciando el próximo viernes, 23 de julio para culminar el 8 de agosto.

A lo largo de las últimas semanas, tras varios rumores sobre una nueva cancelación, se confirmó que las olimpiadas sí se llevarán a cabo, pero sin espectadores, ni siquiera locales. Otro de los efectos importantes que ha dejado esta nueva ola de contagios en el planeta.

Más allá de que se extrañará el ímpetu, el ánimo y la algarabía del público, algo que puede ser sumamente motivador para los atletas al momento de encarar sus competencias, la nula asistencia de los aficionados representa una millonaria pérdida en concepto de entradas.

De acuerdo con un estudio de Fitch Ratings, que recoge Sportico, estamos hablando de unos 400 millones de dólares tan solo por las entradas.

Según la información de Fitch, se estima que la cobertura de seguro de los **Juegos Olímpicos** ronda en los 2,500 millones de dólares, de los que unos 1, 400 mdd ha sido retirados por el Comité Olímpico Internacional (COI) y el comité organizador.

Pero eso no es todo, pues también se señala que 800 millones de dólares pertenecen a derechos de transmisión y otros 300 mdd más destinados a patrocinadores y hoteles.

Se trata, sin duda, de una suma importante la que se estima se puedan perder en el marco en que se llevarán a cabo los Juegos Olímpicos. Sin embargo, parece que no todo está perdido.

## Publicidad online podría aumentar más de 40 por ciento durante JJOO

Un reciente estudio realizado por DynAdmic, compañía especializada en marketing en video digital, estima que, en México, la publicidad online podría incrementar de un 40 hasta un 60 por ciento.

Ana Jiménez, Managing Director en DynAdmic México, esta nueva edición de los Juegos Olímpicos es “peculiar” para las marcas gracias al incremento de la digitalización, lo cual ha permitido que se se trabaje en otros formatos para los anunciantes.

La investigación de menciona que la planeación de la publicidad online para las empresas comienza dos meses antes de que inicie el evento. Por su parte, las Pymes, de acuerdo con lo dicho en dicho reporte, inician sus campañas un mes y 20 días previos a la justa deportiva.

¿A qué se debe este crecimiento? DynAdmic México señala que es, principalmente, por el uso, cada vez mayor, de la Smart Tv y los Connected Tv en nuestro país.

Datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, ENDUTIH 2021, revelan que, en México, 96.1 por ciento de los hogares reciben señal de TV en dispositivos (televisiones) digitales, operadores de televisión de paga o decodificadores.

Dada la diferencia de horarios entre México y Japón (recordemos el mundial de futbol Korea/Japón 2002), se ha establecido como estrategia principal aquella que sincroniza contenidos tanto online como offline, pues con ella se pueden insertar anuncios hipersegmentados en momentos muy específicos.

Las redes sociales serán también parte importante para la próxima cobertura de los Juegos Olímpicos y, en ese sentido, Twitter es la que más ha generado interacción.

Un estudio realizado por Twitter en 2019, reveló que esta es la red social o plataforma número uno donde las personas esperan enterarse primero de todo lo que pasará durante las olimpiadas, esto debido a su inmediatez y la muy accesible interacción que posee.

## Esto cuesta organizar unos Juegos Olímpicos

Como hemos visto en distintos eventos deportivos en los últimos años, el papel de las redes sociales se ha hecho vital para las estrategias tanto de contenidos como de publicidad y Tokio 2020 no será la excepción.

Después de todo esto, una de las preguntas, quizás, más recurrentes es la de “¿Cuánto cuesta organizar unos Juegos Olímpicos?”

Los de Tokio se han convertido en uno de los más esperados y que más atención mediática podría recibir a causa de que llevamos casi un año desde que se cancelaron y el ambiente es todavía un misterio.

Para un evento de tal magnitud, se requiere de un trabajo humano importante y, sobre todo, de un gran presupuesto para cumplir todas las expectativas.

En ese sentido, los Juegos Olímpicos de Tokio cuentan con una inversión de 1,69 billones de yenes, unos 15.400 millones de dólares.

Las principales fuentes de ingreso para Tokio 2020 son los patrocinadores, que han desembolsado cerca de 3.300 millones de dólares, así como la contribución del COI de 800 millones de dólares y otros patrocinadores destacados que, en conjunto, han invertido más de 500 millones de dólares.

Otros gastos importantes han sido la construcción del Estadio Nacional de Tokio que tuvo un valor de 1.380 millones de dólares; transporte y seguridad, unos 400 y 300 millones cada uno y Tecnología con 700 millones