

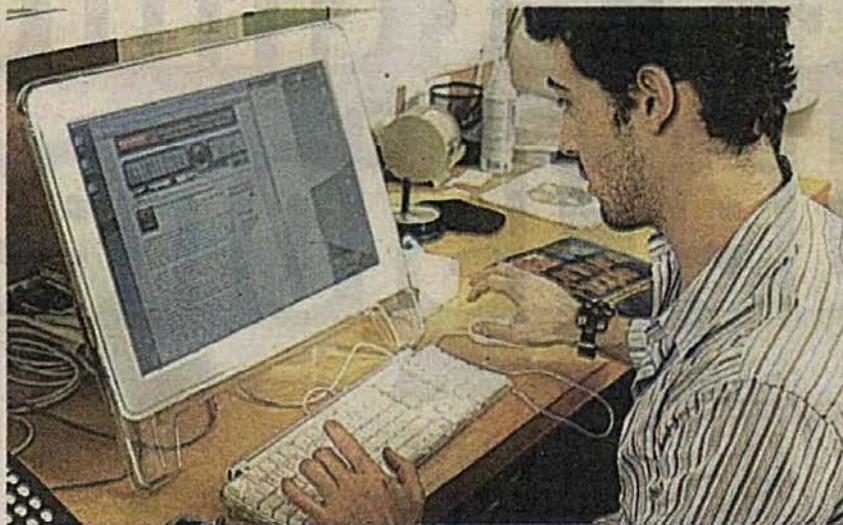
Las empresas que operan en la Argentina amplían cada vez más los presupuestos destinados a la comunicación en Internet.

Los últimos resultados del International Business Report (IBR) que realiza la consultora Grant Thornton revelan que el marketing digital será el gran protagonista en los próximos doce meses, con un 32% de los empresarios argentinos que prevé aumentar sus inversiones en esta área.

El dato es más relevante aún si se tiene en cuenta que 22% sostiene que su compañía todavía no realiza acciones de marketing digital.

Consultados acerca de qué tipo de acciones implementan

Los empresarios locales le ponen cada vez más fichas al marketing digital



La mayoría de las empresas apuesta fuerte a las redes sociales

para atraer nuevos clientes y retener los existentes, los empresarios locales destacaron a la apertura de canales de comunicación a través de redes sociales con un 18 por ciento.

Este resultado se encuentra en consonancia con otra investigación de Grant Thornton, que mostró también que actualmente la mayoría de las organizaciones no gubernamentales utiliza las redes sociales para conseguir nuevas fuentes de financiamiento, según indicó la consultora.

Por otro lado, otros factores que han motivado estrategias corporativas orientadas al marketing digital son la optimización de la página web para buscadores (12%), la adopción de ideas propuestas en redes sociales por clientes o seguidores y el desarrollo de una estrategia de contenidos orientada al mercado, ambos con un 10 por ciento. Como herramienta de atracción y retención, el email-marketing se destacó por ser la que menos uso tiene, con un 4 por ciento.

La inversión publicitaria online en el país toma cada vez más protagonismo. Durante el año pasado, el segmento movilizó \$6.450 millones, 62% más que en 2013.