

Estudio Anual de Redes Sociales 2019

Estudio Anual Redes Sociales 2019

(Getty Images)

PATROCINADO POR:

adglow

ELABORADO POR:

eLOGIA

Índice

- Objetivos
- Descripción del estudio
- Dimensionamiento y perfil usuario de las Redes Sociales
- Perfil no usuario de las Redes Sociales
- Conocimiento y penetración de las Redes Sociales
- Uso de las Redes Sociales
- Dispositivos de conexión a Redes Sociales
- Relación entre las Redes Sociales y las marcas
- La publicidad en Redes Sociales
- Relación entre las Redes Sociales y el e-Commerce
- Nuevas tendencias en las Redes Sociales: Influencers
- Los profesionales del sector digital opinan
- Fichas descriptivas de las top Redes Sociales
- Conclusiones

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



Objetivos

El presente documento es la décima edición del estudio que realiza **IAB Spain** anualmente desde el 2009.

Tiene como objetivos:

- Cuantificar la evolución de la penetración de las Redes Sociales y el perfil de los usuarios.
- Entender el conocimiento y uso de las Redes Sociales (tradicionales y nuevas).
- Evaluar el nivel de saturación de la publicidad en Redes Sociales y la vinculación con las marcas.
- Identificar cómo son percibidos los influencers
- Zoom entre los profesionales del mundo digital
- Los nuevos usos de las redes sociales: Vídeos efímeros, vídeos en streaming. **¡Novedad!**

2 Descripción del Estudio

Universo

- Hombres y mujeres de 16 a 65 años de edad
- Profesionales del Sector Digital

Ámbito geográfico

España

Trabajo de campo

Febrero 2019

Error muestral

El error muestral de los datos globales es de ($\pm 3,0\%$) con un nivel de confianza del 95,5% y $p=q=0.5$.

Muestra obtenida

Total Usuarios= 1.313 casos ($\pm 2,8\%$)

- Usuarios=1.094 casos ($\pm 3,0\%$)
- No Usuarios=197 casos ($\pm 7,1\%$)

Total Profesionales= 156 casos ($\pm 8,0\%$)

Técnica

C.A.W.I. (Entrevista auto administrada por ordenador online)

Los datos han sido ponderados para representar la distribución de la población internauta española de según datos del ONTSI.

Dimensionamiento y Perfil de usuario de las Redes Sociales



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:

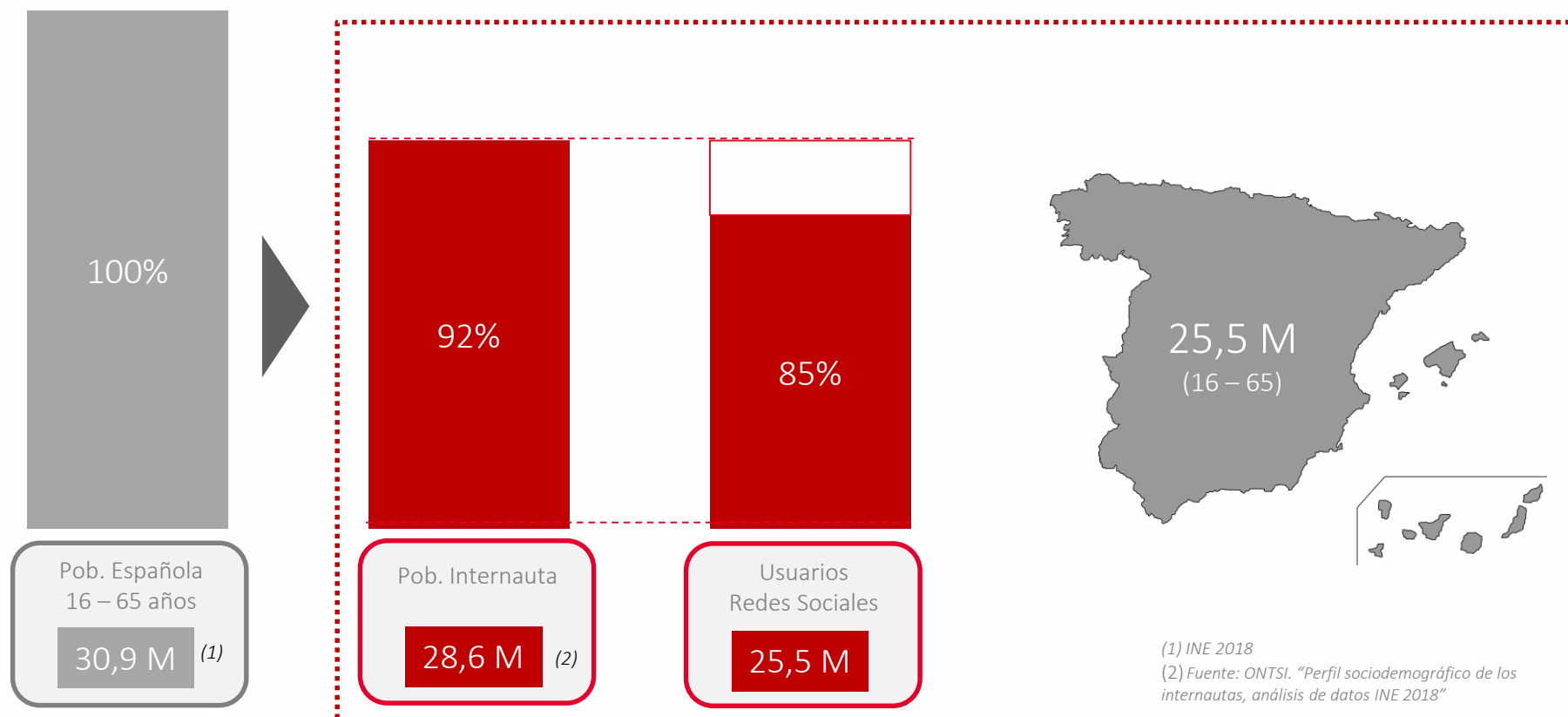
adglow

ELABORADO POR:

eLOGIA 5

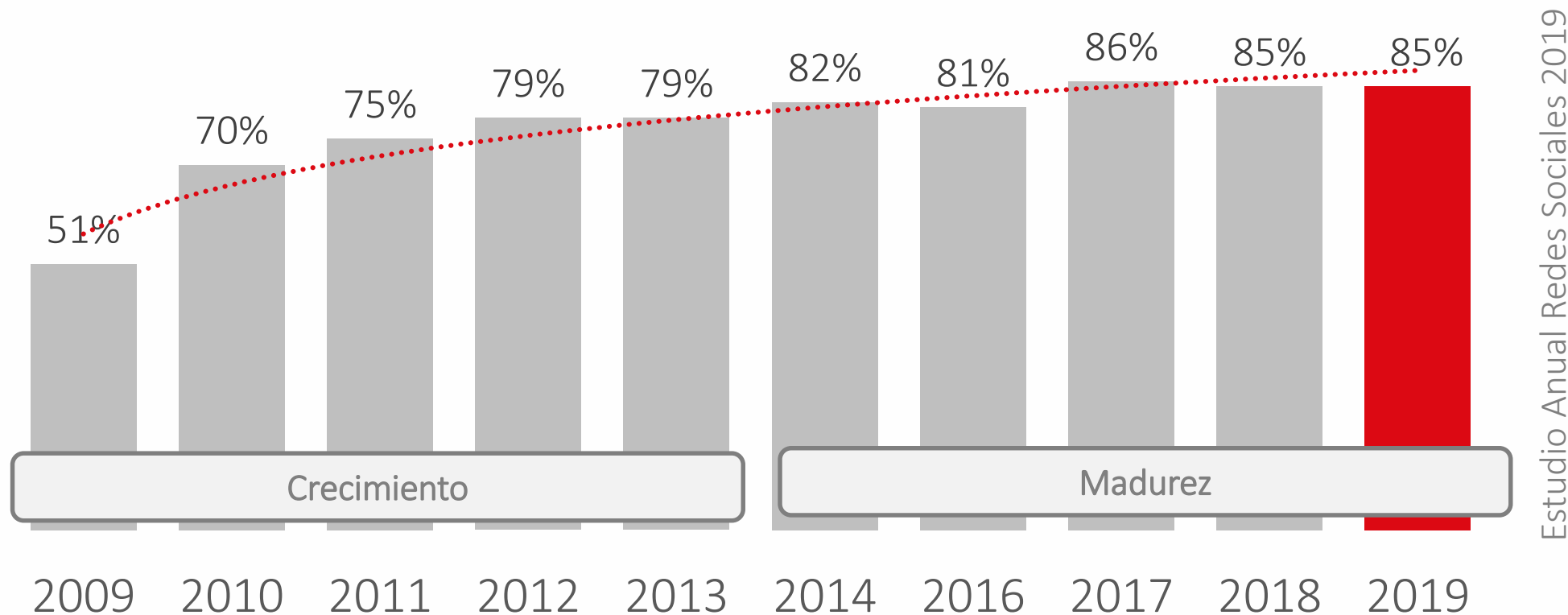
¿Cuántos utilizan Redes Sociales?

- Un 85% de los internautas de 16-65 años utilizan Redes Sociales, lo que representa más de 25,5 millones de usuarios en nuestro país.



Evolución penetración uso Redes Sociales

- Las Redes Sociales se mantienen con buena salud en nuestro país, a pesar de que los datos de penetración ya no aumentan en los últimos años.



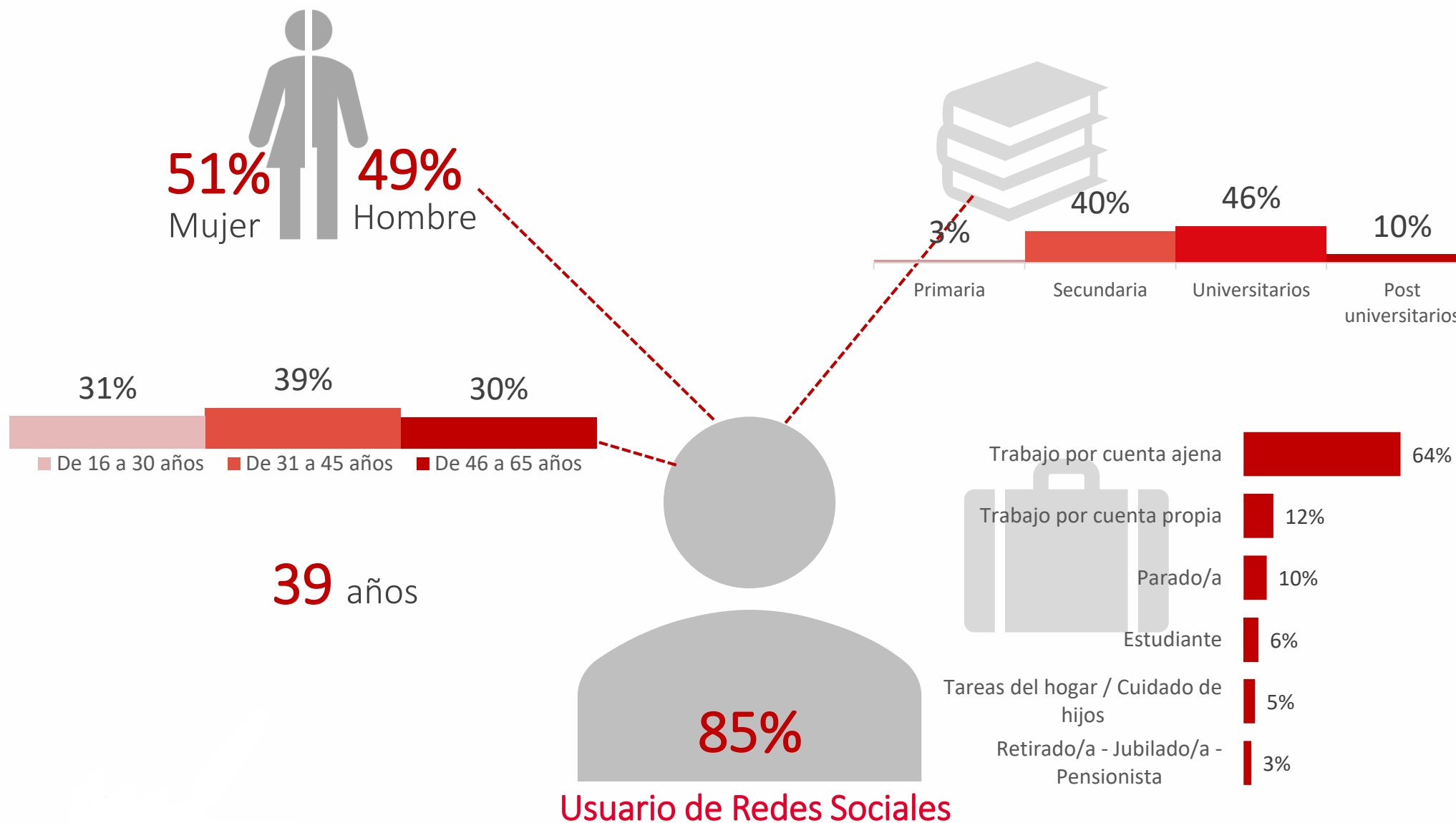
* Comparamos la penetración de 18-55 años hasta el 2014, de 16-55 años en 2016 y de 16-65 años en 2017 y 2018.

PATROCINADO POR:

adglow • ¿Cuáles de los siguientes servicios de Internet utilizas?

ELABORADO POR:

¿Quién utiliza Redes Sociales?



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



Base usuarios RRSS: 1.094

Perfil del NO usuario de Redes Sociales



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:

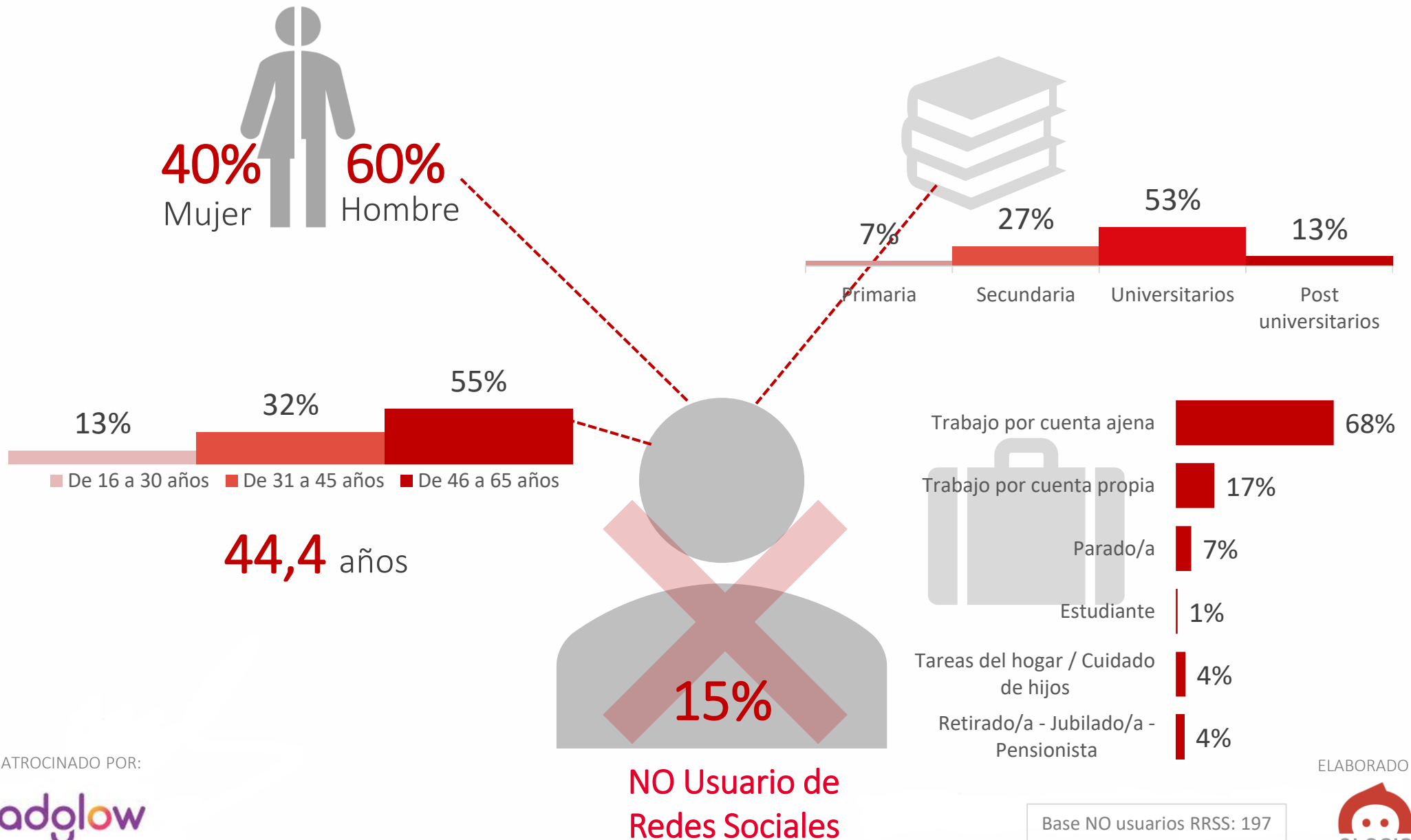
adglow

ELABORADO POR:

eLOGIA 9

¿Quién NO utiliza Redes Sociales?

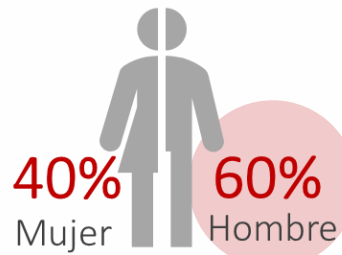
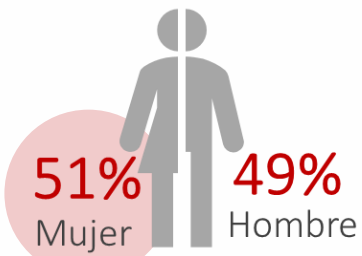
- El no usuario de RRSS, es en mayor proporción, masculino y adulto, sin mostrar diferencias entre estudios o actividad profesional (salvo que hay menos estudiantes entre los no usuarios).



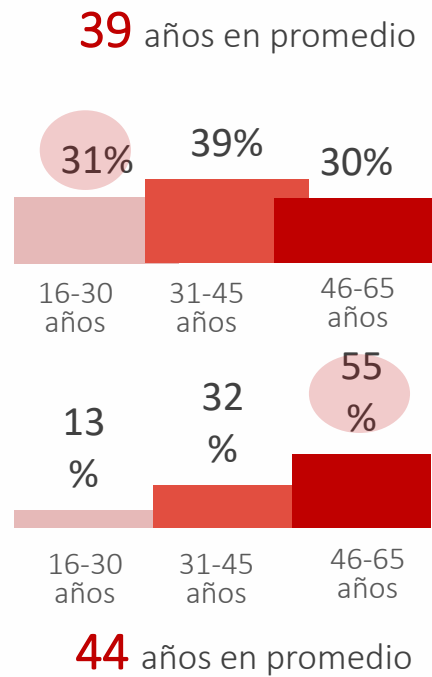
Usuarios vs. No usuarios | Perfil

Usuario
NO usuario

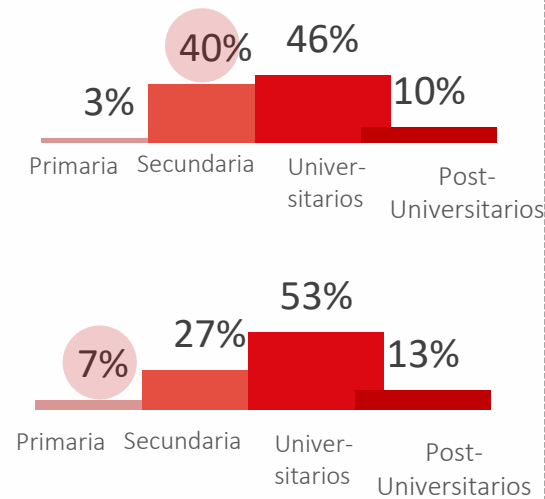
Sexo



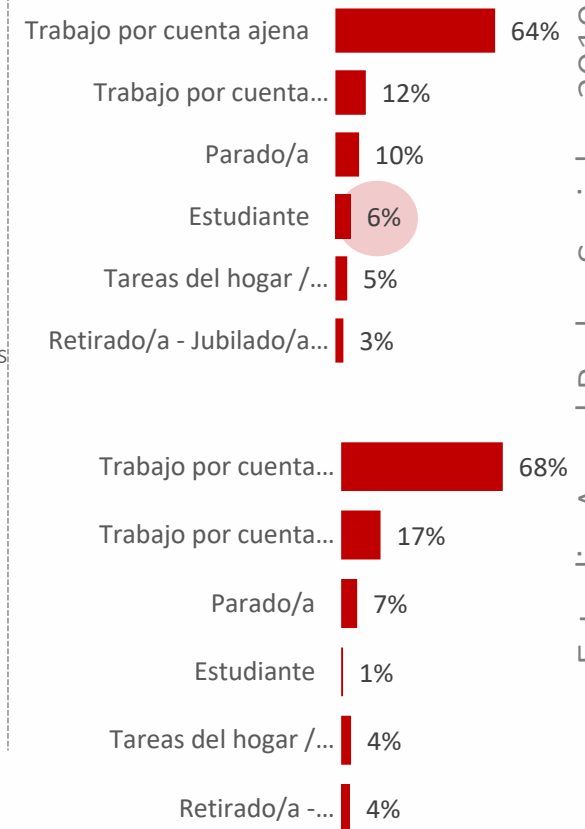
Edad



Estudios



Posición laboral



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:



Base usuarios RRSS: 1.094

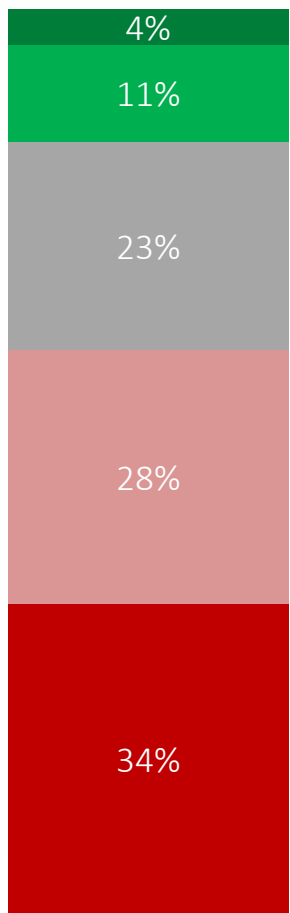
Base NO usuarios RRSS: 197

ELABORADO POR:



No usuarios RRSS | Intención de uso

- El volumen de internautas que declaran registrarse en los próximos 12 meses se mantiene: Entre 1-2 de cada 10 internautas no usuarios de Redes Sociales (nivel superior al de 2018).

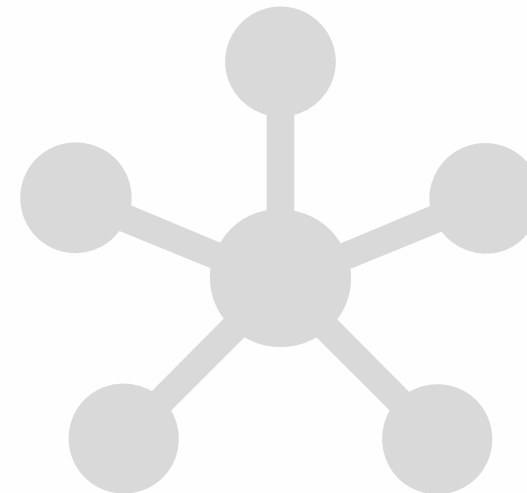


15% declara que seguro o probablemente se registrará en una Red Social en los próximos 12 meses. ▲

2018: 9%

62% declara que seguro o probablemente no se registrará en una Red Social en los próximos 12 meses. ▼

2018: 67%



PATROCINADO POR:



- Durante los próximos 12 meses, ¿te registrarás en alguna Red Social tipo Facebook, Twitter, etc.?

ELABORADO POR:



▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

Base no usuarios RRSS: 175

Conocimiento y Penetración de las Redes Sociales



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



¿Qué entendemos por Red Social?

En sentido amplio, una **red social** es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y John Barnes.

(Fuente: Antropólogos británicos: Alfred Radcliffe-Brown y John Barnes.)

Podemos definir las **redes sociales on-line** como estructuras sociales compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet, donde tienen lugar los encuentros sociales y se muestran las preferencias de consumo de información mediante la comunicación en tiempo real, aunque también puede darse la comunicación diferida.

(Fuente: Monográfico: Redes Sociales, Isabel ponde-k idatzia)

Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.

(Real Academia Española, 2016).

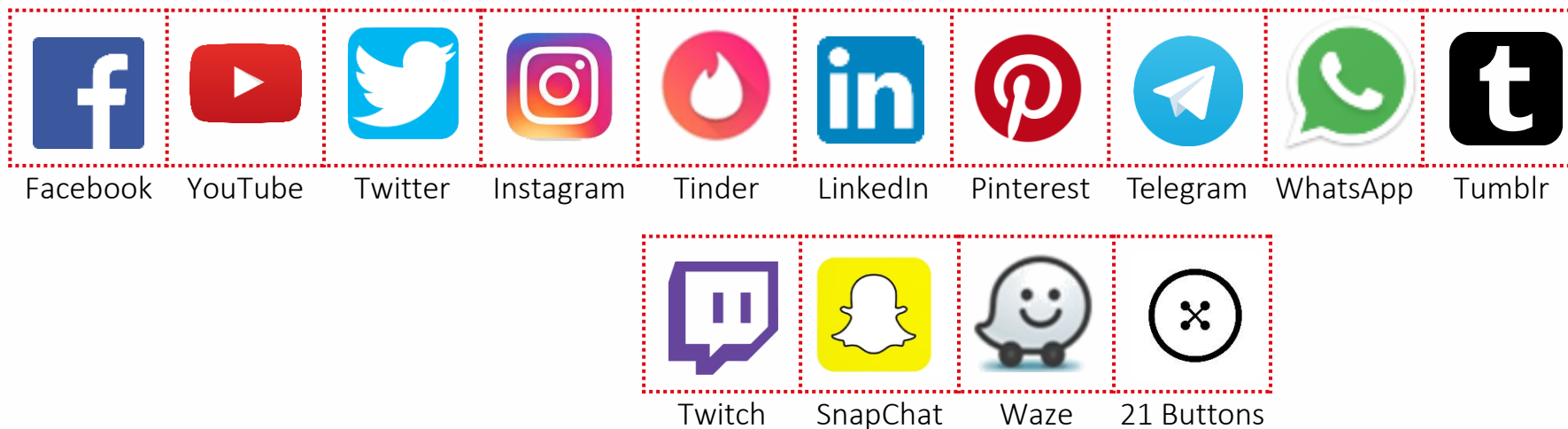
¿Qué debería cumplir una red social?

- Ser una red de contactos
- Tener un perfil
- Permitir interactuar
- Ofrecer funcionalidades sociales para interactuar con contenidos (crear, compartir y/o participar)

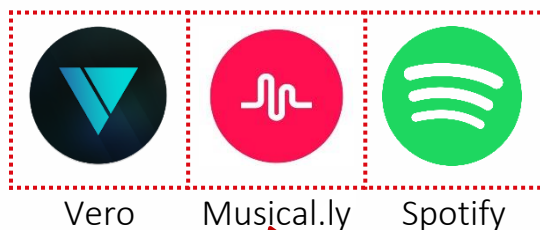
(Fuente: Comisión Redes Sociales IAB Spain)

Redes Sociales testadas en este estudio

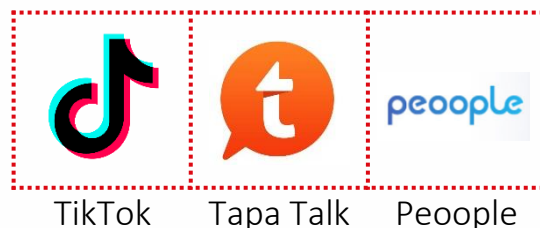
Mantenidas en este estudio vs. estudio anterior



Eliminadas en este estudio

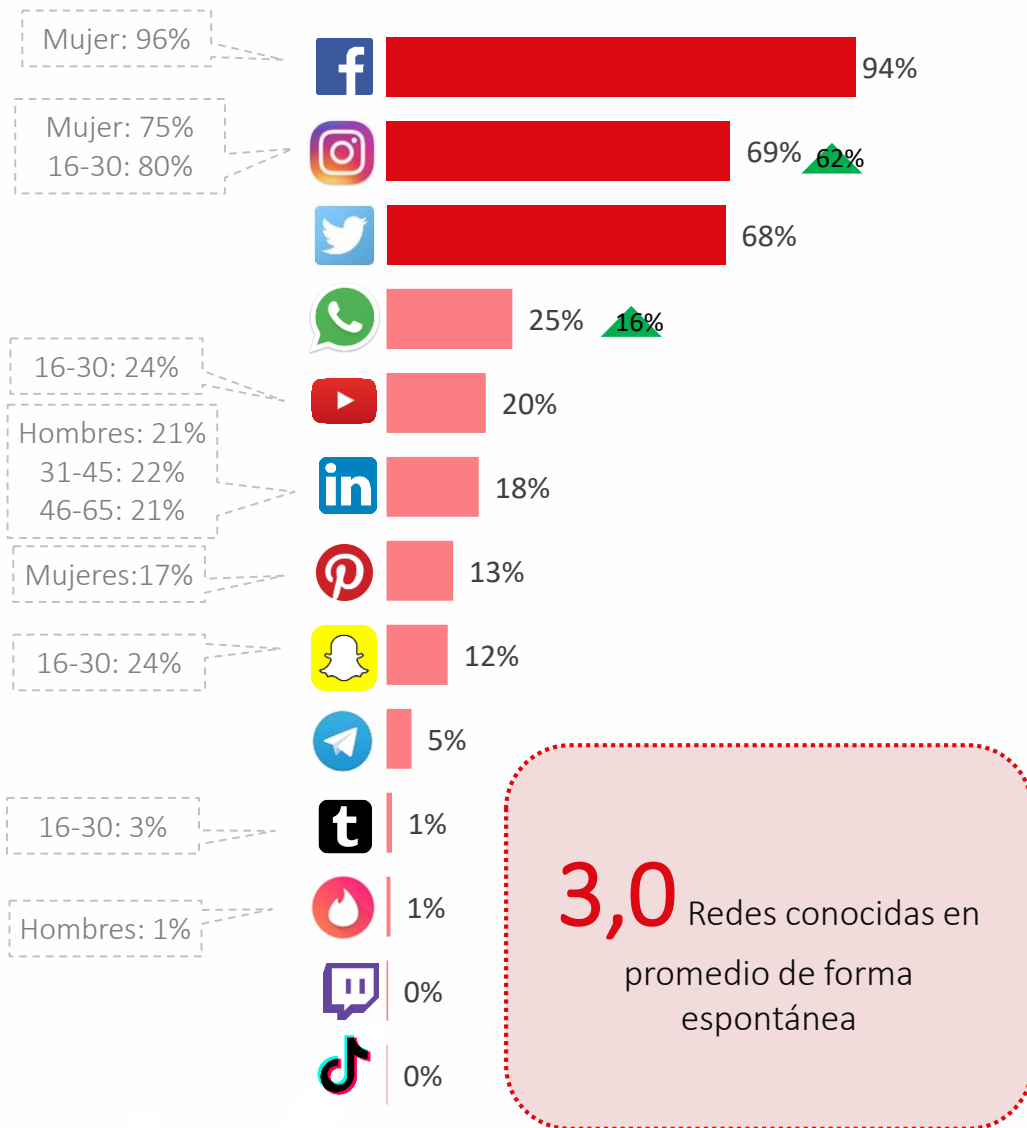


Incluidas en este estudio



Tik Tok ha sustituido Musical.ly, pero realmente es la misma red social

Conocimiento espontáneo de Redes Sociales



- **Facebook** se mantiene como la Red más mencionada, seguida por **Instagram**, que sigue creciendo vs. 2018 y **Twitter**.
- **Facebook**, continúa ubicándose en primer lugar, como en las ediciones pasadas, reconociéndose una vez más como la red presente en la mente de los internautas de forma espontánea.
- De forma espontánea, los usuarios mencionan en promedio 3 Redes, un poco menos en comparación al 2018 (3,4).

PATROCINADO POR:



Ahora por favor dinos, ¿qué Redes Sociales conoces? (OE)

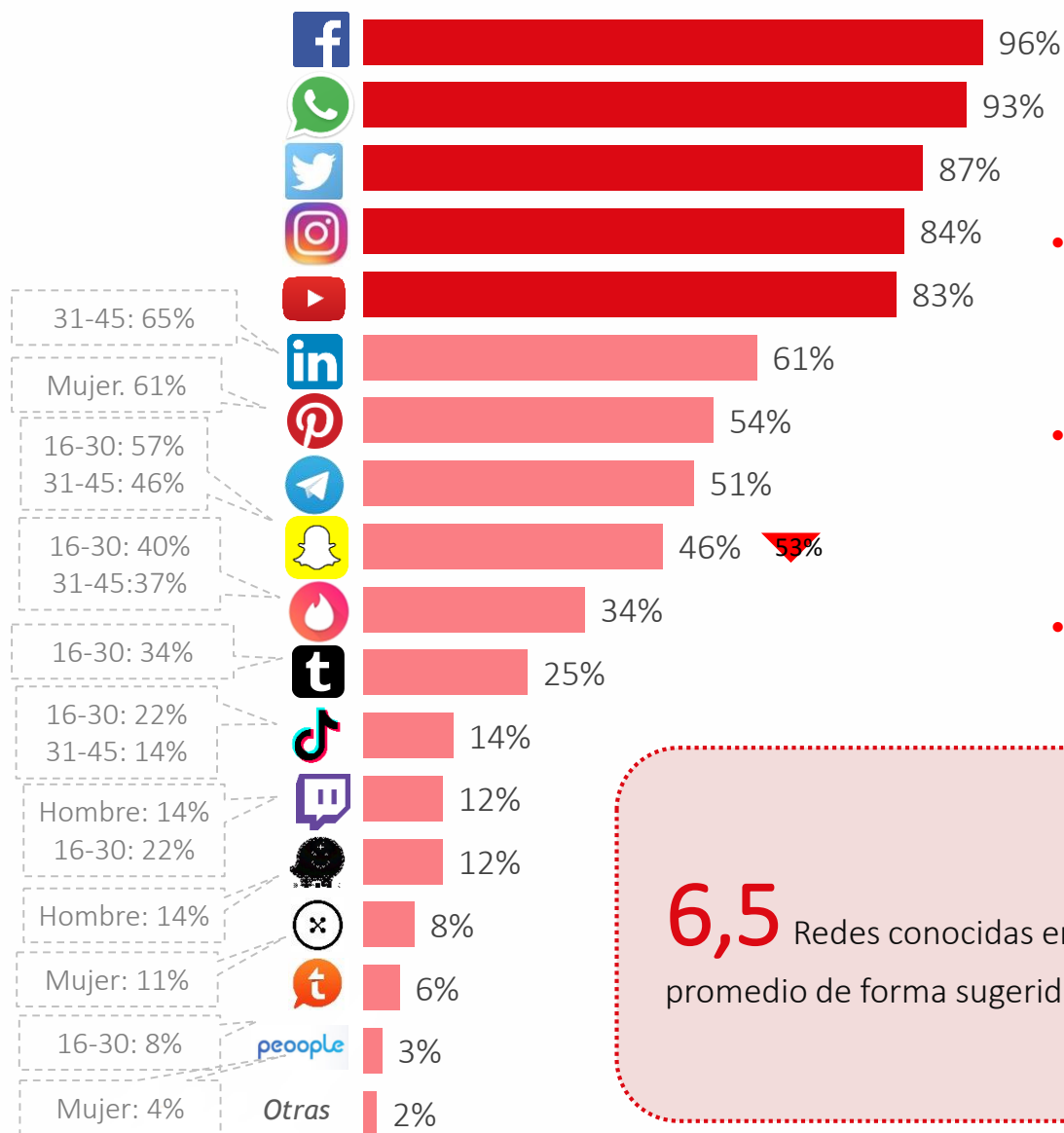
 Dif. significativas
▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:



Conocimiento sugerido de Redes Sociales



- Facebook y Whatsapp son las primeras Redes mencionadas, muy seguidas de Twitter, Instagram y Youtube, muy similar al año anterior.
- El usuario de Redes es capaz de identificar un promedio de 6,5 Redes, número que se reduce respecto a las 8,7 que se recordaban en 2018.
- La única red con variación significativa vs 2018 es Snapachat, que ha reducido su notoriedad en 7pp.

PATROCINADO POR:



¿Cuál(es) de las Redes Sociales que te mostramos a continuación conoces?

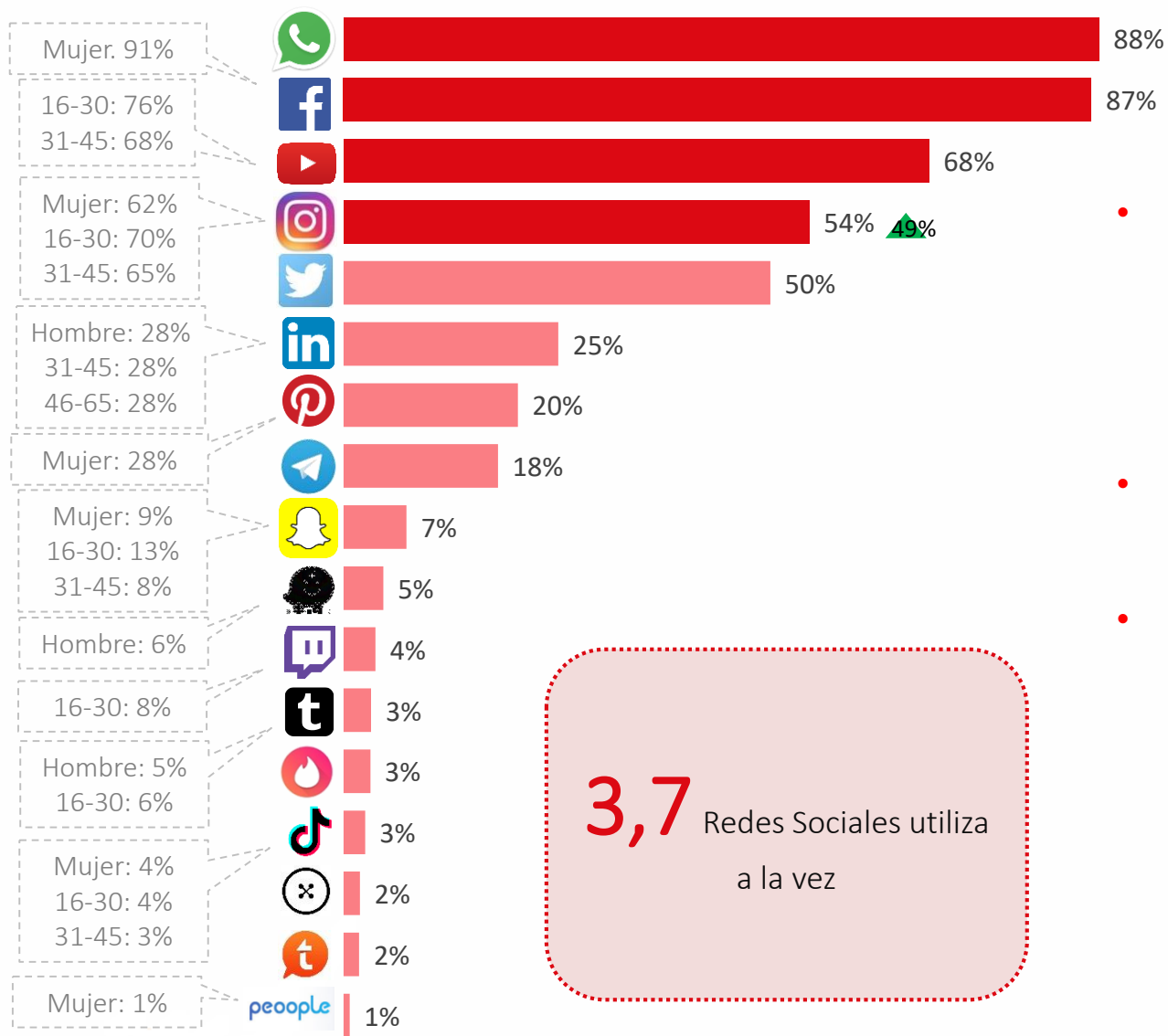
Dif. significativas
▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:



Uso de Redes Sociales



3,7 Redes Sociales utiliza a la vez

- **Whatsapp** pasa a ser la red con más usuarios. Aunque no existen diferencias significativas, Whatsapp está por encima de Facebook, que mantiene el mismo valor que 2018.
- **Instagram** es la Red que sube más en usuarios.
- Actualmente, los usuarios visitan 3,7 (en promedio) Redes Sociales. Prácticamente, una red social menos que en 2018.

Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:

adglow • ¿Cuál(es) de las siguientes utilizas/visitas?

Dif. significativas
▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

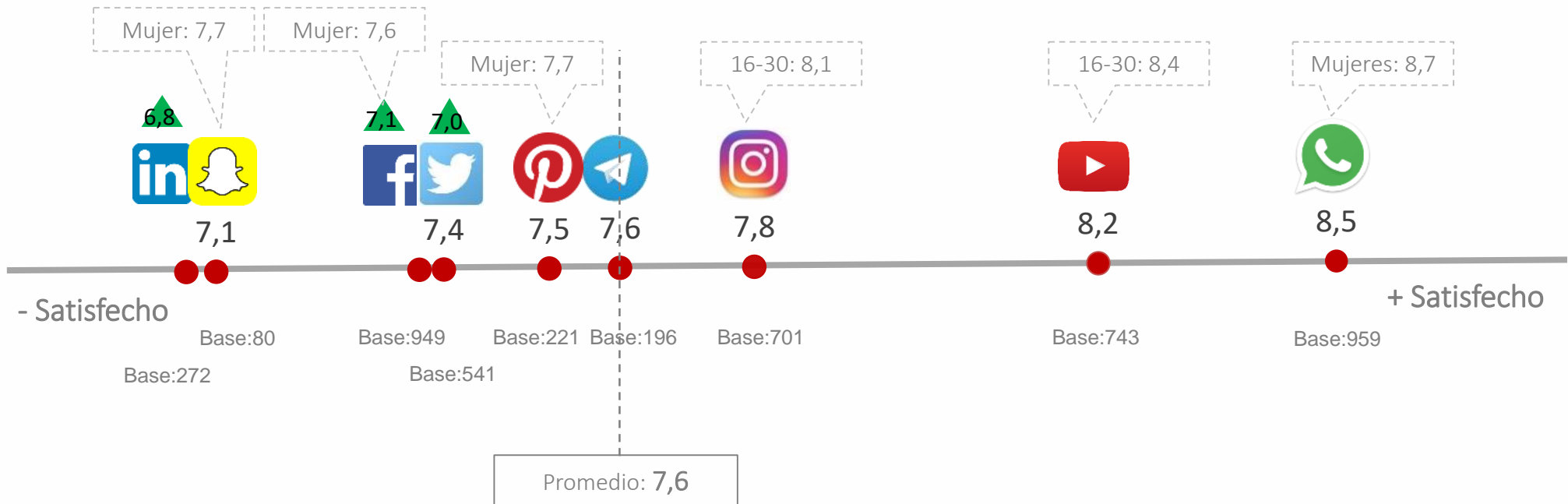
Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:



Valoración de Redes Sociales | Satisfacción

- **WhatsApp** se posiciona como la Red mejor valorada entre sus usuarios, seguido de **Youtube e Instagram**.
- Mejora la valoración de LinkedIn, Facebook y Twitter, aunque siguen por debajo del promedio de valoración.



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:



• En una escala de 1 al 10, en donde 1 es el mínimo y 10 el máximo, ¿cuál es tu nivel de satisfacción con las Redes Sociales que utilizas?

Dif. significativas
▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:



Uso de las Redes Sociales



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:

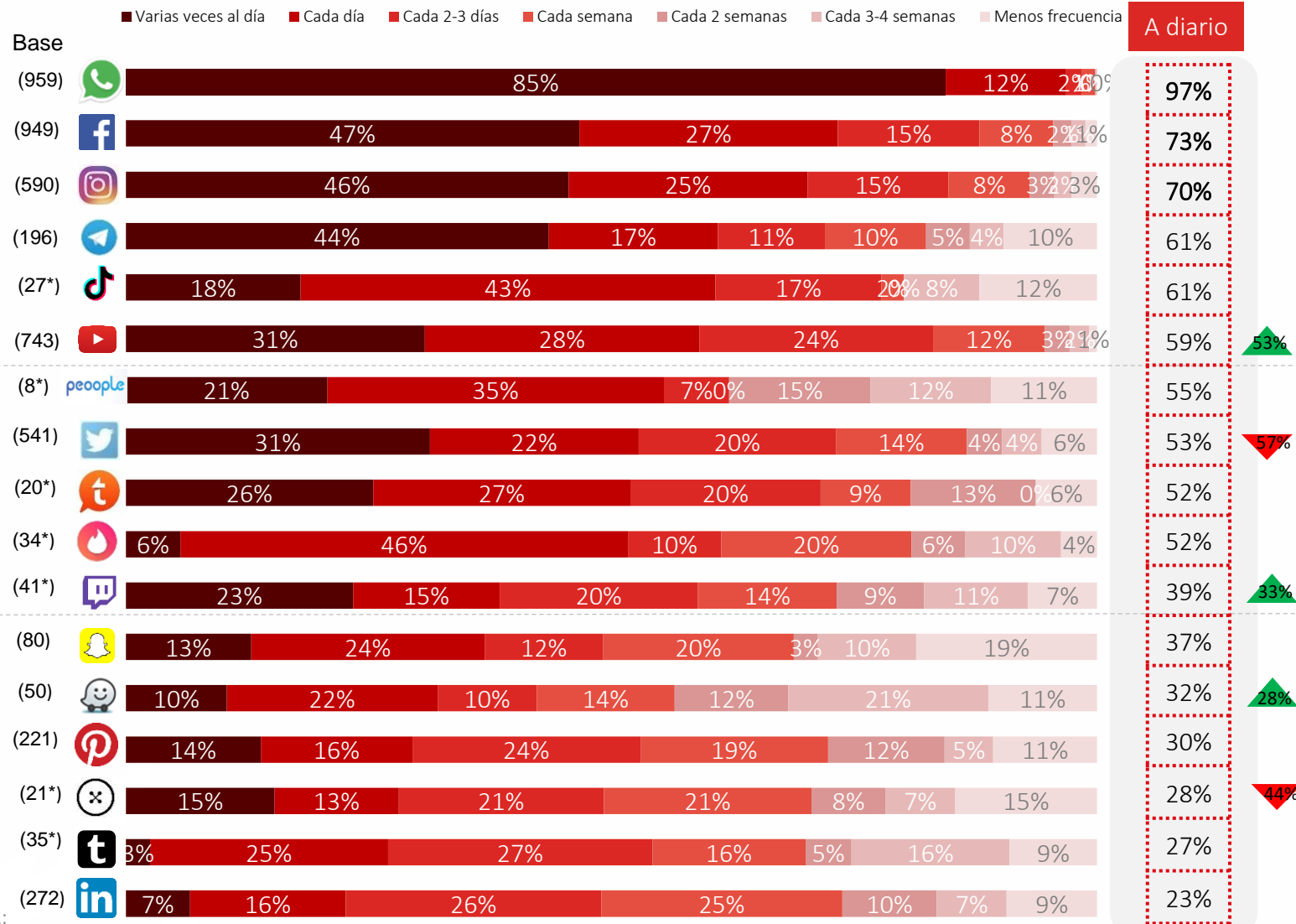


ELABORADO POR:



Frecuencia de uso | Diario

- En declarativo, **WhatsApp y Facebook** son las dos Redes Sociales con mayor frecuencia, a nivel muy parecido a 2018.
- Youtube crece en 6pp, al igual que Twitch. Waze también aumenta su frecuencia de uso diario en 4pp.
- En cambio, Twitter y 21 Buttons disminuyen su frecuencia de uso diario .



PATROCINADO POR:



¿Cada cuánto te conectas o visitas las Redes Sociales que mencionas visitar?

(*)Base no significativa estadísticamente

▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

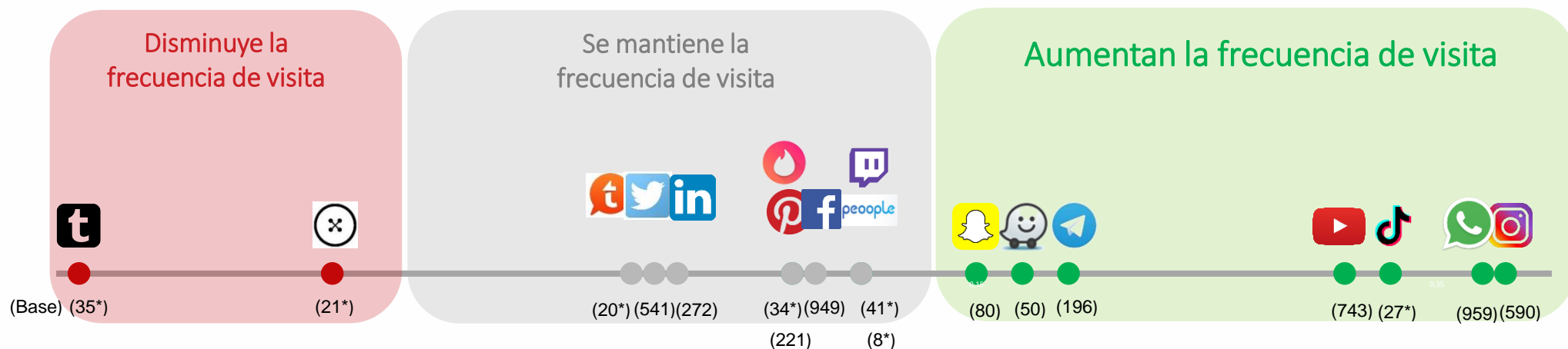
Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:



Cálculo neto (Incremento-reducción de frecuencia) | Evolutivo

- **Instagram** destaca por ser de las top Redes que más han aumentado la frecuencia de visita.
- **Tumblr** destaca por ser las que más la ha disminuido, seguida de **21Buttons**.



Se calcula un índice de incremento-reducción de frecuencia de la siguiente manera: Si aumentan la visita se puntúa con un 1, si la mantienen con un 0 y si la disminuyen con un -1.

PATROCINADO POR:



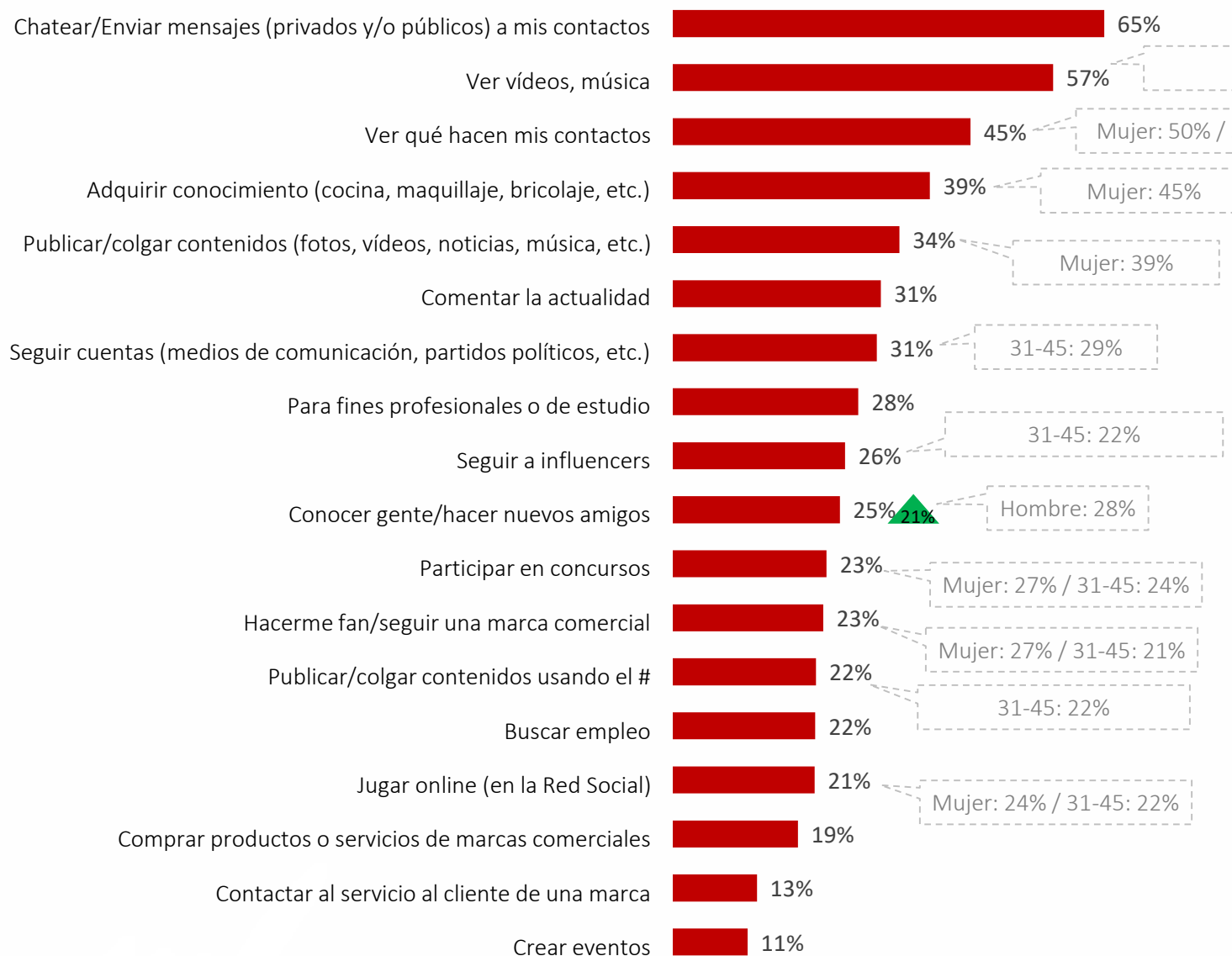
• En comparación al año pasado y para cada una de las Redes que actualmente utilizas dirías que...

ELABORADO POR:



(*)Base no significativa estadísticamente

Actividades realizadas en Redes | Frecuencia (T2B*)



- El uso principal de las Redes Sociales continúa siendo “social” (chatear/Enviar mensajes, ver qué hacen tus contactos).
- El chatear/Enviar mensajes va ligado a WhatsApp y Telegram.
- Ver Videos / Música continúa siendo una actividad destacada debido a la fuerza de YouTube.
- Aumenta el hecho de conocer gente y hacer nuevos amigos, como ya pasaba en el 2018.

PATROCINADO POR:



(*) Todas las actividades realizadas en RRSS tienen una frecuencia significativamente mayor entre los individuos de 16 a 30 años

• Y, ¿con qué frecuencia realizas estas actividades en Redes Sociales?

(*) T2B: Muy o bastante frecuentemente

 Dif. significativas
▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:



Dispositivos de conexión a las Redes Sociales



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:

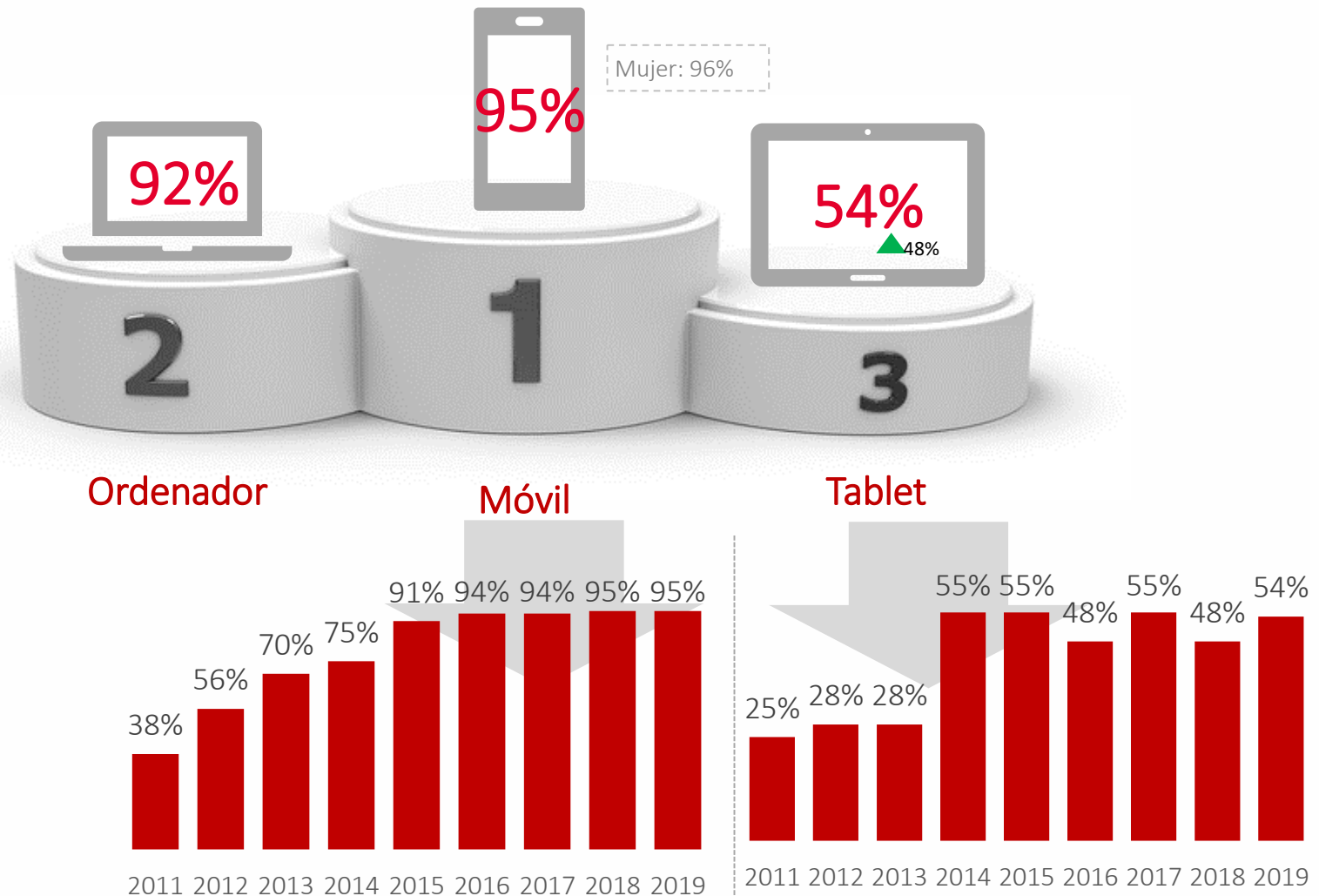
adglow

ELABORADO POR:

eLOGIA

Dispositivo de conexión

- El móvil sigue siendo el principal dispositivo de acceso a redes sociales (95%) con niveles muy parecidos al de 2018. De todos modos, el ordenador es usado también de forma generalizada.



PATROCINADO POR:



• ¿Accedes a Redes Sociales a través de tu?

Base usuarios RRSS: 1.094

 Dif. significativas
▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

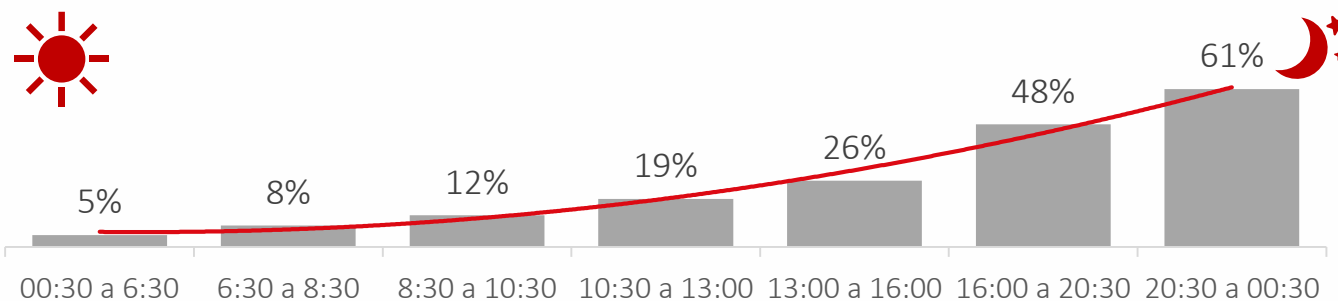
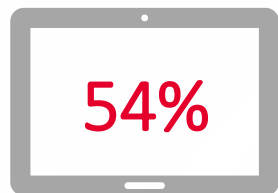
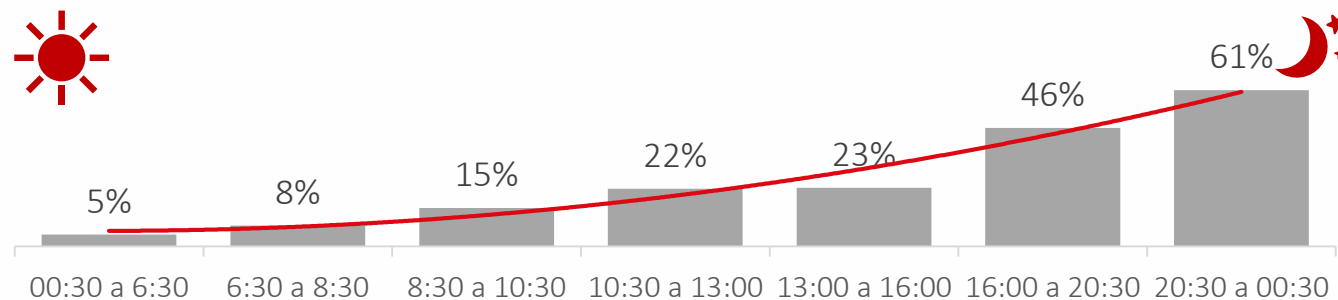
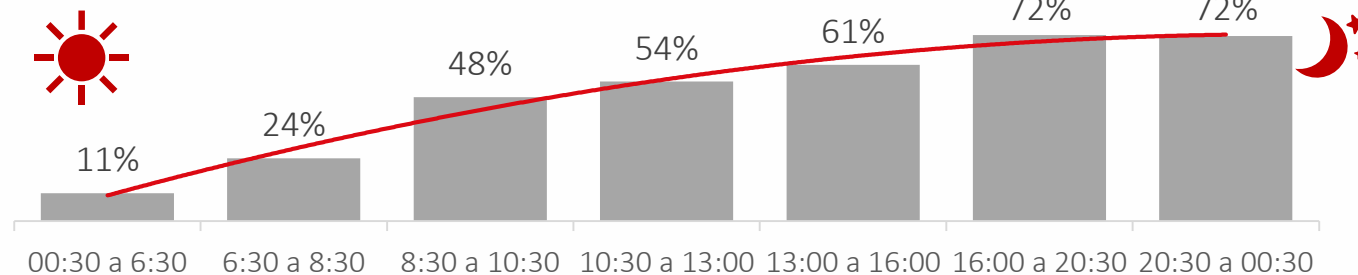
ELABORADO POR:



Dispositivo | Horarios de conexión

- **Móvil:** La conexión empieza pronto, a las 8:30, y va creciendo a lo largo del día, siendo la franja de 16:00 a 00:30 en la que más se utiliza el móvil para visitar las RRSS.
- **Ordenador:** El uso de Redes Sociales mediante este dispositivo se acentúa a partir de las 16:00, especialmente entre 20:30 y las 00:30.
- **Tablet:** : El uso de Redes Sociales mediante este dispositivo se acentúa a partir de las 16:00

¿En qué franjas horarias utilizas el ____ para conectarte a Redes Sociales?



PATROCINADO POR:



- ¿A qué Redes accedes a través del ordenador?
- ¿En qué franjas horarias utilizas el ordenador para conectarte a Redes Sociales?

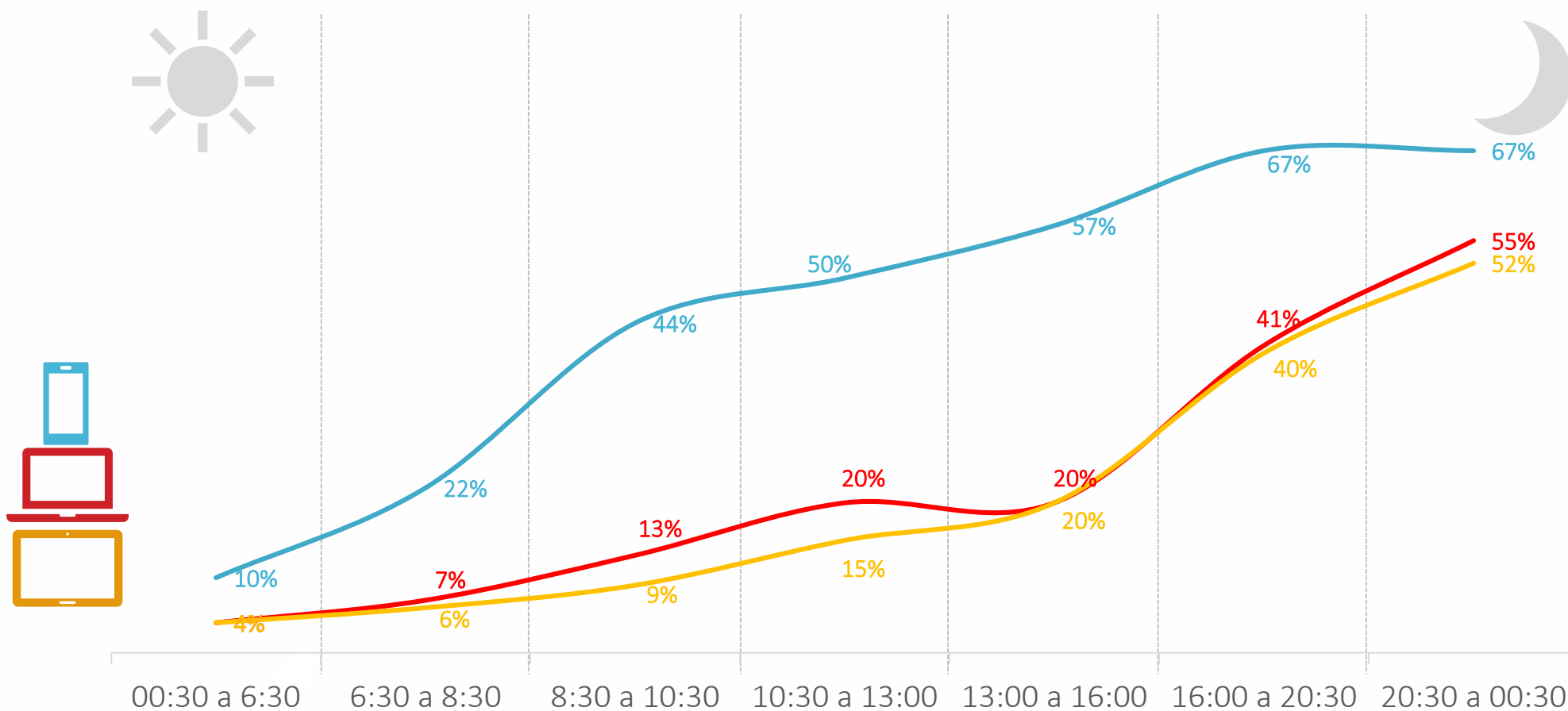
Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:



Dispositivo | Horarios de conexión

- Si comparamos los dispositivos en base al total usuarios de Redes Sociales, el gap se Reduce a partir de las 16:00h, y en especial a las 20:30h.



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:



- ¿A qué Redes accedes a través del ordenador?
- ¿En qué franjas horarias utilizas el ordenador para conectarte a Redes Sociales?

ELABORADO POR:

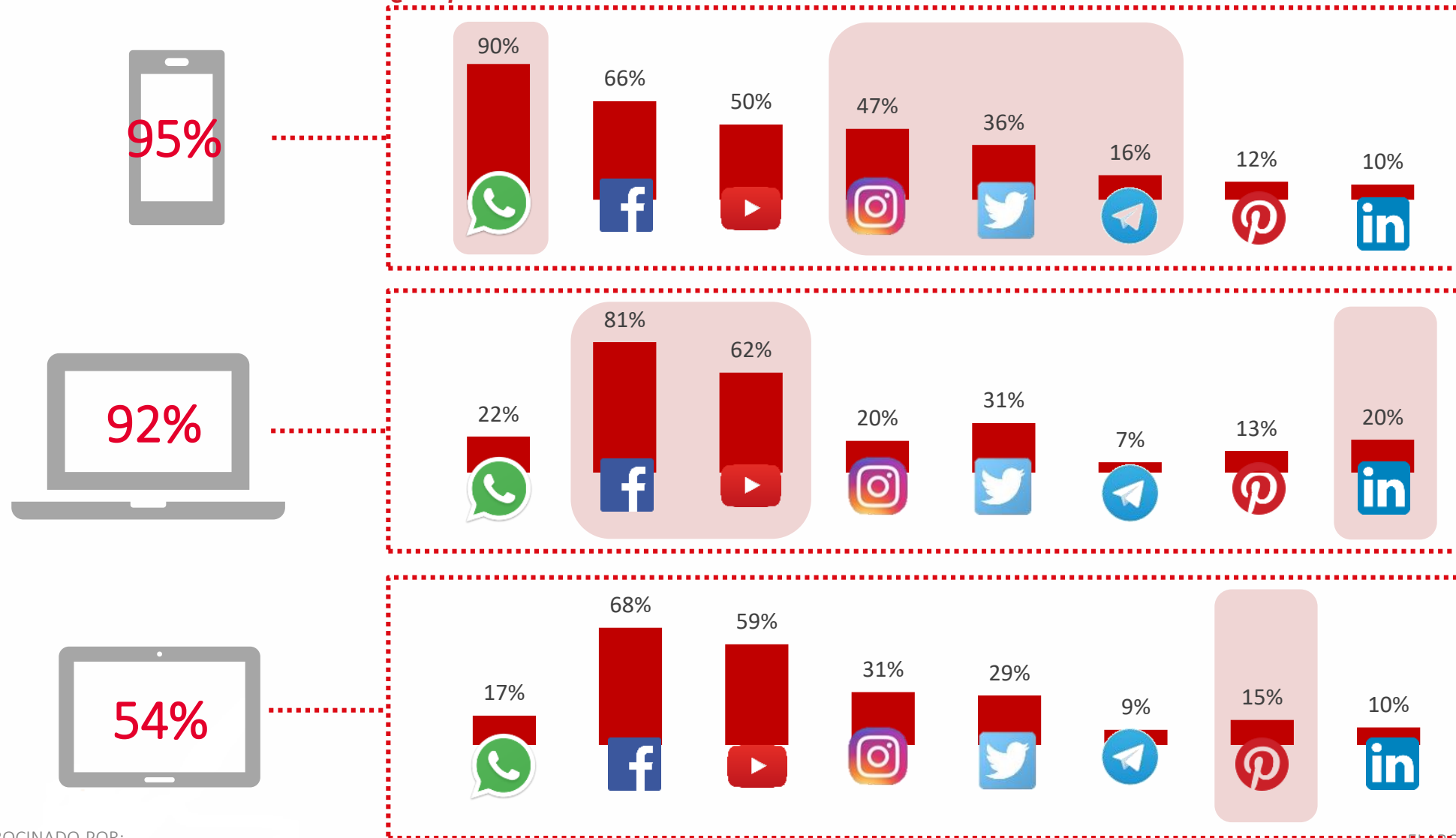


Base usuarios RRSS: 1.094

Dispositivo | Conexión a Redes Sociales

- Mientras el móvil lidera las conexiones de WhatsApp, Instagram, Twitter y Telegram, el ordenador lo hace en Facebook, Youtube y LinkedIn.

¿A qué Redes accedes a través de....?



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:



• ¿A qué Redes accedes a través de....?

ELABORADO POR:



Relación entre las Redes Sociales y las marcas



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:

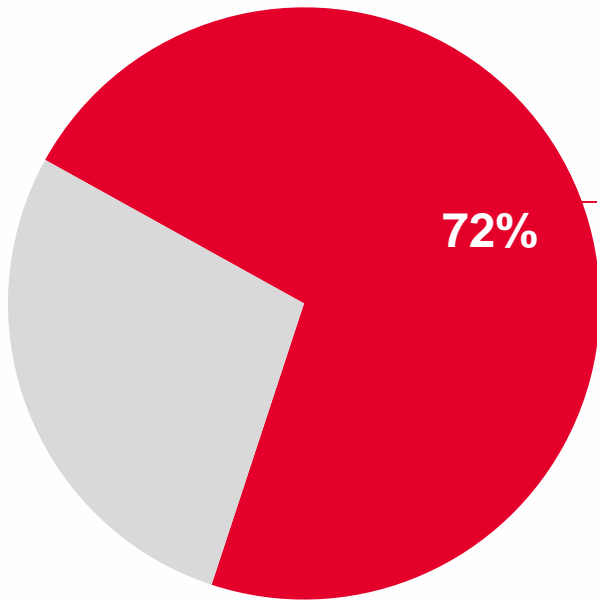
adglow

ELABORADO POR:

eLOGIA

Seguimiento de marcas en Redes Sociales |

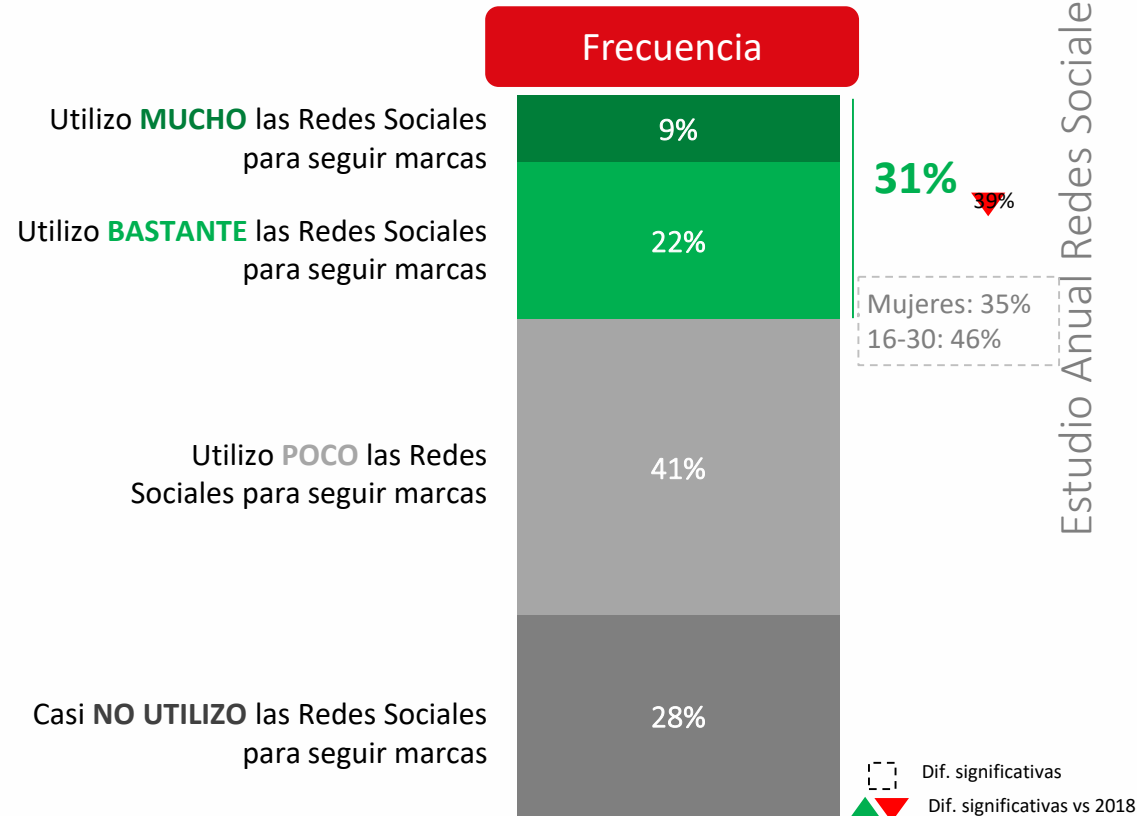
Penetración



Un **72%** declara ser fan/ seguir marcas a través de Redes Sociales

▼81%

- Disminuye el seguimiento de marcas en Redes Sociales. En 2019 un 72% declara ser seguidor de una marca (vs 81% de 2018) y también se reduce su intensidad: 31% vs 39% de 2018.



PATROCINADO POR:



- Y, ¿con qué frecuencia realizas estas actividades en Redes Sociales?
- Y actualmente ¿hasta qué punto dirías que utilizas las Redes Sociales para hacer seguimiento de marcas?

Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:

Dif. significativas



Las marcas que tienen perfil en Redes Sociales me inspiran **MÁS** confianza

26%

2018: 27%
16-30:41% / 31-45: 24%

Que una marca tenga o no perfil en Redes Sociales no altera el nivel de confianza que me inspira, me da **IGUAL**

67%

2018: 69%

Las marcas que **NO** tienen perfil en Redes Sociales me inspiran **MENOS** confianza

7%

2018: 4%

- Para un 26% la presencia en Redes Sociales aumenta la confianza en la marca.
- Es a los menores de 45 años a quienes les inspiran más confianza las marcas que tienen perfil, mientras los de más edad declaran que no les influencia.

La publicidad en las Redes Sociales



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:

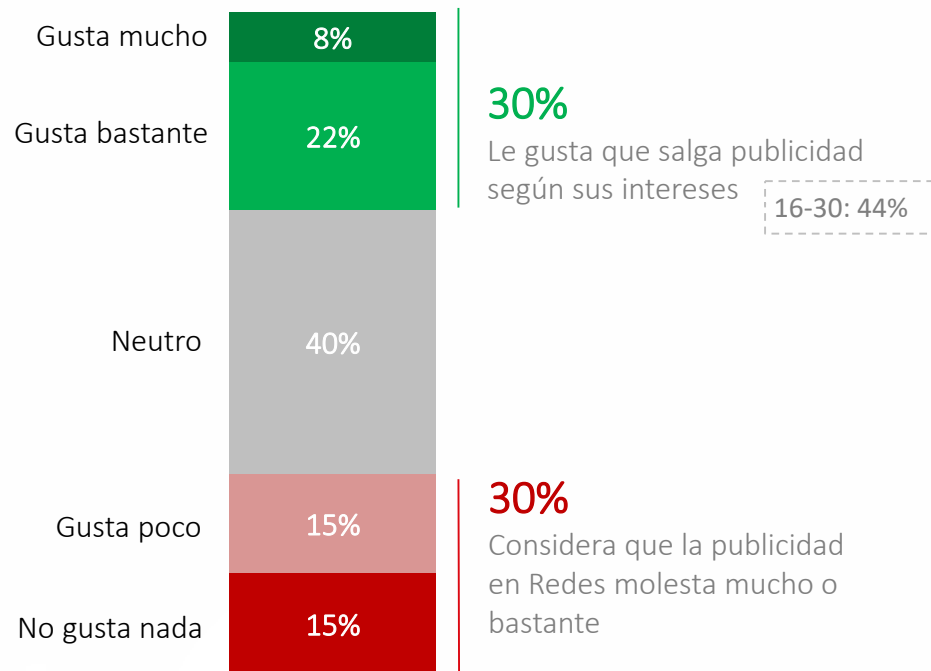


ELABORADO POR:

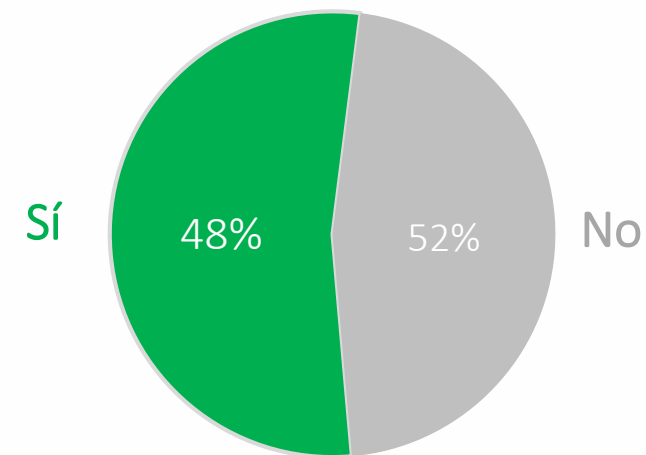


- Un 30% acepta positivamente que la publicidad que se le muestre sea acorde a sus intereses, aunque disminuye 2pp respecto a 2018. Los que demuestran mayor aceptación son los menores de 30 años.
- Un 48% declara que la publicidad que ha visto se ajustaba a su perfil.

Publicidad según intereses



Cumplía las expectativas



PATROCINADO POR:



- ¿Te gusta que salga publicidad según tus intereses?
- ¿Cumplía tus expectativas (información, características, usabilidad...) la publicidad que has visto?

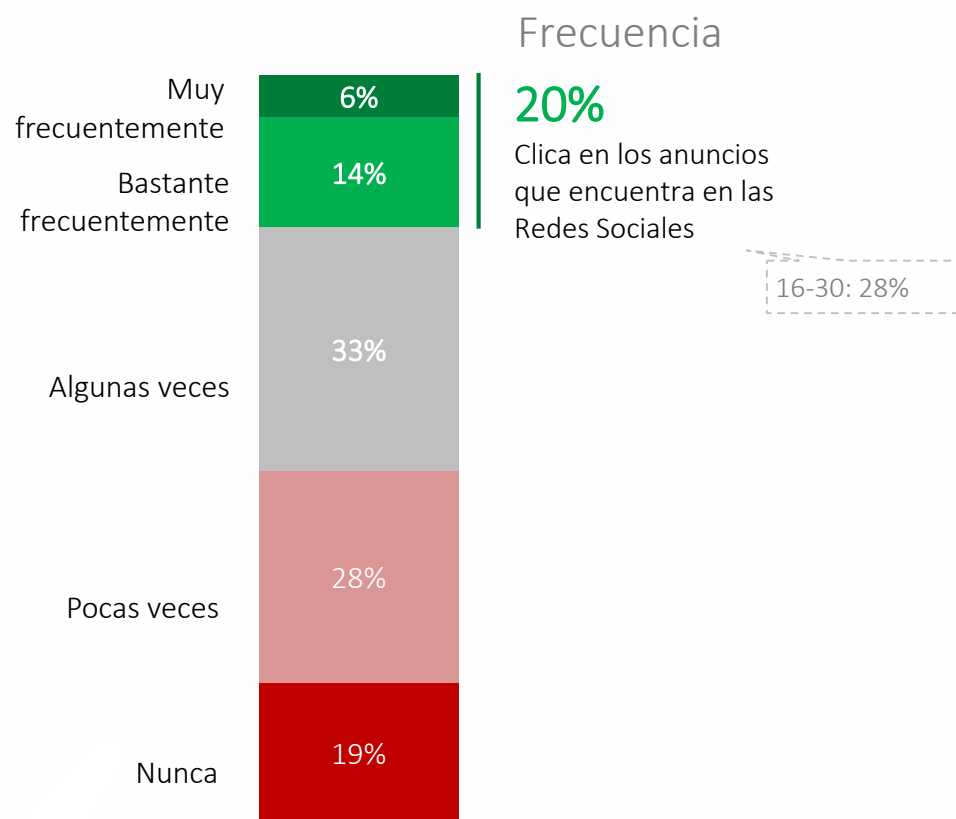
Dif. significativas
 Dif. significativas vs 2018

Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:



- Según declarativo, existe un alto ratio de clicks en la publicidad en RRSS (20%). Los que clickan en mayor proporción son los más jóvenes (menores de 30 años).



PATROCINADO POR:



• ¿Clicas en los anuncios que encuentras en las Redes Sociales?

Dif. significativas
 Dif. significativas vs 2018

ELABORADO POR:



Base usuarios RRSS: 1.094

Relación entre las Redes Sociales y el e-commerce



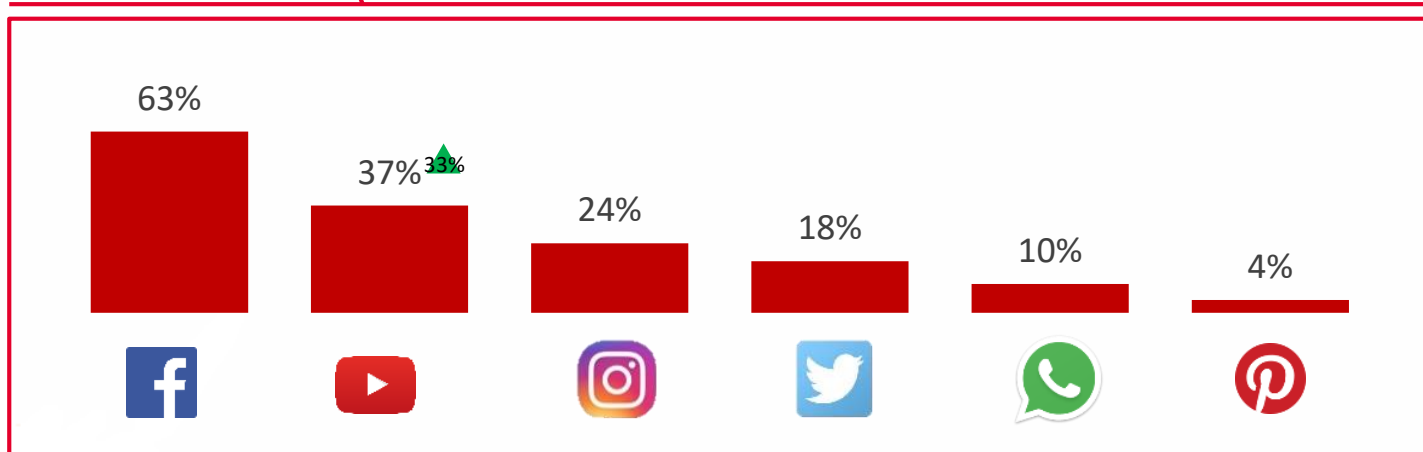
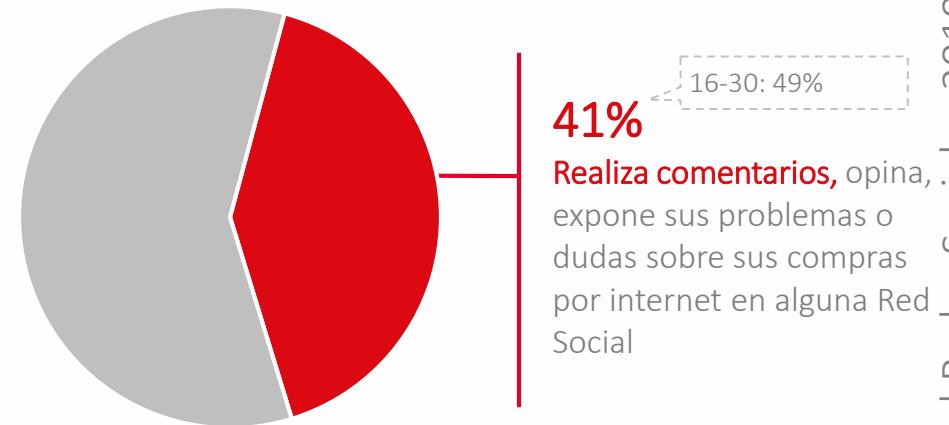
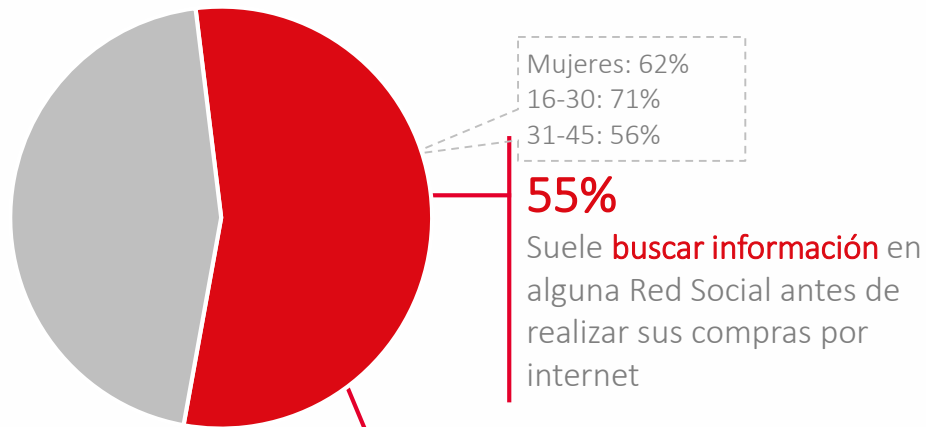
PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



- Buscar información de productos en Redes Sociales antes de realizar la compra sigue siendo tendencia: un 55% declara hacerlo, sobre todo las mujeres y los menores de 45 años. El canal para hacerlo es principalmente Facebook. Youtube pierde peso vs 2018.
- Un 41% realiza comentarios, opina, expone sus problemas o dudas sobre sus compras por internet en alguna Red Social. (+3pp vs 2018).



PATROCINADO POR:



- ¿Sueles buscar información en alguna Red Social antes de realizar tus compras por internet?
- ¿En qué Red(es) has buscado información para tus compras por internet?
- ¿Sueles realizar comentarios, dar opiniones, exponer tus problemas o dudas sobre tus compras por internet en alguna Red Social?

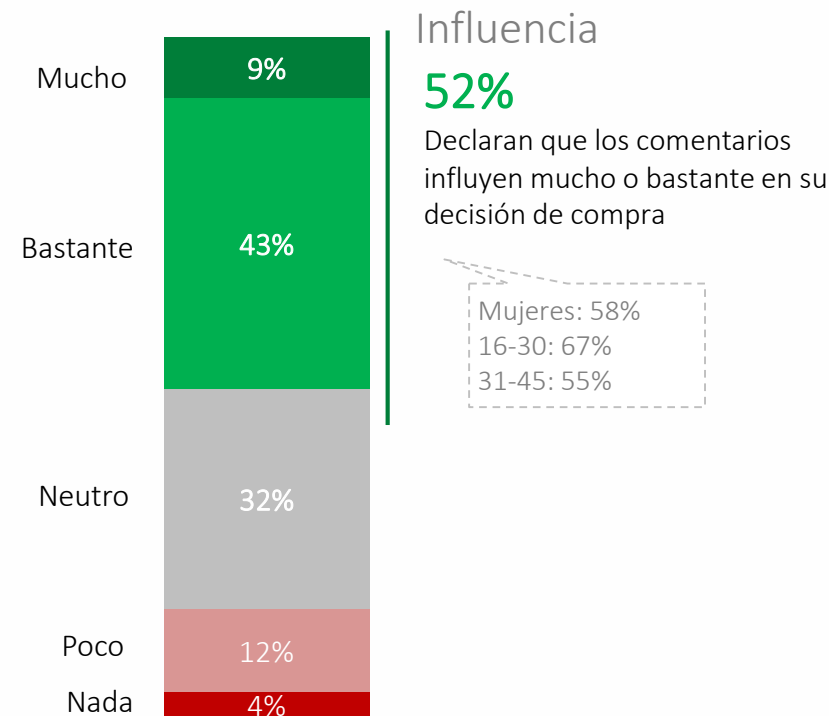
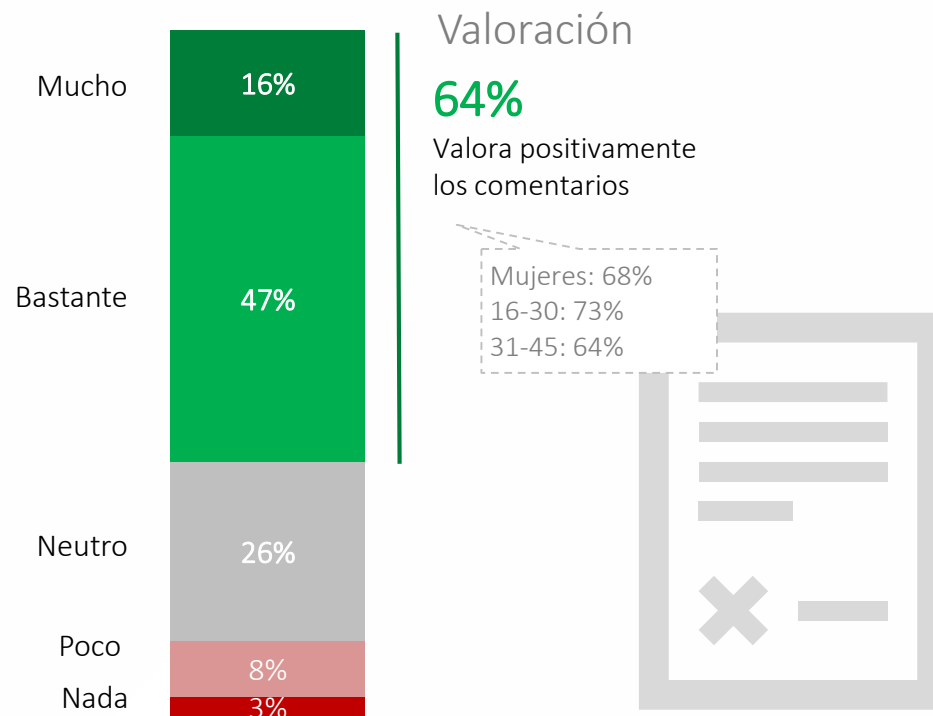
Dif. significativas
 Dif. significativas vs 2018

Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:



- Un 64% valora positivamente los comentarios en Redes, comentarios que según un 52% sí que influyen en sus decisiones. Los que más lo valoran son las mujeres y los menores a 46 años.



PATROCINADO POR:



- ¿Cómo valoras los comentarios y opiniones de otros usuarios que puedes conseguir en las Redes Sociales sobre productos y servicios?
- ¿Hasta qué punto dirías que estos comentarios y opiniones de otros usuarios influyen en tu decisión de compra?

ELABORADO POR:



Base usuarios RRSS: 1.094

Otras tendencias: Influencers



PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



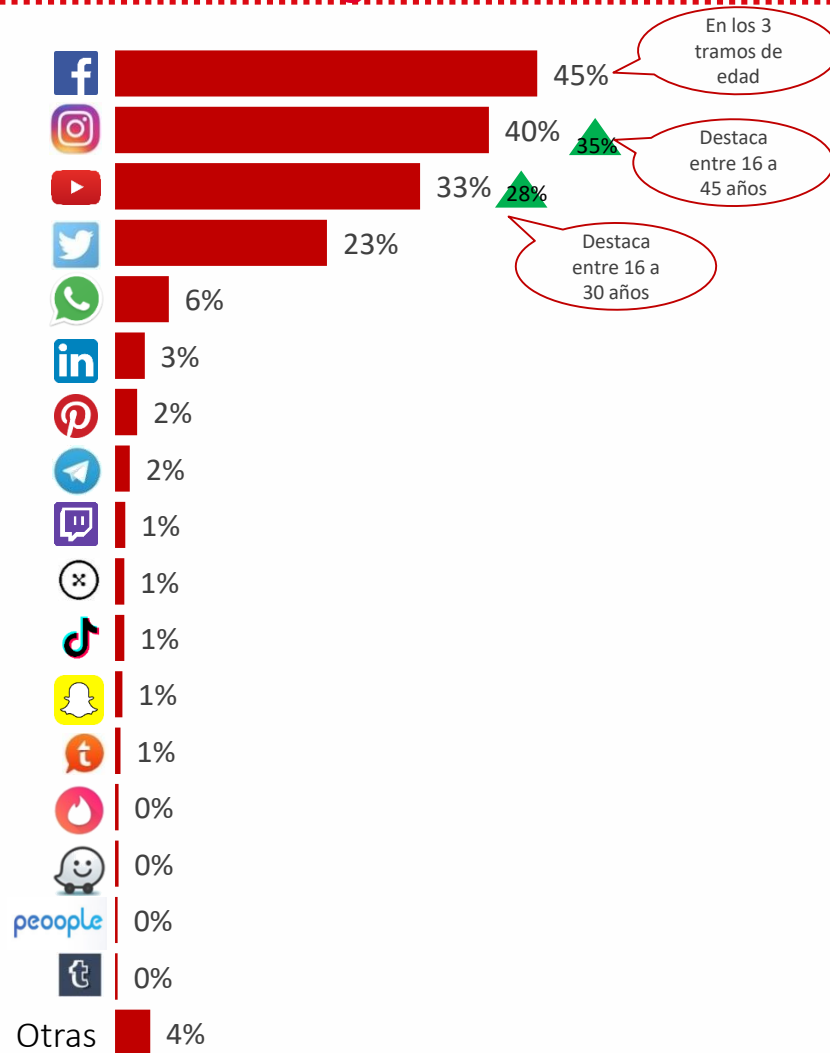
- Un 68% de los usuarios siguen a Influencers mediante las Redes Sociales, especialmente las mujeres y los menores de 46 años.
- Facebook e Instagram son las Redes donde se siguen más a los influencers, seguido de Youtube y Twitter.



Un **68%** declara seguir a influencers ▼

Mujeres: 77%
16-30: 85%
31-45: 71%

Redes Sociales donde sigue a los influencers



▭ Dif. significativas
▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

PATROCINADO POR:



• Nos has comentado que sigues a algún/a influencer. ¿En qué Red/es lo/a sigues?

▭ Dif. significativas

Base usuarios RRSS: 1.094

ELABORADO POR:



Los expertos hablan



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



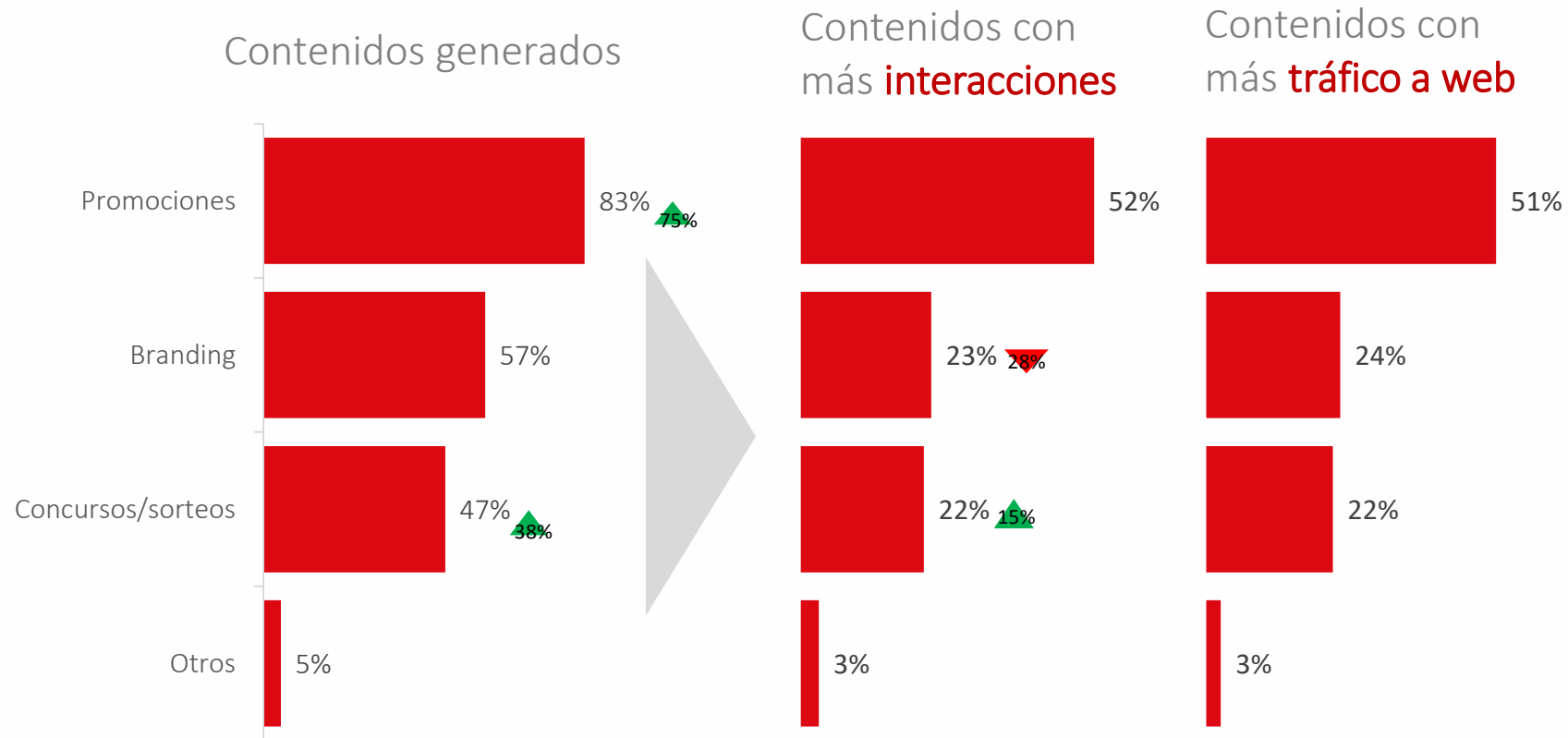
Objetivos de las Redes Sociales |

- El principal uso por parte de los profesionales de las Redes Sociales recae en vender, que aumenta en 12pp, seguido de ser un servicio de atención al cliente.



Contenidos en Redes Sociales |

- Las promociones es el contenido que más generan en Redes Sociales y las que mayor número de interacciones y tráfico web generan.



PATROCINADO POR:



- ¿Qué contenidos se generan en tu organización en Redes Sociales?
- ¿Y cuál es el que genera más interacciones?
- ¿Y cuál es el que genera más tráfico a vuestra página web?

▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

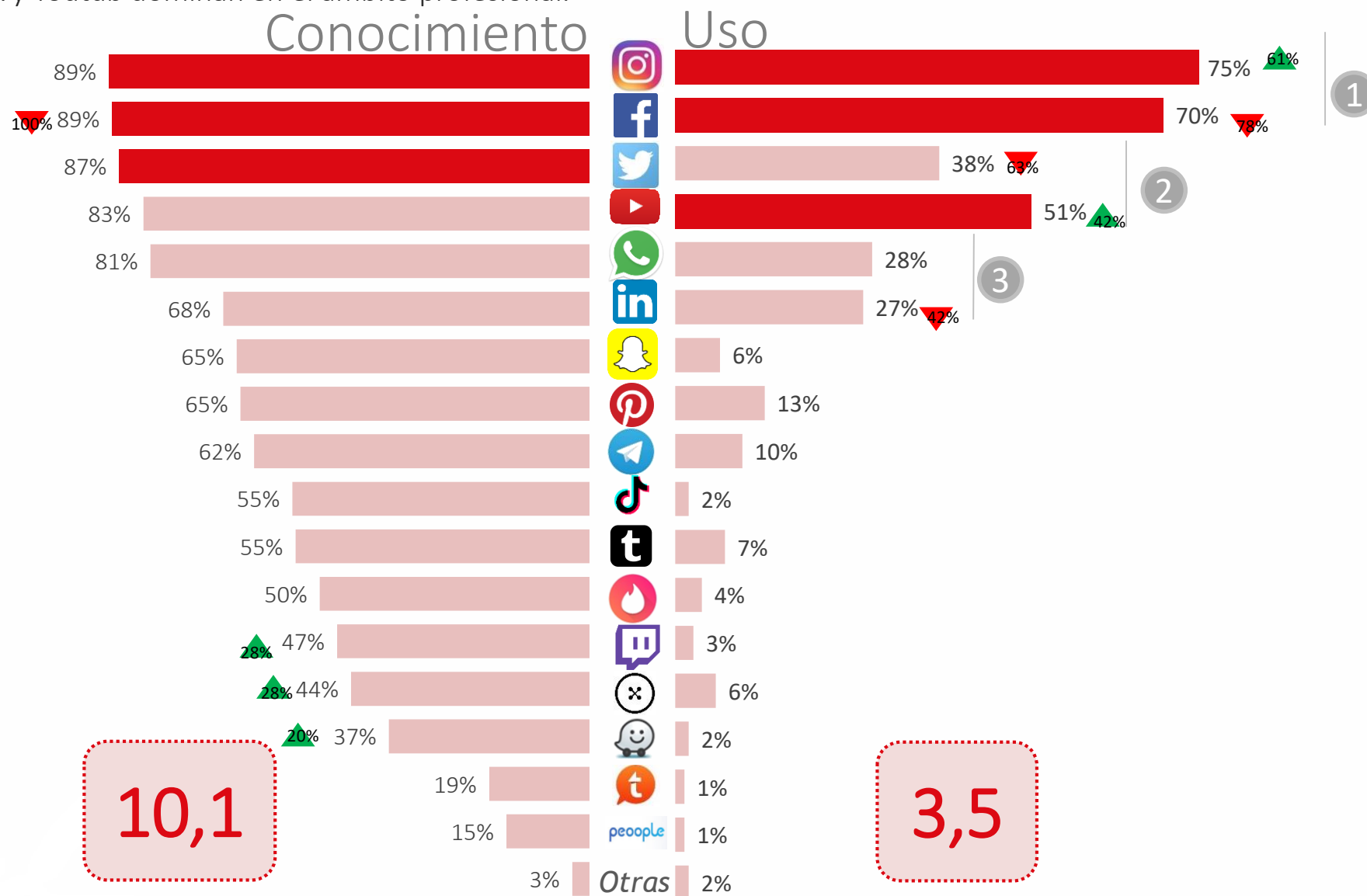
ELABORADO POR:

Base Profesionales RRSS: 156



Conocimiento y Uso de las Redes Sociales

- Instagram, Facebook y Twitter son las Redes con mayor conocimiento. Respecto al uso, Instagram, Facebook y Youtube dominan en el ámbito profesional.



PATROCINADO POR:



- ¿Cuál/es de las Redes Sociales que te mostramos a continuación conoces?
- ¿Y cuál/es de las Redes Sociales que conoces se usan en tu organización a nivel comercial?

▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

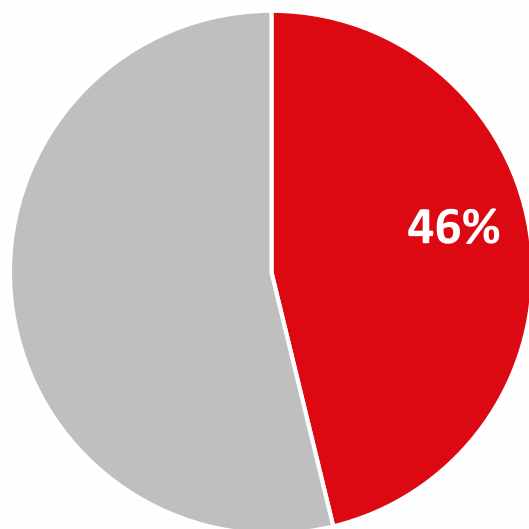
ELABORADO POR:

Base Profesionales RRSS: 156



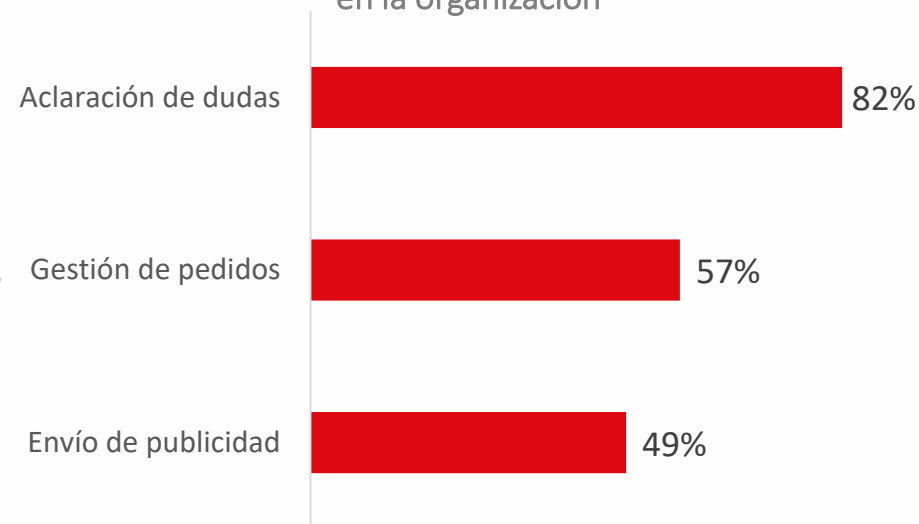
Whatsapp Business

- Un 46% de las organizaciones utilizan Whatsapp Business, principalmente para aclarar dudas de los clientes.



Organizaciones que utilizan
Whatsapp Business

Uso de Whatsapp Business
en la organización



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:



- ¿Tu organización utiliza Whatsapp Business?
- ¿Qué uso se le da a Whatsapp Business en tu organización?

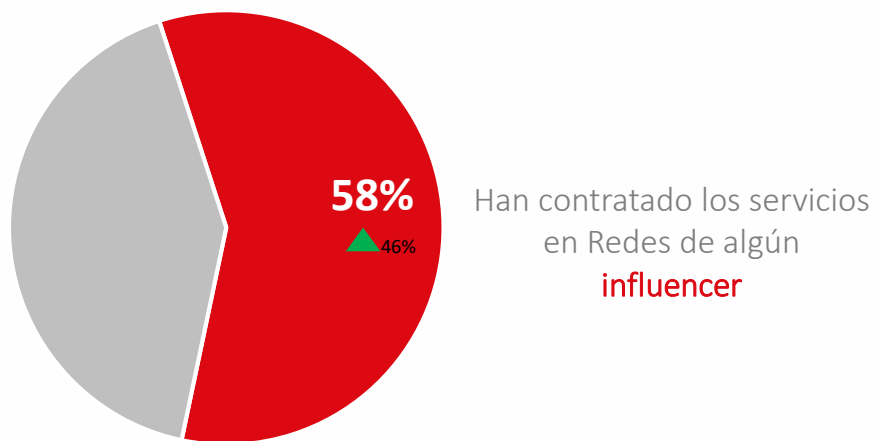
ELABORADO POR:



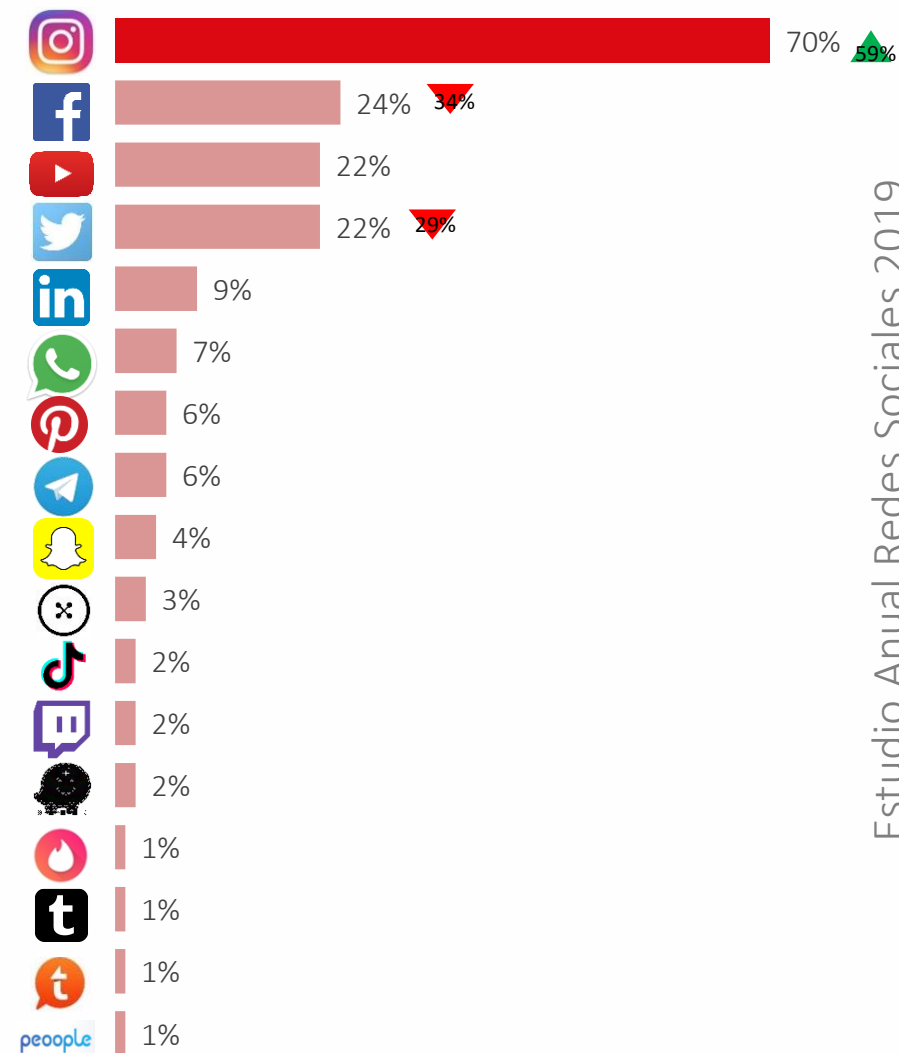
Base Profesionales RRSS: 156

Influencers

- Un 58% de los profesionales han contratado los servicios en Redes de influencers, principalmente en Instagram. Dato que ha aumentado 12pp respecto a 2018.
- El 87% de ellos está muy y bastante satisfecho con las acciones con los influencers.



87% Declaran estar satisfechos con las acciones realizadas con los influencers



PATROCINADO POR:



- ¿Ha contratado tu organización los servicios en Redes Sociales de algún/a influencer?
- ¿Para qué Red Social se han contratado los servicios del/la influencer?
- En una escala de 1 a 5, siendo 1 "Nada satisfecho/a" y 5 "Muy satisfecho/a", ¿cuál es el nivel de satisfacción con las acciones del/la influencer?

▲ ▼ Dif. significativas vs 2018

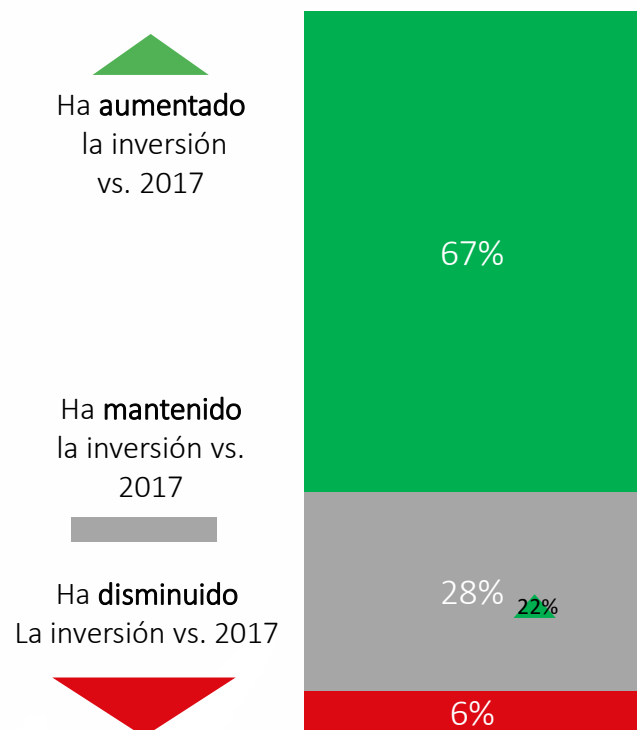
ELABORADO POR:

Base Profesionales RRSS: 156

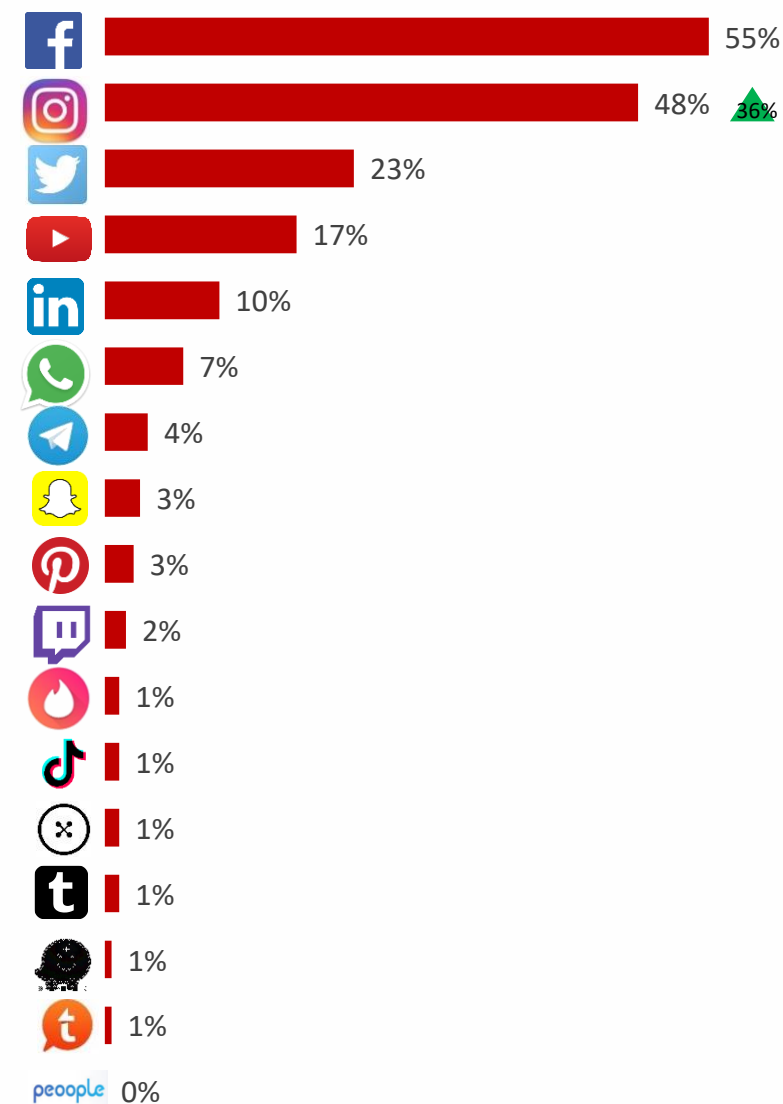


Evolución de la inversión publicitaria en Redes

- Un 67% declaran haber incrementado la inversión publicitaria en Redes vs. el ejercicio del 2018.
- Facebook y Instagram son las Redes con mayor inversión publicitaria.



Mayor inversión



PATROCINADO POR:



- A nivel publicitario, ¿cómo ha variado la inversión publicitaria en Redes Sociales durante el pasado ejercicio 2018?
- De las Redes Sociales que se usan en tu organización a nivel comercial, ¿cuáles se han destinado en mayor medida a la publicidad durante el pasado ejercicio 2018?

ELABORADO POR:



En Resumen



Estudio Anual Redes Sociales 2019

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:





Perfil usuario

36,5 años

52%

48%

30%

40%

30%

■ De 16 a 30 años ■ De 31 a 45 años ■ De 46 a 65 años

Notoriedad espontánea

24%

4º lugar

Funnel salud de marca

Notoriedad sugerida

93%

95%

Uso

88%

Preferencia

40%

1º lugar

Valoración

8,5

1º lugar

(Promedio: 7,6)

Duplicación

89%



71%



Dispositivo % de conexión a WhatsApp mediante...

90%

22%

17%

Frecuencia de visita

▲ 42%

■ 53%

▼ 5%



hr/día

1h 47m

(Promedio: 0h 55m)



veces/día

6,0

(Promedio: 2,2)

Conclusiones:

Las #10 cosas que debes saber de las Redes Sociales



PATROCINADO POR:

adglow

ELABORADO POR:

eLOGIA 49

#10 cosas que debes saber de las RRSS

#1 Las Redes Sociales **se estabilizan** entre la población española internauta, alcanzando así su madurez con penetraciones 85% (lo que representa 25,5 millones).

#2 Las Redes Sociales que reinan el panorama español son **WhatsApp, Facebook, Youtube e Instagram**. Facebook pierde la primera posición frente a Whatsapp. Principalmente por el gran crecimiento de Instagram que ya se identificaba en 2018, y que además aún tiene recorrido entre los usuarios (54%). Facebook además es la Red que mayor tasa de abandono.

#3 Los españoles usuarios están 55 min diarios en promedio en las Redes Sociales, siendo los más jóvenes los dedican mayor tiempo a ellas (0:58 min).

#4 El **móvil** lidera la conexión a las Redes Sociales (95%), aunque existen Redes específicas por dispositivo: WhatsApp, Instagram, Twitter y Telegram son de móvil, Facebook y Youtube más de ordenador.

#5 Las marcas son seguidas a través de Redes Sociales por un 72% de los usuarios. Para un 31% que una marca tenga perfil en Redes es sinónimo de confianza.

#10 cosas que debes saber de las RRSS

#6 *La publicidad en RRSS no genera molestias, especialmente entre los más jóvenes. La publicidad personalizada es bien recibida y cumple con las expectativas de los usuarios.*

#7 *Para un 55% de los usuarios, las Redes Sociales son una fuente de información más y es por eso que participan de forma activa mediante comentarios. La mitad de los usuarios declara que las Redes Sociales han influido alguna vez en su proceso de compra.*

#8 *7 de cada 10 usuarios siguen algún influencers. Consideran que son creíbles y, entre ellos, poco publicitarios.*

#9 *Los profesionales del sector buscan en las Redes vender más y atención al cliente. Las promociones es el contenido más generado ya que consigue mayor interacciones y tráfico web. Aunque conocen muchas Redes Sociales, en sus organizaciones centran sus acciones en sólo tres: Instagram, Facebook y Youtube.*

#10 *Un 58% de las organizaciones ha contratado al pasado año los servicios de Influencers, un 12pp más que en 2018.*

Contacto:



#IABEstudioRRSS



Belén Acebes

Directora de Operaciones - **IAB Spain**

belen@iabspain.es



Ramon Montanera

Market Intelligence Director - **Elogia**

ramon.montanera@elogia.net

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:

