



Estudio sobre las redes sociales como herramienta del marketing

Autores:

Claudia Mar Hornos Aranda 1
Miguel Ángel Montero Alonso 2

Institución:

Universidad de Granada
Claudiamarhornos@gmail.com 1
Mmontero@ugr.es 2

Justificación

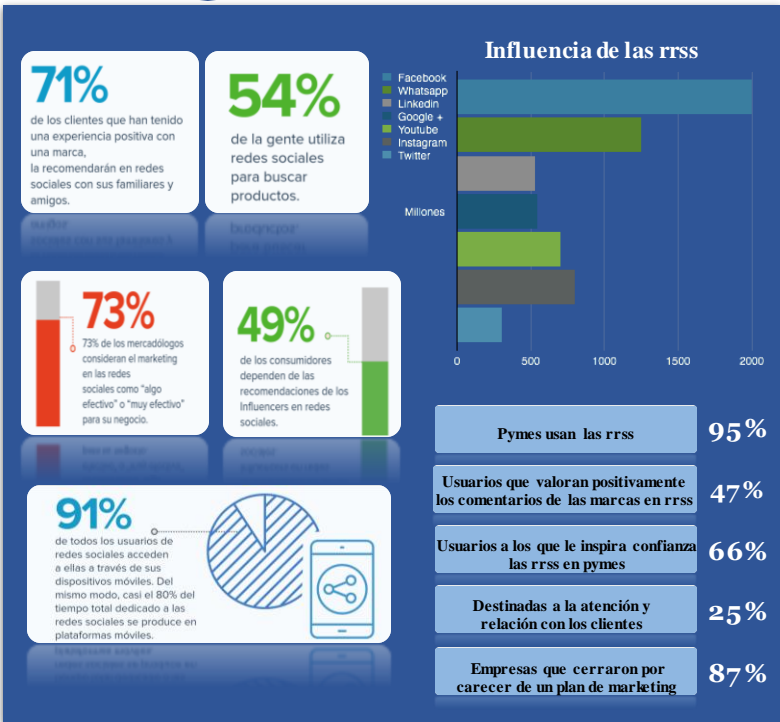
Ya hay en el mundo 3.500 millones de usuarios que utilizan las redes sociales, lo que representa casi la mitad de la población mundial, dato que muestra un crecimiento entorno al 9% respecto a los usuarios de 2018. Por ello, las redes sociales son cada vez más importantes en las empresas por numerosas razones:

Metodología

Se ha realizado una recopilación de datos del Estudio Anual de Redes Sociales de 2019 de IAB Spain, y otros estudios, destacando que el 47% de los encuestados considera que influyen a la hora de comprar un producto o servicio y el 55% declara haber buscado información sobre productos/servicios en Redes Sociales antes de realizar una compra, sobre todo el target femenino y menor de 45 años.



Resultados



Conclusiones

Los resultados muestran la importancia que tienen las redes sociales hoy en día, al número de personas que son capaces de alcanzar y cómo afectan estos números a las empresas. Las redes sociales se han convertido en una fuente importante de ingresos para las empresas, y el buen uso de estas plataformas puede llevar a incrementar entre el 30 y el 60 por ciento las ventas de las empresas.