

A glass of beer with a straw and a smartphone displaying social media icons. The smartphone screen shows a 'Social' folder with icons for Facebook, FaceTime, Messages (with 179 notifications), Messenger, Phone (with 110 notifications), WhatsApp, Instagram, and TikTok. The background is a dark, textured surface.

OBS Business School

Redes Sociales, estado actual y tendencias 2023

Santiago Giménez

Profesor de OBS Business School

Junio, 2023

Partners Académicos:



OBSbusiness.school

Autor



Santiago Giménez

Profesor de OBS Business School



Gerente de Marketing y Producto en StarVie, Profesor de Web Analytics y Social Media Intelligence en OBS, Máster en Análítica Web, Kschool (Madrid, España), Técnico Superior en Marketing Digital y Redes Sociales en INESDI (Madrid, España), Máster en Marketing Profesional, Universidad Complutense de Madrid (Madrid, España), Licenciado en Relaciones Industriales en la Universidad Católica Andres Bello (Caracas, Venezuela).



Índice

Capítulo 1	Objetivos de la investigación.....	05
Capítulo 2	La importancia y el impacto de las redes sociales en la sociedad actual.....	06
Capítulo 3	Historia de las fusiones en el mundo de las redes sociales.....	08
Capítulo 4	Redes Sociales 2023.....	10
	4.1. Crecimiento, preferencias y comportamiento de la audiencia.....	12
	4.2. Tendencias y cambios en las plataformas de redes sociales.....	15
Capítulo 5	TIKTOK.....	18
Capítulo 6	Meta Platforms.....	21
Capítulo 7	Tendencias emergentes en el diseño y la experiencia del usuario.....	23
Capítulo 8	Influencia de las redes sociales en la sociedad.....	25
Capítulo 9	Casos de estudio: eventos y movimientos sociales impulsados por las redes sociales.....	26
Capítulo 10	Privacidad y seguridad en las redes sociales.....	32
Capítulo 11	Análisis económico de las redes sociales.....	34
Capítulo 12	Conectividad Global, desafíos y perspectivas futuras.....	38
	Referencias bibliográficas	40



Capítulo 1

Objetivos de la investigación

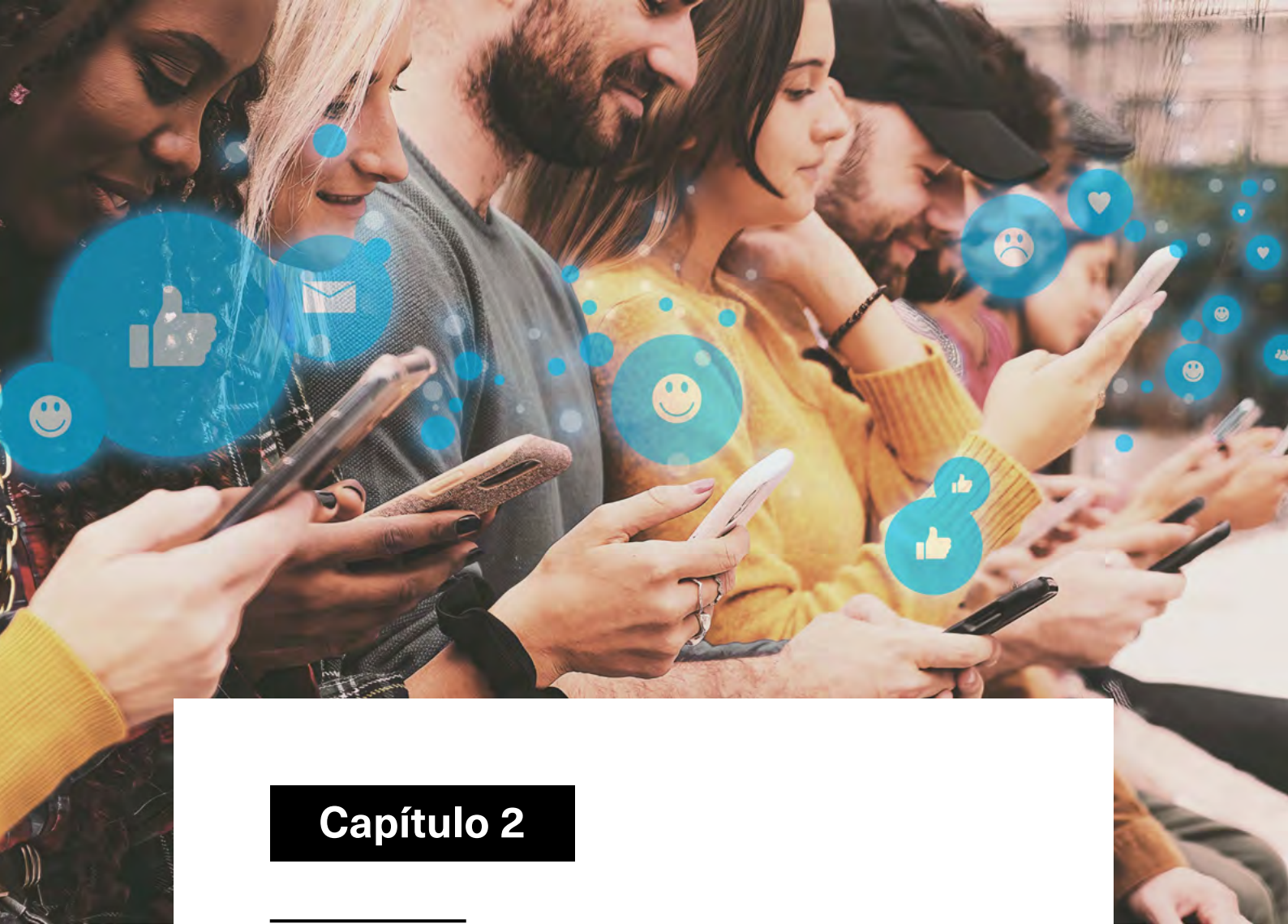
- ⊗ El propósito de este informe es examinar y analizar la situación actual de las redes sociales, sus tendencias, impacto en la sociedad y desafíos asociados, así como proporcionar una visión comprensiva y actualizada del mundo de las redes sociales.

Objetivos de la investigación:

- Analizar las estadísticas y los datos más recientes sobre el uso y la adopción de las redes sociales.
- Identificar las tendencias emergentes y los cambios en las principales plataformas de redes sociales.
- Evaluar el impacto de las redes sociales en diferentes aspectos de la sociedad, como la comunicación, la cultura, el comercio y la política.
- Examinar las preocupaciones actuales relacionadas con la privacidad, la seguridad, la desinformación y el ciberacoso en las redes sociales.
- Explorar las innovaciones tecnológicas y las tendencias futuras en el mundo de las redes sociales.

Alcance de la investigación:

- La investigación se enfocará en las principales redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, YouTube entre otras, y abarcará una perspectiva mundial y regional.



Capítulo 2

La importancia y el impacto de las redes sociales en la sociedad actual

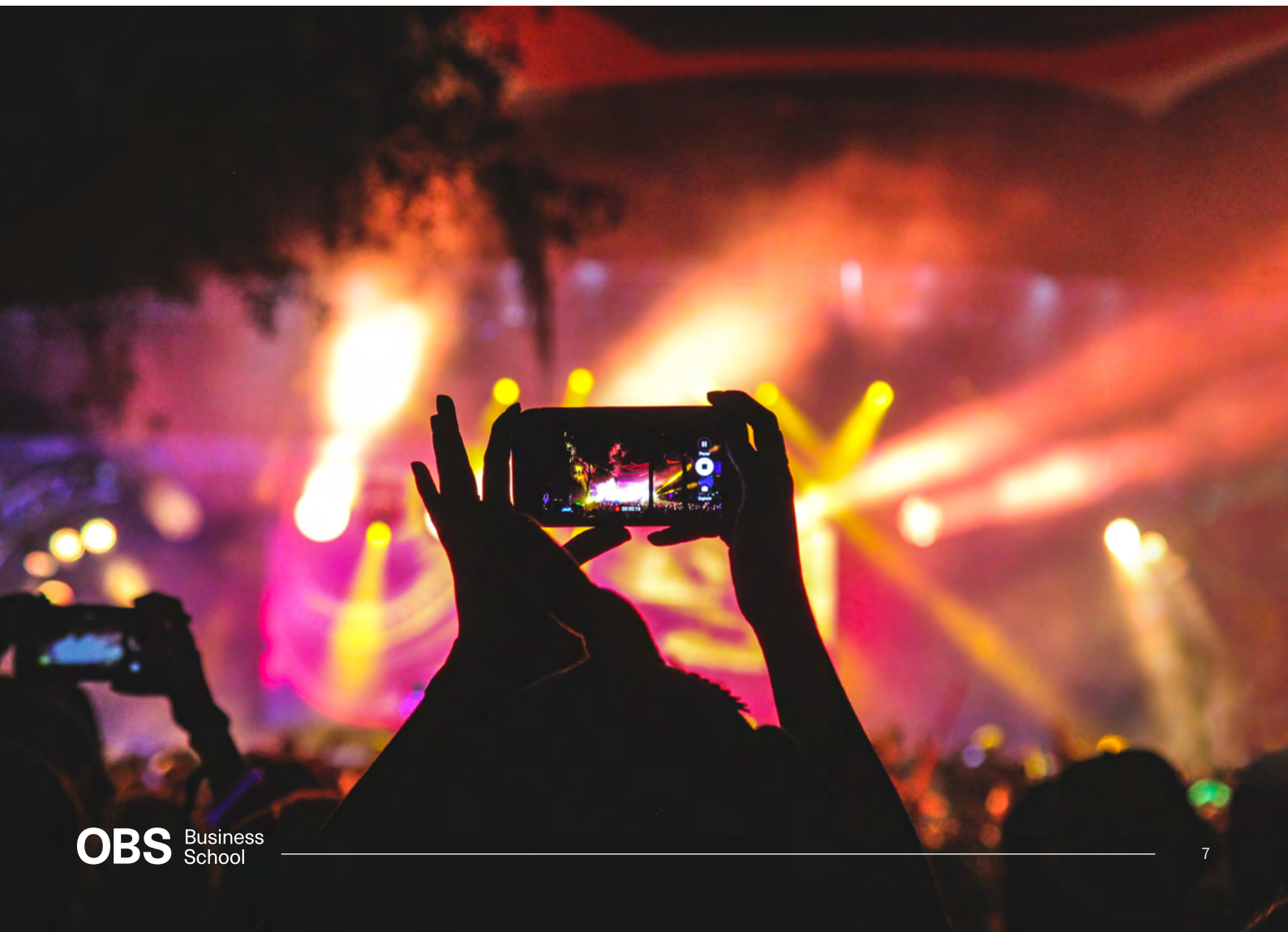
- ⌚ La llegada y la proliferación de las redes sociales han transformado drásticamente la forma en que nos comunicamos, interactuamos y nos relacionamos en la sociedad actual. Estas plataformas digitales se han convertido en una parte integral de nuestras vidas, influyendo en múltiples aspectos de nuestra sociedad y teniendo un impacto significativo en diversos ámbitos.

Las redes sociales han redefinido la forma en que nos conectamos con otras personas, permitiéndonos establecer y mantener relaciones a través de fronteras geográficas y barreras culturales. Estas plataformas nos brindan la capacidad de compartir instantáneamente pensamientos, ideas, noticias y contenido multimedia, lo que ha democratizado la creación y distribución de la información.

Además de facilitar la comunicación y la interacción social, las redes sociales han impulsado la economía digital. Las empresas utilizan estas plataformas como canales de marketing y publicidad, llegando a audiencias más amplias y promoviendo sus productos o servicios de manera más efectiva. Del mismo modo, los emprendedores y los profesionales independientes aprovechan las redes sociales para promover sus habilidades y establecer redes de contactos profesionales.

En el ámbito político y social, las redes sociales han demostrado ser herramientas poderosas para la movilización y la defensa de causas. Han facilitado la organización de movimientos sociales, permitiendo a las personas expresar sus opiniones, compartir información y generar cambios en la sociedad. Sin embargo, también han surgido desafíos como la propagación de desinformación, la polarización de opiniones y la invasión de la privacidad.

En resumen, las redes sociales han desempeñado un papel fundamental en la transformación de nuestra sociedad, han revolucionado la forma en que nos comunicamos, interactuamos, consumimos información y participamos en asuntos sociales y políticos. Comprender la importancia y el impacto de las redes sociales es esencial para adaptarse a este nuevo entorno digital y aprovechar sus beneficios mientras se abordan los desafíos que plantean.





Capítulo 3

Historia de las fusiones en el mundo de las redes sociales

- En el mundo de las redes sociales, ha habido algunas fusiones significativas que han tenido un impacto en el panorama digital.

En 2012, Facebook adquirió Instagram, una popular plataforma de intercambio de fotos, lo que permitió a Facebook ampliar su alcance y aprovechar el crecimiento y la popularidad de Instagram.

Facebook también adquirió WhatsApp en el 2014, una aplicación de mensajería instantánea ampliamente utilizada en todo el mundo. Esta compra fortaleció aún más la posición de Facebook en el mercado de la mensajería y permitió una mayor integración entre las plataformas.

En 2016, Microsoft adquirió LinkedIn, una red social profesional utilizada para conexiones laborales y búsqueda de empleo. Esta compra permitió a Microsoft expandir su presencia en el ámbito empresarial y combinar las capacidades de LinkedIn con sus productos y servicios existentes.

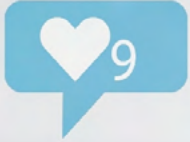
Estas fusiones han tenido un impacto significativo en el mundo de las redes sociales, ya que han consolidado el poder y la influencia de estas plataformas en el panorama digital. Han permitido una mayor integración entre diferentes servicios y han ampliado el alcance y las capacidades de las empresas involucradas. Sin embargo, también han generado preocupaciones sobre el dominio y el control de datos en manos de unos pocos actores principales.

En el caso de Twitter, Elon Musk, consejero delegado de Tesla y SpaceX, ha comprado la red social por 44.000 millones de dólares y ha llevado a cabo el despido de sus principales directivos, apostando por una mayor libertad de expresión. Twitter podría dejar de moderar parte de su contenido, lo que podría deshacer años de trabajo por parte de la empresa para abordar la desinformación y el acoso.

En resumen, el mercado de las redes sociales es altamente competitivo y en constante evolución. Las empresas líderes buscan innovar y adaptarse a las demandas cambiantes de los usuarios, mientras que nuevos actores y tendencias emergentes aportan diversidad y desafían el statu quo. La monetización a través de la publicidad sigue siendo una fuente clave de ingresos, y la privacidad y la regulación se han convertido en temas cada vez más importantes en el mercado de las redes sociales.

Varias redes sociales cotizan en bolsa, lo que les permite ser empresas públicas y que sus acciones se negocien en los mercados financieros. Algunas de las principales redes sociales que cotizan en bolsa incluyen:

- **Meta Platforms (NASDAQ: META):** Facebook e Instagram son dos de las redes sociales más grandes y populares del mundo, y cotizan bajo su matriz Meta en el mercado Nasdaq.
- **Twitter Inc. (NYSE: TWTR):** Twitter es una plataforma de microblogging donde los usuarios pueden publicar y compartir mensajes cortos. Sus acciones se negocian en la Bolsa de Nueva York.
- **Snap Inc. (NYSE: SNAP):** Snap es la empresa detrás de la aplicación de mensajería instantánea y multimedia Snapchat. Cotiza en la Bolsa de Nueva York.
- **Pinterest Inc. (NYSE: PINS):** Pinterest es una plataforma de descubrimiento visual que permite a los usuarios guardar y compartir ideas e inspiración. Sus acciones se negocian en la Bolsa de Nueva York.
- **LinkedIn Corporation (propiedad de Microsoft):** LinkedIn es una red social orientada a profesionales y búsqueda de empleo. Aunque no cotiza de forma independiente, LinkedIn fue adquirido por Microsoft y las acciones de Microsoft se negocian en el Nasdaq.
- **YouTube (propiedad de Google):** Youtube es una plataforma de intercambio de videos propiedad de Google, empresa que cotiza en el mercado bursátil a través de las acciones de su empresa matriz Alphabet Inc. que se negocian en el mercado Nasdaq.



Capítulo 4

Redes Sociales 2023

- Según el Digital Report del año 2023 realizado por la agencia creativa especializada en Social Media y Hootsuite, líder mundial en gestión de redes sociales, muestra que el crecimiento de los usuarios en las redes sociales continúa con una tendencia al alza, sobre todo después de la pandemia mundial hasta alcanzar la cifra de 4.760 millones de usuarios. El número de usuarios actualmente equivale a más del 59,4% de la población total del mundo, siendo el crecimiento interanual este último año del 3%.

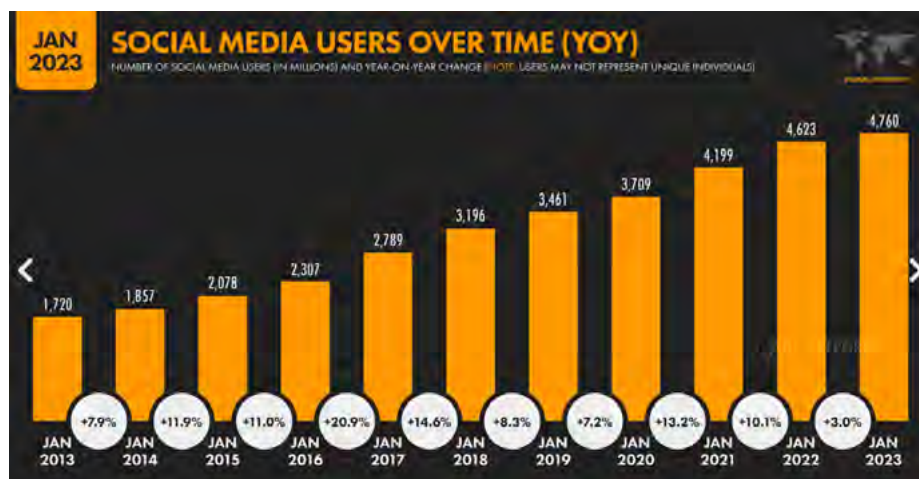
Figura 01 → ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

Fuente: Digital Report 2023



Figura 02 → SOCIAL MEDIA USERS OVER TIME (YOY)

Fuente: Digital Report 2023





4.1. Crecimiento, preferencias y comportamiento de la audiencia

Datos demográficos de los usuarios y tendencias de uso

En el mundo hay aproximadamente 5.160 millones de personas con conexión a Internet y 4.760 millones usan las redes sociales. Esto representa que el 94,9% de la población internauta utiliza las redes sociales. La mayoría de los usuarios están en los países occidentales y Asia, y en el continente africano aún la penetración de estas es muy baja, más que nada por las limitaciones de acceso a Internet.

De los 4.760 millones de usuarios, el 46,3% son mujeres y el 53,7% son hombres, en donde destaca que la mayoría de los usuarios están entre los 20 y los 39 años. Con un crecimiento del 3% anual y un 1% de crecimiento cada 4 meses, en la actualidad representa un 59,4% de la población mundial. Además, las redes atraen el 42% del tráfico hacia el comercio electrónico y un 17% de las compras se hacen a través de las redes sociales.

El norte de Europa es la zona con mayor uso de las redes sociales con alrededor de un 83,6% de los internautas, Europa central y occidental con un 83,3% y América del norte con un 73,9%.

Latinoamérica y los países del sur de Asia tienen un uso de redes sociales del 71,3% y 63,7% respectivamente. Los países centro-africanos y de África oriental son los que hacen un menor uso de las redes sociales con un 7,4% y 8,4% respectivamente.

El marketing digital presentó un crecimiento enorme en Latinoamérica a partir de la pandemia, al punto que el 86% de los latinoamericanos acceden a las redes sociales, con un incremento de aproximadamente del 4%, durante el último año.

Igualmente, la posición de Latinoamérica en el mercado de las redes sociales hace que la región sea una zona ideal para la publicidad digital. Se estima que, tan solo en el 2022, la región invirtió 5.290 millones de dólares estadounidenses en publicidad para redes sociales.

Brasil, México y Argentina ocupan los primeros lugares de porcentaje de usuarios de redes sociales sobre el total de población en Latinoamérica en 2022, siendo los argentinos los usuarios que más tiempo invierten en redes sociales dentro de Latinoamérica.

Figura 03 →

EL CONSUMO DE LAS REDES SOCIALES POR PAÍSES EN LATAM

Fuente: Shareablee, 1 de enero a 31 de diciembre de 2022, América Latina

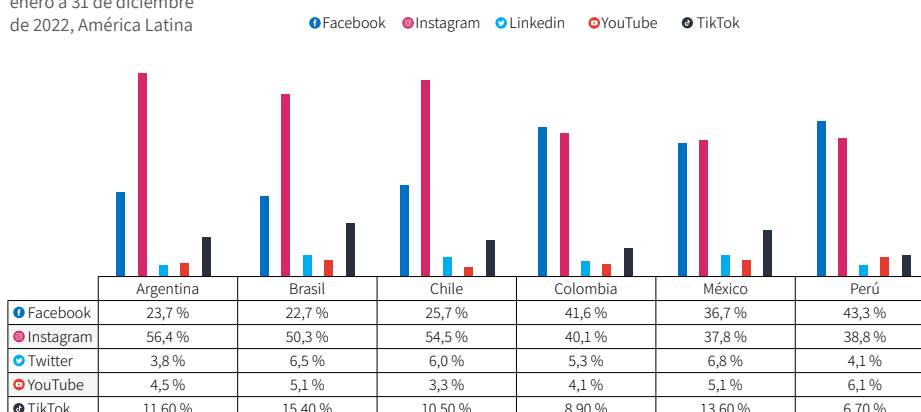
Redes Sociales	Publicaciones	Interacciones	Interacción promedio por post
Argentina	8,3 millones	6,3 billones	775
Brasil	10,2 millones	15,7 billones	1.985
Chile	3,9 millones	1,3 billones	330
Colombia	5,7 millones	1,8 billones	320
México	17,8 millones	6,5 billones	376
Perú	3,7 millones	1,5 billones	349

Ahora, ¿cómo interactúa la audiencia en América Latina? Analizando el share de interacciones por canal social, se puede ver que, en países como Argentina, Brasil y Chile, Instagram ha superado a Facebook duplicando el número de interacciones. En cambio, Colombia y Perú aún mantienen porcentajes superiores en Facebook, mientras que en México la cuota de las dos redes sociales de Meta es similar.

Figura 04 →

CUOTA DE INTERACCIONES POR CANAL SOCIAL LATAM

Fuente: Shareablee, 1 de enero a 31 de diciembre de 2022, América Latina

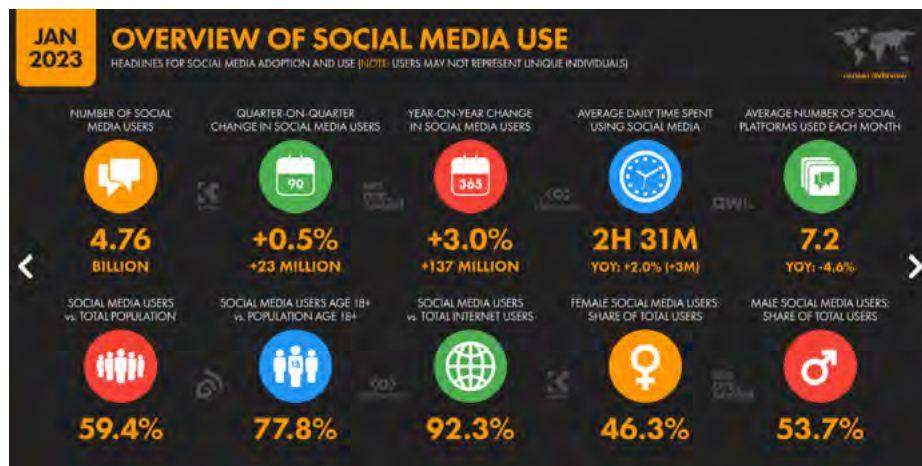


Las publicaciones de video en Latinoamérica generaron 569 mil millones de visualizaciones por parte de la audiencia, equivalente a 1.558 millones de visualizaciones diarias durante el 2022, siendo México, Brasil y Argentina los países con más visualizaciones.

Figura 05 →

OVERVIEW OF SOCIAL MEDIA USE

Fuente: Digital Report 2023



En líneas generales, las redes sociales ocuparon la mayor parte del tiempo de los usuarios conectados en 2022 y las personas dicen que pasan más tiempo en las redes sociales, más que el año anterior, con una media de 2 horas y 31 minutos y un crecimiento del 2% con respecto al año anterior. Estas estadísticas cambian de acuerdo con la edad y el sexo. Las mujeres de 16-24 años son las líderes del uso diario de redes sociales con un tiempo promedio de 3 horas y 11 minutos.

Las mujeres dominan todos los grupos etarios respecto al tiempo de uso de redes sociales de los hombres. Facebook sigue siendo la plataforma social más utilizada del mundo, sin embargo, YouTube está cerrando la brecha rápidamente, con un crecimiento de su audiencia dos veces más rápido que el de Facebook: YouTube ha sufrido una leve pérdida de usuarios y ahora tiene 2.510 millones de usuarios activos, lo que equivale al 88% del último total publicado de Facebook.

El tercero más utilizado es Whatsapp, seguido de Instagram, cuya audiencia aumentó más de un 35,3% (522 millones de usuarios más) y es la protagonista en cuanto a crecimiento. El crecimiento de Tik Tok también se está acelerando: un 5,1% más de usuarios que el año pasado.

Ahora la red social favorita entre los usuarios de 16 a 64 años, es en primer lugar WhatsApp con un 15,8%, seguida por Instagram en un 14,3%, Facebook con un 14,2%, Wechat y TikTok, con un 6,1% y 5,7% respectivamente.



4.1. Crecimiento, preferencias y comportamiento de la audiencia

Datos demográficos de los usuarios y tendencias de uso

En el mundo hay aproximadamente 5.160 millones de personas con conexión a Internet y 4.760 millones usan las redes sociales. Esto representa que el 94,9% de la población internauta utiliza las redes sociales. La mayoría de los usuarios están en los países occidentales y Asia, y en el continente africano aún la penetración de estas es muy baja, más que nada por las limitaciones de acceso a Internet.

De los 4.760 millones de usuarios, el 46,3% son mujeres y el 53,7% son hombres, en donde destaca que la mayoría de los usuarios están entre los 20 y los 39 años. Con un crecimiento del 3% anual y un 1% de crecimiento cada 4 meses, en la actualidad representa un 59,4% de la población mundial. Además, las redes atraen el 42% del tráfico hacia el comercio electrónico y un 17% de las compras se hacen a través de las redes sociales.

El norte de Europa es la zona con mayor uso de las redes sociales con alrededor de un 83,6% de los internautas, Europa central y occidental con un 83,3% y América del norte con un 73,9%.

Latinoamérica y los países del sur de Asia tienen un uso de redes sociales del 71,3% y 63,7% respectivamente. Los países centro-africanos y de África oriental son los que hacen un menor uso de las redes sociales con un 7,4% y 8,4% respectivamente.

El marketing digital presentó un crecimiento enorme en Latinoamérica a partir de la pandemia, al punto que el 86% de los latinoamericanos acceden a las redes sociales, con un incremento de aproximadamente del 4%, durante el último año.

4.2. Tendencias y cambios en las plataformas de redes sociales

Las plataformas de redes sociales están en constante evolución para adaptarse a las demandas cambiantes de los usuarios y para mantenerse relevantes en un entorno digital en constante desarrollo. Aquí hay algunos aspectos destacados sobre las tendencias y cambios recientes en las plataformas de redes sociales:

- **Contenido efímero:** Las historias efímeras, popularizadas por Snapchat e implementadas posteriormente en Instagram, Facebook y WhatsApp, han ganado una gran popularidad, debido a su autenticidad y sentido de urgencia.
- **Enfoque en el video:** El video se ha convertido en una forma dominante de contenido en las redes sociales. Plataformas como TikTok y YouTube han revolucionado la forma en que los usuarios consumen y crean contenido de video.
- **E-commerce integrado:** Las plataformas de redes sociales han ampliado sus funciones de comercio electrónico para permitir a los usuarios comprar productos directamente desde la plataforma. Esto incluye funciones como etiquetas de productos en publicaciones y transacciones integradas.
- **Mayor énfasis en la privacidad y seguridad:** Con preocupaciones crecientes sobre la privacidad de los datos, muchas plataformas de redes sociales han tomado medidas para mejorar la protección de la privacidad de los usuarios. Esto incluye herramientas para controlar el acceso a la información personal y limitar la recopilación de datos.
- **Aumento de la realidad aumentada (AR):** La realidad aumentada se espera que juegue un papel cada vez más importante en las redes sociales. La integración de filtros AR, efectos y experiencias interactivas en las publicaciones permitirá a los usuarios crear contenido más atractivo y envolvente.
- **Mayor personalización y algoritmos inteligentes:** Las plataformas de redes sociales han adoptado algoritmos inteligentes para mostrar contenido relevante y personalizado a los usuarios.
- **Inteligencia artificial y chatbots:** La inteligencia artificial (IA) jugará un papel cada vez más importante en las redes sociales, especialmente en la atención al cliente y la interacción con los usuarios. Los chatbots impulsados por IA se utilizarán para brindar respuestas rápidas y personalizadas, y mejorar la experiencia general del usuario. Igualmente se espera que los sistemas de IA puedan generar contenido de manera autónoma, como imágenes, videos y textos, lo que podría tener un impacto significativo en la producción de contenido y la forma en que se consume.

- **Realidad virtual (RV) y redes sociales inmersivas:** La realidad virtual se está desarrollando rápidamente, y se espera que se integre más en las redes sociales. Esto permitirá a los usuarios sumergirse en entornos virtuales compartidos, interactuar con otros usuarios y experimentar nuevas formas de comunicación y entretenimiento.
- **Mayor enfoque en la autenticidad y la transparencia:** Los usuarios y las marcas están dando más importancia a la autenticidad y la transparencia en las redes sociales. La audiencia busca contenido genuino y conexiones auténticas, lo que ha llevado a un mayor enfoque en la construcción de relaciones significativas y en la transparencia en las prácticas de marketing.
- **Contenido generado por los usuarios:** La participación y la creación de contenido por parte de los usuarios seguirán siendo una tendencia importante. Las plataformas fomentarán la generación de contenido por parte de los usuarios, alentando la participación y el intercambio de experiencias personales.
- **Redes sociales de nicho:** Junto con las plataformas de redes sociales más grandes y establecidas, se espera que aparezcan y crezcan redes sociales más especializadas y centradas en comunidades específicas. Estas plataformas atenderán a intereses y pasiones particulares, brindando a los usuarios una experiencia más enfocada y personalizada.

A medida que la tecnología continúa avanzando y las demandas de los usuarios evolucionan, es probable que sigan surgiendo nuevas tendencias y cambios en el panorama de las redes sociales.



Capítulo 5

Tik Tok

- ② En los últimos años, se ha observado un cambio significativo en la popularidad y el uso de las redes sociales, con el desplome de Snapchat y el auge de TikTok como una de las principales tendencias.

Snapchat, una aplicación de mensajería efímera conocida por sus mensajes y fotos que desaparecen después de un tiempo, experimentó un desafío en términos de crecimiento y retención de usuarios. Aunque inicialmente ganó popularidad entre los jóvenes, Snapchat enfrentó una fuerte competencia de otras plataformas como Instagram, que incorporó características similares a su propia aplicación. Además, la falta de innovación y la dificultad para atraer a un público más amplio contribuyeron al desplome de Snapchat en términos de usuarios y valoración de mercado.

Por otro lado, TikTok ha experimentado un rápido ascenso en popularidad y se ha convertido en una de las plataformas de redes sociales más populares, especialmente entre los jóvenes. TikTok es una aplicación de videos cortos que permite a los usuarios crear y compartir contenido creativo, y ha logrado captar la atención de una amplia audiencia global. Su enfoque en la creatividad, el entretenimiento y la facilidad de uso ha sido clave para su éxito.

TikTok ha demostrado ser especialmente atractivo para la Generación Z y la Generación del Milenio, ofreciendo una experiencia de contenido altamente personalizada y viral. La plataforma ha sido impulsada por su algoritmo inteligente, que recomienda videos relevantes y atractivos según los intereses de cada usuario. Además, TikTok ha logrado atraer a numerosos creadores de contenido influyentes, lo que ha aumentado aún más su popularidad y alcance.

El desplome de Snapchat y el auge de TikTok reflejan cómo los gustos y preferencias de los usuarios pueden cambiar rápidamente en el mundo de las redes sociales. Estas tendencias subrayan la importancia de la innovación constante y la adaptación a las necesidades y demandas cambiantes de los usuarios para mantenerse relevante en un mercado altamente competitivo.

TikTok es una plataforma de redes sociales que ha experimentado un crecimiento significativo en todo el mundo, pero es importante destacar algunas diferencias en los contenidos y regulaciones entre China y Europa, así como abordar aspectos como el tiempo de consumo, la adicción y la preocupación sobre la "idiotización" de los usuarios.

Esta red social opera bajo diferentes versiones en China y en otros países, como Europa. En China, TikTok es conocido como Douyin y está sujeto a regulaciones y políticas de contenido específicas del país. Esto significa que los usuarios chinos pueden encontrar un conjunto de contenidos y tendencias diferentes a los usuarios de otras partes del mundo. Además, China limita su uso a los más jóvenes, a diferencia de los países occidentales donde no existe tal restricción.

Igualmente, esta red social, ha sido criticada por su potencial para generar adicción y consumo excesivo de tiempo. La plataforma utiliza algoritmos avanzados para personalizar el contenido y mantener a los usuarios enganchados. La experiencia de desplazamiento infinito y la sucesión rápida de videos cortos pueden llevar a un uso prolongado de la aplicación y distraer a los usuarios de otras actividades.

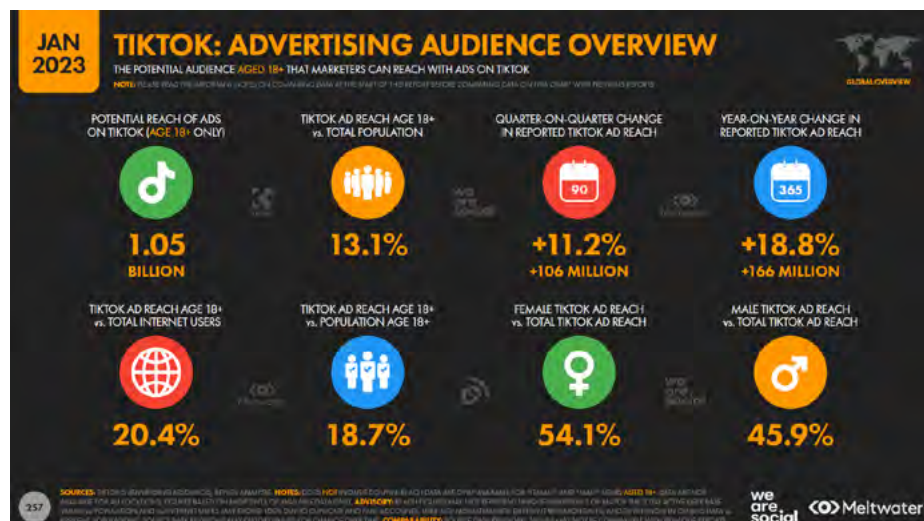
Varios países occidentales están limitando el uso de esta red social a ciertos empleados gubernamentales, acciones que se toman como medidas de privacidad y confidencialidad en varios países, siendo el último Países Bajos. Pese a su aparente inocencia TikTok, almacena una cantidad de datos considerable de sus usuarios y se está considerando prohibir la red social a nivel general. Es verdad que la mayoría de las redes sociales realizan la misma práctica, pero al ser redes sociales occidentales parece haber menos preocupación sobre como utilizan los datos. Con TikTok de origen chino el escrutinio es mayor por lo que genera un problema de doble moral, por esta razón China ha bloqueado el acceso a Facebook, Instagram y Twitter, aunque no están prohibidas no se puede acceder a ellas de manera normal. La guerra contra TikTok es económica y política.

Algunas críticas hacia TikTok han sugerido que su formato de video corto y entretenido puede contribuir a una supuesta "idiotización" de los usuarios, ya que se dedican a consumir contenido rápido y superficial en lugar de dedicar tiempo a actividades más educativas o enriquecedoras. Es un mecanismo de captura social.

TikTok llegó en el año 2022 a más de 1.051 millones de usuarios, siendo la mayoría de su público entre 16 y 24 años, según datos de Statista. En enero del 2023 esta red social llega al 20,4% de los usuarios de Internet mayores de 18 años en el mundo y los anuncios llegan al 13,1% de la población mundial (Byte Dance - Kepios, 2023).

Figura 06 → TIKTOK: ADVERTISING AUDIENCE OVERVIEW

Fuente: Digital Report 2023





Capítulo 6

Meta Platforms

- ⊙ Igualmente el grupo Meta, anteriormente conocido como Facebook Inc., ha experimentado una notable evolución a lo largo de los años, y en la actualidad más de 3.000 millones de personas utilizan al menos una de sus aplicaciones al día.

El grupo Meta fue fundado por Mark Zuckerberg en 2004 con el lanzamiento de Facebook, una plataforma social que inicialmente se enfocaba en conectar a estudiantes universitarios. Facebook creció rápidamente y se expandió más allá del ámbito universitario, convirtiéndose en una de las redes sociales más populares del mundo.

A lo largo de los años, Meta ha realizado numerosas adquisiciones estratégicas para diversificar sus servicios y expandir su alcance. Entre las adquisiciones más destacadas están Instagram y WhatsApp, dos plataformas sociales populares que han seguido creciendo bajo la administración del grupo Meta.

En 2014, el grupo Meta adquirió Oculus VR, una empresa de tecnología de realidad virtual. Esta adquisición marcó el inicio de la incursión del grupo Meta en el campo de la realidad virtual y aumentada. Desde entonces, han lanzado productos como el Oculus Rift y el Oculus Quest, buscando transformar las experiencias de entretenimiento, comunicación y trabajo.

En octubre de 2021, Meta anunció un cambio de nombre para reflejar su enfoque en la construcción de un metaverso, una realidad virtual compartida y entorno de realidad aumentada. El cambio de nombre a Meta refleja la visión de la empresa de crear una plataforma que permita a las personas interactuar digitalmente de formas más inmersivas y sociales.

La evolución del grupo ha estado impulsada por su deseo de mantenerse a la vanguardia de la tecnología y adaptarse a las cambiantes tendencias y necesidades de los usuarios. Con un enfoque en la realidad virtual, la realidad aumentada y la construcción de un metaverso, el grupo Meta busca redefinir la forma en que las personas se conectan, interactúan y experimentan el mundo digital.

La compañía ha sufrido el deterioro del mercado de la publicidad digital, al igual que el impacto del mercado cambiario y las reglas más estrictas impuestas por Apple, que bloquean el rastro publicitario, y el pasado mes de noviembre despidió a más de 11.000 trabajadores, el mayor ajuste de plantilla de su historia, con unos ingresos totales de 116.609 millones, decreciendo en un 1% con respecto al año anterior. Este resultado negativo viene apuntado también por su alta inversión en el Metaverso que no ha dado, de momento, el resultado esperado.



Capítulo 7

Tendencias emergentes en el diseño y la experiencia del usuario

- ⊗ Los algoritmos desempeñan un papel crucial en las plataformas de las redes sociales, ya que determinan qué contenido se muestra a los usuarios en sus feeds o líneas de tiempo. Estos algoritmos analizan una variedad de factores, como la relevancia, la interacción pasada del usuario y la calidad del contenido, para determinar qué publicaciones se destacan y se muestran con mayor visibilidad.

A lo largo del tiempo, las plataformas de redes sociales han realizado cambios en sus algoritmos para mejorar la experiencia del usuario y fomentar la interacción. Estos cambios pueden tener un impacto significativo en la visibilidad del contenido y cómo se distribuye. Algunos aspectos para tener en cuenta son:

Personalización del contenido: Los algoritmos de las redes sociales están diseñados para mostrar contenido personalizado que sea relevante para cada usuario. Esto significa que el orden de las publicaciones puede variar según los intereses y la interacción pasada de cada usuario.

Compromiso y relevancia: Los algoritmos tienden a dar prioridad al contenido que genera mayor compromiso, como me gusta, comentarios, compartidos y reproducciones. Cuanto mayor sea la interacción que recibe una publicación, más probable será que aparezca en los feeds de otros usuarios.

- **Calidad del contenido:** Los algoritmos también evalúan la calidad del contenido para determinar su visibilidad. Esto implica analizar factores como la originalidad, la autenticidad y la credibilidad del contenido. Las plataformas de redes sociales están cada vez más centradas en combatir la desinformación y el contenido de baja calidad, y los algoritmos se han actualizado para reflejar esta prioridad.
- **Cambios algorítmicos:** Las plataformas de redes sociales pueden realizar actualizaciones en sus algoritmos de forma periódica para mejorar la experiencia del usuario o abordar problemas específicos. Estos cambios pueden tener un impacto significativo en la visibilidad del contenido y cómo se distribuye.

El impacto de los cambios en los algoritmos puede ser tanto positivo como negativo. Por un lado, los algoritmos pueden ayudar a los usuarios a descubrir contenido relevante y de alta calidad. Por otro lado, los cambios algorítmicos pueden dificultar la visibilidad del contenido para ciertos creadores, especialmente si su contenido no genera una alta interacción o no se ajusta a las preferencias actuales del algoritmo.

En general, comprender cómo funcionan los algoritmos y adaptar las estrategias de contenido en consecuencia puede ayudar a los creadores de contenido y las marcas a mejorar su visibilidad y alcanzar a su audiencia objetivo en las redes sociales.





Capítulo 8

Influencia de las redes sociales en la sociedad

- ⊙ La influencia de las redes sociales en la sociedad ha sido profunda y generalizada. Estas plataformas han transformado la forma en que nos comunicamos, compartimos información, nos conectamos con otros y consumimos contenido. Han ampliado nuestras redes sociales, facilitado el acceso a diferentes perspectivas y generado una nueva forma de participación ciudadana. Sin embargo, también han planteado desafíos, como la difusión de desinformación y la preocupación por la privacidad. En general, las redes sociales han tenido un impacto significativo en la forma en que vivimos y nos relacionamos en la sociedad actual.



Capítulo 9

Casos de estudio: eventos y movimientos sociales impulsados por las redes sociales

- ② El análisis de casos de estudio sobre eventos o movimientos sociales impulsados por las redes sociales revela cómo estas plataformas han sido utilizadas como herramientas para la organización, movilización y difusión de causas sociales. Aquí hay algunos ejemplos destacados:

- **Movimiento #BlackLivesMatter:** El movimiento #BlackLivesMatter es un ejemplo prominente de cómo las redes sociales han sido fundamentales para difundir y amplificar la lucha contra la violencia y la injusticia racial. Las plataformas sociales permitieron la rápida difusión de videos e imágenes que documentaron actos de violencia policial, generando una amplia conciencia y movilización a nivel global.



- **Primavera Árabe:** Las redes sociales desempeñaron un papel crucial en la coordinación y difusión de las protestas que tuvieron lugar en varios países del Medio Oriente y el Norte de África en 2010 y 2011. Plataformas como Facebook, Twitter y YouTube se convirtieron en canales clave para organizar manifestaciones, compartir información y denunciar abusos de derechos humanos.



- **Marcha de las Mujeres:** En enero de 2017, millones de personas en todo el mundo participaron en la Marcha de las Mujeres, un movimiento que abogaba por la igualdad de género y los derechos de las mujeres. Las redes sociales fueron fundamentales para coordinar y movilizar a las personas, compartiendo mensajes, fotos y actualizaciones en tiempo real, lo que permitió una participación masiva y una cobertura mediática significativa.



- **Movimiento #MeToo:** El movimiento #MeToo surgió en 2017 como una campaña viral en las redes sociales para generar conciencia sobre el acoso sexual y la violencia de género. Las plataformas sociales proporcionaron un espacio seguro para que las víctimas compartieran sus experiencias, creando una ola de solidaridad y exigiendo un cambio social y político en todo el mundo.



- **Protestas del cambio climático:** Los movimientos en defensa del medio ambiente, como Fridays for Future, han utilizado ampliamente las redes sociales para promover la conciencia sobre la crisis climática y presionar a los líderes mundiales para que tomen medidas. Estas campañas han logrado una amplia participación y han llevado a importantes movilizaciones globales, como la Cumbre del Clima de las Naciones Unidas.

En cada uno de estos casos, las redes sociales jugaron un papel crucial en la difusión de información, la creación de redes de apoyo y la movilización de personas para abogar por el cambio social. Estos eventos demuestran el poder de las redes sociales como herramientas para la acción colectiva y la visibilidad de las causas sociales, así como su capacidad para influir en la agenda pública y generar conciencia a nivel mundial.

Las redes sociales han tenido impactos significativos en diversos aspectos de la sociedad. A continuación, se detallan algunos efectos importantes en la política, la cultura, la economía y otros ámbitos:

Economía

- **Comercio electrónico:** Las redes sociales han facilitado el comercio electrónico al proporcionar plataformas para la venta de productos y servicios. Las empresas pueden llegar a audiencias globales y dirigirse a nichos específicos de mercado.
- **Influencer marketing:** El marketing de influencia se ha vuelto prominente en las redes sociales, donde los influencers colaboran con marcas para promocionar productos y servicios. Esto ha creado nuevas oportunidades económicas y cambiado la forma en que se realiza la publicidad.
- **Análisis de datos:** Las redes sociales generan grandes cantidades de datos que pueden ser utilizados para análisis de mercado, toma de decisiones empresariales y personalización de productos y servicios.

Política

- **Participación ciudadana:** Las redes sociales han facilitado la participación ciudadana y la expresión de opiniones políticas. Los usuarios pueden compartir ideas, discutir temas y movilizarse en torno a causas políticas.
- **Activismo político:** Las plataformas sociales han sido utilizadas para organizar protestas, difundir información sobre candidatos y movimientos políticos, y promover la participación en elecciones y asuntos públicos.
- **Desinformación y polarización:** Las redes sociales también han sido criticadas por contribuir a la difusión de desinformación y la polarización política, ya que pueden amplificar burbujas de información y generar debates extremos.

Un ejemplo relevante en el ámbito político y el uso de las redes sociales es el expresidente de los Estados Unidos, Donald Trump, y su relación con Twitter. Durante su mandato, Trump utilizó intensamente su cuenta personal de Twitter como una forma de comunicarse directamente con sus seguidores y para abordar temas políticos y de actualidad.

La cuenta de Twitter de Trump (@realDonaldTrump) se convirtió en una plataforma clave para que él expresara sus opiniones, anunciara políticas, criticara a sus oponentes y se comunicara con sus seguidores. Sus tweets eran ampliamente difundidos y comentados, generando un gran impacto mediático y generando debates tanto a nivel nacional como internacional.

Sin embargo, la relación entre Trump y Twitter también fue objeto de controversia. A lo largo de su presidencia, Trump publicó mensajes controvertidos y polémicos en la plataforma, algunos de los cuales fueron considerados como violaciones de las políticas de Twitter sobre el discurso de odio y la incitación a la violencia. En respuesta, Twitter tomó medidas en varias ocasiones, etiquetando o eliminando algunos de los tweets de Trump y, finalmente, suspendiendo permanentemente su cuenta en enero de 2021, después de los disturbios en el Capitolio de los Estados Unidos.

La suspensión de la cuenta de Trump generó un amplio debate sobre el papel y el poder de las redes sociales en la moderación del contenido político. Algunos argumentaron que la suspensión fue una acción justificada para evitar la incitación a la violencia, mientras que otros la vieron como una censura y una interferencia en la libertad de expresión.

El nuevo dueño de Twitter, Elon Musk, realizó una encuesta en la red social preguntando a los usuarios si debía reabrir la cuenta de Trump, en la que finalmente ganó el sí.

En ella votaron 15.085.458 personas, de las que el 51,8% apoyaron que se reactivase su cuenta frente al 48,2% que no querían, una diferencia de apenas 3,6 puntos.

Como resultado, el perfil oficial de Donald Trump en Twitter vuelve a estar abierto al público, aunque el expresidente republicano ha señalado que por el momento no está entre sus planes volver a utilizarla. En anteriores ocasiones, al ser preguntado sobre qué haría si Musk finalmente le permitiese volver a usar la plataforma, Trump aseguró que prefería seguir usando Truth Social, la red social que él mismo creó cuando fue expulsado de Twitter.



Cultura

- **Conectividad global:** Las redes sociales han acercado a personas de diferentes culturas y países, permitiendo la interacción y el intercambio de ideas en tiempo real.
- **Diversidad y expresión cultural:** Las plataformas sociales han dado voz a grupos y comunidades marginadas, permitiéndoles compartir y celebrar su cultura, identidad y perspectivas.
- **Influencia en la cultura popular:** Las redes sociales han impactado la forma en que se consume y se produce la cultura popular. Han creado nuevas formas de entretenimiento, promovido tendencias virales y transformado la industria del entretenimiento.

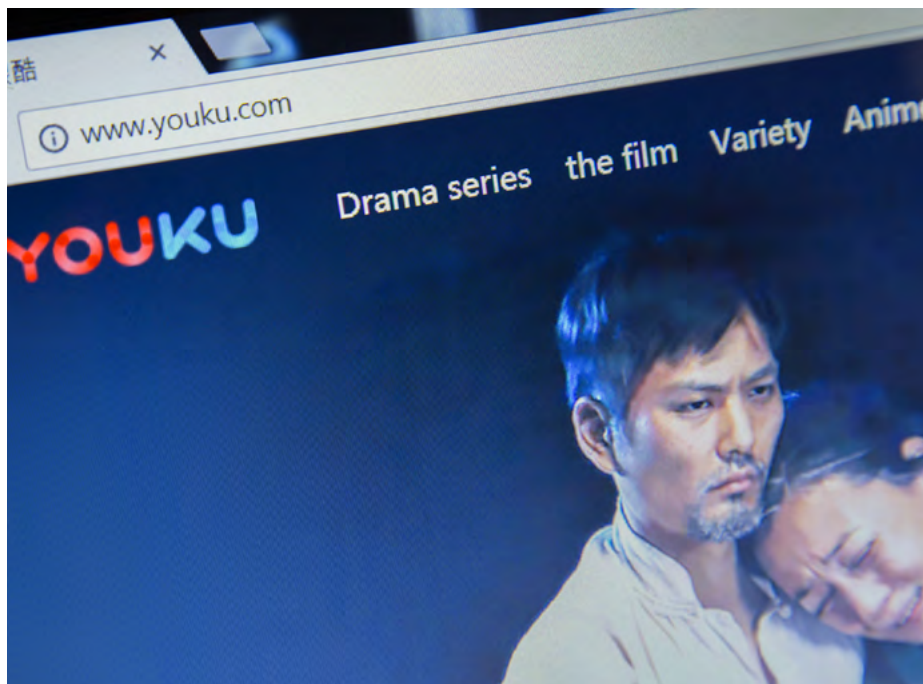
Otros aspectos de la sociedad

- **Comunicación y relaciones interpersonales:** Las redes sociales han transformado la forma en que nos comunicamos y nos relacionamos con otros. Han facilitado el mantenimiento de relaciones a larga distancia y la creación de nuevas conexiones.
- **Conciencia social:** Las plataformas sociales han aumentado la visibilidad de temas sociales y han fomentado la conciencia sobre problemas como el cambio climático, la igualdad de género y los derechos humanos.

Un ejemplo de la influencia que tienen las redes sociales en la sociedad sucede en China, donde decenas de creadoras de contenido emiten sus directos en la calle desde los barrios más pudientes para atraer donaciones de grandes cantidades de dinero, todo ello gracias a geolocalización para priorizar las emisiones más cercanas de las plataformas que usan. Entre las apps más usadas están iQiYi.com, qq.com y Youku.com. La transmisión en vivo genera aproximadamente 635 millones de espectadores anuales y el negocio del streaming genera unos 30.000 millones de dólares al año en China. Todo esto en un país donde el control sobre los ciudadanos es estricto y donde existe un código de conducta para los streamers, en donde no se puede poner en duda el liderazgo del partido comunista, ni cuestionar la unidad nacional.

Aparte de esta forma de crear contenido existe otra variante llamada “Las fábricas de streamers”, lugares habilitados para crear contenidos y donde se les presta el material que puedan necesitar para sus emisiones en directo y alquilar los espacios, evidentemente compartiendo sus beneficios.

Es importante tener en cuenta que los efectos de las redes sociales pueden variar y tienen aspectos positivos y negativos. Su impacto depende de cómo se utilicen y de los contextos específicos en los que se apliquen.





Capítulo 10

Privacidad y seguridad en las redes sociales

- La privacidad y seguridad en las redes sociales son preocupaciones importantes en la sociedad actual. Aunque estas plataformas ofrecen formas de conectar y compartir información, también plantean riesgos relacionados con la protección de datos personales y la exposición a amenazas en línea. Los usuarios deben ser conscientes de los ajustes de privacidad, controlar la información compartida y tomar medidas para proteger su identidad en línea. Además, es esencial utilizar contraseñas seguras, evitar el acceso a enlaces o contenido sospechoso y estar alerta ante posibles estafas o ataques cibernéticos. Las empresas y las propias plataformas también tienen la responsabilidad de implementar medidas de seguridad robustas y ser transparentes en cuanto a sus prácticas de recopilación y uso de datos.

Las plataformas de redes sociales han tomado medidas significativas para abordar los problemas de privacidad y fortalecer la seguridad en sus plataformas. Algunas de estas medidas incluyen:

- **Configuraciones de privacidad:** Las plataformas ofrecen configuraciones de privacidad que permiten a los usuarios controlar la visibilidad de su perfil, sus publicaciones y su información personal.
- **Verificación en dos pasos:** Muchas plataformas han implementado la opción de verificación en dos pasos, que agrega una capa adicional de seguridad al requerir un código adicional o una confirmación en el inicio de sesión.
- **Gestión de permisos de aplicaciones:** Las plataformas permiten a los usuarios revisar y gestionar los permisos que han otorgado a las aplicaciones de terceros.
- **Políticas de privacidad y términos de servicio:** Las plataformas han mejorado la transparencia proporcionando políticas de privacidad claras y términos de servicio detallados. Estos documentos explican cómo se recopila, utiliza y comparte la información del usuario, brindando a los usuarios una mejor comprensión de cómo se manejan sus datos.
- **Educación y concienciación:** Las plataformas han implementado campañas de educación y concienciación para ayudar a los usuarios a comprender los riesgos de seguridad y privacidad y brindarles consejos sobre cómo proteger su información personal en línea.
- **Reporte y eliminación de contenido inapropiado:** Las plataformas han establecido mecanismos para que los usuarios informen contenido inapropiado, como acoso, discurso de odio o violaciones de privacidad. Las empresas revisan estas denuncias y toman medidas para eliminar el contenido ofensivo o violatorio de las políticas.
- **Privacidad infantil:** Las redes sociales han prestado especial atención a la privacidad de los usuarios menores de edad. Han introducido restricciones de edad y funciones de seguridad específicas para proteger a los niños y garantizar que no se recopile información personal sin el consentimiento de los padres o tutores.



Capítulo 11

Análisis económico de las redes sociales

⊙ El análisis económico de las redes sociales es un aspecto importante para comprender el impacto y el valor económico que estas plataformas generan. Aquí hay algunos puntos clave a considerar:

- **Generación de ingresos:** Las redes sociales generan ingresos a través de diversas fuentes, como publicidad, colaboraciones con marcas, promoción de productos y servicios, y venta de datos. Las plataformas ofrecen espacios publicitarios segmentados y altamente dirigidos, lo que les permite obtener beneficios económicos significativos.
- **Publicidad en redes sociales:** La publicidad en redes sociales se ha convertido en una fuente principal de ingresos para muchas plataformas. Las empresas pueden utilizar herramientas de segmentación avanzadas para dirigirse a audiencias específicas, lo que les permite maximizar el retorno de la inversión publicitaria. Se prevé que para 2024, la inversión global en publicidad en las redes sociales supere los 300.000 millones de USD, un 33% más que en 2022. Por mercados, este año Estados Unidos generará una tercera parte de la inversión dedicada a publicidad en las redes sociales con 80.600 millones de dólares. Las redes sociales de Meta dominan el mercado publicitario con un 45% de cuota de mercado.

En el año 2022, se invirtieron 226.000 millones de dólares en publicidad en las redes sociales con un crecimiento del 6,9%. Y la inversión en las redes sociales ya representa un 33,9% del total de gasto publicitario en el área digital.

Figura 07 →

SOCIAL MEDIA ADVERTISING GLOBAL OVERVIEW

Fuente: Digital Report 2023

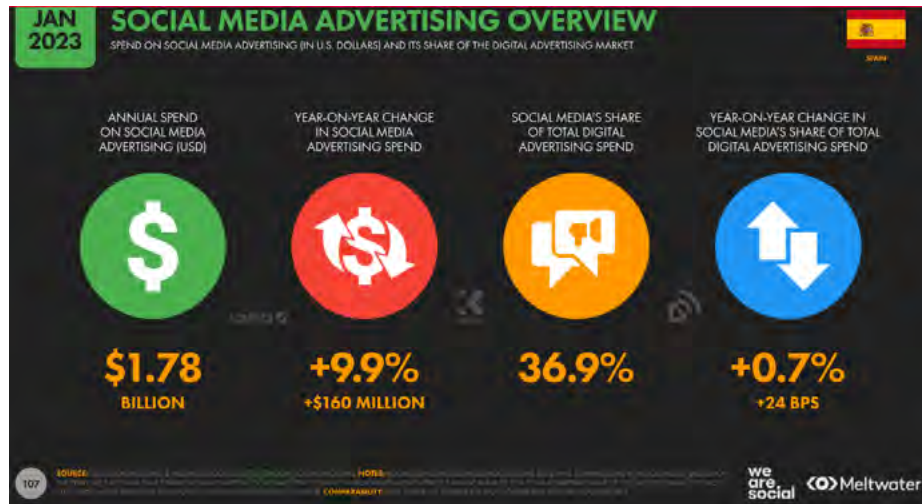


En España se invirtieron 1,78 miles de millones de dólares en publicidad en las redes sociales en el 2022, con un crecimiento del 0,7%.

Figura 08 →

SOCIAL MEDIA ADVERTISING OVERVIEW SPAIN

Fuente: Digital Report 2023



- **Influencer marketing:** El marketing de influencia ha surgido como una estrategia eficaz en las redes sociales. Los influencers, con su capacidad para llegar a audiencias masivas y comprometidas, colaboran con marcas para promocionar productos y servicios. Esto ha creado nuevas oportunidades económicas tanto para los influencers como para las marcas.

Solo el año 2022 se gastaron más de 27,51 miles de millones de dólares en publicidad de influencers, subiendo esta cantidad en un 4,6%.

Figura 09 →

INFLUENCE ADVERTISING GLOBAL OVERVIEW

Fuente: Digital Report 2023

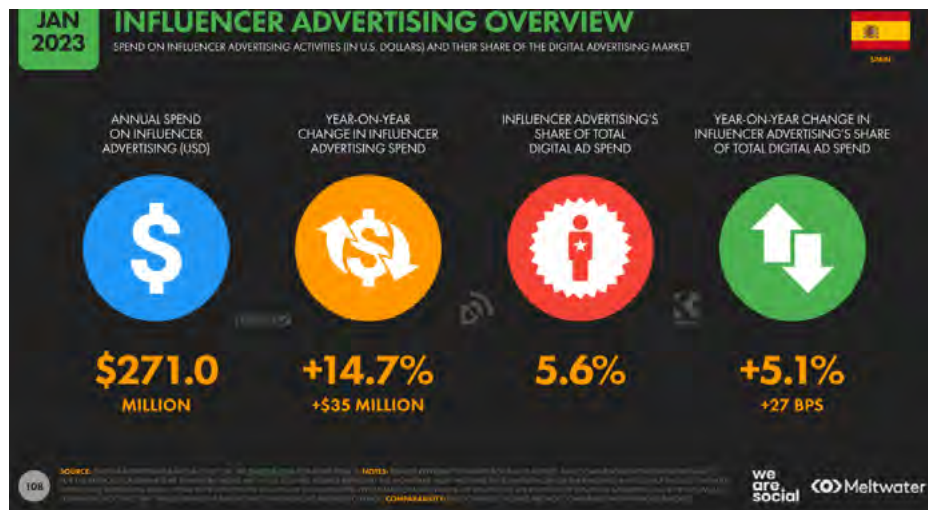


En España en este renglón se invirtieron unos 271 millones en publicidad en influencers, con un crecimiento del 5,1% con respecto al año pasado.



Figura 10 →**INFLUENCE ADVERTISING OVERVIEW SPAIN**

Fuente: Digital Report 2023



- **Economía de atención:** Las redes sociales compiten por la atención de los usuarios, ya que cuanto más tiempo pasen en la plataforma, más valiosa se vuelve la publicidad. Los algoritmos están diseñados para captar y mantener la atención de los usuarios, lo que puede tener implicaciones económicas significativas.
- **Análisis de datos:** Las redes sociales recopilan grandes cantidades de datos sobre los usuarios, sus intereses, comportamientos y preferencias. Estos datos se utilizan para generar insights valiosos que pueden ser utilizados para tomar decisiones estratégicas de negocio, personalizar la publicidad y mejorar la experiencia del usuario.
- **Impacto económico en la industria:** Las redes sociales han transformado la forma en que las empresas operan y se relacionan con los consumidores. Han facilitado la creación y el crecimiento de empresas en línea, el comercio electrónico, el desarrollo de nuevas industrias y modelos de negocio, y la ampliación de oportunidades económicas.



Capítulo 12

Conectividad Global, desafíos y perspectivas futuras

- ⊙ El mundo de las redes sociales ha experimentado un crecimiento y una transformación significativos en los últimos años, y su estado actual refleja la profunda influencia que tienen en la sociedad. Las redes sociales han cambiado la forma en que nos comunicamos, interactuamos y compartimos información, y han tenido un impacto tanto positivo como desafiante en diversos aspectos de nuestra vida.

En el lado positivo, las redes sociales han permitido una mayor conectividad global, derribando barreras geográficas y culturales. Han creado plataformas para expresar opiniones, compartir experiencias, crear comunidades y promover cambios sociales. Han ampliado las oportunidades de negocio, permitiendo a las empresas llegar a audiencias masivas y construir relaciones más cercanas con los clientes. Además, las redes sociales han desempeñado un papel importante en la difusión de información y concienciación sobre problemas sociales, políticos y medioambientales.

Sin embargo, también hay desafíos y preocupaciones asociados con las redes sociales. La privacidad y la seguridad se han convertido en temas críticos, ya que los usuarios comparten cada vez más información personal y se enfrentan a riesgos como el robo de identidad y el acoso en línea. El impacto psicológico de las redes sociales, incluida la adicción y la comparación constante con los demás, también es un tema de preocupación. Además, la desinformación y la propagación de noticias falsas han planteado serios desafíos en la era de las redes sociales.

En cuanto a las perspectivas futuras, se espera que las redes sociales sigan evolucionando y adaptándose a medida que la tecnología avanza. El desarrollo de la realidad virtual y aumentada abrirá nuevas oportunidades para la interacción social y la experiencia de usuario. Se espera que la inteligencia artificial y el aprendizaje automático jueguen un papel cada vez más importante en la personalización de contenido y la detección de contenido inapropiado.

Además, es probable que veamos una mayor regulación y responsabilidad en el mundo de las redes sociales, con un enfoque en la protección de la privacidad y la seguridad de los usuarios. Las plataformas deberán abordar los problemas de desinformación y fake news, promoviendo la transparencia y la verificación de hechos.

Igualmente se espera que las redes sociales se fusionen cada vez más con el metaverso, creando experiencias inmersivas y compartidas para los usuarios. En lugar de interactuar en plataformas 2D tradicionales, las personas podrían participar en entornos virtuales tridimensionales donde puedan socializar, trabajar, jugar y explorar en conjunto. Desde eventos en vivo y conciertos virtuales hasta experiencias de juego y creación de contenido colaborativo, el metaverso abrirá oportunidades para una mayor interactividad y participación de los usuarios.

En resumen, el mundo de las redes sociales continúa siendo una fuerza poderosa en la sociedad actual. A medida que avanzamos, es esencial abordar los desafíos asociados con las redes sociales y aprovechar su potencial para fomentar la conexión, la colaboración y el impacto positivo en nuestras vidas. El equilibrio entre la innovación, la responsabilidad y el bienestar de los usuarios será fundamental para determinar el camino futuro de las redes sociales.



Referencias bibliográficas

1. TikTok Marketing Science Global Entertaining Ads Study 2022 conducted by Marketcast
2. TikTok Marketing Science US TikTok Made Me "Blank" It Research 2022, conducted by MarketCast
3. TikTok Marketing Science Global Ecommerce Study 2022 conducted by Material
4. IAB Spain (2022). Estudio de Redes Sociales 2022 | IAB Spain. IAB Spain. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2022/>
5. (2023, 2 mayo). Digital 2023 - We Are Social Spain. We Are Social Spain. <https://wearesocial.com/es/blog/2023/01/digital-2023/>
6. Quarterly Digital Briefings — Kepios. (s. f.). Kepios. <https://kepios.com/briefings>
7. Social Media News | Social Media Today. (s. f.). <https://www.socialmediatoday.com/>
8. Centro de información de la red de Internet de China. (s. f.-b). <https://www.cnnic.com.cn/>
9. Gwi. (s. f.). Social Media Trends: 2023 Global Report. <https://www.gwi.com/reports/social>
10. Comscore, Inc. (s. f.). The State of Social Media, LatAm 2023. <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2023/The-State-of-Social-Media-LatAm-2023>
11. Estado-de-Social-Media-2023. (s. f.). Scribd. <https://es.scribd.com/document/650182688/5-Estado-de-Social-Media-2023>
12. Comscore, Inc. (s. f.-a). Multi-Platform Video Measurement. <https://www.proximic.com/Products/Digital/Multi-Platform-Video-Measurement, Enero a Diciembre 2019 - 2021, Multi-Country>
13. Reuters: 'Trump snubs Twitter after Musk announces reactivation of ex-president's account' 2022. (s. f.). Reuters.
14. Coosto. (2023, 29 marzo). Informe de tendencias para marcas en redes sociales 2023. Coosto. <https://www.coosto.com/es/informe-de-tendencias-para-marcas-en-redes-sociales-2023>



OBS Business
School

School of **Business
Administration
& Leadership**

School of **Innovation
& Technology
Management**



 Planeta Formación y Universidades