



GUÍA DE AYUDA 2016
para Marketeros, Emprendedores y Empresarios

EN NÚMEROS

Uso de

INTERNET

Y LAS

REDES SOCIALES



María del Carmen González Betancourt

Consultora y Gestora de Contenidos de Profesionales, Emprendedores y Pymes que necesitan implementar o mejorar Estrategias Online para impulsar su negocio y/o proyecto y atraer clientes y nuevas oportunidades.

Email:

networkingcontraelparo@gmail.com

Web:

www.networkingcontraelparo.com

Conecta conmigo:



INDICE

Introducción	3
¿Por qué estar al día con las tendencias?	4
Datos sobre el Consumo de Internet y TIC's	6
Uso de los Redes Sociales	12
Comportamiento de las Compras Online	25
¿Por qué utilizar el Marketing de Contenidos?	31
Fuentes para estar al día con las tendencias	33
Conclusiones	37

INTRODUCCIÓN

Para cualquier profesional, empresario y/o emprendedor el uso de las nuevas tecnologías se ha convertido en una herramienta indispensable para su desarrollo personal y de negocio.

Gestionar y optimizar una adecuada presencia online es un proceso que te permite redimensionar el valor que aporta tu negocio o competencias y habilidades propias.

Para ello la investigación y el análisis son los métodos más efectivos a la hora de detectar oportunidades y fortalezas; y reorientar lo que no funciona.

Como parte de estos procesos, el conocimiento de los datos estadísticos y tendencias son un marco de referencia que te servirán de guía y apoyo.

Pensando en ello y dada la infinidad de fuentes que encuentras en Internet, he preparado este ebook que tiene como propósito recopilar algunos de los datos más relevantes sobre la penetración e impacto de internet, TIC's y redes sociales.

Espero te sea útil para tu proyecto. ¡Gracias!

¿Por qué estar al día con las tendencias?

No importa cuán pequeño o grande sea tu negocio, si eres un trabajador freelance (o no): el conocimiento de los datos estadísticos y tendencias te ofrece múltiples ventajas.

A continuación te doy algunas ideas:

Marco de Referencia para tomar mejores decisiones en tu Estrategia On/Off line.

Conseguir mayor influencia sobre tus clientes al apoyarte en datos poderosos.

Hacer uso de datos en tus presentaciones, informes, ponencias y artículos.

Aumentar la percepción de experto que necesitas dentro de tu nicho de mercado.

Detectar nuevas oportunidades de negocio y/o desarrollo profesional.

Aportar contenidos de valor a tus clientes y/o lectores.



“

*El conocimiento
puede ser de dos
especies: o bien
conocemos un tema
nosotros mismos, o bien
sabemos dónde
encontrar información
sobre el.*

- Samuel Johnson

DATOS SOBRE

el CONSUMO de INTERNET y TIC's



Consumo de Internet y Tecnología de la Información



Tasa de Penetración

Internet

A nivel mundial es del 46% para 3.42 billones de usuarios, con un crecimiento del 35% en relación al año 2013 (enero 2016)

Usuario Móviles en Redes Sociales

En el 2015 ha sido el indicador de mayor crecimiento con un aumento del 17% (283M de nuevos usuarios)

Redes Sociales

A nivel mundial es del 31% para 2.31billones de usuarios, con un crecimiento del 10% en relación al año 2015 (enero 2016)

Población

En la población menor de 34 años alcanza el 90%, mientras que en los mayores de 60 años solo el 34%.

Consumo de Internet y Tecnología de la Información



Hábitos de Consumo - Generales

Los usuarios de Internet son de media propietarios de 5.5 cuentas de Redes Sociales.

De ellas, utilizan de forma activa alrededor de 2.8 cuentas.

América Latina y Europa están igualados en las horas de consumo mensuales (6.1 horas) a través de un ordenador en Redes Sociales (datos de junio 2015)



Hábitos de Consumo - España

El 70% de la población de más de 14 años accede diariamente a Internet.

El 76.1% de la población de más de 14 años accede mensualmente a Internet.

En abril 2016 - por 1ra. vez - el acceso de las mujeres a Internet superó al de los hombres.

El acceso tiene este orden: móvil, portátil, ordenador y tablet.

Consumo de Internet y Tecnología de la Información

El 81% de entre 18-55 años utilizan las Redes Sociales, esto representa más de 15M de personas.

Facebook y WhatsApp son las preferidas, seguidas de Youtube, Twitter e Instagram.

El 90% de los usuarios está concienciado de que debe tener cuidado con lo que publica en Redes Sociales.



Espanoles conectados a través del móvil

Se estima un tiempo de **conexión diaria a Internet de 3h 23min.**

El 65% que se conecta a Redes Sociales lo hace en el **horario tarde-noche (4pm – 0.30am).**

Mientras se ve la TV, el 43% está conectado a Redes Sociales a través del móvil.

Publicidad y Compra desde el móvil

El 30% de los usuarios busca de manera habitual información de las características y los precios de un producto.

6 de cada 10 usuarios ha realizado alguna compra.

6 de cada 10 usuarios obvia la publicidad recibida en el móvil.

9 de cada 10 usuarios utiliza el móvil en algún punto del proceso de compra.

La comunicación publicitaria más irrelevante es la que se recibe a través del móvil.



Las 2 razones más mencionadas para comprar con el móvil son: porque le resulta fácil y cómodo (41%) y porque encontró el producto navegando por Google (23%).

Consumo de Internet y Tecnología de la Información

En comparación con periodos anteriores hay crecimiento para las siguientes actividades:

- ✓ Compra de Productos
- ✓ Lectura de noticias
- ✓ Navegación por la Web
- ✓ Visualización de vídeos online

¿Para qué se conectan los españoles desde el móvil?

DIARIO



Un 93% para realizar actividades sociales.



Un 65% para realizar actividades lúdicas.

SEMANAL



Un 78% para realizar actividades consultivas.



Un 82% para realizar actividades funcionales.



Uso de las **REDES** **SOCIALES**

Por las **MARCAS** y los **Consumidores**

—— EN ESPAÑA Y EL MUNDO ——

- Las Redes Sociales son el canal de atención al cliente utilizado por excelencia.
- Facebook, Twitter e Instagram son las redes preferidas por los usuarios para seguir alguna marca.
- Para un 31% de usuarios, la presencia en Redes Sociales de las marcas aumenta su confianza en ellas, y sobre todo en los usuarios más jóvenes.
- Alrededor del 75% de los que siguen alguna marca en Redes Sociales responden a ellas.
- Alrededor del 20% de los seguidores de marcas las sugieren o recomiendan.
- El 4% de usuarios genera algún tipo de contenido único para las marcas.
- Para un 51% de usuarios, la publicidad de las marcas es una manera de obtener información sobre ellas.
- El principal motivo por el que un usuario decide mantenerse de fan de una marca es porque publican contenidos de su interés.

- Los principales motivos por los que un usuario decide seguir una marca en Redes Sociales son:

Informativos

Porque les gusta

Por la participación en sorteos, descuentos o concursos (beneficios).

- La media de comunidad online de grandes marcas es de alrededor de 460.000 fans.
- Hay un incremento del 2% de la comunidad online de las grandes marcas, en comparación al año anterior. (2015)
- El incremento de seguidores tiene la inercia como base.
- Se denota un incremento del uso del formato audiovisual como herramienta de comunicación.



Engagement de las Marcas en las Redes Sociales

según Sectores

DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN

El sector con más incremento de **seguidores** han obtenido.

CULTURA

El sector que recibe más **me gusta y comentarios** por parte de los usuarios.

TELECOMUNICACIONES

El sector con **mayor actividad** en las redes.

SERVICIOS

El sector que tiene más **contenido compartido o retweets** de usuarios.

Uso de Redes Sociales - España

- El 81% de los internautas españoles entre 16-55 años utilizan las Redes Sociales. (+ de 15M)
- Para esta muestra, su uso es principalmente SOCIAL, realizando (en este orden) estas actividades:
Chatear y enviar mensajes / Consumir música y vídeos / Saber las actividades de los amigos / Publicar contenidos / Seguir a influencers

HORARIOS DE CONEXIÓN A REDES SOCIALES

El 94% se conecta a través de un ordenador, el 28% por tablet y el 91% por móvil.



20:30 – 00.30
(el 68%)



20:30 – 00.30
(el 66%)



16:00 – 00.30
(el 65%)



Facebook en el Mundo

Fundada en el año 2004, a cierre del 2015 contaba con más de 12.000 empleados; en la actualidad es la red social más popular del mundo.

1040M

Usuarios
activos
diarios
promedio.

1590M

Usuarios
activos
mensuales
promedio.

934M

Usuarios
activos diarios
promedio de
móviles.

1040M

Usuarios
activos
mensuales
promedio de
móviles.

+3M

De empresas
se anuncian
en Facebook.

70%

De las empresas
que se anuncian
en Facebook no
son de Estados
Unidos.

≈83.6%

De los usuarios activos diarios provienen de países que no son EUA , ni Canadá.

100M

De horas de vídeo en Facebook diariamente.

4.17M

De posts reciben me gusta por minuto.

En Abril de 2016, las 5 marcas con mayor número de seguidores en Facebook son:

- Facebook for Every Phone (509M)
- Coca Cola (96M)
- Youtube (81M)
- Red Bull (44M)
- Nike Football (42M)

Facebook en España

7

Días de la semana que la usan los usuarios activos.

4h23min

Tiempo promedio semanal de actividad en esta red.

15M

Usuarios activos diarios promedio.

21M

Usuarios activos mensuales promedio.

14M

Usuarios activos diarios promedio de móviles.

19M

Usuarios activos mensuales promedio de móviles.



Twitter en el Mundo

Creado en el 2006, ha estado según el ranking de Alexa entre los 10 primeros sitios más visitados del mundo. España está entre los países con mayor penetración de esta red social.

100M

Usuarios
activos diarios
promedio.

320M

Usuarios
activos
mensuales
promedio.

350 000

Tweets por
minuto.

80%

Usuarios
acceden a la
plataforma a
través del
móvil.

Las 5 cuentas con mayor número de seguidores son:

- @katyperry (84M)
- @justinbieber (76M)
- @taylorswift13 (72M)
- @barackobama (71M)
- @Youtube (60M)

Twitter en España

4.9

Días de la semana que la usan los usuarios activos.

2h32min

Tiempo promedio semanal de actividad en esta red.

5to.

Lugar mundial de países con mayor uso de Twitter.

92%

De internautas conoce esta red social.

2do.

Lugar como red usada para seguir las marcas.

2do.

Lugar como red para seguir a influencers.



Instagram en el Mundo

Fundada en el año 2010, en apenas 2 meses ya contaba con 2M de usuarios.

Adquirida por Facebook en Abril de 2012 por 1000M de dólares, según declaración oficial de Mark Zuckerberg.

Reconocida por grandes empresas como Apple, quien en el 2011 la nombró la “Aplicación iPhone del Año”.

+400M

Usuarios
activos
mensuales
promedio.

+40B

De fotos
compartidas en
la plataforma.

75%

Usuarios
activos son de
fuera de
Estados
Unidos.

+80M

De fotos son
subidas
diariamente.

1.74M

De fotos reciben
me gusta por
minuto.

A nivel mundial, las marcas con mayor número de seguidores en Instagram son:

- National Geographic con 47.8M
- Nike con 42.9M
- Victoria's Secret con 36.8M

Datos
de
Abril
2016

Sectores que más destacan:

LUJO, COSMÉTICA Y BELLEZA, MODA.

De ellos >>> Marcas con + Seguidores

Lujo



Chanel, 11.5M
Louis Vuitton,
10.5 M
Dior, 9.4M

Cosmética y Belleza



Anastasia
Beverly Hills,
9.4M
MAC Cosmetics,
9.0M
Sephora, 6.8M

Moda



Nike, 42.9M
Victoria's
Secret, 36.8M
Nike Football,
17.3M

Instagram en España

4.8

Días de la semana que la usan los usuarios activos.

2h40min

Tiempo promedio semanal de actividad en esta red.

10.6

Crecimiento en puntos que ha tenido desde el 2013 .

De las Marcas Españolas con presencia en Instagram en el ranking mundial de marcas con más seguidores están:

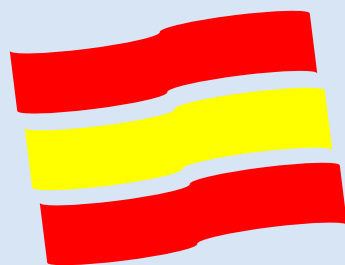
- FC Barcelona en 4^o lugar con 31.8M.
- Real Madrid FC en 5^a posición con 29.4M.
- Zara en 14^o lugar con 10.5M.

Zara ocupa la 8^a posición en el ranking de marcas de moda con mayor cantidad de seguidores.

Comportamiento de las

COMPRAS

ONLINE



EN ESPAÑA

Comportamiento COMPRAS ONLINE - ESPAÑA

74%

De los internautas compran online.

2.4

Veces al mes como frecuencia media de compra.

75€

De gasto medio por compra.

(en junio 2015 era de 70€)

85%

De compradores prefiere pagar con tarjeta de crédito/débito.

79%

De compradores prefiere pagar por Paypal.

70%

De compradores confían por la forma de pago segura de la web de compra.

94%

De compradores usa el PC para finalizar la compra.

50%

De usuarios han comprado a través del móvil o tablet.

60%

De los compradores por móviles prefieren las apps.

¿Cómo los usuarios buscan información en el proceso de compra?

56%

En la Web de la
Tienda.

52%

En los
Buscadores de
Internet.

35%

En las Webs
Comparadoras.

34%

En las Webs
Agregadoras de
Ofertas.

32%

En Foros y
Blogs.

19%

En la Tienda
Física.

¿Qué influencia tienen las Fuentes de Información sobre los usuarios?

49%

Los Blogs y
Foros.

49%

Sitio Web de la
Marca.

48%

La familia y los
amigos.

25%

Los email's
enviados.

22%

La Publicidad
Online.

20%

Las Redes
Sociales.

¿Qué sectores son los preferidos para el ecommerce?



72%

VIAJES



69%

OCIO



61%

TECNOLOGÍA

¿Por qué abandonan la compra?

Casi 1 de cada 2 compras son abandonadas por...

46%

Costes ocultos

43%

Lo pensó mejor

19%

Precios pocos claros

18%

Falta información del producto

¿Por qué utilizar el **MARKETING DE CONTENIDOS?**

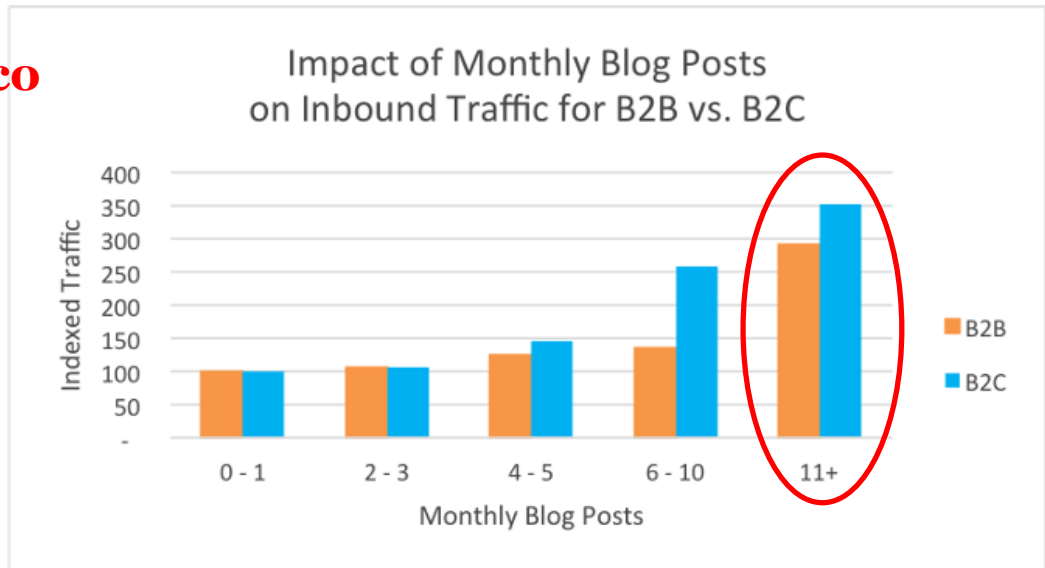
**Datos Estadísticos
que te harán saltar
de la silla**



¿Por qué utilizar el Marketing de Contenidos?

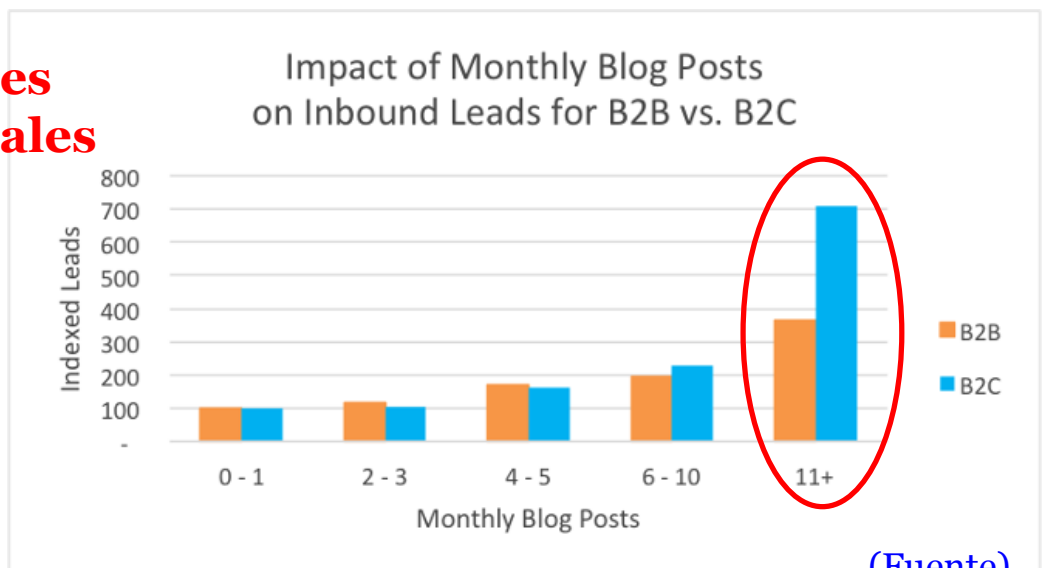
- Según datos de Hubspot, las empresas que publican 11 o más post mensuales en su blog reciben **más tráfico web y leads o clientes potenciales.**

+ tráfico



[\(Fuente\)](#)

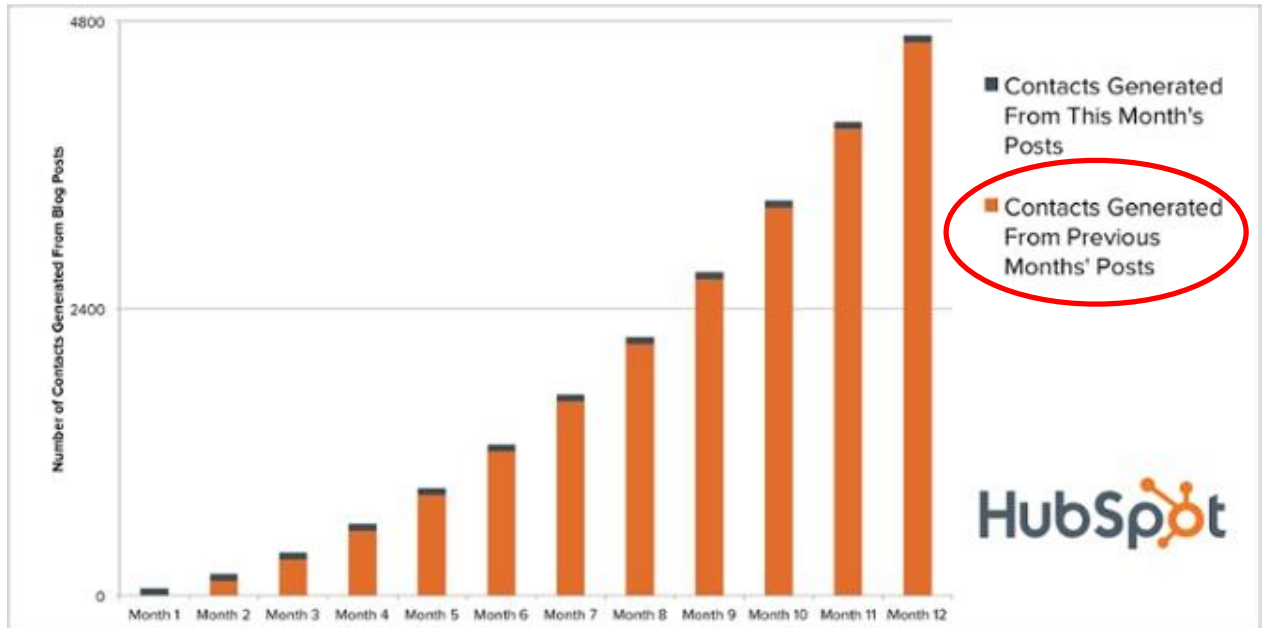
+ clientes potenciales



[\(Fuente\)](#)

¿Por qué utilizar el Marketing de Contenidos?

- Igualmente detectó que los contactos o leads generados se originaban a partir del contenido antiguo más que del nuevo.



(Fuente)

El Marketing de Contenidos es un compromiso a largo plazo.

La persistencia es el camino para obtener grandes beneficios en los meses y años venideros.

**AGENCIAS, ASOCIACIONES,
INSTITUTOS Y SITIOS**

— para estar al día con las —

TENDENCIAS



Fuentes para estar al día con las Tendencias

Asociación
para la
Investigación
de Medios de
Comunicación
(AIMC)

Su objetivo es investigar el [consumo de medios en España](#) por medio de la investigación, control y medición de la audiencia en los distintos medios y canales.

IAB Spain

Asociación que representa al sector de la publicidad en los medios digitales en España, centrada en impulsar la publicidad, el marketing y la comunicación digital.

Instituto
Nacional de
Estadísticas
España (INE)

Sitio web oficial con datos públicos de estadística oficial española sobre Ciencia, Tecnología, Mercado Laboral, Servicios, Reportes Económicos, Demografía, etc.

Fuentes para estar al día con las Tendencias

Observatorio
Nacional de las
Telecomunicaciones y de la SI
(ONTSI)

Adscrito a la entidad pública empresarial Red.es, su objetivo es dar seguimiento y hacer análisis sobre los sectores de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información.

Nielsen
Company

Con sede en NY, más de 40.000 empleados y actividad en más de 100 países es uno de los líderes a nivel mundial en ofrecer información sobre las tendencias y hábitos de consumo.

Statista
GmbH

Con un equipo de más de 200 estadísticos recopila datos de más de 18.000 fuentes sobre más de 80.000 temas divididos en 20 sectores.

Fuentes para estar al día con las Tendencias

Internet
LiveStats

Estadísticas a tiempo real sobre el uso de internet, redes sociales y complementos ordenadores, smartphone y tablet; algunas de ellas desglosadas por países, región y año.

Sala de Prensa
Facebook y de
Instagram

Sitios Oficiales para divulgar las novedades de cada plataforma.

SlideShare
LinkIn

Tablero de Presentaciones con más de 300 slideshare y 50 000 seguidores, encontrarás muchísimos datos sobre esta red social.

CONCLUSIONES

Dado el incremento del uso de los móviles se hace cada vez más imprescindible diseñar sitios responsive y con la mejor experiencia de usuario.

Aunque cada Red Social y sector tiene sus horarios premium de mayor conexión de usuarios, el horario tarde – noche tiende a ser el de mayor tráfico.

Las actividades sociales y funcionales son las de mayor impacto en el uso de internet.

Las marcas (personales o de empresa) deben proporcionar contenidos entretenidos, creativos y útiles si desean llegar a una mayor audiencia.

El contenido audiovisual posee un gran crecimiento en los hábitos de consumo digital debiéndose valorar su integración en las estrategias online.

CONCLUSIONES

La publicidad debe tener un enfoque educativo, informativo y consultivo; más que una pura venta de productos.

Las Redes Sociales son un canal de comunicación de atención al cliente.

Incremento constante del crecimiento de las compras online, sobre todo en el gasto en la cesta de compra.

El uso con tarjetas de débito/ crédito y Paypal son las formas de pago preferidas por los usuarios.

El uso de las Apps para las compras online ocupa un lugar relevante en las preferencias de los compradores.

CONCLUSIONES

La presencia en Redes Sociales de una marca genera confianza en los internautas.

El sitio web de una marca es la mayor fuente de información utilizada por los internautas.

El sitio web y el boca a boca son las más grandes fuentes de influencia para las decisiones de compra.

La facilidad de uso, rapidez de envío, número de ofertas y precios son las razones de mayor peso para comprar online.

La falta de transparencia y costes/precio ocultos son los factores de mayor peso para abandonar una compra. (y que una marca puede “controlar”)

CONCLUSIONES

La integración de relaciones con influencers aumenta las posibilidades de éxito de las marcas para generar confianza y posicionamiento.

Facebook, Twitter e Instagram son redes efectivas para interactuar y captar posibles clientes.

Facebook y Twitter son redes efectivas para desarrollar estrategias de marketing de influencia.

El marketing de contenidos se posiciona como una herramienta vital para influir, posicionarse y ganar preferencia en los usuarios.

El marketing de contenidos incide de forma relevante en el incremento de clientes potenciales y conversiones en las ventas.



Hasta aquí hemos llegado, agradecerte que te hayas descargado el ebook y esperando que te sea de utilidad.

Aprovecho para darte la bienvenida a la Comunidad de Blog y espero que te gusten los contenidos y recursos que se publican.

Los mismos los podrás encontrar [directamente en el blog](#) o acceder a ellos por medio de la Newsletter que te enviaré con una frecuencia promedio semanal.

Y ahora - si lo deseas - puedes hacer alguna de estas cosas:

- [Visitar el blog](#) para saber más a fondo lo que puedes tener.
- [Descargarte otros ebooks](#) que tengo disponibles.
- [Contactarme](#) si crees que puedo ayudarte en algo.

Aquí también me puedes encontrar:

