



---

# **Universidad de Valladolid**

## **Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

**Trabajo de Fin de Grado**

**Grado** en Administración y dirección de  
empresas

### **La estadística en las redes sociales**

Presentado por:

***Carlota López Bergaz***

Tutelado por:

***María Isabel Gómez Valle***

*Valladolid, 6 de Junio de 2023*

## RESUMEN

---

Las redes sociales se están convirtiendo en una parte muy importante de nuestras vidas, es una nueva forma de comunicación. Pero realmente no sabemos al 100% que tipo de usuarios interactúan en ella.

En este trabajo analizaremos que tipos de redes hay y cuáles son los perfiles de los usuarios que utiliza cada una de ellas. Veremos que el sexo, la ubicación y la edad son tres variables claras que segregan a los ciudadanos a usar unas redes u otras.

Todas estas variables las analizaremos por países de la Unión Europea y por comunidades.

También veremos cómo han ido evolucionando a lo largo de los últimos años.

**Palabras clave:** *Redes, variables y comunicación.*

**Clasificación Journal of Economic Literature (JEL):** C00, Y1 y O35.

## ABSTRACT

---

Social networks are becoming a very important part of our lives, it is a new form of communication. But we don't really know 100% what kind of users interact with them.

In this paper we will analyse what types of networks there are and what are the user profiles that use each of them. We will see that gender, location and age are three clear variables that segregate citizens to use some networks or others.

All these variables will be analysed by European Union countries and by communities.

We will also see how they have evolved over the last few years.

**Key words:** *Social networks, communication and variables.*

**Clasificación Journal of Economic Literature (JEL):** C00, Y1 y O35.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. CUESTIONES PREVIAS SOBRE LAS REDES SOCIALES .....	5
2.1 Que es una res social .....	6
2.2 Breve historia de las redes sociales.....	7
2.3Tipos de redes sociales .....	8
2.4 Usos de redes sociales.....	9
2.5 Principales redes sociales.....	11
2.6 Nuevas tendencias de redes sociales.....	13
2.7 Porque son necesarias.....	14
3. VARIABLES QUE INFLUYEN EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES	16
3.1 Edad.....	16
3.2 Ubicación.....	17
3.3 Sexo.....	22
4. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS CIFRAS D ELAS REDES SOCIALES EN EUROPA.....	22
4.1. Análisis de las cifras de redes sociales con los datos del Eurobarómetro .....	24
4.2. Análisis de las cifras de redes sociales con los datos de la Encuesta sobre uso de internet de Eurostat .....	29
5. CONCLUSIONES.....	32
6. WEBGRAFÍA.....	34
7. ANEXO .....	36

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

- **Gráfico 2.1. Evolución anual de usuarios en redes sociales.....6**
- **Gráfico 2.2. Perfiles más seguidos en redes sociales.....11**
- **Gráfico 2.3 Usuarios de LinkedIn según franja de edad.....13**
- **Gráfico 3.1 Red social más usada en cada país.....17**
- **Gráfico 3.2 Diferencias entre el número de hombre y mujeres en ciertas redes sociales.....21**
- **Tabla 4.1. Distribución por género de los usuarios de las principales redes sociales en España y en la UE (porcentajes).....23**
- **Tabla 4.2. Porcentaje de población que usa redes sociales en cada país y red más usada.....25**
- **Tabla 4.3. Porcentaje de población que usa redes sociales en cada Comunidad Autónoma y red más usada.....26**
- **Tabla 4.4. Porcentaje de población que usa redes sociales por tramos de edad y red más usada.....27**
- **Gráfico 4.1. Uso de Facebook en España según el rango de edad.....29**
- **Gráfico 4.2. Uso de Instagram en España según el rango de edad 28**
- **Gráfico 4.3. Evolución del porcentaje de usuarios de redes sociales en España.....30**
- **Tabla 4.5. Porcentaje de usuarios de redes sociales en la UE27 según diversas características.....31**
- **Tabla 4.6. Porcentaje de usuarios de redes sociales en la UE27 por sexo y tramo de edad.....32**

## **1.INTRODUCCIÓN**

Quién no usa Facebook Whatsapp, Tiktok o Instagram hoy en día. Son nuevos modos de comunicación que reinan entre los más jóvenes pero que también usan los menos jóvenes.

En este trabajo daremos una visión global de cómo funcionan las redes sociales hoy en día, pero sobre todo de cuáles son sus cifras, puesto que analizaremos la presencia de estas redes en diferentes países, edades, sexo, etc.

Primeramente, comenzaremos viendo qué son las redes sociales y qué tipos de redes sociales existen, porque, aunque parezca que todas ellas tienen la misma estructura y finalidades parecidas, no es así la realidad.

Además, estamos hablando del mundo digital que está en continua evolución y hay que estar atentos a las nuevas tendencias que van apareciendo y desapareciendo dentro del mundo de las redes sociales.

A continuación, en el tercer epígrafe, analizaremos algunos de los factores que influyen en el uso de redes sociales y, especialmente, en el hecho de que se usen unas redes u otras.

En el apartado cuarto se realiza un análisis descriptivo de los datos sobre uso de redes sociales utilizando la información que proporciona el Eurobarómetro “News & Media Survey 2022” y la encuesta “Internet use and activities”, ambos de Eurostat, y la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares que elabora el INE.

Por último, se presentan las conclusiones alcanzadas y la bibliografía que se ha empleado para su desarrollo.

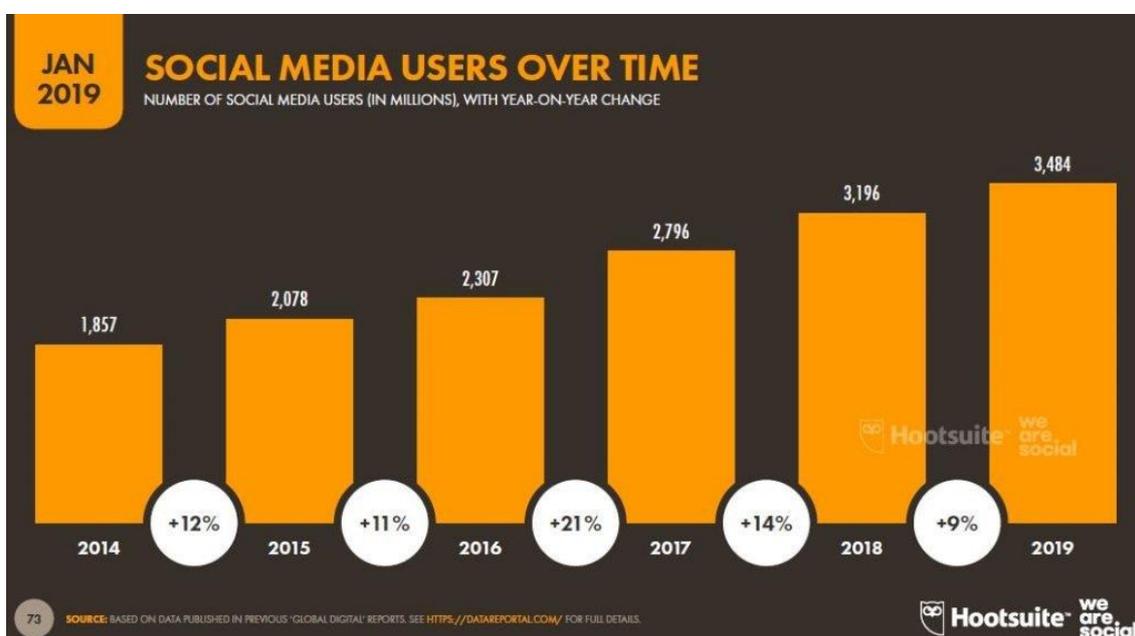
## **2. CUESTIONES PREVIAS SOBRE LAS REDES SOCIALES**

Las redes sociales han ido evolucionando a lo largo de los últimos años hasta llegar a tener la importancia de hoy en día. Actualmente se han convertido en una parte muy significativa de nuestras vidas. Aunque cierto es que dependiendo

de la generación son una parte mayor o menor. Así, mientras los mayores de 70 años no están muy familiarizados con ellas y algunos incluso no saben qué son, nos encontramos con que los más jóvenes hacen gran uso de ellas hasta el punto de poder estar conectados a ellas más de 8 horas diarias.

El gráfico siguiente nos muestra el número de usuarios por años que usan redes sociales en todo el mundo. En él podemos ver una clara tendencia creciente de las redes sociales.

**Gráfico 2.1. Evolución anual del número de usuarios de redes sociales en el mundo**



Fuente: [Estadísticas de redes sociales 2021: Usuarios de Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Twitter, Tiktok y otros \(juancmejia.com\)](#)

Pero antes de seguir analizando quiénes las usan, vamos a hablar de qué son y de sus distintos tipos.

## 2.1.- Qué es una red social

Según la RAE una red social es una “Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a un gran número de usuarios”.

Por su parte María Acibeiro especialista en marketing de redes la define como: “una página web que sirve como herramienta de comunicación entre los usuarios que la utilizan. Principalmente se comparte información en formato de texto, imágenes y vídeos. Estos usuarios pueden ser personas físicas como tú o como yo o marcas empresariales”.

Por su parte Isabel Ponce<sup>1</sup> señala que “En sentido amplio, una Red Social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común”.

Al parecer el término “red social” se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y John Barnes y los elementos que están claros y presentes en todas las definiciones analizadas son que es una forma de comunicación en la que participa un gran número de usuarios. Dentro del término usuarios podemos encontrar consumidores, marcas, etc.

## **2.2.- Breve historia de las redes sociales**

Para entenderla debemos explicar antes la invención del internet. Esta se remonta a la guerra fría la cual motivó distintos avances tecnológicos. Es ahí cuando Estados Unidos crea la Advanced Research Projects Agency (ARPA) y, en ella, una red que hacía posible los intercambios de información entre las distintas instituciones. Posteriormente en 1991 la red de internet global se hizo accesible a todo el mundo (World Wide Web).

La primera red social apareció en 1997. Se llamaba SixDegrees y permitía hacer comentarios en foros, mensajes instantáneos y listas de amigos, aunque solo unos pocos privilegiados podían acceder a ella.

---

<sup>1</sup> Observatorio Tecnológico [MONOGRÁFICO: Redes Sociales - Definición de redes sociales | Observatorio Tecnológico \(educacion.es\)](#)

En 2002 y 2003 empiezan a aparecer nuevas redes sociales más especializadas en distintos ámbitos como: Friendster diseñada para los amantes de los videojuegos y MySpace o LinkedIn orientadas a las empresas.

Es en 2004 Mark Zuckerberg crea Facebook. En un primer momento simplemente se usaba para conectar a los estudiantes de Harvard entre ellos pero un tiempo más tarde empezó a crecer hasta llegar a los 2500 millones de usuarios al mes que tiene Facebook.

El fenómeno audiovisual llega con Youtube en 2005. Años más tarde en 2009 aparece WhatsApp y en 2010 la red de fotografía por experiencia Instagram.

Las últimas incorporaciones son Tiktok en 2016 y BeReal en 2020. Ambas tienen mucho éxito actualmente entre las generaciones más jóvenes.

### **2.3.- Tipos de redes sociales**

Existen diferentes clasificaciones de las redes sociales dependiendo del criterio utilizado. Así según el público al que van dirigidas nos encontramos con:

- Redes sociales VERTICALES que son aquellas que se dirigen a un público concreto, que tienen intereses en común como LinkedIn, Vimeo, TripAdvisor...
- Redes sociales HORIZONTALES que son aquellas en las que pueden interactuar todo tipo de usuarios, aunque cierto es que pueden crear sus propias comunidades dentro de cada red social. Un claro ejemplo de ello son Facebook y Twitter.

También podemos clasificarlas según el fin para el que han sido creadas ya que mientras algunas se usan para el entretenimiento, como es el caso de Instagram, hay otras que se usan para buscar trabajo, como es el caso de LinkedIn. Distinguimos entre:

- Redes sociales Profesionales

Se trata de un tipo de red social vertical destinada a los profesionales, un ejemplo de ellas es LinkedIn.

- Redes sociales de Ocio

También es un tipo de red vertical donde cada una de ellas se centra en un tema, como por ejemplo música, videojuegos, etc.

- Noticias sociales

En este caso se permite a los internautas que publiquen, noticias o links de artículos que les han gustado y luego en ella pueden votar.

- Redes sociales universitarias

Están destinadas a estudiantes y profesores universitarios, donde pueden chatear, descargar apuntes, etc.

- Blogging

Los blogs son un medio de comunicación social media en el que se registran opiniones, historias, artículos y enlaces a otros sitios web desde un sitio personal.

- Microblogging

Es parecido al anterior, pero en este caso las entradas que suben los usuarios son muy cortas.

- Contenido compartido

Se trata de espacios sociales donde se pueden subir videos, fotos, contenido y además permiten crear tu propio perfil o hacer comentarios. Un claro ejemplo de este tipo sería youtube.

## **2.4.- Usos de las redes sociales**

Según el “Estudio de redes sociales 2022” realizado por el IAB<sup>2</sup> los principales motivos por los que usamos las redes sociales son los siguientes:

- Hablar con otras personas: 67%
- Ver vídeos o escuchar música: 59%
- Estar al día de lo que hacen sus amigos: 47%
- Ampliar el conocimiento: 39%

---

<sup>2</sup> Es la mayor asociación mundial de comunicación, publicidad y marketing digital.

- Publicar contenido: 37%
- Seguir a otras personas o cuentas: 31%
- Uso profesional: 31%
- Seguir temas de actualidad: 29%
- Seguir a influencers: 27%
- Sorteos y concursos: 24%
- Buscar trabajo: 20%
- Atención al cliente: 12%

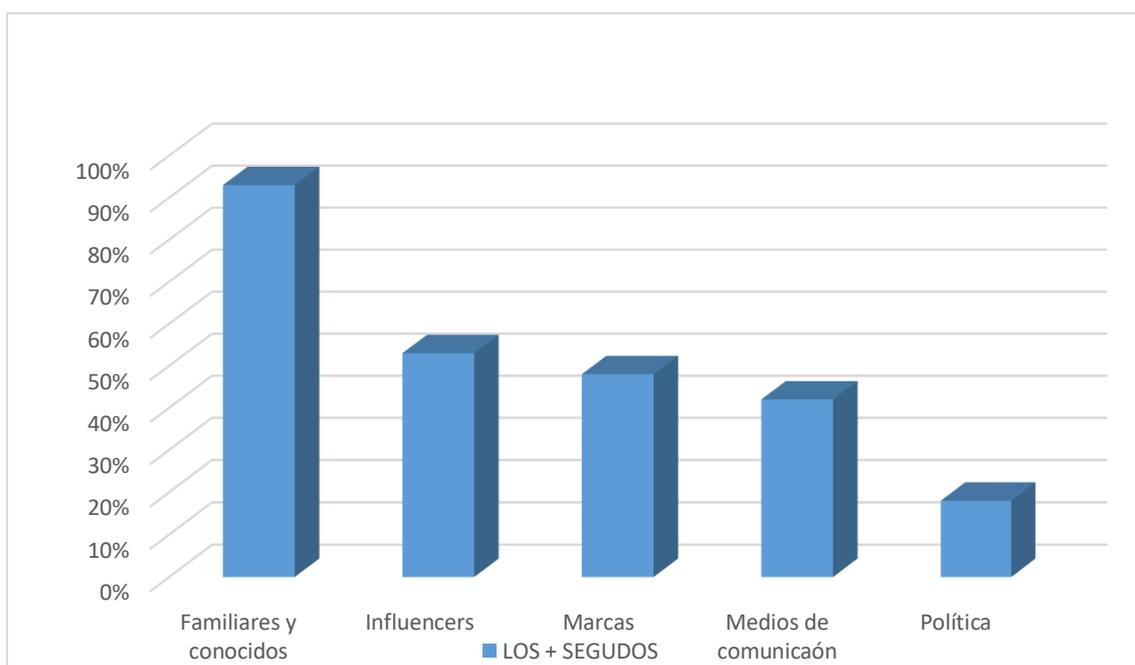
Pero al igual que nos encontramos con gente que usa las redes sociales por todos estos motivos también nos encontramos con gente que no tiene redes sociales o que no las utiliza. Según el estudio del IAB, los motivos fundamentales para no usarlas son que no les gustan (un 26% de los encuestados), que no les interesan (un 21%) y que son una pérdida de tiempo (un 18%). Otros motivos que alegan son que no se fían de ellas, ser menor de edad o no saber utilizarlas.

- 2.4.1 Contenido consumido.

Aunque ya lo hemos visto de manera breve en el apartado anterior vamos a analizar de manera más profunda cuales son las cuentas que más sigue la gente. Las cuentas más seguidas son las de nuestros conocidos, a continuación están las de influencers y, en último lugar podemos ver cuentas acerca de política en las que destaca un perfil de seguidor masculino y que últimamente están en decadencia.

El gráfico 2.2 muestra cuales son los perfiles más seguidos en las redes sociales. En él se observa que el 93% de los usuarios siguen a familiares y conocidos, un 53% siguen a influencers, un 48% son además seguidores de marcas, un 42% siguen a medios de comunicación y un 18% cuentas con contenido político.

## Grafico 2.2 Perfiles más seguidos en las redes sociales



Fuente: Creación propia con los datos del estudio del IAB.

## 2.5 Principales redes sociales

A continuación, expondré brevemente las principales características de las cinco grandes redes sociales existentes actualmente en España, haciendo hincapié en las cifras generales de usuarios de cada una y en sus perfiles apoyándonos en la web [nextu.com](http://nextu.com)<sup>3</sup>.

Facebook:

- En este caso nos encontramos con que es una red social que aunque anteriormente era la de mayor fuerza actualmente está en decadencia y esto lo podemos ver muy claramente en que ha bajado su número de usuarios.
- Desde que alcanzó su máximo pico en el 2017 donde contaba con 24 millones de usuarios ha ido decreciendo año a año hasta llegar a los 21 millones que tiene actualmente.

<sup>3</sup> Este es el top 10 de redes sociales más usadas ([nextu.com](http://nextu.com))

- Más aun habría que destacar que es una comunidad envejecida donde el mayor rango de usuarios se encuentra en personas entre los 40 y los 65 años. Predominando las mujeres casadas.
- Granada y Santa Cruz de Tenerife se encuentran a la cabeza de ciudades con más perfiles mientras que Getafe se encuentra el último en la cola.
- La actividad más seguida es el Fútbol.

#### Twitter:

- Esta red social cuenta actualmente con 4,2 millones de usuarios, ha visto aumentado su número en este último año.
- Predominan los perfiles masculinos en un 4% respecto a los femeninos.
- Las cuentas verificadas son muy escasas.
- Los perfiles más seguidos al igual que en el caso de Facebook son jugadores de futbol o equipos. Aunque últimamente se ha visto en gran medida aumentado el número de seguidores de los streamers liderado por El Rubius.

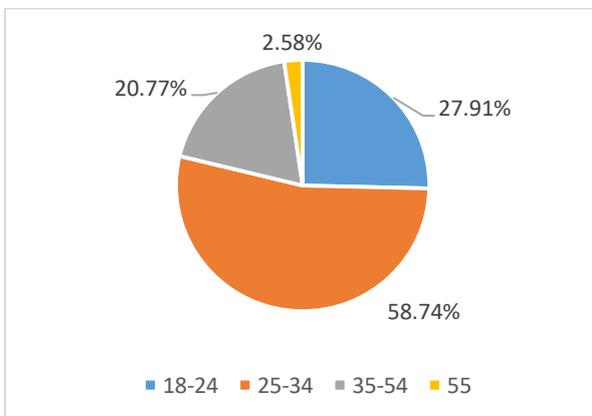
#### Instagram:

- Es la red con mayor número de usuarios en España, 24 millones.
- Además, se trata de un perfil de usuario joven pues la mayoría de sus usuarios se encuentran entre los 18 y los 39 años. Gente urbanita ya que el 46,3% de los perfiles se encuentran en las ciudades españolas más pobladas.
- Predominan por un escaso 0,05% los solteros a los casados.
- Entre los perfiles más seguidos se encuentran actores y actrices de grandes éxitos de Netflix como Ester Expósito, Jaime Lloren o Gerogina con su documental.
- Por otro lado, hay que destacar el gran papel que tienen las influencers de distintas clases pues son uno de los grandes motores de estas redes sociales.

LinkedIn:

- Cuenta con 15 millones de usuarios en España que forman parte de los 810 millones de usuarios con los que cuenta a nivel mundial.
- Como podemos ver en el gráfico 2.3, la mayor parte de sus perfiles se encuentran en personas entre los 25 y los 34 años.
- En el entorno empresarial también utiliza esta red para ganar reputación, visibilidad y para fichar a los mejores perfiles para que trabajen en tu compañía.

**Gráfico 2.3 Usuarios de LinkedIn según la franja de edad**



Fuente: Elaboración propia con los datos de: The Social Media Family

BeReal:

- Se trata de una red social nueva creada en España.
- Actualmente está adquiriendo mucha popularidad entre los jóvenes.
- Está teniendo tanto éxito puesto que se basa en ser real como su propio nombre indica. Mediante una notificación al día dispones de dos minutos para hacer una foto por ambas cámaras delantera y trasera a la vez.

## 2.6 Nuevas tendencias en redes sociales

Como hemos visto, las redes sociales se encuentran en constante cambio por eso en este punto analizaremos cuáles son los nuevos caminos que van a seguir.

Para ello nos basaremos en el estudio de la consultora de negocios digitales Épsilon Technologies. Según ella estas son algunas de las nuevas tendencias:

- Aumenta el ROI<sup>4</sup> de este tipo de empresas en 1,7 puntos más que el de la televisión, según el estudio de la consultora Nielsen.
- Como ya hemos mencionado anteriormente, Facebook está en decadencia y por ello las marcas destinan gran parte de su presupuesto a Instagram tanto en publicaciones orgánicas como de paid<sup>5</sup>. Además, esta última se encuentra actualmente en su fase de madurez.
- Los formatos más tradicionales de publicidad se verán sustituidos por los nuevos formatos verticales como Reels y Tiktok, premiando la calidad. También cambia el contenido de la mismas pues la balanza se inclina hacia la autenticidad por encima del postreo.
- Otra tendencia es el auge de los Content Creators<sup>6</sup>.
- El User Generated Program es una tendencia que cada vez va ganando más popularidad. Consiste en que sean los propios consumidores los que enseñen los productos en redes sociales.
- También ganan gran fuerza el Employer Branding o el Community Manager Activo, ambas se basan en que sean, tanto los empleados como el community manager, los que aparecen en las distintas publicaciones.

---

<sup>4</sup> Retorno de la inversión, cuanto mayor sea mejor, se trata de una relación entre la inversión y la ganancia neta.

<sup>5</sup> Se trata de aquellos medios digitales en los que los anunciantes deben pagar.

<sup>6</sup> Creadores de contenido, profesionales de la creación de contenido audiovisual para un público específico de internet.

- Gana también especial popularidad el RSC, Responsabilidad Social Corporativa. Un ejemplo de esto puede ser llevar políticas de responsabilidad con el medio ambiente.
- Otro caso muy llamativo y del que no hemos hablado mucho es el de Twitch. El video streaming se está volviendo el principal programa de entretenimiento para los más jóvenes. Probablemente los streamers serán las nuevas celebridades, moviendo a un gran número de seguidores.
- Otro nuevo concepto es la escucha social, los consumidores quieren que las marcas les escuchen y no solo eso, sino que también interactúen con ellos, de tal manera que se sientan valorados por ellas.
- Se potenciarán los cobrandings.
- Empieza a escucharse el concepto del Metaverso<sup>7</sup>, aunque actualmente son pocas las marcas que han sacado productos en él y pocos los dispositivos que permiten el acceso. Probablemente cada vez sonará con más frecuencia.
- Los formatos podcast se masificarán.
- Por último, y como ya hemos mencionado en alguna ocasión, nuevas redes sociales como BeReal o Telegram van a crecer exponencialmente.

## **2.7 Por qué son necesarias**

Aunque hay posturas muy contradictorias respecto al uso de las redes sociales y cierto es que tienen algunas desventajas, actualmente se han vuelto necesarias para mucha gente y más en el mundo tan digitalizado en el que vivimos.

Las redes sociales tienen como principal función permitir la interacción y comunicación entre personas, además de crear contenido y difundirlo

---

<sup>7</sup> Según Gatner.es “se trata de un espacio virtual abierto y colectivo, creado al hacer converger la realidad física, mejorada virtualmente, y la realidad digital”.

Por otro lado, son una nueva herramienta para las empresas. Las utilizan para darse a conocer, con ellas pueden publicitar su servicio o su producto aumentando el número de clientes y fidelizando a los que ya tienen. Además, actualmente se han creado nuevos perfiles de trabajo enfocados a las redes sociales como es el caso del Social Media manager o el Community Manager.

Por último, las redes sociales se han convertido en uno de los principales medios de entretenimiento para nuestra sociedad. En ellas se puede acceder a un contenido infinito de videos, fotos, música etc.

### **3.VARIABLES QUE INFLUYEN EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES**

El hecho de que un usuario utilice o no redes sociales depende de numerosos factores y lo mismo ocurre con el tipo de red social y el tiempo y la finalidad del uso. Analizamos a continuación los principales factores que pueden influir en el uso de redes sociales.

#### **3.1.- La edad**

Los estudios realizados sobre el uso de redes sociales señalan que el uso de redes sociales no es el mismo en todas las franjas de edad. Así el estudio anual de redes sociales del IAB indica que actualmente el 86% de los internautas entre los 16 y los 85 años utilizan redes sociales, que equivale a 19 millones de personas en nuestro país. Destacar que la generación que más las utiliza son los millenials seguidos de la generación z y de generaciones adultas, en las que está aumentando el número de usuarios considerablemente.

El tipo de uso de cada uno de estos tramos de edad es el siguiente:

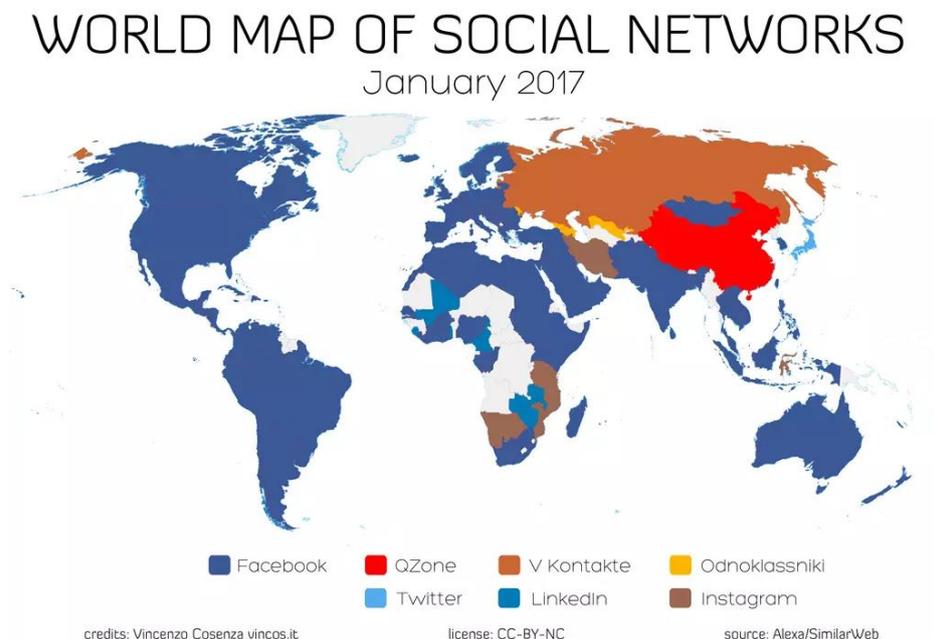
- Generación Z: Los más pequeños se inclinan por Instagram como su red social favorita. Seguida muy de cerca por YouTube a la cual denominan como la nueva TV.

- Milenials (18-30): Sus redes favoritas en este caso son Twitter y Facebook, aunque no dejan también de estar activos en Instagram YouTube y Spotify
- Adultos (31-55): Entre sus preferidas se encuentran Facebook y Twitter aunque también usan mucho otras redes como es el caso de LinkedIn.
- La tercera edad: Este caso es muy parecido a el caso de los adultos, pero la gran diferencia con respecto a ellos radica en que en este caso el número de usuarios por cada red social es mucho menor.

### 3.2.- La ubicación

Otra variable que influye es el lugar donde vivas. El gráfico 3.1 proporcionado por la web GenBeta<sup>8</sup> muestra claramente cuál es la red social más usada en cada país.

**Gráfico 3.1 Red social más usada en cada país**



<sup>8</sup> Genbeta es una publicación de Webedia dedicada a seguir la actualidad del mundo del software, de internet y de los servicios web.

Fuente: [Así es el mapa de las redes sociales más utilizadas en cada parte del mundo \(genbeta.com\)](#)

Claramente el azul de Facebook predomina en gran parte del mapa, ello se debe a que es una de las redes más usadas, ya que 119 países de los 149 la siguen eligiendo en primer lugar. También se observa que los países asiáticos son los más innovadores y usan sus propias redes.

En el caso de Rusia su red social más usada es Vkontante<sup>9</sup>, si la describimos brevemente diríamos que es “El Facebook Ruso”, además está controlada por el gobierno ruso y la utiliza para recabar información y emitir propaganda política.

Vemos también en color rojo el caso de China que cuenta también con su propia red social Qzone<sup>10</sup>. Es una red social que engloba todo, es decir, en ella los usuarios pueden crear su propio blog donde colgar fotos videos, comentarios. Además, también se puede escuchar música, conectar con amigos o personas de interés y visitar su contenido.

Otro caso a destacar es el de Japón cuya red social más usada es Twitter, el único donde esta red es la predominante.

En conclusión, podemos decir que al igual que cada país tiene su propia cultura esto también se ve reflejado en que cada país domine más unas redes sociales u otras. Aunque está claro que la globalización ha tenido un gran impacto puesto que en la gran mayoría de países la red social que más usan es Facebook.

En el anexo se puede ver también un mapa que recoge cuál es la segunda red social más usada. En este caso la que predomina es Instagram, aunque hay mucha más variedad que en el caso de la primera red.

Pero no solamente encontramos diferencias a la hora de qué red social usan más sino también cuando hablamos del tiempo consumido en cada red social.

---

<sup>9</sup> Es una red social rusa creada por Pável Dúrov y a nivel internacional se la conoce como VK.

<sup>10</sup> Es una red social china creada por Tencent en 2005. Permite a los usuarios escribir blogs, llevar diarios, colgar fotos, escuchar música y ver vídeos.

Según el estudio Global Web Index<sup>11</sup> que analiza el tiempo medio que las personas de cada país usan redes sociales, el país que más usa las redes sociales es Filipinas con una media de cuatro horas y un minuto diarios. A este país le sigue Brasil con una media de tres horas y cuarenta y cinco minutos. Los países de Latinoamérica son, en general, los que más tiempo pasan conectados.

Moviéndonos a otros continentes, en Europa el país que más las usa es Rumanía. En el caso de España nos encontramos en el puesto 36 del mundo con una media de una hora y cuarenta y tres minutos.

En el continente africano es Nigeria el país que más las usa y por último en el caso de Asia es Indonesia.

En la actualidad el crecimiento del número de horas se está viendo reducido en aquellos países con economías más ricas en cambio en aquellos países con Economías más pobres se ve aumentado. La razón a esto es que los primeros tienen una población con una media de edad elevada y que como hemos visto en la variable anterior los más mayores usan menos las redes sociales.

### **3.3 El sexo**

Otra variable que influye es el sexo. Hombres y mujeres tienen gustos diferentes y, en general, se comportan de manera muy distinta a la hora de usar las redes sociales. Las mujeres son las que mejor se han adaptado a las redes sociales.

Ambos sexos como ya hemos podido ver anteriormente muestran especial interés por el contenido de sus amigos. La primera diferencia radica aquí y es que los hombres prefieren mirar las fotos mientras que las mujeres van más allá y suelen contestar.

Un ejemplo lo podemos ver a la hora de seguir a una marca. Las mujeres van a generar un feedback con la marca, estarán también pendientes de los distintos

---

<sup>11</sup> Global Web Index es una plataforma de segmentación de audiencias que utiliza perfiles detallados que incluyen datos demográficos, comportamientos, actitudes y usos de personas de 45 países de todo el mundo.

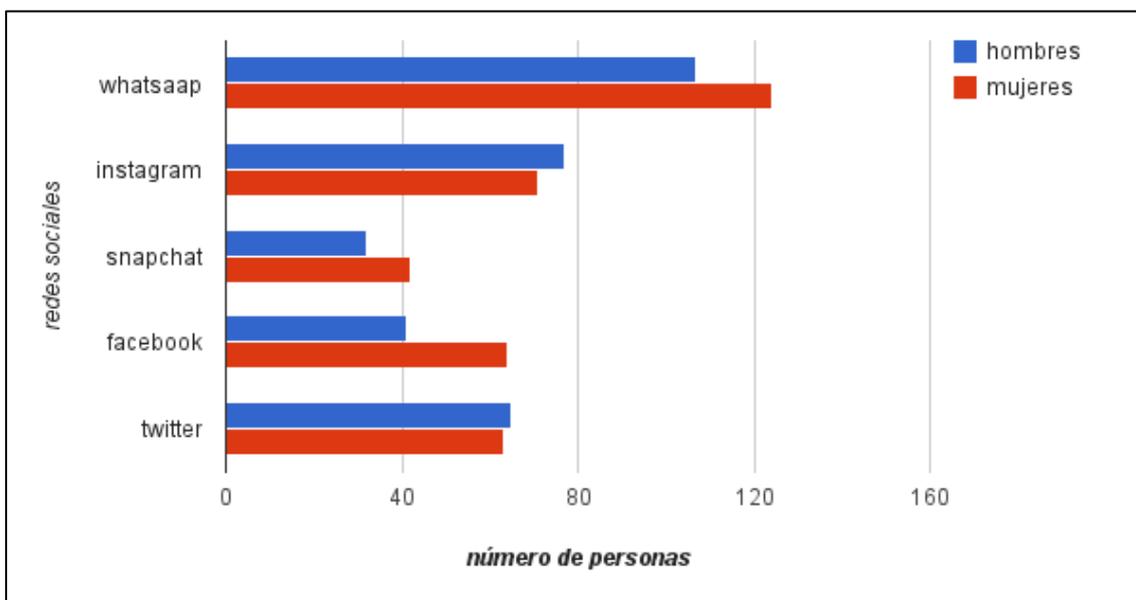
descuentos o cupones que haya. Sin embargo, los hombres simplemente siguen a las marcas sin mostrar feedback.

Otra diferencia la vemos en los usos. Mientras que las mujeres principalmente las usan para sus relaciones personales, compartir contenido y entretenerse, los hombres se centran más en hacer negocios, incluso alguno de ellos en hacer “ligues”.

A pesar de todo ello si hablamos de la publicidad online, del humor, celebridades e inspiración atraen de manera muy similar a ambos sexos.

Una idea del reparto por género de los usuarios en las principales redes sociales la facilita el siguiente gráfico elaborado a partir de los datos obtenidos vía encuesta por el Blog *Las redes sociales en nuestra vida* y referidos al año 2015.

### Gráfico 3.2 Diferencias entre el número de hombre y mujeres en ciertas redes sociales



Fuente: *Las redes sociales en nuestra vida: Diferencia entre hombres y mujeres en el uso de redes sociales* ([redes-sociales-piisa.blogspot.com](http://redes-sociales-piisa.blogspot.com))

En el gráfico podemos ver como las mujeres son líderes en el uso de todas las redes sociales a excepción de Twitter e Instagram. Cabe destacar también la diferencia que vemos en el caso de Facebook donde el número de mujeres es mucho mayor.

Las conclusiones de un estudio más amplio elaborado por EuroPNStyles<sup>12</sup>, basado en más de 10.000 entrevistas realizadas en distintos países europeos son las siguientes

Las mujeres usan fundamentalmente Facebook, porque la usan principalmente para estar conectadas con sus amigos, en cambio los hombres usan más Twitter ya que suelen emplear las redes sociales para dar su opinión. Aunque ambos, como ya hemos mencionado antes, se asemejan en que les gusta ver el contenido de sus amigos y leer distintos post.

Por último, este estudio también refleja que el 60% de las mujeres utiliza las redes sociales para estar en contacto con su familia, mientras que esto solo lo hace el 40% de los hombres.

#### **4.- ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS CIFRAS DE REDES SOCIALES EN EUROPA**

En este apartado analizaremos los factores que pueden estar influyendo en el uso de redes sociales en la Unión Europea.

Es necesario señalar que los organismos oficiales dedicados a la elaboración y difusión de estadísticas oficiales apenas difunden datos del uso de redes sociales. La mayoría de los estudios existentes proceden, como hemos visto, de consultoras y empresas, no obstante, tanto Eurostat como el INE sí proporcionan algunos datos sobre el uso de redes sociales. En este apartado utilizaremos esos datos para aproximarnos a las características de los usuarios de redes sociales.

---

<sup>12</sup> Durante más de 20 años, PN Styles ha ayudado a gobiernos, asociaciones, empresas y organizaciones sin ánimo de lucro a conocer mejor a su público y las estadísticas para contar sus historias.

En primer lugar, analizaremos los datos del Eurobarómetro “News & Media Survey 2022”. Los datos extraídos se refieren al tipo de red social utilizada por países, edad del usuario, zona de residencia, edad, sexo y años de estudio. Para España además podremos analizarlo por Comunidad Autónoma y por provincia.

En segundo lugar, utilizaremos los datos de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares que elabora el INE y su homóloga en Eurostat “Internet use and activities” que difunde la información, por países y para el conjunto de la UE. En concreto el indicador que vamos a utilizar es el porcentaje de individuos que utilizan redes sociales. Utilizaremos la información relativa al año 2022 y, cuando no sea posible, la de 2021.

Por último, utilizando datos de Eurostat elaboraremos un modelo econométrico, con una muestra formada por los 27 países de la UE, para cuantificar el efecto de algunos factores sobre el porcentaje de individuos que utilizan redes sociales.

#### **4.1. Análisis de las cifras de redes sociales con los datos del Eurobarómetro**

Según los datos del Eurobarómetro “News & Media Survey 2022” el 56% de la población encuestada<sup>13</sup> utilizó WhatsApp, el 69,5% utilizó Facebook, el 56,7% Youtube, el 42,2% Instagram y el 12,4% LinkedIn. En el caso de España las redes más usadas son las mismas que en la UE, aunque existen diferencias en cuanto a los porcentajes. Así, el 86% de la población española encuestada utilizó WhatsApp, el 61,2% utilizó Facebook, el 56% Youtube, el 52,5% Instagram y el 16,2% LinkedIn.

Como mencionamos en el punto 3 una de las principales variables que afecta al uso de las redes sociales es el sexo. Por ello hemos analizado los datos del Eurobarómetro relativos al uso por género tanto para España como para la UE27. La información se recoge en la siguiente tabla.

---

<sup>13</sup> Los datos corresponden a 52.345 individuos de la UE27. El uso de la red social se refiere a los últimos 7 días antes de la entrevista.

**Tabla 4.1. Distribución por género de los usuarios de las principales redes sociales en España y en la UE (porcentajes)**

	<b>España</b>			
	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>Otro</b>	<b>Total</b>
<b>WhatsApp</b>	51,43	48,4	0,17	100
<b>Facebook</b>	53,92	45,84	0,24	100
<b>YouTube</b>	48,57	51,21	0,22	100
<b>Messenger</b>	57	42,67	0,33	100
<b>Instagram</b>	58,14	41,58	0,28	100
<b>Twitter</b>	46,97	52,65	0,38	100
<b>TikTok</b>	57,5	42,24	0,26	100
<b>LinkedIn</b>	41,7	57,69	0,61	100
<b>Snapchat</b>	66,67	33,33	0	100
<b>Total</b>	51,29	48,48	0,23	100
	<b>UE27</b>			
	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>Otro</b>	<b>Total</b>
<b>WhatsApp</b>	53,90	45,76	0,34	100
<b>Facebook</b>	54,65	45,06	0,29	100
<b>YouTube</b>	48,98	50,58	0,44	100
<b>Messenger</b>	57,96	41,69	0,35	100
<b>Instagram</b>	57,67	41,80	0,53	100
<b>Twitter</b>	39,68	59,6	0,73	100
<b>TikTok</b>	53,10	46,1	0,80	100
<b>LinkedIn</b>	44,22	55,50	0,28	100
<b>Snapchat</b>	57,36	41,83	0,81	100
<b>Total</b>	51,9	47,75	0,35	100

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro "News & Media Survey 2022".

Los datos obtenidos muestran que, aunque hay ciertas tendencias de preferencias por ambos sexos en general cuentan con unos porcentajes de usuarios muy parecidos que rondan el 50% en cada sexo.

No obstante, si observamos la información con cierto detalle vemos que, LinkedIn y Twitter son las favoritas de los hombres con un 57,69%, 52,65% respectivamente. En el resto de redes sociales son las mujeres las que más las usan, destacando Instagram, Snapchat y TikTok con un 58,4%, 66,67%, 57,5%.

En cuanto a las diferencias que vemos entre España y la UE cabe destacar que las diferencias entre hombres y mujeres se hacen más grandes en el caso de Twitter y LinkedIn, son más los hombres que las usan. En cambio, en el caso de Snapchat y Tiktok estas diferencias se reduce.

Observamos también que en las grandes redes como Whatsapp y Tiktok son más las mujeres en la UE que usan estas redes respecto a España.

Sabemos que otra de las variables que afecta al uso de las redes sociales es el lugar donde reside el usuario. La información del Eurobarómetro permite saber cuál es el país donde se ha encuestado al usuario de las redes y, por ejemplo, para el caso de España, la comunidad autónoma.

La siguiente tabla recoge información sobre el porcentaje de la población encuestada que usa redes sociales en cada país y la red más usada en dicho país. En ella se observa que Francia es la que cuenta con un porcentaje más bajo de usuarios en redes, concretamente un 88,3% de los usuarios encuestados usaban alguna red social.

En el lado contrario vemos que Irlanda y Malta son los países con mayor número de usuarios en redes sociales ya que prácticamente toda su población usa redes sociales pues sus porcentajes se encuentran en torno al 99%.

En el resto de países de la UE, se observa que la mayoría se encuentran por encima del 90%, siendo la media europea del 94,6%.

En cuanto a las redes sociales que más usan se puede ver que son dos las ganadoras por excelencia. Facebook es la red social más usada en la mayoría de países de la UE, la sigue Whatsapp que es la más usada en seis países de la UE entre los que se encuentra España. Esto se debe a que Whatsapp es la principal red de mensajería y de contacto para los usuarios de estos países.

**Tabla 4.2. Porcentaje de población que usa redes sociales en cada país y red más usada**

País	Porcentaje de usuarios de redes	Red más usada
Francia	88,3	Facebook
Bélgica	93,1	Facebook
Holanda	94,5	Whatsapp
Alemania	91,6	Whatsapp
Italia	96,9	Whatsapp
Luxemburgo	95,7	Whatsapp
Dinamarca	93,1	Facebook
Irlanda	99,3	Facebook
Grecia	97,9	Facebook
España	97,3	Whatsapp
Portugal	98,4	Facebook
Finlandia	95,7	Whatsapp
Suecia	93,6	Facebook
Austria	95,6	Whatsapp
Chipre	98,9	Facebook
Republica checa	95,7	Facebook
Estonia	93,5	Facebook
Hungría	96,7	Facebook
Letonia	97,0	Facebook
Lituania	96,3	Facebook
Malta	99,6	Facebook
Polonia	95,7	Facebook
Eslovaquia	95,6	Facebook
Eslovenia	95,3	Facebook
Bulgaria	97,4	Facebook
Rumanía	98,9	Facebook
Croacia	98,1	Facebook
<b>UE27</b>	<b>94,6</b>	<b>Facebook</b>

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro “News & Media Survey 2022”.

Si nos centramos en España, veremos que la red social más usada como ya indicábamos en la anterior tabla es Whatsapp seguida de Facebook, Twitter y YouTube. Además, es la que reina por excelencia en todas las comunidades autónomas de España con diferencia.

El análisis por comunidades autónomas, que se recoge en la tabla 4.3, muestra que Cataluña Baleares, Aragón y Canarias, son comunidades donde el 98% y

99% de la población usa al menos una red social, esto quiere decir que prácticamente toda la población usa redes sociales. Cabe destacar el dato de que el 20,68% de las personas encuestadas que usan Tiktok son de Canarias.

En el otro lado de la moneda, las comunidades con menor número de usuarios en redes sociales según los datos del Eurobarómetro son, Cantabria con un 92,1% y a esta le sigue Castilla la Mancha con un 93,4%. La media española se sitúa en el 97,3%.

**Tabla 4.3. Porcentaje de población que usa redes sociales en cada Comunidad Autónoma y red más usada**

Comunidad	Porcentaje de usuarios de redes	Red más usada
Comunidad de Madrid	97,6	Whatsapp
Castilla y León	96,1	Whatsapp
Castilla-la Mancha	93,4	Whatsapp
Extremadura	95,5	Whatsapp
Andalucía	97,3	Whatsapp
Región de Murcia	96,7	Whatsapp
Cataluña	99,0	Whatsapp
Comunidad Valenciana	97,0	Whatsapp
Illes Balears	98,5	Whatsapp
Galicia	96,4	Whatsapp
Cantabria	92,1	Whatsapp
Principado de Asturias	97,3	Whatsapp
Aragón	98,4	Whatsapp
Comunidad Foral de Navarra	93,6	Whatsapp
País Vasco	96,7	Whatsapp
La Rioja	94,4	Whatsapp
Canarias (ES)	99,4	Whatsapp
<b>España</b>	<b>97,3</b>	<b>Whatsapp</b>

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro “News & Media Survey 2022”.

Por último, otra variable que era determinante a la hora del uso de redes sociales era la edad, por ello vamos a ver la distribución de los usuarios de redes según la edad.

La tabla 4.4 proporciona la información del porcentaje de población que usa redes sociales en cuatro tramos de edad, así como la red más usada en dicho tramo. En ella se observa que claramente, y como ya veníamos indicando anteriormente, el 100% de las personas entre los 15 y los 39 años, tanto en España como en la UE, usan alguna red social.

Vemos entonces que la edad sí que es una variable diferencial y que afecta a la hora del uso de redes sociales. Los porcentajes van cayendo hasta el 96% en el caso de la población mayor de 55 años en la UE.

En España como venimos observando los porcentajes son más altos pues estamos por encima de la media europea.

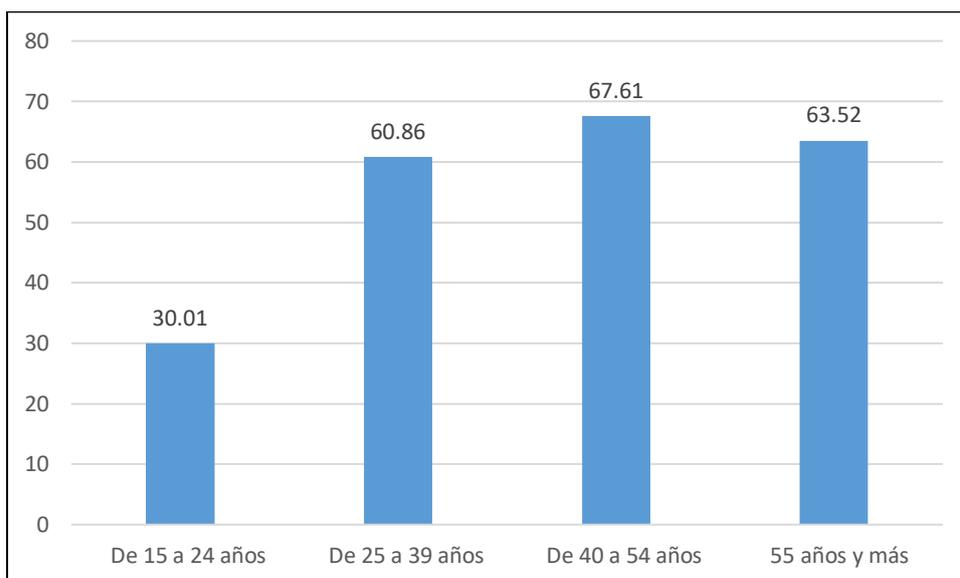
**Tabla 4.4. Porcentaje de población que usa redes sociales por tramos de edad y red más usada**

Tramo de edad	Porcentaje de usuarios de redes	Red más usada
<b>España</b>		
<b>De 15 a 24</b>	99,8	Whatsapp
<b>De 25 a 39</b>	98,6	Whatsapp
<b>De 40 a 54</b>	98,0	Whatsapp
<b>55 años y más</b>	95,3	Whatsapp
<b>UE27</b>		
<b>De 15 a 24</b>	99,4	Instagram
<b>De 25 a 39</b>	98,4	Facebook
<b>De 40 a 54</b>	96,1	Facebook
<b>55 años y más</b>	89,9	Facebook

Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro “News & Media Survey 2022”.

Un análisis más detallado de dos de las redes sociales más usadas en España, como son Instagram y Facebook, se puede ver en el gráfico 4.1 y 4.2.

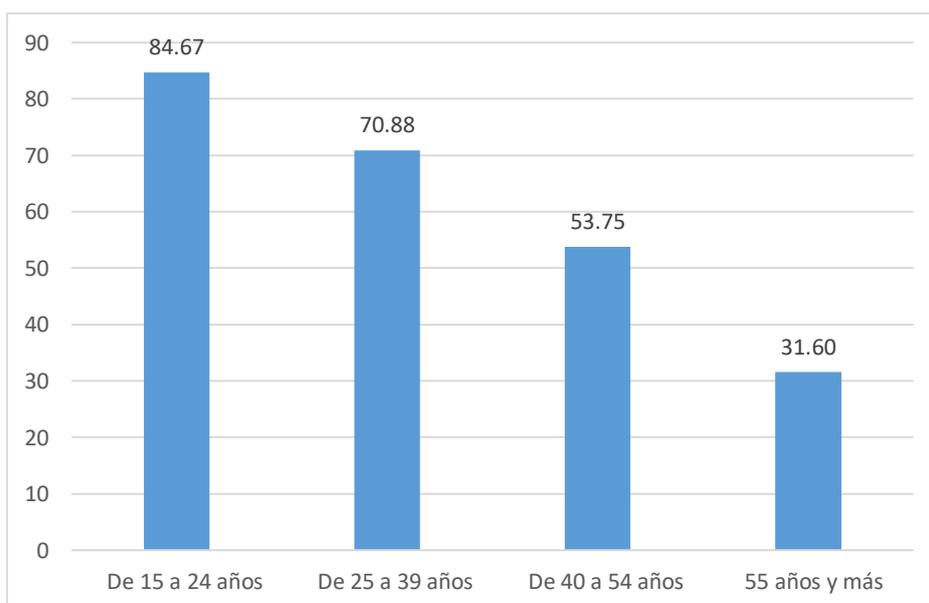
**Gráfico 4.1. Uso de Facebook en España según el rango de edad.**



Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro “News & Media Survey 2022”.

En el gráfico 4.1 vemos que es entre las personas de 40 a 54 años donde mayor es el porcentaje de usuarios de Facebook, seguidas por la franja de edad de 55 años y más, finalmente la franja de edad que menos usa Facebook, como era de esperar según lo que hemos analizado anteriormente, son las personas entre los 15 y los 24 años.

**Gráfico 4.2. Uso de Instagram en España según el rango de edad.**



Fuente: Elaboración propia con datos del Eurobarómetro “News & Media Survey 2022”

Instagram por el contrario funciona justo al revés que Facebook, puesto que, como puede verse en el gráfico 4.2, son las personas de menor edad, concretamente de entre 15 y 24 años, las que más usan este tipo de red social.

Una vez analizadas estas 3 variables podemos concluir que efectivamente el sexo, el lugar de residencia y la edad son tres variables claves a la hora de explicar porque nos decantamos por el uso de unas u otras redes sociales. Vemos que, aunque en muchos casos las diferencias son pequeñas, además, posiblemente con la globalización y la digitalización de la sociedad estas se irán disminuyendo, actualmente son factores que influyen y que implican diferencias en el porcentaje de usuarios en redes sociales.

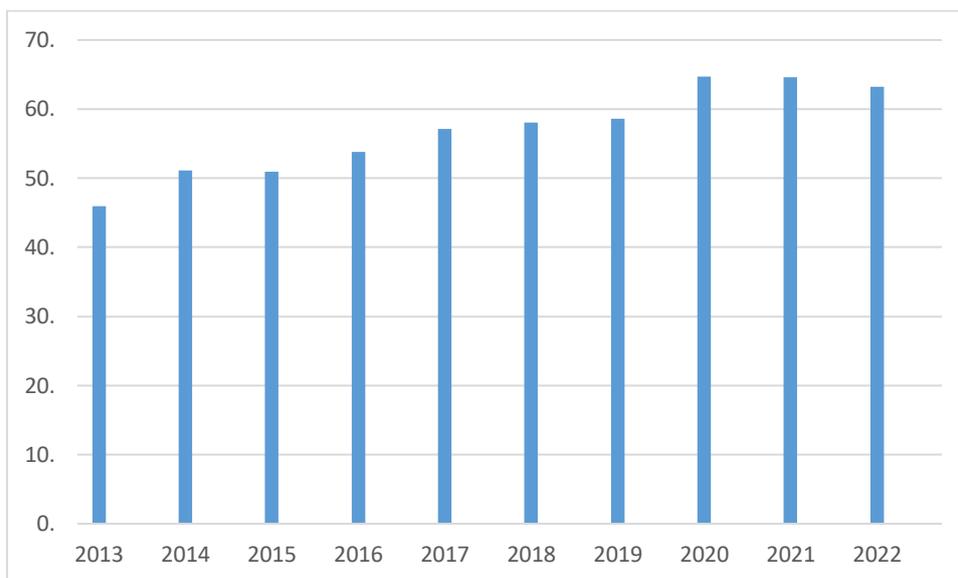
#### **4.2. Análisis de las cifras de redes sociales con los datos de la Encuesta sobre uso de internet de Eurostat**

Según los datos de la Encuesta sobre uso de internet, el porcentaje de usuarios de redes sociales en la UE en 2022 era del 58,1%, siendo Suiza (89%) y Alemania (85%) los países con mayor porcentaje y Estonia (47%) y Croacia (44%) los que presentan el valor más bajo. En España la cifra es del 64% por lo que nos encontramos por encima de la media europea.

Si nos centramos en cómo ha sido el crecimiento español a lo largo de los últimos 10 años (recogido en el gráfico 4.3), vemos cómo en 2013 solo el 45% de los españoles usaban las redes sociales. Esa cifra ha ido aumentando paulatinamente hasta que, en el periodo 2020-2021 hubo un pico de crecimiento debido a la pandemia y se situó en el xx%. Este crecimiento del uso de redes sociales durante la pandemia fue generalizado en todo el mundo.

En el año 2022 el porcentaje ha disminuido un poco, debido a que en el periodo post pandemia la gente busca más salir y el contacto directo con los suyos.

### Gráfico 4.3. Evolución del porcentaje de usuarios de redes sociales en España.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta sobre uso de internet de Eurostat.

Al analizar la evolución para el conjunto de la UE, vemos que se han producido los mismos cambios que España, aunque el porcentaje es menor, ya que, como hemos comentado, España está por encima de la media europea. Sin embargo, a diferencia de España, en la UE en 2022 ha aumentado el porcentaje de usuarios en redes sociales cosa que, en España, como hemos visto, no ocurrió.

La encuesta permite analizar las diferencias existentes en el porcentaje de usuarios de redes en función de las características de los usuarios. La tabla 4.5 recoge algunas de estas características. Por ejemplo, existen diferencias entre la gente desempleada y empleada. Sorprendentemente y aunque nuestra primera respuesta posiblemente es que la gente desempleada usa más las redes sociales pues tienen más tiempo libre esto dista mucho de la realidad. Según los datos de la Encuesta el 60,48% de la gente desempleada usa las redes sociales mientras que ese porcentaje aumenta hasta los 64,1% cuando hablamos de la gente que trabaja.

Por último, si analizamos cómo se comportan aquellas personas que ya están retiradas vemos que el porcentaje de gente que usa redes sociales baja hasta el 33,04%. La principal causa de esta disminución se debe a que son gente bastante mayor y que no están hechos al mundo de las redes sociales. Contrasta este porcentaje con el de usuarios que están estudiando, pues como se puede ver en la tabla, el 86,41% de los estudiantes usan redes sociales. Este factor está también relacionado con la edad, los estudiantes son un grupo de gente más joven y que como venimos viendo usan más las redes sociales.

**Tabla 4.5. Porcentaje de usuarios de redes sociales en la UE27 según diversas características**

	Porcentaje
Empleados	64,80
Desempleados	60,48
Estudiantes	86,41
Jubilados	33,04

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta sobre uso de internet de Eurostat.

Como ya hemos visto a lo largo de todo el trabajo el sexo es una variable que tiene bastante influencia a la hora de decidir qué red social usar. Los datos de la Encuesta sobre uso de internet también muestran diferencias por sexo, como se puede ver en la tabla 4.6.

En cuanto a la distribución por género, el porcentaje de hombres que usan las redes sociales en Europa en edades comprendidas entre los 16 y los 74 años es de 56,52%, mientras que el de las mujeres es de 59,58%. Por ello podemos concluir, al igual que hemos dicho en anteriores ocasiones que, aunque más de la mitad de los hombres y de las mujeres de la Unión Europea usa redes sociales, el porcentaje es algo mayor en el caso de las mujeres.

En el caso de España la cifra también es superior en las mujeres (60,87% hombres y 65,52 mujeres) y en ambos casos son mayores que la media de la Unión Europea.

Otra diferencia que encontramos frente a la UE es que en el grupo de edad de mayores de 55 España se encuentra sorprendente y por primera vez por debajo de la media europea.

La tabla 4.6 recoge esta información desagregada además por tramos de edad.

**Tabla 4.6. Porcentaje de usuarios de redes sociales en la UE27 por sexo y tramo de edad**

Edad	UE27		España	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
16-24	82	86	91,28	94
25-54	64,93	70,47	67,24	74,85
55-74	31,9	33,8	36,85	39,70
Total	56,52	59,58	60,87	65,52

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta sobre uso de internet de Eurostat.

Se observa que a menor edad mayor es el porcentaje de hombres y mujeres que usan las redes sociales y que son las mujeres las que en todos los rangos de edad usan más las redes sociales.

## 5.CONCLUSIONES

Tras realizar este estudio acerca de las redes sociales nos encontramos con que actualmente en un mundo globalizado donde los avances tecnológicos no hacen más que crecer la manera de comunicarnos también evoluciona.

En este caso la manera de evolucionar es mediante las redes sociales. Como hemos visto, aumentan cada año y cada vez son más las personas que se unen a las distintas comunidades online.

Cierto es que son los más jóvenes concretamente los que encabezan esta nueva forma de comunicación y aunque los mayores de 55 están más alejados de ellas hay algunos que se interesan y les dan uso.

Por otro lado, hemos visto también que se crean distintas tendencias dentro de las redes sociales, y hay algunos perfiles, como los de las influencer, que son claves dentro de este mundo.

No existen diferencias significativas a la hora del uso de las redes sociales por parte de hombres y mujeres ambos tienen gustos parecidos y las cifras no distan mucho unas de otras. Aun así, vemos unas pequeñas inclinaciones de ambos sexos hacia unas redes u otras en función de los gustos.

Por último, el lugar en el que vivimos es un aspecto clave en el uso de redes sociales y aunque influye en el hecho de que se usen más o no juega un papel determinante acerca de qué red social usar.

## **WEBGRAFÍA**

Marketeros Latam (2022)

[Análisis de Redes Sociales: cifras y estadísticas clave en 2022 — Marketeros LATAM](#) [Consulta:4/03/23]

Ecommerce News

[¿Qué edad tienen los usuarios de las redes sociales? - Ecommerce News \(ecommerce-news.es\)](#) [Consulta:10/03/23]

Marketing Ecommerce

[Historia de las Redes Sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución - Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce](#) [Consulta:1/04/23]

Difusion comunicación.es

[Cómo de importantes son las redes sociales hoy en día \(difusioncomunicacion.es\)](#) [Consulta:5/04/23]

Wordpress

[DIFERENCIAS EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES ENTRE HOMBRES Y MUJERES – REDES SOCIALES \(wordpress.com\)](#) [Consulta:5/04/23]

Trecebits

[Los 46 países del mundo que más usan las redes sociales \(trecebits.com\)](#)  
[Consulta:9/04/23]

The social media Family

[Informe de los perfiles en redes sociales de España - The Social Media Family](#)  
[Consulta:9/04/23]

Forbes España

[Top-23 tendencias en redes sociales para 2023 - Forbes España](#)[Consulta:11/04/23]

Eurobarómetro “News & Media Survey 2022” [Consulta:5/05/23]

Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares que elabora el INE y su homóloga en Eurostat “Internet use and activities” [Consulta:10/05/23]

## ANEXO

# WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

Ranked 2nd - January 2017

