



Instituto Nacional
de Cancerología-ESE
Colombia
Por el control del cáncer

Boletín

En la RED

Panorama Global de las redes sociales (RRSS)

Más de dos tercios de los adultos conectados a la red hoy en día corresponden a usuarios activos en las Redes Sociales. De éstos, el 40% se conectan a través de dispositivos móviles, y el 20% a través de *tablets*. Como resultado, la interacción en Redes Sociales proveniente de ordenadores o portátiles está en declive, ya que los usuarios comienzan a preferir el uso de sus teléfonos móviles.

- Fuera de China, Facebook todavía cuenta con la mayor cuota de usuarios. El 81% de los adultos posee una cuenta, y el 41% se consideran usuarios activos.
- YouTube tiene la tasa más alta de visitas- casi un 10% más que Facebook.
- Pinterest se ha convertido en la Red Social que más rápido crece.
- Snapchat fue la aplicación social de crecimiento más rápido durante el 2014. También es la más popular entre los adolescentes, que son 3 veces más propensos a estar en Snapchat que un usuario medio.
- Tumblr llega al público más joven, y sigue muy de cerca a Pinterest en la categoría de Red Social de más rápido crecimiento.

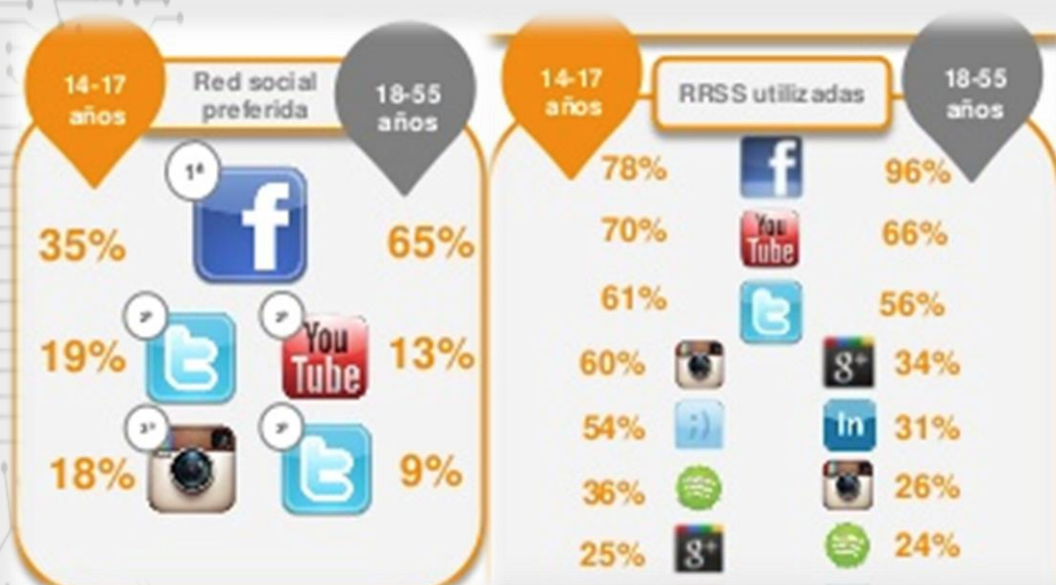


¿en qué afecta a internet?

La publicidad pagada en los dispositivos electrónicos es inevitablemente cada vez más costosa. El gasto en medios *online* ya no es un lujo, sino una necesidad para todas las empresas que intentan aumentar sus ingresos o por lo menos mantenerlos, y esto hace subir la demanda y los costes del espacio publicitario.

2015 fue un año importante para los anunciantes que invierten inteligentemente en estas plataformas², pues de han terminado de resistirse a estos medios y han entendido que pueden hacer sus propias inversiones en línea gracias a que, también los medios como Facebook y Twitter han desarrollado interfaces mas amigables para la compra de pauta volviéndola casi un paso a paso para aumentar la inversión de los usuarios en sus propias redes.

También el año en el que las empresas conocen con mayor acierto donde se encuentran sus grupos de compradores gracia a la gran cantidad de estudios que se realizan el el mundo.



Redes sociales preferidas VS redes sociales utilizadas entre los grupos de edades de 14 a 17 y los mayores entre 18-55 años

Panorama Global de las redes sociales (RRSS)

la relación entre las redes sociales y las marcas destacamos las siguientes conclusiones:

- El 89% de los usuarios de RRSS siguen una marca en alguna medida, 9 de cada 10, y el 38% con mucha frecuencia³.
- La principal motivación para seguir a una marca es mantenerse informado, seguido por la necesidad para participar en concursos, el deseo de conocer más a la marca o al seguir la publicidad.
- Facebook sigue siendo la principal red para seguir a marcas (88%), aunque cae ligeramente, seguido de Twitter (22%), You Tube (7%), Google+ (5%) y Instagram que aumenta respecto la oleada anterior (5%)³.
- Los sectores más seguidos en las redes sociales son Telecomunicaciones y Tecnología (39%), Cultura y Medios de comunicación (37%), Belleza e Higiene (37%), Alimentación (34%) y Transporte y Turismo (23%).

Nuestras redes sociales (RRSS)

facebook

+15.544

Seguidores



twitter

1325

Seguidores/
Followers



Blogger

99512

Vistas

¿Aún no nos sigues? Búscanos en nuestras redes sociales

Súmate, también puedes decir ¡No Fumar Es La Actitud!

- Facebook / Perfil: www.facebook.com/nofumareslaactitud
- Facebook / Página: <https://www.facebook.com/pages/No-Fumar-Es-La-Actitud/228234052161>
- Facebook / App: <https://apps.facebook.com/nofumareslaactitud/>
- Twitter: @nofumaractitud
- Blog: Mirada a los espacios 100% Libres de humo: <http://subcomiteandina.blogspot.com/>
- Página web: www.nofumareslaactitud.com/

Fuentes de Información:

1. Ana Cereza; ¿Qué está pasando con las Redes Sociales en 2015?. [en línea].; 2015.[Citado el 30 de Diciembre] disponible en: <http://digimind.com/blog/es/marketing-social/redes-sociales-en-2015/>
2. Alberto Urueña, Annie Ferrari, David Blanco, Elena Valdecas. Las Redes Sociales en Internet [en línea].; 2015.[Citado el 23 de Noviembre] disponible en: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/redes_sociales-documento_0.pdf
3. Javier Clarke. Estudio Redes Sociales de IAB Spain Versión Completa [en línea].; 2015.[Citado el 30 de Diciembre] disponible en: http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/internacional/Estudio_Anual_Red_Sociales_2015_completo.pdf



Coordinación editorial Camilo Zuluaga

Grupo Políticas y Movilización Social
cezuluaga@cancer.gov.co

EN LA RED

Boletín electrónico sobre el desempeño de las redes sociales administradas por el Grupo Políticas y Movilización Social del INC.

Año 5 No. 2
Diciembre de 2015

