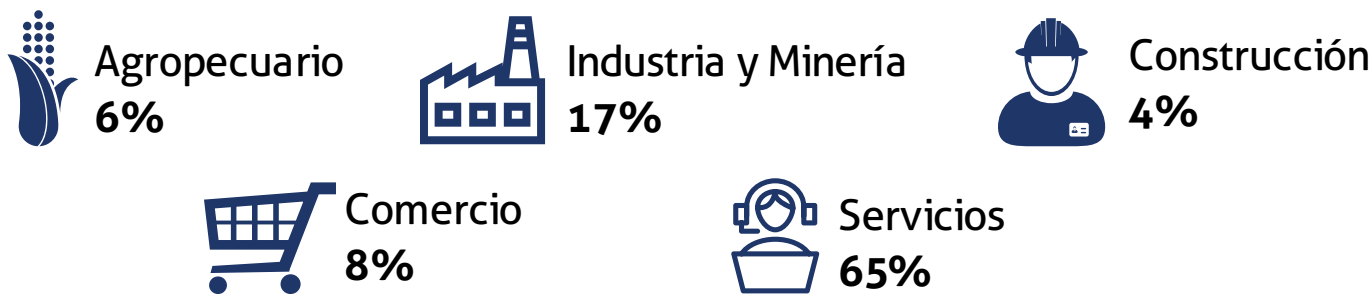


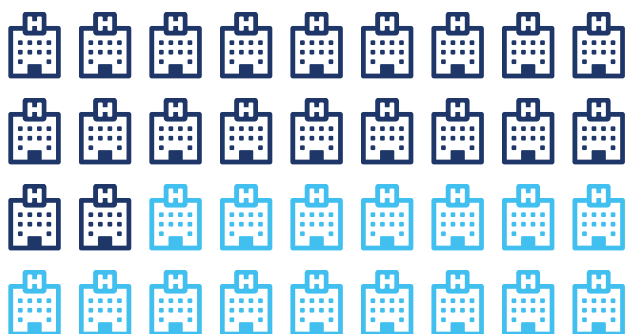
USO DE LAS REDES SOCIALES ENTRE LOS PROFESIONALES DE EMPRESA

432 PARTICIPANTES

Distribución de los encuestados según sector de actividad de la empresa

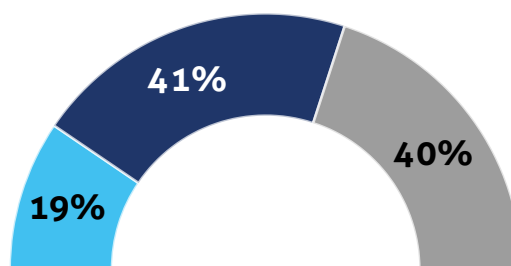


Tamaño de la empresa



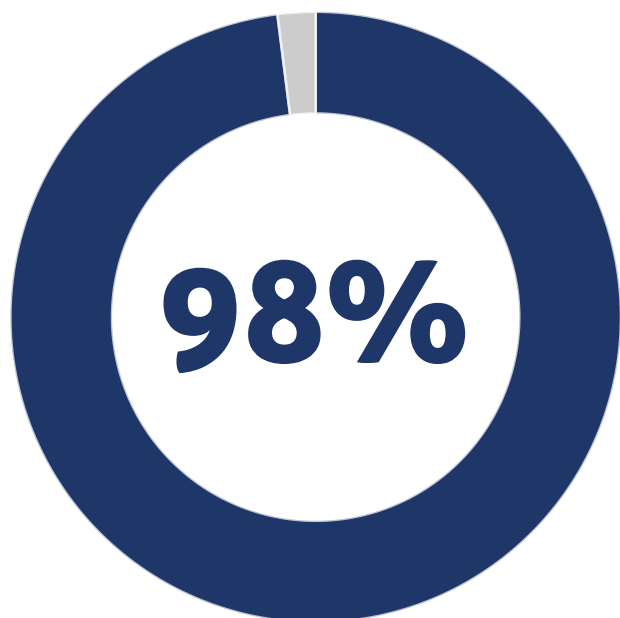
● Grande 56% ● Pyme 44%

Rango etario



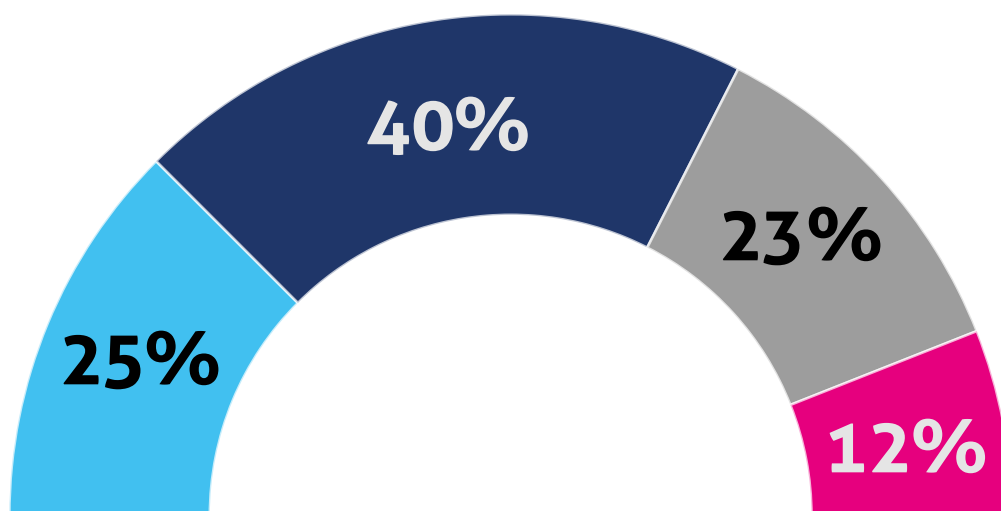
● Hasta 34 años ● Entre 35 y 45 años ● Más de 45 años

Uso de Redes Sociales



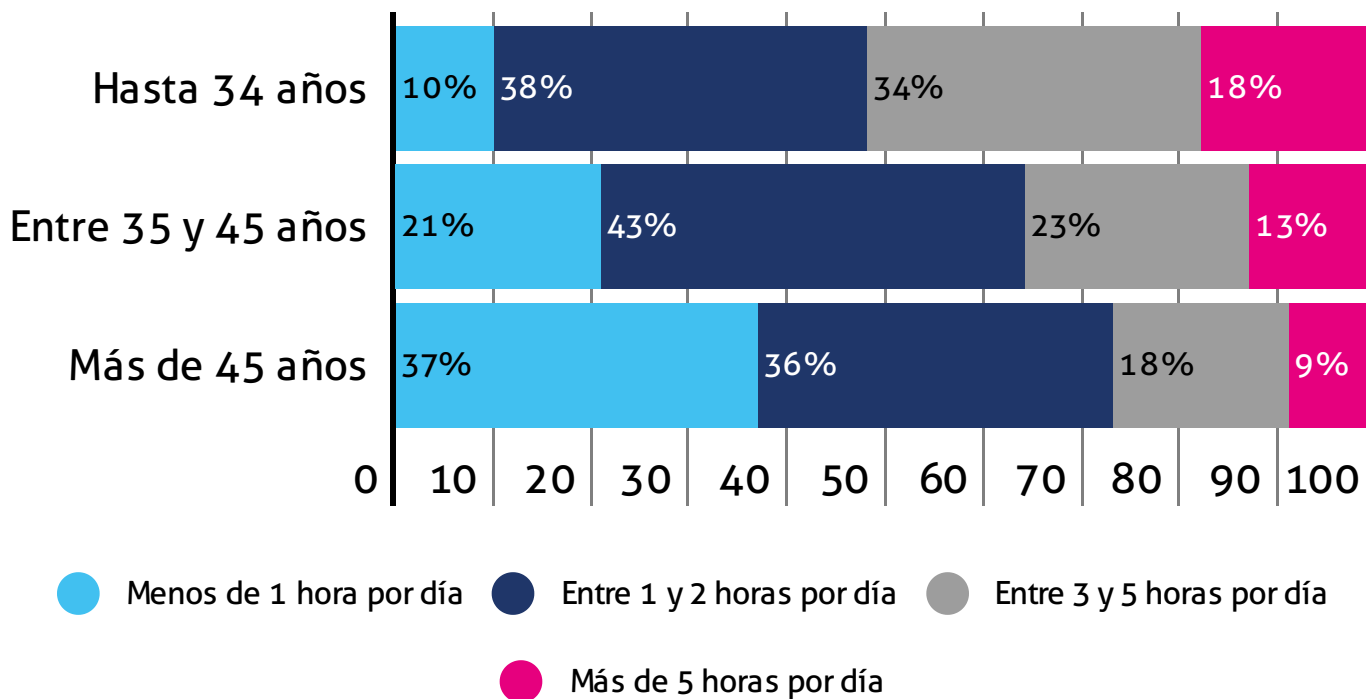
**DE LOS
PROFESIONALES
CONSULTADOS USA
REDES SOCIALES**

Tiempo de uso diario

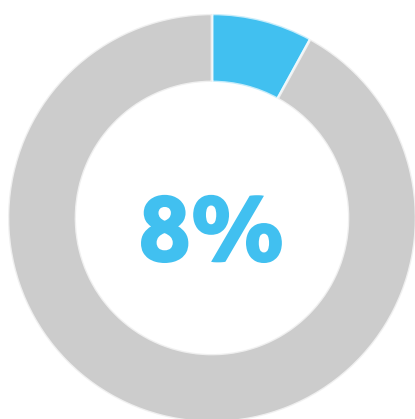


- Menos de 1 hora por día
- Entre 1 y 2 horas por día
- Entre 3 y 5 horas por día
- Más de 5 horas por día

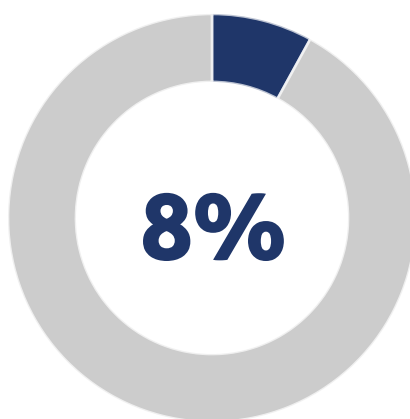
Tiempo de uso diario según grupo etario



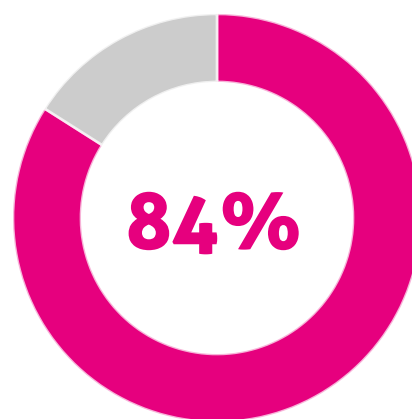
Tipo de uso de Redes Sociales



**SÓLO USO
PERSONAL**



**SÓLO USO
PROFESIONAL**



**AMBOS
USOS**

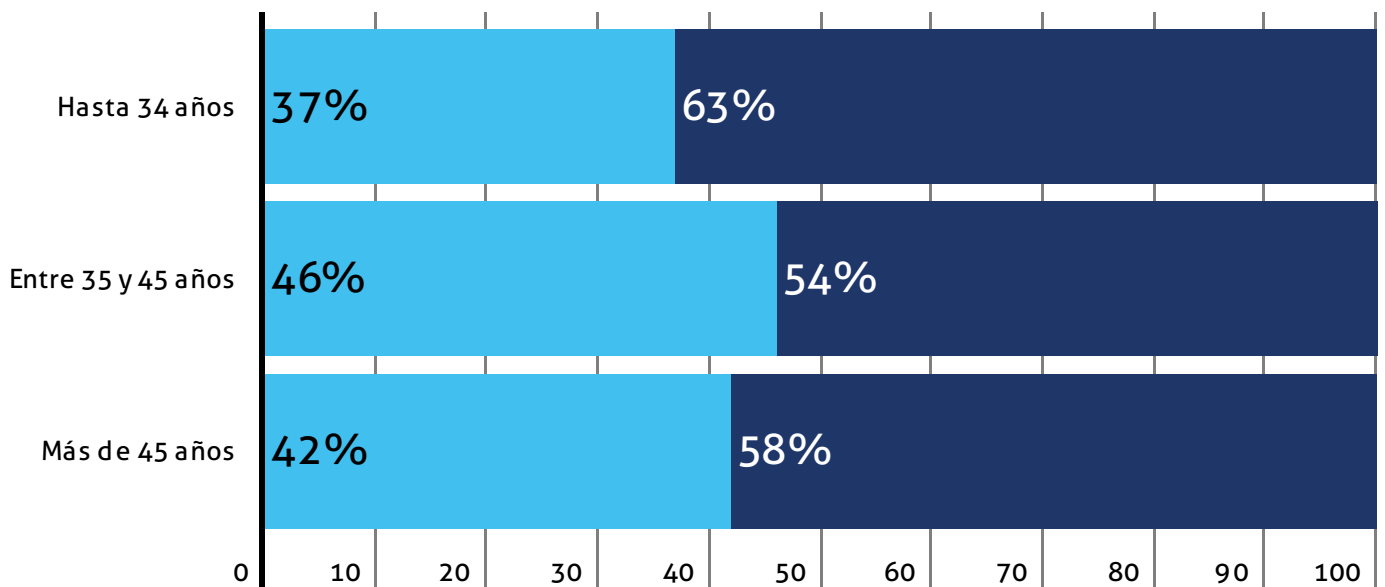
Separación de cuentas

6 de cada 10
PARTICIPANTES que
UTILIZAN LAS REDES
PARA AMBOS USOS

POSEE
CUENTAS



Separación de las cuentas según grupo etario



● No posee cuentas separadas ● Posee cuentas separadas

PULSO DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Uso de las Redes Sociales entre los profesionales de empresa

Uso por tipo de Red Social*



98%



93%



85%



76%



61%



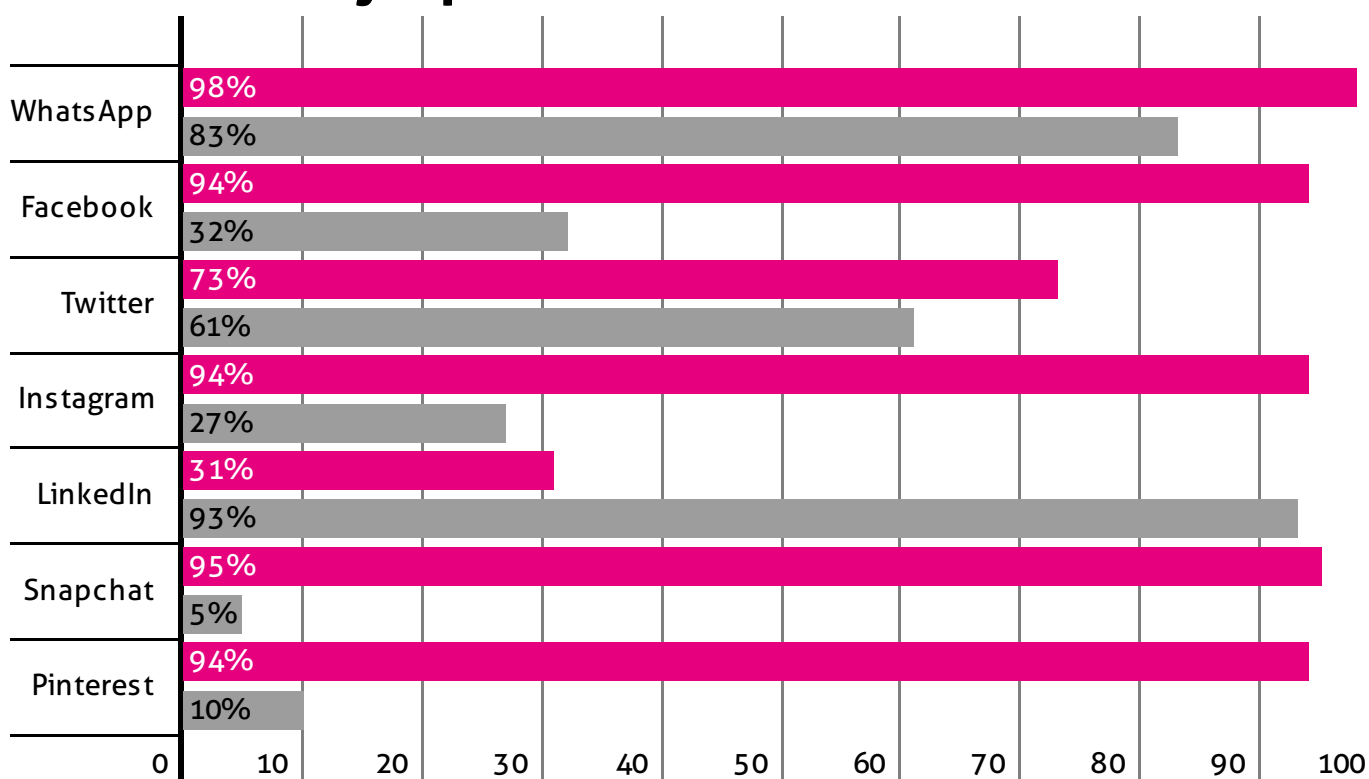
33%



9%

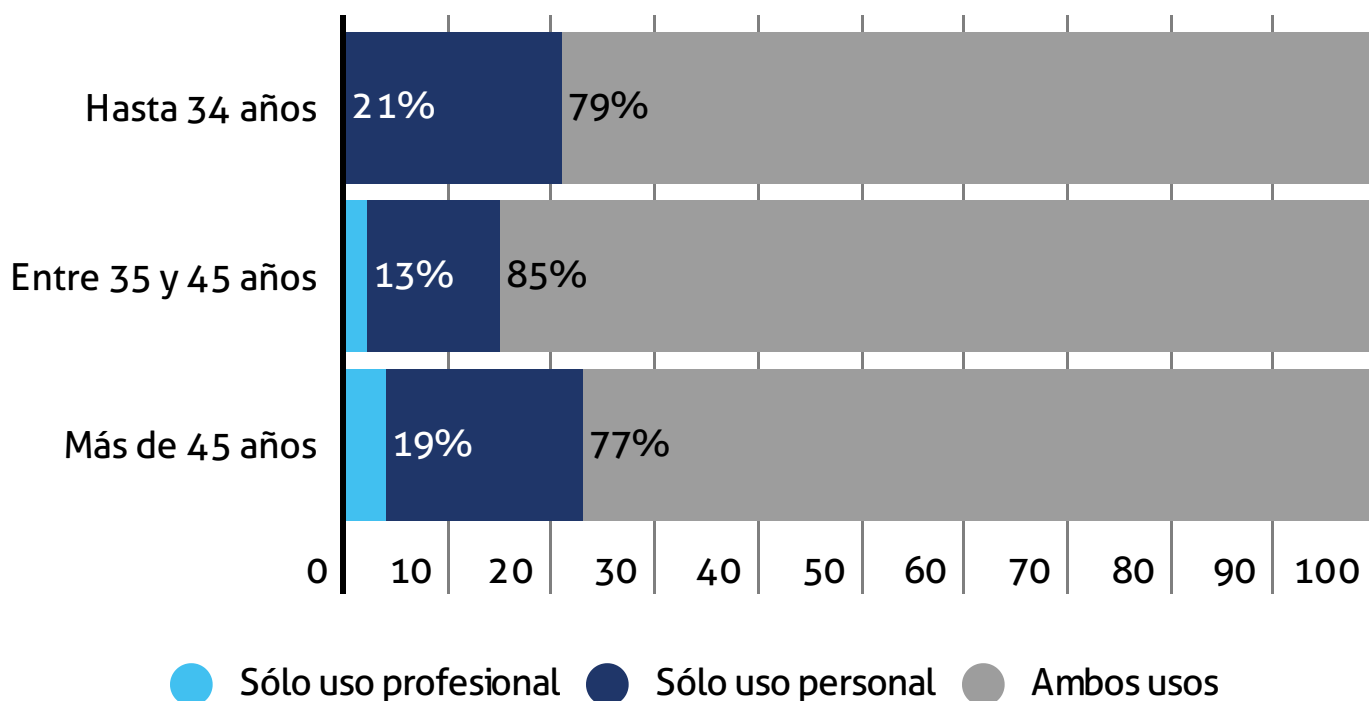
*Un 6% de la muestra utiliza otras aplicaciones

Nivel y tipo de uso de Redes Sociales

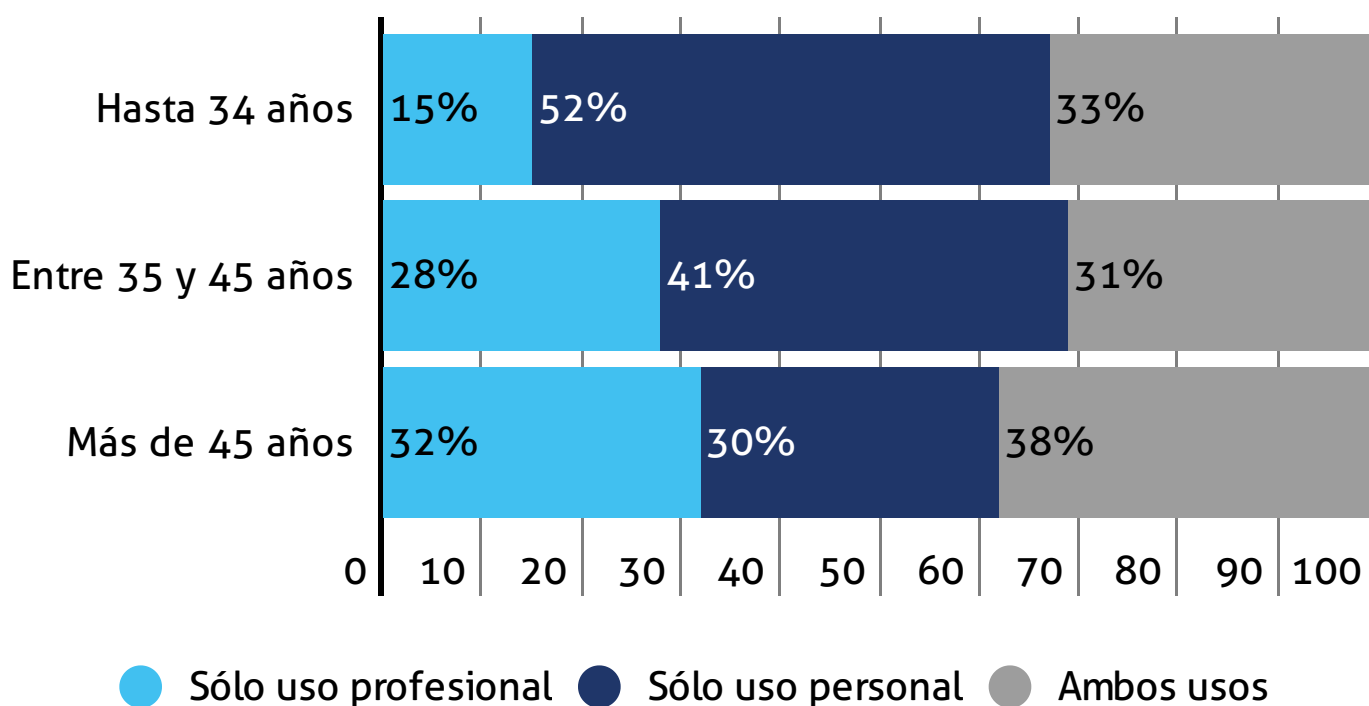


● Uso Personal ● Uso Profesional

Tipos de uso de WhatsApp según grupo etario



Tipos de uso de Twitter según grupo etario (Entre aquellos que lo utilizan)



PULSO DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Uso de las Redes Sociales entre los profesionales de empresa

El Pulso de Gestión Empresarial “Uso de las Redes Sociales entre los profesionales de empresa” es una iniciativa conjunta de la Red de Profesionales de Relaciones Institucionales y el espacio de Relevamientos de IDEA, que *tiene como objetivo conocer sobre el uso, el tiempo y el propósito que les dan los profesionales del ámbito privado a las redes sociales.*

El estudio contó con la participación de 432 profesionales de empresas. La amplitud de la muestra, posibilita diferenciar dichos usos de acuerdo a la edad de los encuestados, lo que permite comprender de forma más acabada la finalidad de los mismos según Red Social.

PULSO DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Permite conocer la opinión de las empresas acerca de temas coyunturales de alto impacto, a través de un relevamiento de corta duración. Se vuelve un recurso valioso para la toma de decisiones.

Equipo Impulsor

Red de Profesionales de Relaciones Institucionales, liderada por Alejandro Lastra (Director de Comunicación y Relaciones Institucionales)

IDEA < RELEVAMIENTOS

Matías Alvarez (Gerente de Intercambio Empresarial, Joven, Pyme y Relevamientos)

Rosario Dezeo (Líder de Proyectos de Relevamientos)

Sofía Negri (Analista en Investigaciones de Relevamientos)

Contacto

relevamientos@idea.org.a