

Las empresas españolas invierten en publicidad en Internet cuatro veces más que hace 12 años

Cada vez más compañías confían su planificación publicitaria a agencias de estrategia digital especializadas como Arimetrics

La publicidad en Internet, tanto en publicaciones digitales y redes sociales como, sobre todo, en buscadores, se ha convertido en una apuesta segura para las empresas que buscan dar visibilidad a su marca. Las nuevas tecnologías son el canal más sencillo y directo para alcanzar a los clientes potenciales, con herramientas que posibilitan una estrecha segmentación del público objetivo y la personalización de los mensajes. Por eso, el papel de agencias digitales como Arimetrics han multiplicado su valor.

En España, un 86,1% de la población (de 16 años a 74 años) reconoce haber utilizado Internet en los tres últimos meses, sobre todo para buscar información sobre bienes y servicios (más de un 80%), según un informe del Instituto Nacional de Estadística (INE) de 2018. La mayoría de estas búsquedas se realizan ya a través de los smartphones y fuera del domicilio, según el 92% de los internautas. Se entiende así que en nuestro país existe una alta penetración de la revolución digital que obliga a las compañías a luchar por una posición privilegiada en los buscadores para 'existir' en la Red.

El gran negocio de la publicidad en Internet se refleja en los datos. En los últimos años, la inversión en este sector por parte de las empresas se ha cuadruplicado y, aunque aún es notable la cantidad de dinero destinado a acciones de marketing tradicional, la proporción que suponen las partidas para la publicidad digital se incrementa año tras año.

Las compañías españolas han pasado de destinar a la publicidad en Internet de los 482 millones de euros invertidos en 2007 a los 1.822 millones que prevé Statista para el final de 2019. Así, se puede afirmar que, desde hace 12 años, y con la excepción de sendos descensos en 2012 y 2013, el crecimiento ha sido exponencial.

La proporción en los presupuestos publicitarios ha sufrido una evolución similar y ha pasado de apenas un 6% en 2007 a más del 30% en los cálculos aproximados para el presente año (32,2%), por lo que también se pronostica que continúe creciendo.

Publicidad en buscadores, una apuesta segura

Dentro de la publicidad en Internet destaca la inversión en los anuncios en buscadores, una forma rápida y directa para llegar al cliente potencial que puede suponer grandes réditos sobre todo para los negocios locales. En España más de un 95% de las consultas se realizan a través de Google, con una supremacía apabullante por encima de Bing, Yahoo u otras plataformas mucho menos conocidas, por lo que el buscador del gigante de Mountain View es el más utilizado para promocionarse en nuestro país.

El propio Google calcula la rentabilidad de sus anuncios a nivel mundial en unos ingresos medios de 2 dólares por cada dólar invertido, una cantidad variable que depende de aspectos como la correcta optimización de las campañas, la competencia del sector en el que se desarrolla la actividad, etc. Se trata de parámetros con los que ni un empresario ni los miembros de su equipo tienen por qué estar familiarizados, por lo que la opción ideal es trabajar con agencias de marketing online líderes en el sector, como Arimetrics.

Contar con los conocimientos suficientes acerca del funcionamiento de Google Ads no es sencillo. Las plataformas de anuncios en los buscadores funcionan mediante pujas por palabras clave y el anunciante únicamente paga por cada clic que conduzca a su página web. Es un sistema cambiante, en el que lo que funciona para una campaña o un producto es un fracaso para otro.

Aun así, la efectividad de los anuncios en Google es evidente. Aunque todavía hay usuarios que se resisten a pinchar en la publicidad y van directamente a los resultados orgánicos, un 63% reconoce que haría clic en un anuncio (según Search Engine Land). Además, diversos estudios aseguran que el 70% de los usuarios que hacen una consulta desde su teléfono móvil llama directamente a la empresa desde el resultado proporcionado por Google. Por último, las personas que acceden a una página web a través de un anuncio tienen un 50% más de probabilidades de comprar algo que quienes llegan mediante los resultados orgánicos (fuente: Unbounce).

Contacto:
Arimetrics S.L.
C/ Ferrocarril, 18. 28045 Madrid
Teléfono: 911863386
E-mail: info@arimetrics.com
www.arimetrics.com

Datos de contacto:

Marta Roperó
910808521

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

Categorías: [Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>