

Penetración de los medios sociales en España



La publicación por parte de The Cocktail Analysis, hace un año, de un informe realizado en 2010 sobre el comportamiento de los españoles en los medios sociales, arrojó los siguientes resultados.

- Facebook se sitúa como el líder de su segmento, mientras que Messenger se destaca por su oferta en herramientas de comunicación.
- YouTube ocupa la tercera posición, seguido por Tuenti, Foros, Skype y Twitter.
- Entre el año 2008 y 2009 los medios sociales se definían como un fenómeno emergente (los usuarios los experimentaban y exploraban) mientras que en 2010 se consolidaron y pasaron a ser Herramientas de comunicación diaria y cotidiana de las personas.
- Cada vez más se utilizan los móviles para el acceso a internet. Cuatro de cada 10 lo hacen: en primer lugar se encuentra el acceso al mail y, en segundo, a las redes sociales.
- El acceso a redes sociales desde los celulares sigue y seguirá en aumento (en su mayoría a Twitter).
- Las aplicaciones de geolocalización comienzan a afianzarse.
- Desde los celulares se utilizan más clientes de mensajería a través del pack de abono (acceso a datos) o por Wifi.
- La mayoría de los usuarios están conformes con los servicios actuales. Muy pocos desean medios sociales nuevos. Y Twitter

- es la red social con más intenciones de comenzar una cuenta.
- Las mujeres utilizan más el Facebook y el Messenger, mientras que los hombres YouTube y Tuenti.
 - Las personas entre 26 a 35 años son las que más utilizan Facebook, mientras que YouTube tiene más usuarios comprendidos entre los 16 y 18 años.
 - Los principales motivos para utilizar las redes sociales son: mantenerse en contacto con amigos (63%), comunicarse de forma gratuita (63%), reencontrarse con viejos amigos o conocidos (36%), interés profesional (8%), buscar pareja (5%) y por la oferta lúdica (1%).

- ***Tendencias:***

- Los medios sociales tendrán una convivencia de formatos que les permitirá aumentar las formas de interrelacionarse.
- Habrá mayor segmentación de servicios de las redes denominadas temáticas y surgirán nuevas redes con diferentes fines.
 - Los servicios de geolocalización tendrán más importancia porque el usuario prefiere anuncios locales y relevantes según su contexto y, además, porque la denominada la brecha digital disminuirá en los países en vías de desarrollo.

Observatorio redes sociales 2011

View more presentations from [The Cocktail Analysis](#)

¿Qué otras tendencias crees que seguirán en aumento?