

El retorno en redes sociales supera la inversión para más del 50% de las empresas



## El retorno en redes sociales supera la inversión para más del 50% de las empresas

**ITespresso. - Facebook y Twitter son las redes sociales más usadas. Los principales fines son mejorar la imagen de la empresa, lograr notoriedad y promocionar productos.**

Una de las cuestiones más recurrentes en el ámbito del marketing digital es si se obtiene retorno de las inversiones que se realizan en las redes sociales o si, por el contrario, son solo espacios donde las marcas tienen que estar?. Un informe elaborado por la Asociación Española de la Economía Digital (adigital) y la Asociación de Agencias Digitales (AD) revela que más de la mitad de las empresas aseguran que **el retorno obtenido es igual o superior a la inversión.**

Otros datos relevantes de este [informe](#) es que el 85% de las empresas utiliza estas plataformas con fines de negocio. **Facebook y Twitter** son las dos redes sociales a las que más recurren las empresas encuestadas que buscan esos propósitos, con un 79,29% y un 79,44%, respectivamente. La tercera posición la ocupa LinkedIn, con un 51,48%. Le siguen YouTube, con un 57,81%, y Google+, con un 51,16%. Hay que resaltar el caso de WhatsApp, que sin ser una red social, suma el 80% de las respuestas que apuntan a un ROI positivo.

**Sobre los objetivos que persiguen con el uso de las redes sociales, las empresas encuestadas indican tres como los principales: mejorar la imagen de la empresa, lograr notoriedad de marca y promocionar productos y servicios.**

Por lo que respecta a las **actividades más comunes**, las tres más destacadas son monitorizar y analizar lo que se dice sobre la marca, medir indicadores de retornos no económicos y ejecutar campañas o acciones publicitarias.

En relación a la **contratación de espacios publicitarios** en estas plataformas, Facebook es la red social más utilizada. Dentro de los tipos de anuncios que se pueden contratar en ésta, los más contratados son los destinados a conseguir 'Me gusta' de las páginas de empresa, y también los más efectivos. En el caso de Twitter, donde apenas hay contratación publicitaria, las empresas se decantan por los tuits promocionados, si bien el soporte más efectivo son las tendencias promocionadas.

El **Informe sobre usos de redes sociales en empresas 2014?** se ha realizado a partir de más de 650 encuestas, recibidas entre el 29 de abril y el 3 de junio de este año.



© CCOO SERVICIOS 2017

Logos y marcas propiedad de sus respectivos autores

Se permite la reproducción total o parcial de todos los contenidos siempre que se cite la fuente y se enlace con el original