

Estudio Uso de Facebook por parte de las empresas españolas

Barcelona, Abril 2011



Índice

- Introducción
- Objetivos
- Metodología
- Resultados
- Principales conclusiones
- Nota de prensa



1. Introducción

En la actualidad, con más de 637 millones de usuarios registrados* según datos de SocialBakers, Facebook es hoy por hoy la red social más importante del mundo, seguida por MySpace y Twitter.

Desde su creación en febrero 2004 por estudiantes de Harvard, esta red social ha tenido un crecimiento vertiginoso consiguiendo las siguientes cifras**:

- 585 millones de usuarios al finalizar 2010, según Social Bakers.
- Crecimiento del 74% de usuarios en el 2010, según Social Bakers.
- 7,9 nuevos usuarios por segundo, según Social Bakers.
- Valor de mercado actual: 60.000 millones de dólares, según informa la columnista de *The Wall Street Journal* Kara Swisher en su blog *Things Digital*
- Más del 50% de los usuarios se conectan una vez al día, según website-monitoring.com
- 35 millones de usuarios actualizan su estado cada día, según website-monitoring.com
- Más de 3 mil millones de fotografías publicadas al mes (60.000 millones de fotografías en total), según la empresa Pixable.
- 5 billones de contenidos compartidos cada semana, según website-monitoring.com
- Cada usuario cuenta con una media de 130 amigos, según website-monitoring.com
- Cada usuario dedica un promedio de 88 minutos diarios a Facebook, durante los cuales escribe 25 contenidos mensuales y marca 9 "Me gusta", según website-monitoring.com
- Traducido a 70 idiomas, según website-monitoring.com

* <http://www.trecebits.com/2011/02/23/facebook-aumenta-un-17-sus-usuarios-en-espana-en-6-meses/>

**http://www.muycomputer.com/2011/02/02/actualidadnoticiasresumen-facebook-2010_we9erk2xxdb6s_gybxegtka-xuwuh9qfpikmwdtbwlwv1-kt1mpwixyarpgoqr

<http://www.muyinternet.com/2011/02/03/facebook-2010-%C2%BFcuales-fueron-las-cifras>

<http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-facebook-tiene-ya-coleccion-60000-millones-fotografias-20110216140825.html>

<http://www.internacionalweb.com/noticias-sorprendentes-cifras-de-facebook.php>

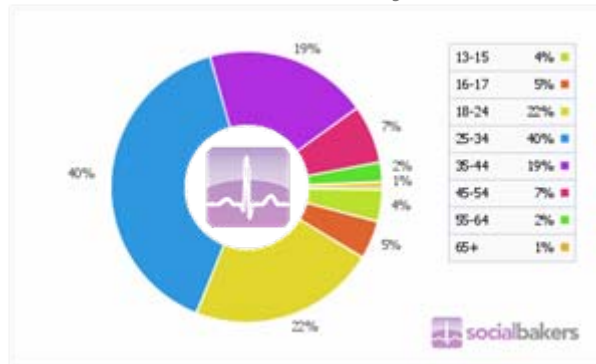
<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/facebook-cifra-su-valor-de-mercado-en-60-000-millones-de-dolares/>



¿Y en España? En España hay actualmente 13.823.080 usuarios en Facebook***, con una penetración en la población del 29,72%, que nos convierte en la decimocuarto país a nivel de usuarios de Facebook. En cuanto al perfil:

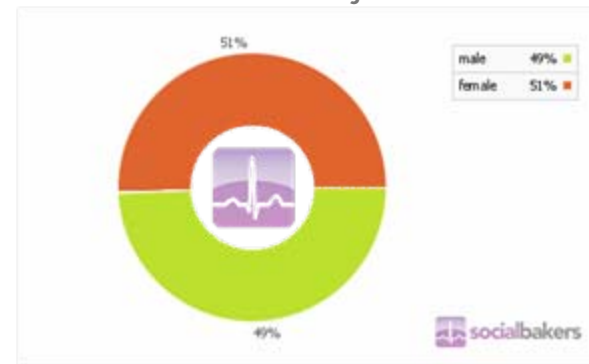
Por edad:

El 40% de los usuarios tienen entre 25 y 34 años



Por sexo:

51% de los usuarios son mujeres



Ante estas cifras, desde **adigital** nos preguntamos qué están haciendo las empresas en Facebook y, por ello, lanzamos la [Encuesta sobre el Uso de Facebook por parte de las empresas españolas](#) para analizar qué tipo de presencia tienen hoy en día las empresas en Facebook, qué tipo de empresas se publicitan, qué recursos destinan a ello, qué resultados están obteniendo, etc. En definitiva, conocer en detalle el porqué, cómo y cuándo usan las empresas esta potente red social.

*** <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/spain>

2. Objetivos

Desde adigital, la Asociación Española de la Economía Digital, nos planteamos un objetivo principal:

Saber el uso de Facebook que hacen las empresas españolas y su resultado

Para ello, nos hemos centrado en 4 premisas:

- **Presencia en Facebook por parte de las empresas:**
 - Índice de presencia de empresas en Facebook
 - Tipo de presencia
 - Motivos para estar en Facebook
 - Diferencia entre Perfil y Página en Facebook
- **Uso de las Páginas en Facebook:**
 - Tiempo en Facebook, número de seguidores, etc.
 - Tipo de contenidos y resultados obtenidos
 - Mantenimiento
 - Política de restricciones
 - Uso de las estadísticas
- **La publicidad en Facebook. Punto de vista de las empresas:**
 - Contratación de Anuncios
 - Experiencia (positiva / negativa)
 - Carencias de la publicidad en Facebook
- **Tipología de empresas en Facebook:**
 - Número de trabajadores
 - Actividad
 - Zona geográfica

3. Metodología

adigital lanzó el pasado 28 de Febrero de 2011 la Encuesta sobre el Uso de Facebook por parte de las empresas españolas.

¿Cómo es la Encuesta?	La Encuesta consta de 40 preguntas dinámicas (se muestran según respuestas) fáciles y ágiles de responder, agrupadas en áreas según los objetivos marcados.
¿En qué soporte?	La Encuesta se ha diseñado en formato online y ha estado publicada bajo el dominio de la Asociación www.adigital.org
¿Durante cuánto tiempo?	Fecha de lanzamiento: 28 de febrero de 2011 Fecha de cierre: 17 de marzo de 2011
Acciones realizadas:	<ul style="list-style-type: none">• Difusión, tanto en perfiles como en grupos en los que adigital está presente, de las siguientes redes sociales:<ul style="list-style-type: none">- Twitter- Facebook- LinkedIn- Twitter• Publicación en nuestras webs corporativas• Encuesta vía email a 7.538 registros• Colaboración en su difusión por parte de <i>heavy-users</i> de Twitter• Colaboración en su difusión por parte de empresas asociadas a adigital y presentes en Twitter
Respuestas obtenidas	Esta encuesta se lanzó en todos los canales de comunicación que posee adigital con un resultado de 573 encuestas cumplimentadas correctamente.



4. Resultados

4.1. Presencia

¿Cuántas empresas tienen presencia en Facebook?

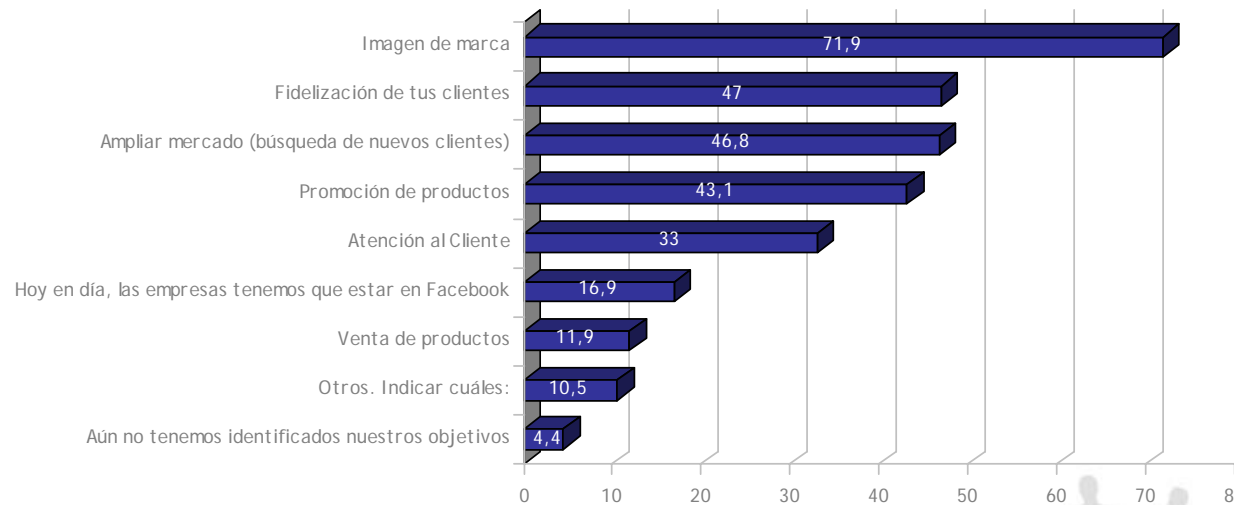
Aproximadamente un 7% de las empresas españolas tiene presencia en Facebook, según estimación de adigital.

¿Por qué estáis en Facebook?

El 72% de las empresas está en Facebook por Imagen de marca.

El 47%, para Fidelizar sus Clientes; lo mismo que para Buscar Nuevos Clientes.

Sólo un 12% de las empresas está en Facebook para VENDER.



Resultados en % porcentajes sobre las empresas que han indicado que tienen presencia en Facebook

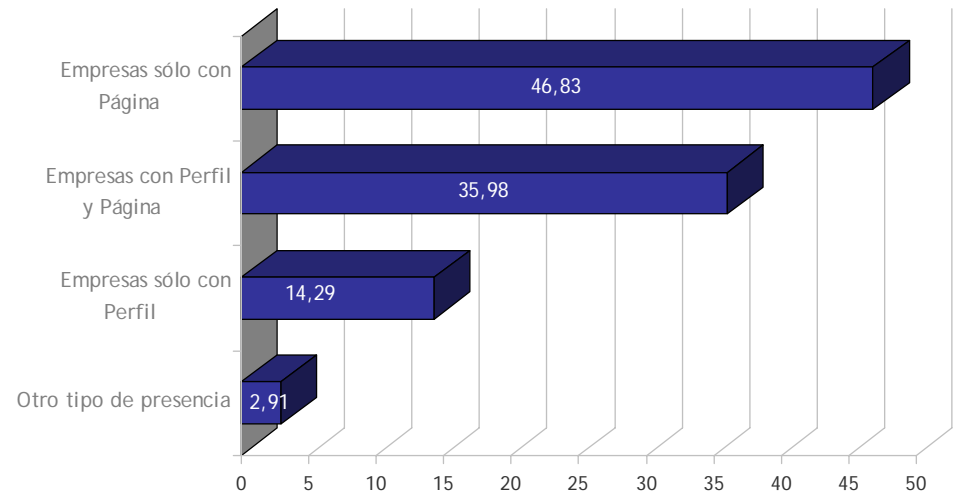
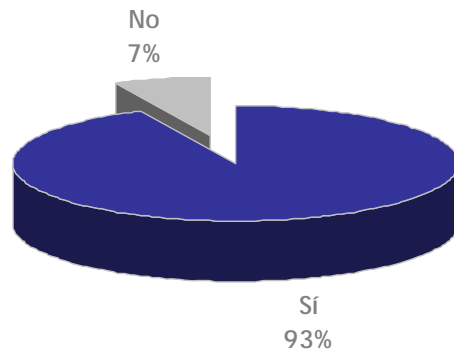
facebook

Diferencia entre Perfil y Página. ¿Está claro para las empresas?

Todavía hay un 15% de empresas que está presentes en Facebook sólo con su 'Perfil'. Por tanto, no tienen una presencia correcta.

El 47% de las empresas tiene únicamente presencia en Facebook a través de una Página.

El 36% de las empresas presentes en Facebook tiene Perfil y Página.

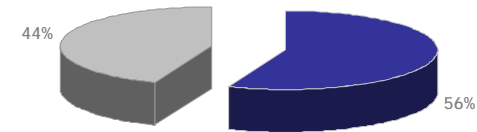


Resultados en % porcentajes sobre las empresas que han indicado que tienen presencia en Facebook

¿Y las empresas que no tienen presencia en Facebook?

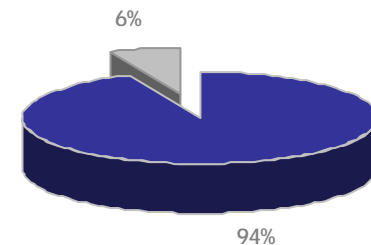
¿Tienen previsto estar en breve?

La mayoría de las empresas (56%) que aún no están en Facebook, sí tiene previsto estar en el próximo año.



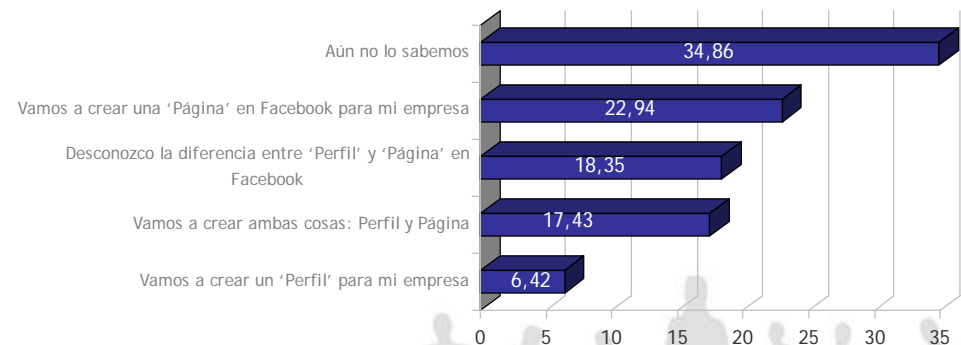
¿Cuándo?

De las empresas que han respondido que aún no están en Facebook pero que tienen previsto estarlo en breve, el 94% de las empresas dará el paso en menos de un año.



¿Cómo?

De las empresas que han respondido que aún no están en Facebook pero que tienen previsto estarlo en breve, el 34% aún no sabe el tipo de presencia que tendrá. Más del 18% reconoce desconocer la diferencia entre Perfil y Página.



Resultados en % porcentajes sobre las empresas que han indicado que no están presentes en Facebook

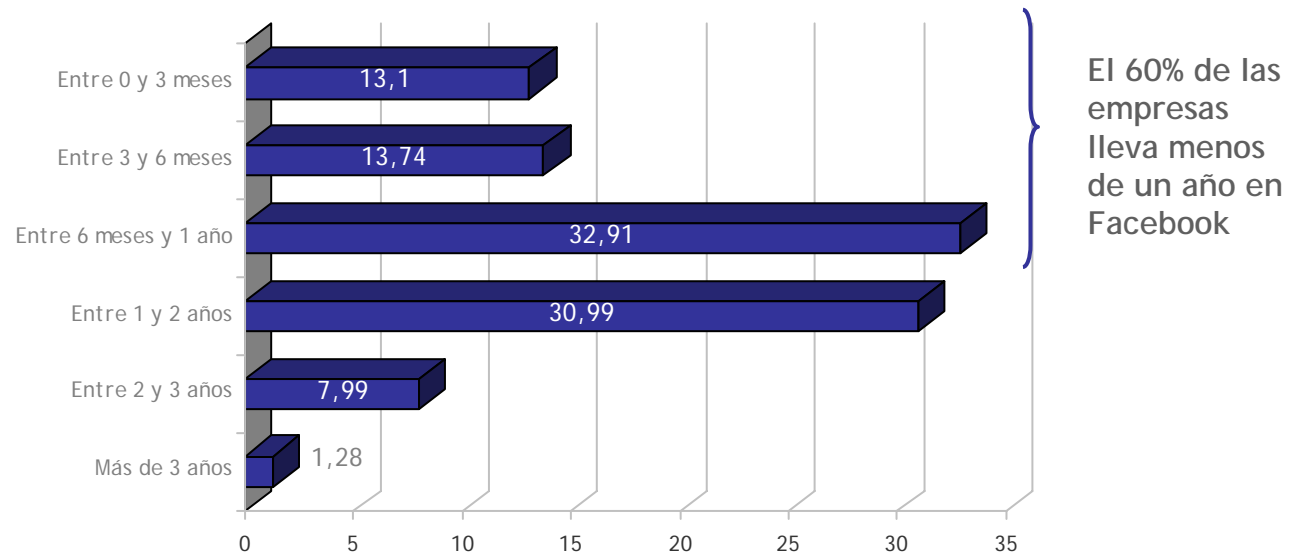
facebook

4. Resultados

4.2. Páginas en Facebook

Tiempo en Facebook

El 60% de las empresas que está presentes en Facebook lleva menos de un año.

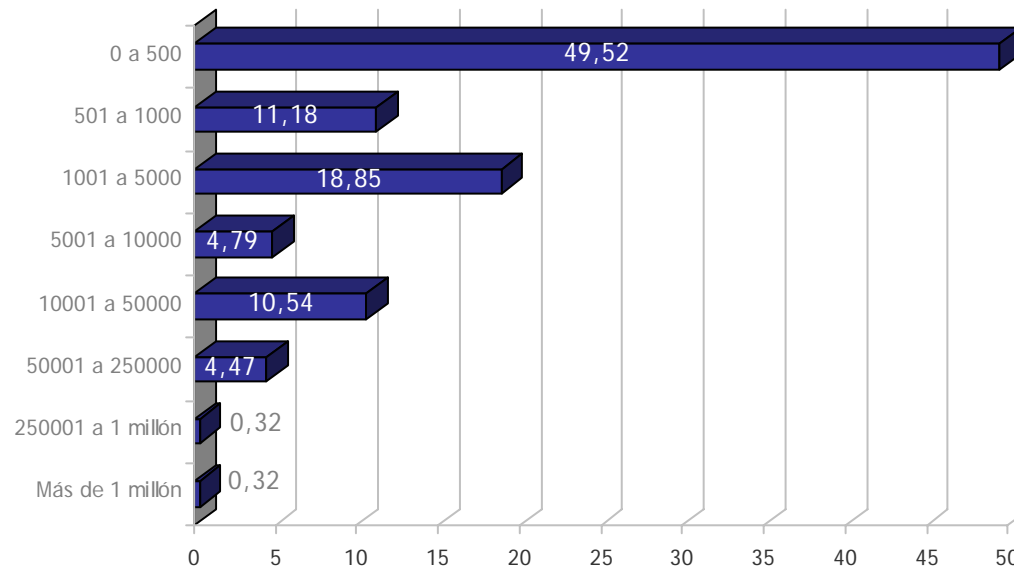


Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook



Promedio usuarios en Páginas de Facebook

El 50% de las empresas con presencia en Facebook tiene menos de 500 seguidores en sus Páginas. Sólo el 20% tiene más de 5000 seguidores.

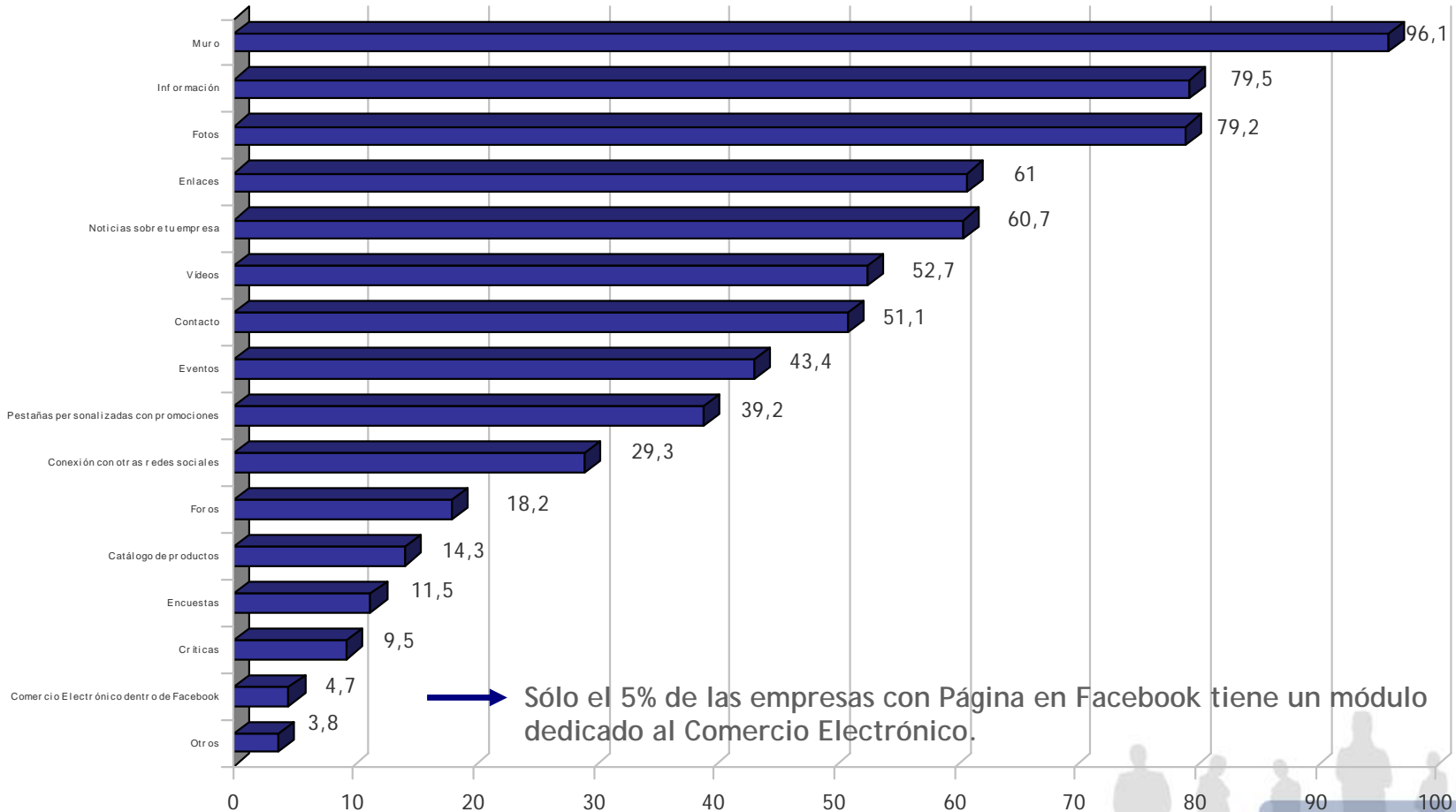


Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook



Tipología de Secciones en las Páginas de Facebook

Principales secciones en las páginas de Facebook: Muro, Información, Fotos, Enlaces y Noticias sobre la empresa. Destaca un 40% de las empresas tiene secciones personalizadas con promociones.

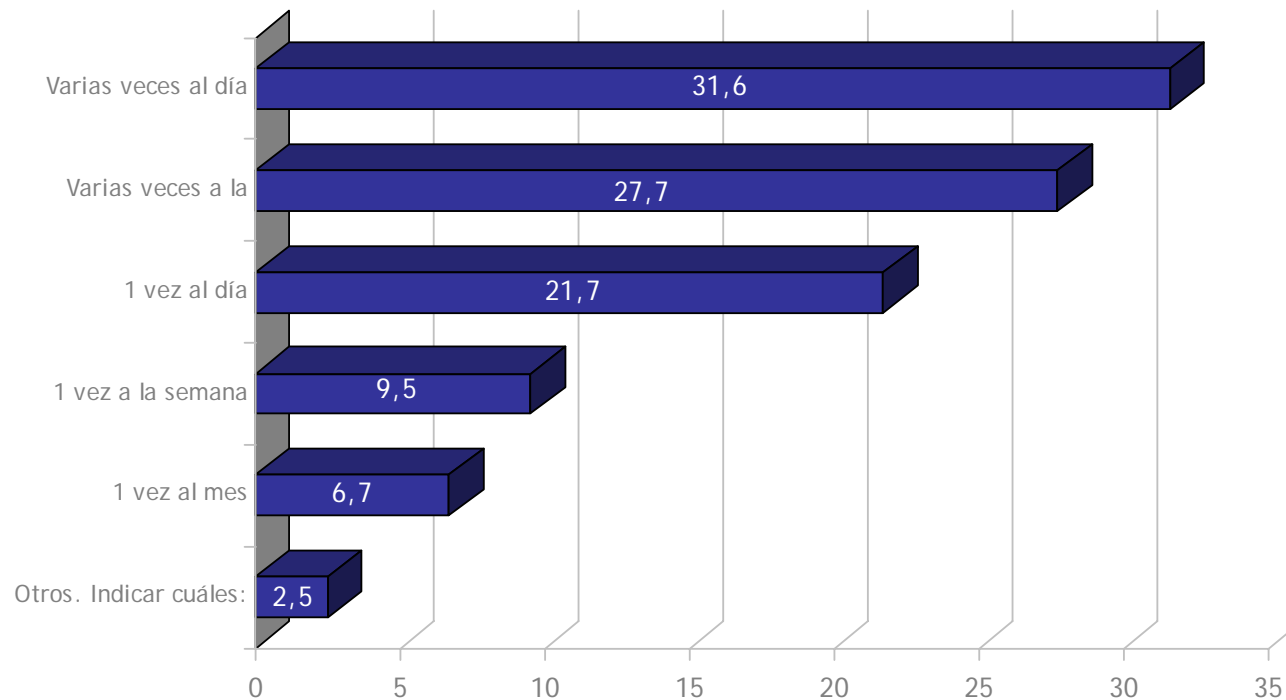


Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

facebook

Actualización de las Páginas de Facebook por parte de las empresas

El 53% de las empresas actualiza su Página en Facebook una o varias veces al día.

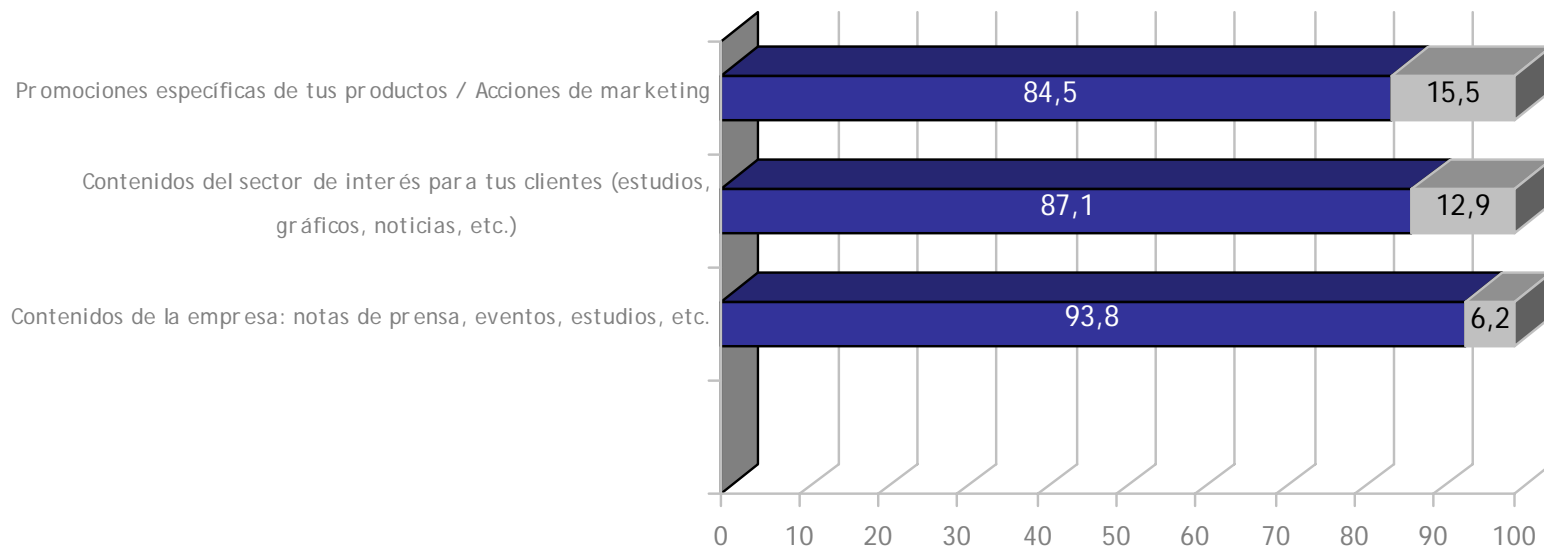


Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook



Contenidos publicados

El 85% de las empresas con Página en Facebook publica promociones de sus productos.

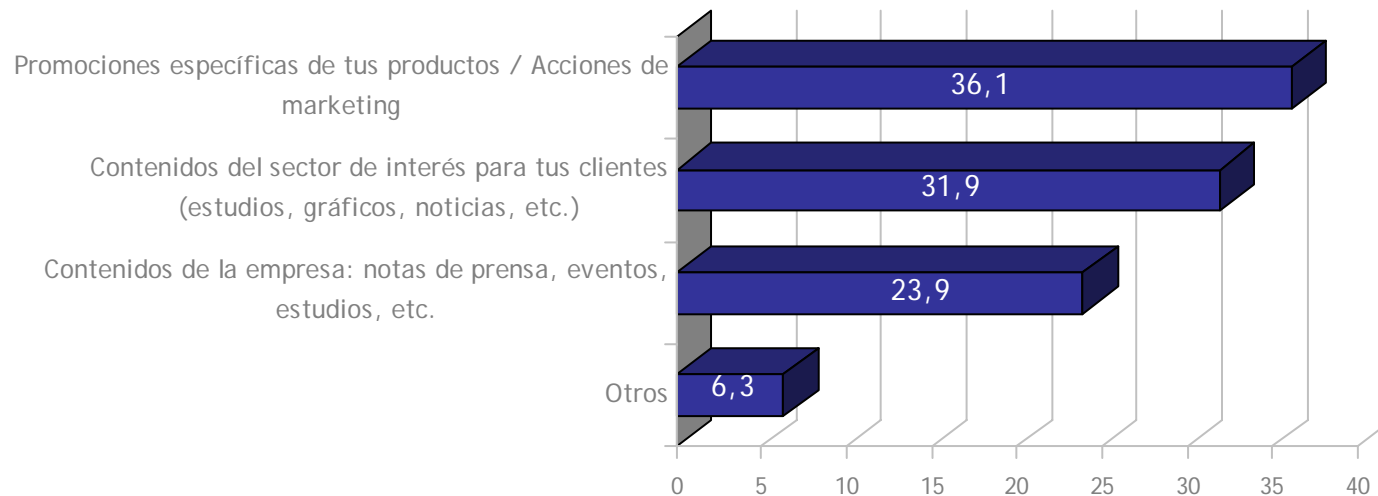


■ Sí ■ No

Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

Respuesta del usuario según contenidos publicados

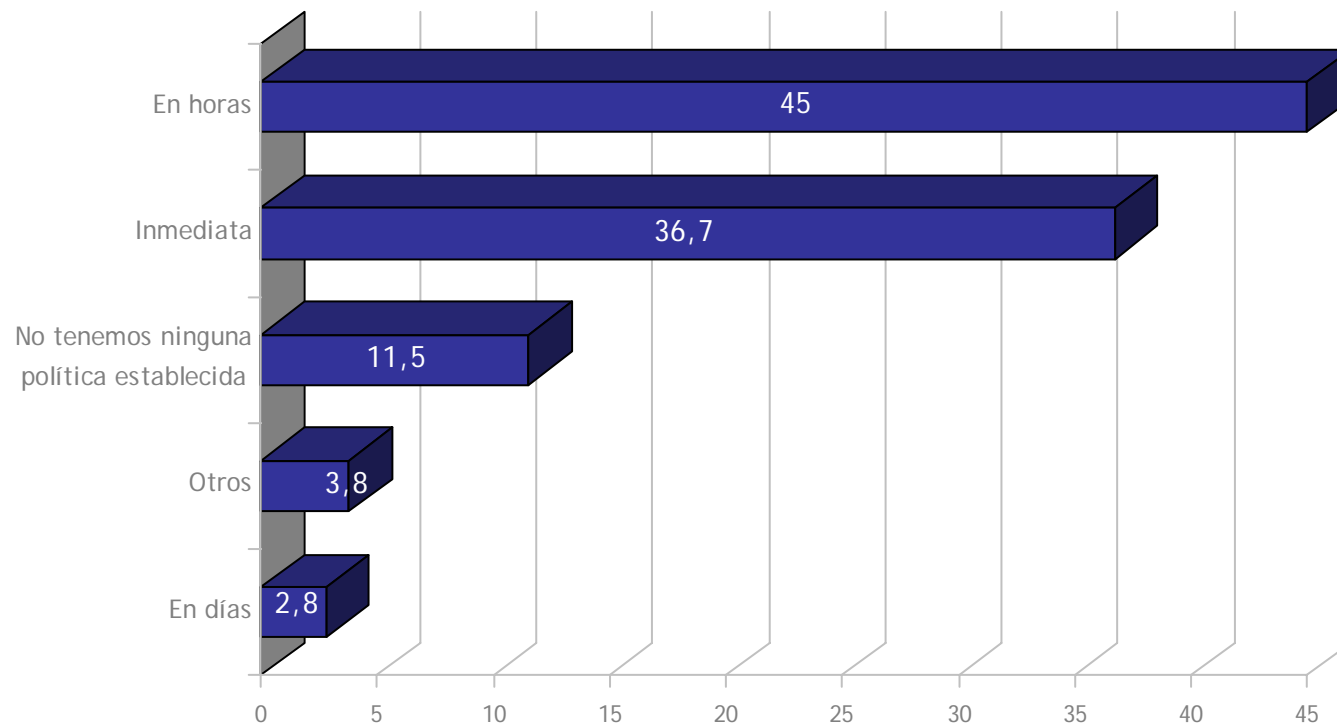
Los contenidos que más respuesta obtienen por parte de los seguidores son las promociones específicas de los productos (36%).



Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

Política de respuesta por parte de las empresas

Como política de respuesta, el 82% de las empresas que tienen una página en Facebook, responde a sus usuarios de forma inmediata o en el plazo de unas horas.



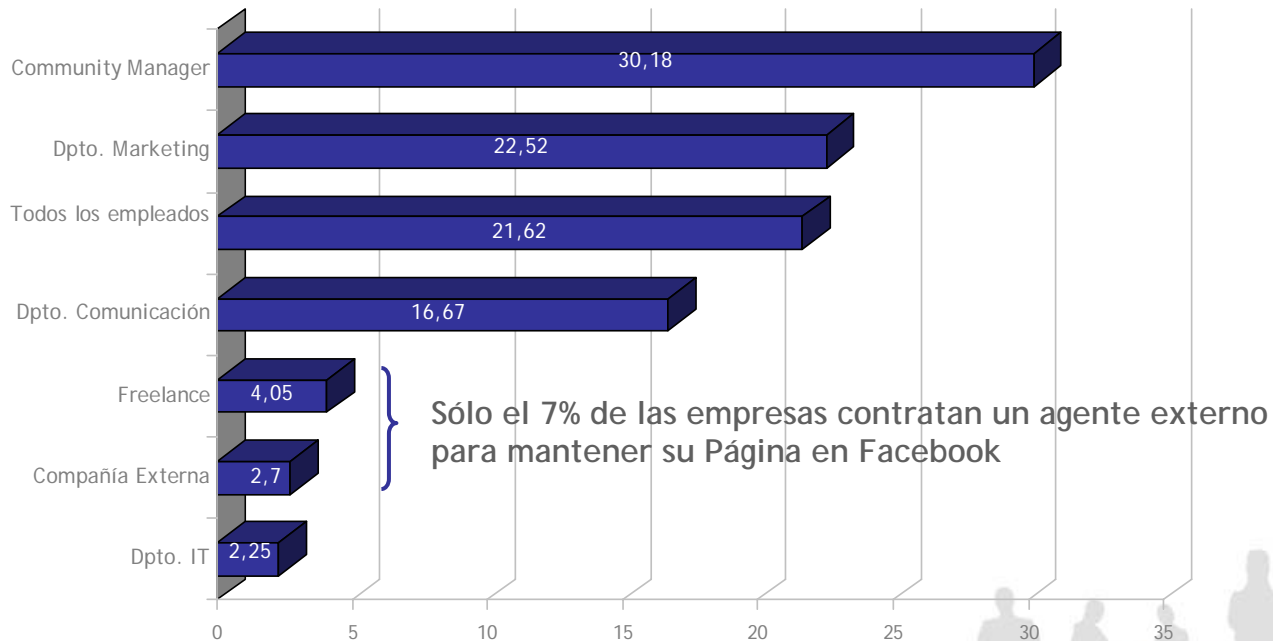
Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

Mantenimiento Páginas en Facebook

El mantenimiento de una página en Facebook corre a cargo de un único dpto. en el 67% de las empresas, que suele ser: Community Manager (30%), Dpto. Marketing (23%) y todo el staff (22%).

Mantenimiento por parte de 1 departamento

Mantenimiento por parte de varios dptos.

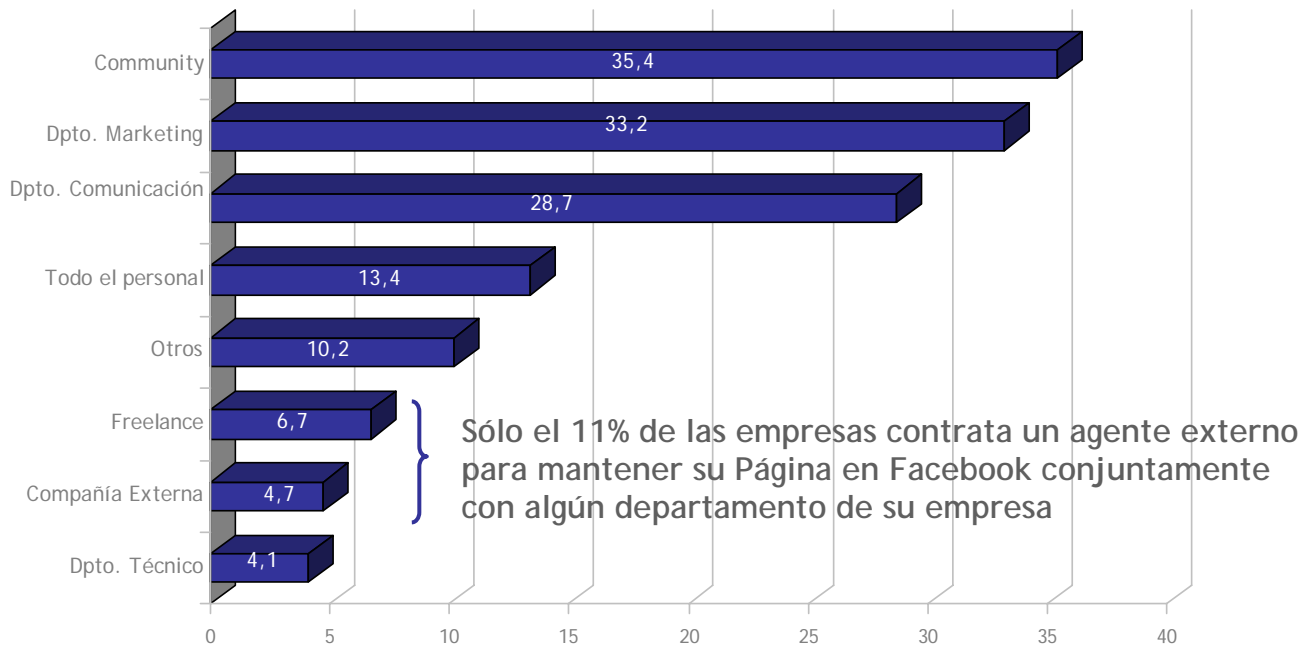


Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

facebook

Mantenimiento Páginas en Facebook

Cuando el mantenimiento de la Página de Facebook corre a cargo de varios departamentos (33% de los casos), los perfiles más involucrados son: Community Manager (35%), Dpto. Marketing (33%) y Dpto. Comunicación (29%).



Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

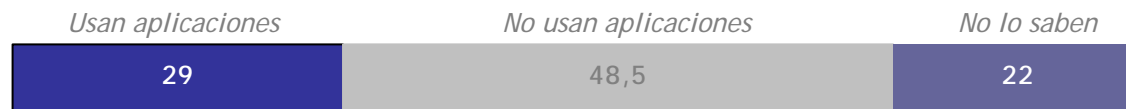
Desarrollo de aplicaciones específicas por parte de las empresas

Sólo un 20% de las empresas ha creado algún tipo de aplicación en su página de Facebook.



Uso aplicaciones gratuitas de Facebook

El 29% de las empresas usa aplicaciones gratuitas de Facebook. El 22% de las empresas no lo sabe.



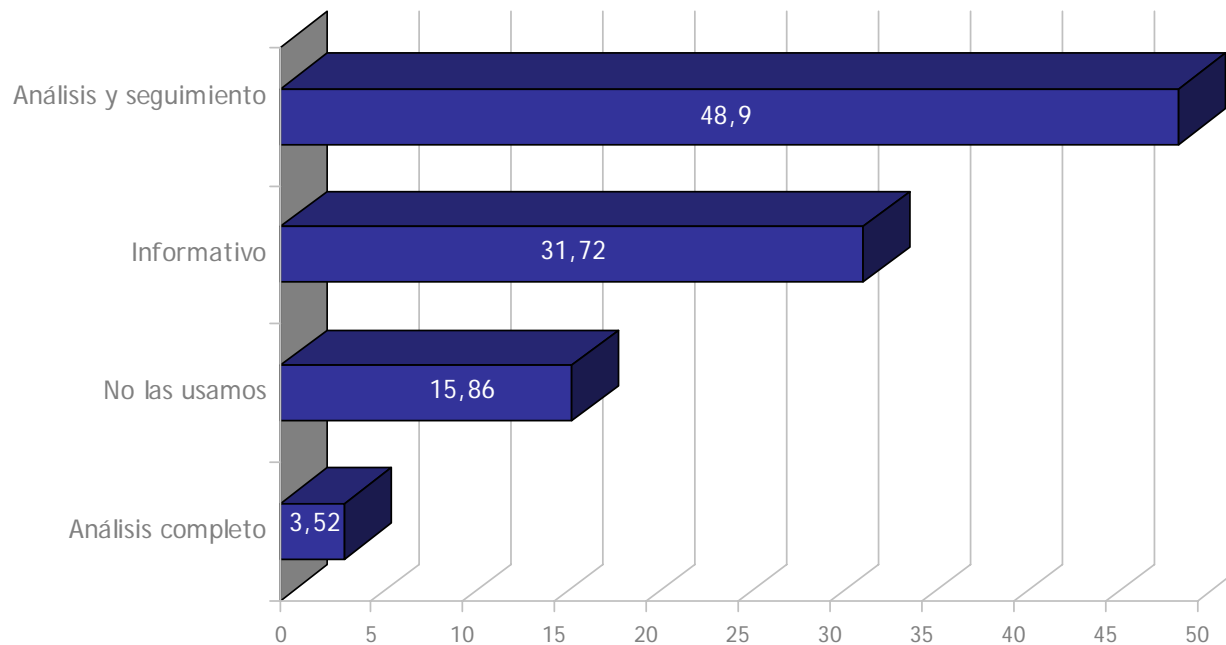
Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook



Uso de las estadísticas en Facebook

El 50% de las empresas analiza y realiza seguimiento de los datos que proporciona Facebook sobre el funcionamiento de su página.

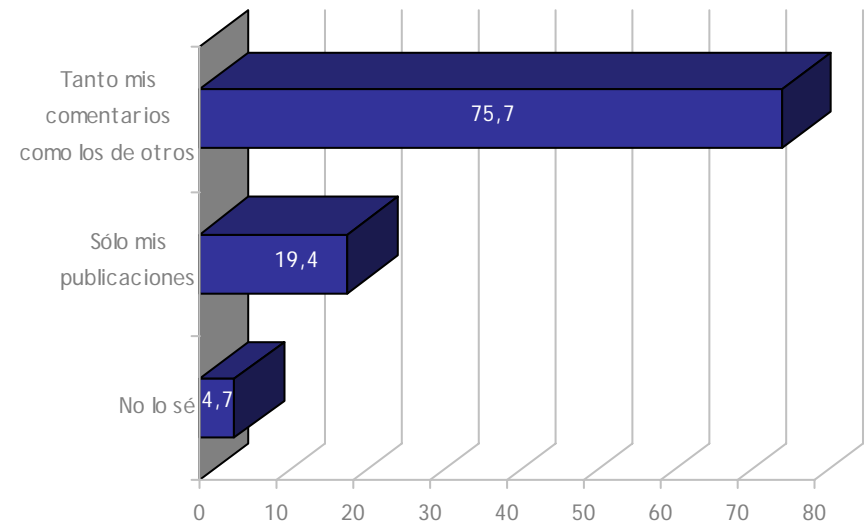
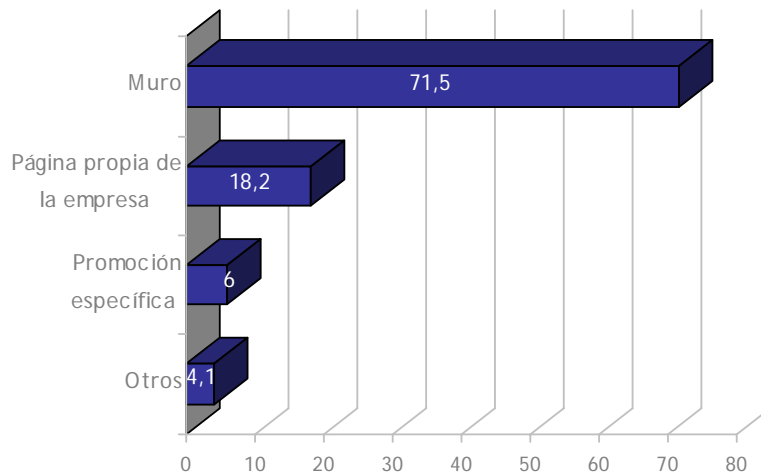
El 16% de las empresas no consulta ninguna estadística.



Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

Home de las Páginas en Facebook

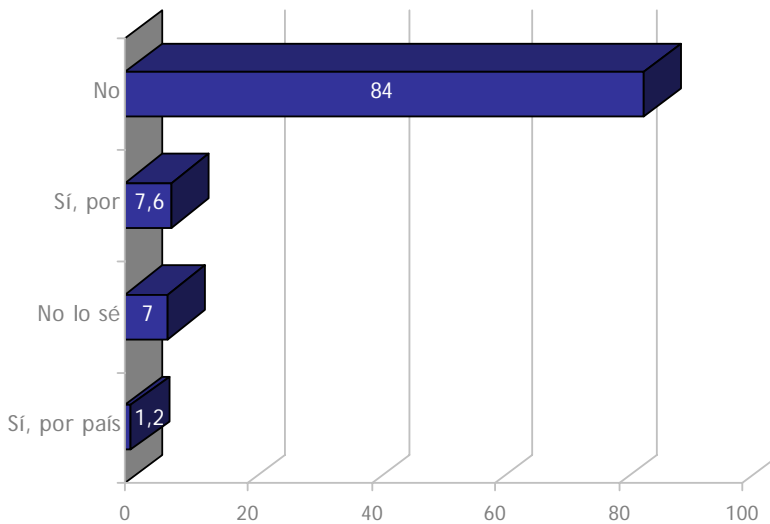
La página de inicio de una página de Facebook es el Muro en el 71,5% de los casos dónde, en un 75%, se muestra tanto las publicaciones de la empresa como las de los propios usuarios.



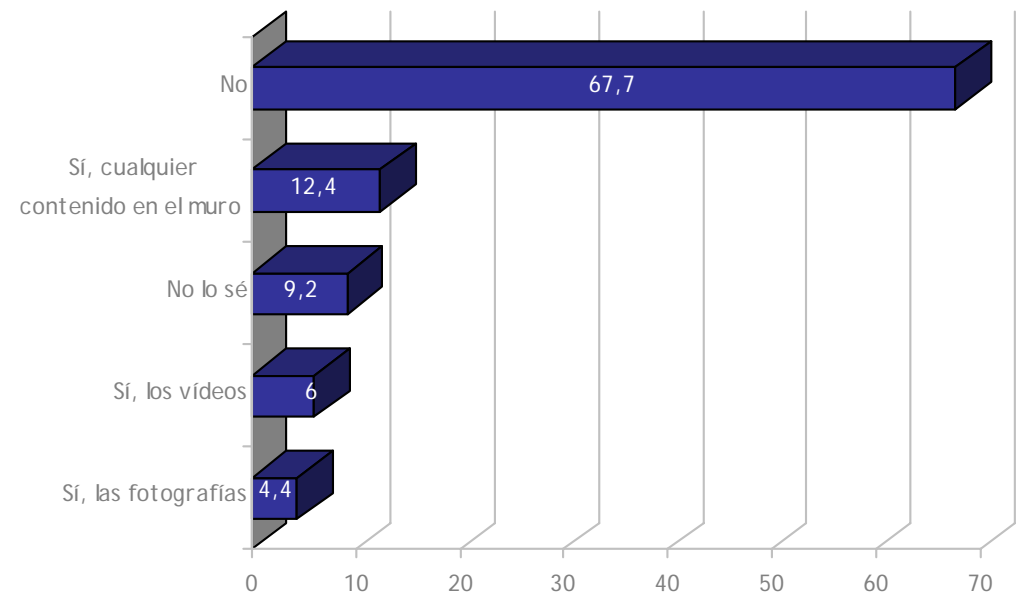
Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

Restricciones en las Páginas en Facebook

Un 9% de las empresas tiene alguna restricción de participación en su página de Facebook.



El 22% de las empresas con página en Facebook no permite publicar ciertos contenidos a los usuarios sin su autorización.



Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

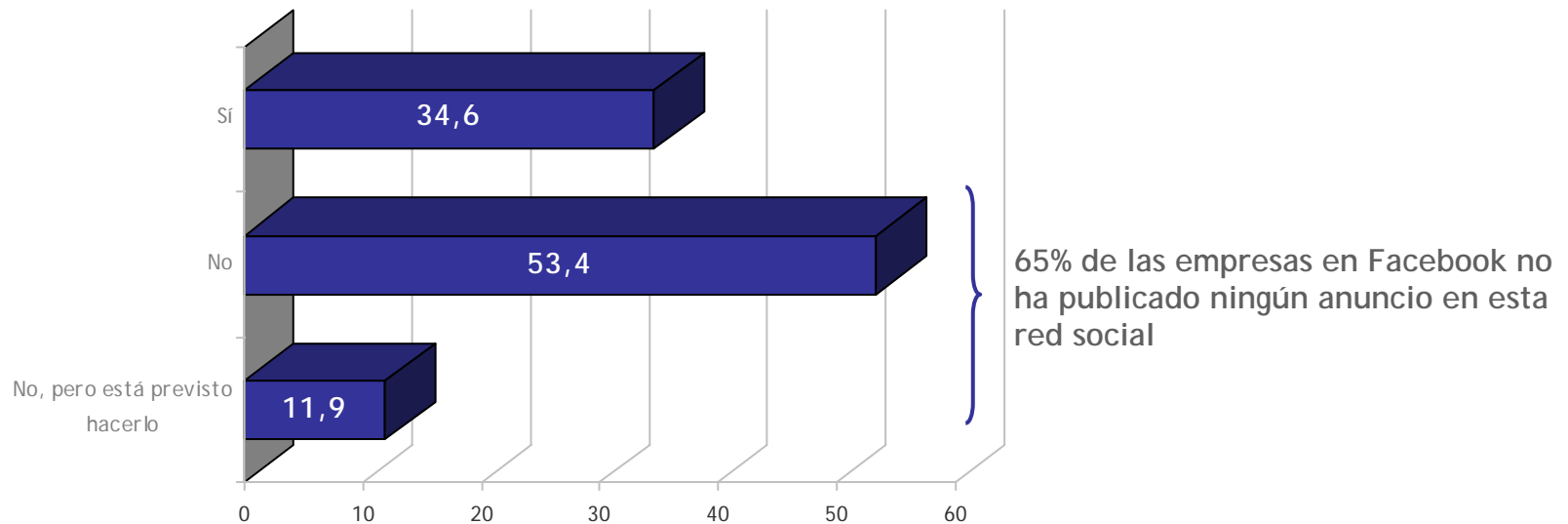


4. Resultados

4.3. Publicidad en Facebook

Publicación de anuncios en Facebook

La mayoría de las empresas con presencia en Facebook (65%) no ha publicado ningún anuncio en Facebook.

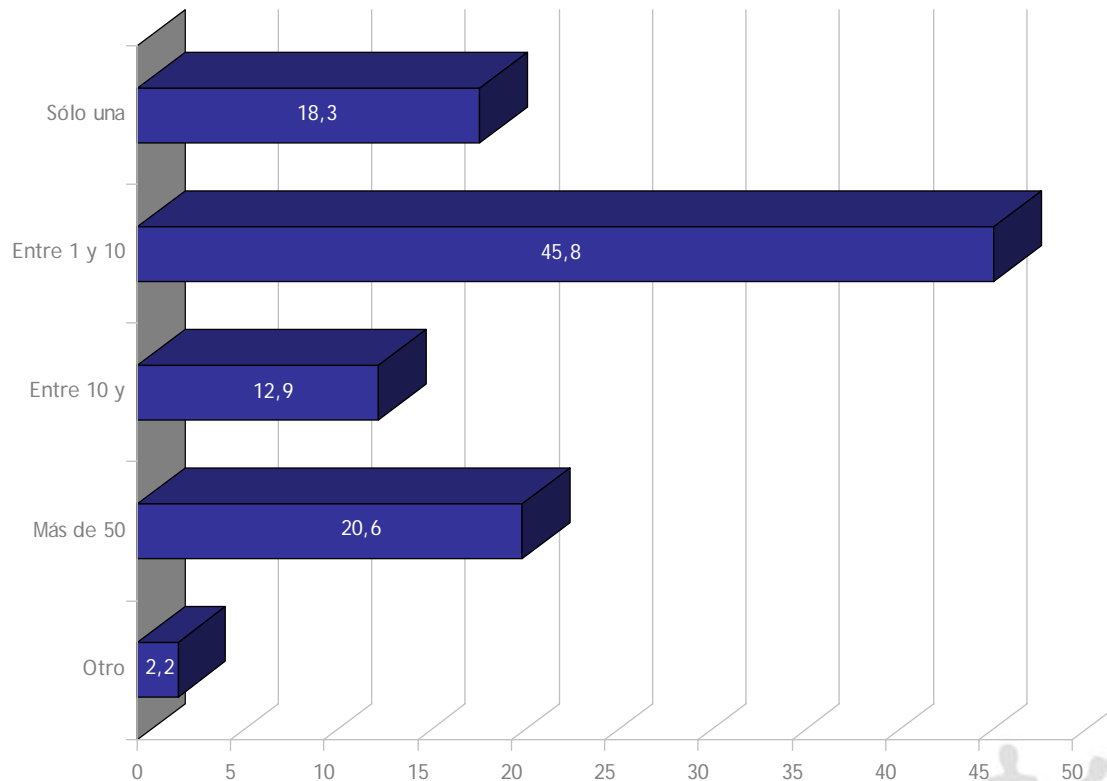


Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook



Nº de anuncios publicados

En cuanto a número de inserciones, el 79% de las empresas que han insertado un anuncio, repite.

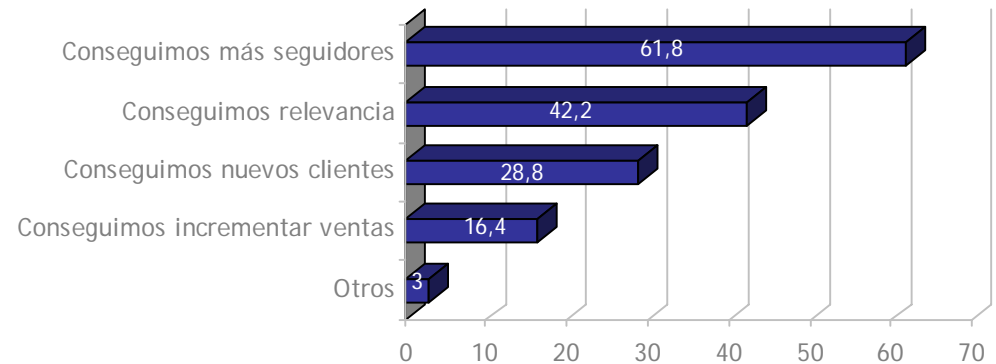
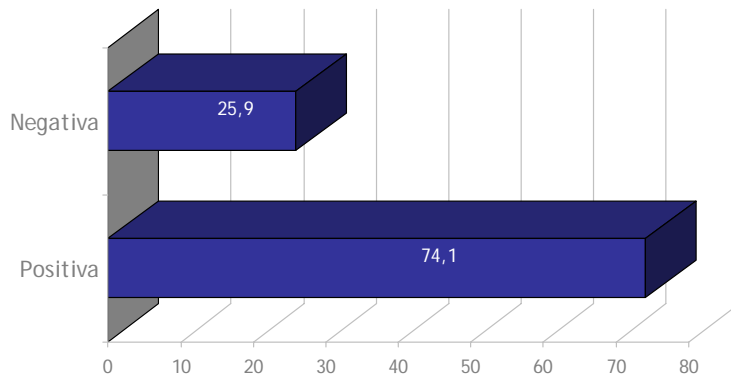


Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

Resultados de los anuncios en Facebook

El 74% de las empresas que han publicado un anuncio en Facebook valora su experiencia positivamente porque ha conseguido más seguidores (62%) y relevancia (42%).

El 44% ha conseguido nuevos clientes e incrementar sus ventas.

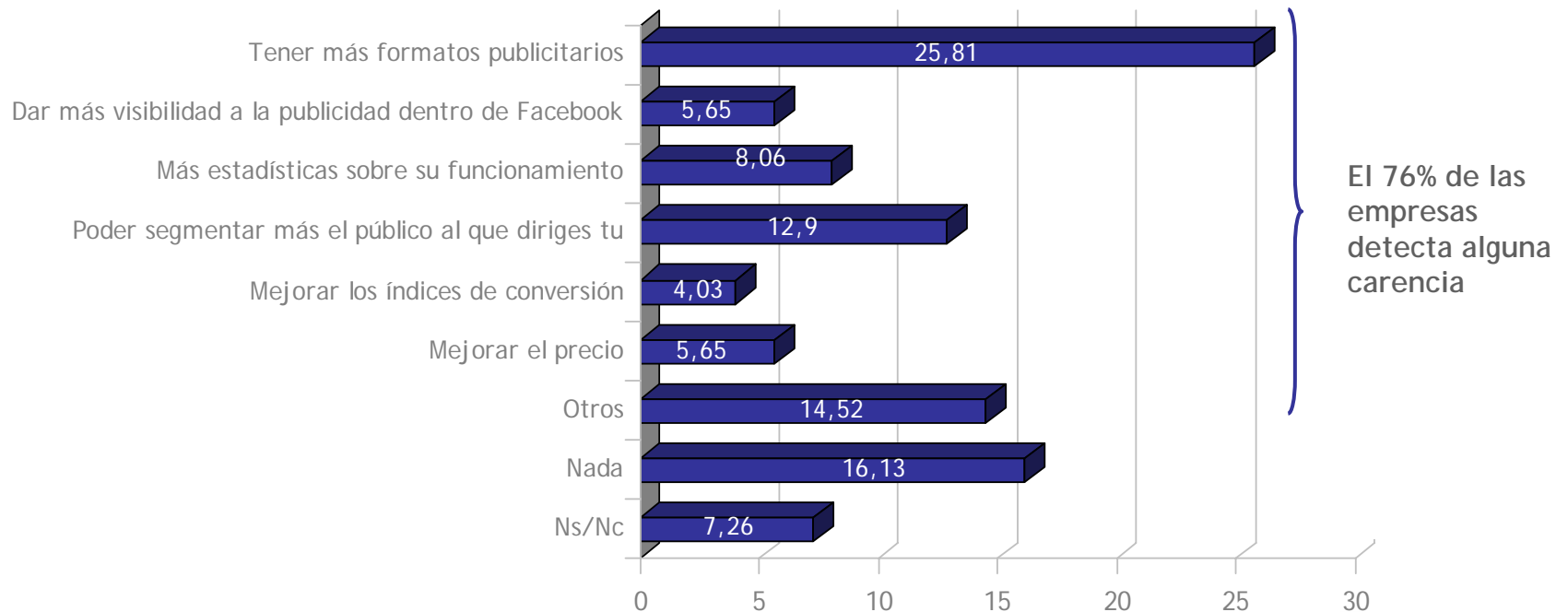


Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook



Carencias de la publicidad en Facebook

¿Qué echan de menos las empresas en la publicidad de Facebook? Más formatos publicitarios (26%), poder segmentar más el público al que diriges tu publicidad (13%) y más estadísticas del resultado obtenido (8,06%).



Resultados en % porcentajes sobre las empresas que tienen Página en Facebook

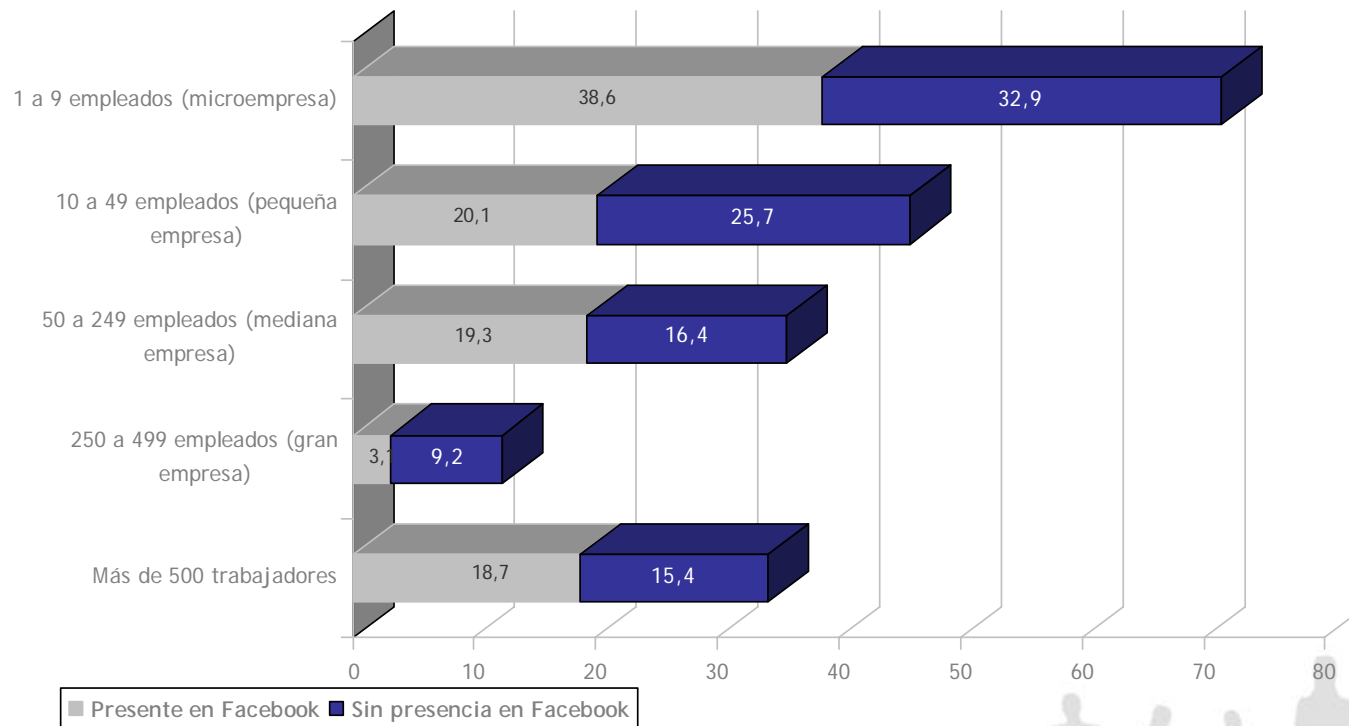


4. Resultados

4.4. Tipología empresas en Facebook

Tipo de empresa por nº de trabajadores

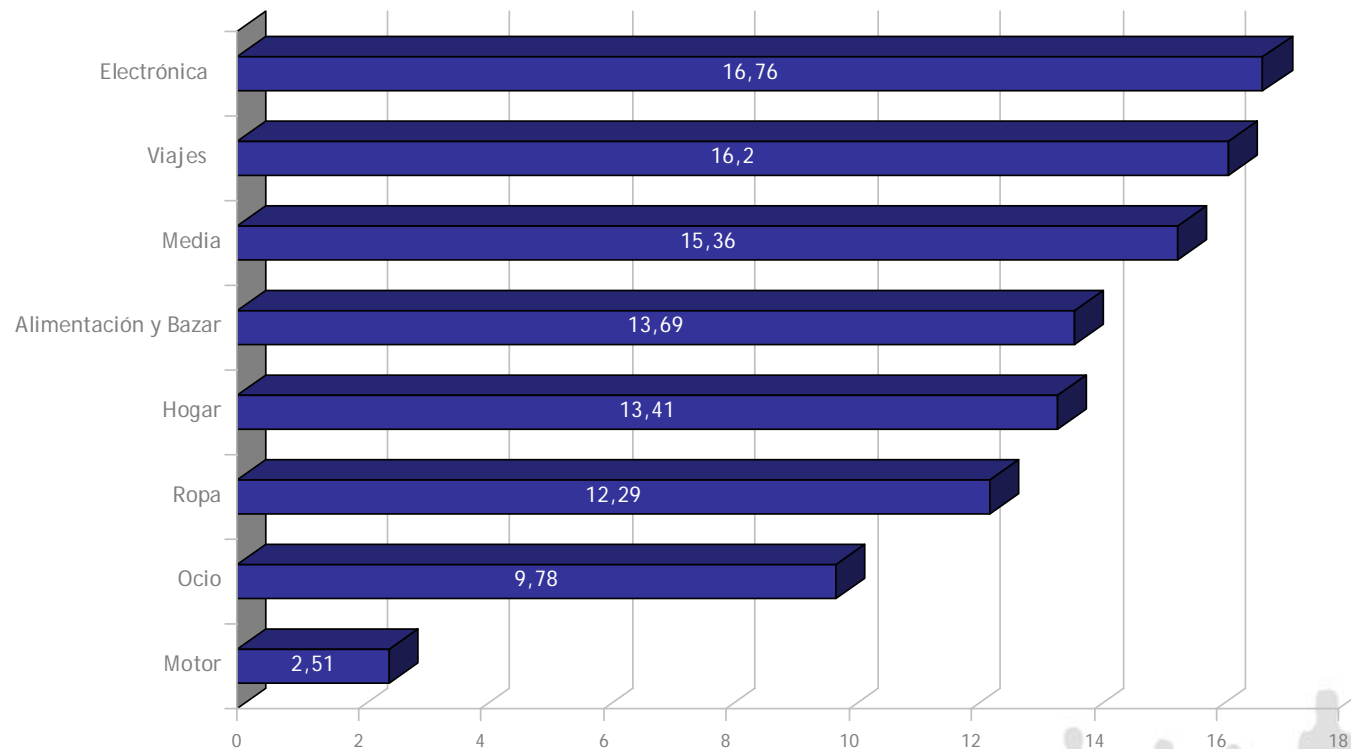
El 78% de las empresas que tiene presencia en Facebook son pymes; el 22%, grandes empresas.



Resultados en % porcentajes sobre 573 respuestas obtenidas

Tipo de empresa por actividad

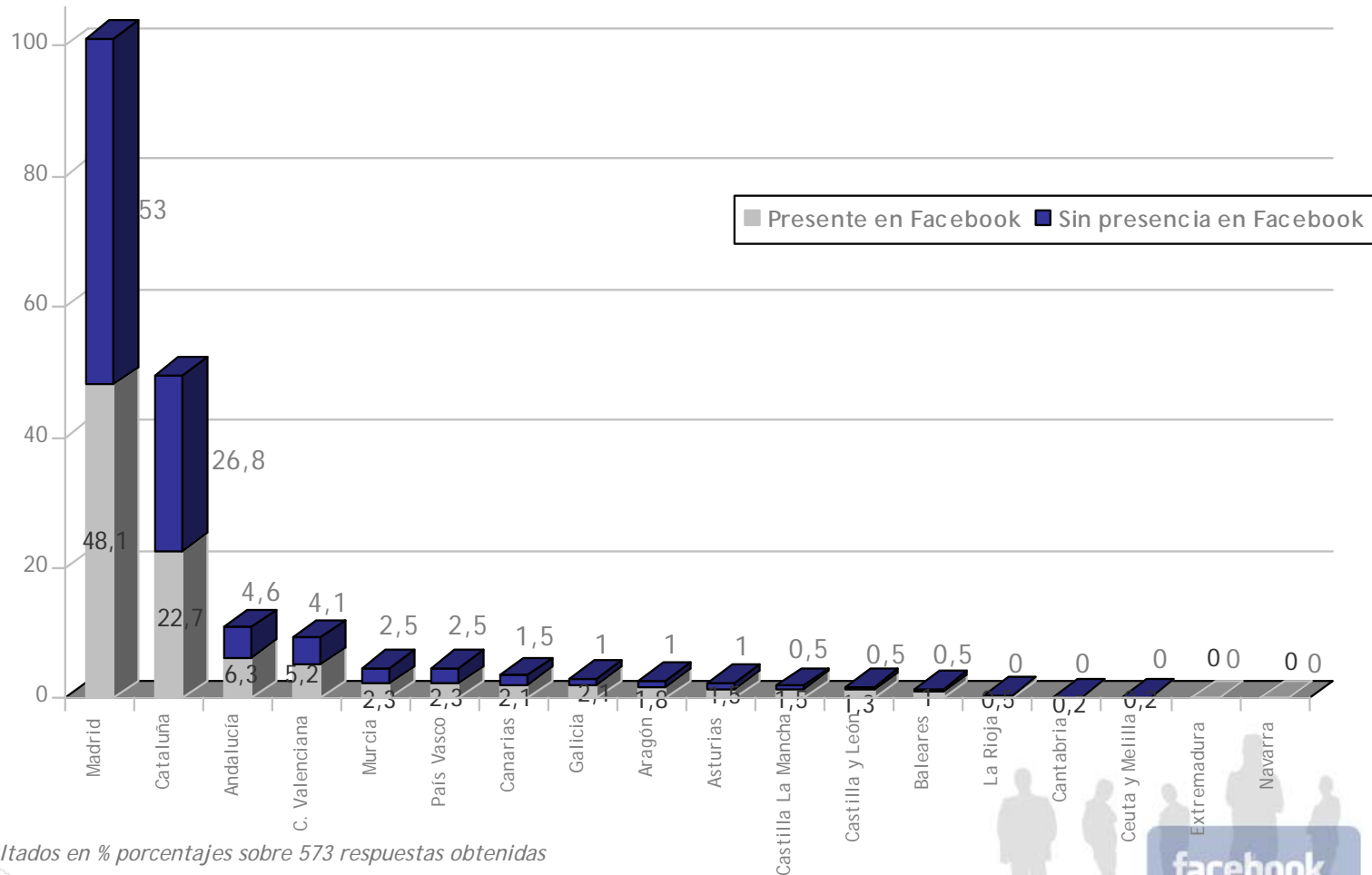
Electrónica, Viajes y Media (libros, software, videojuegos, música): empresas con mayor presencia en Facebook



Resultados en % porcentajes sobre 573 respuestas obtenidas

Tipo de empresa por zona geográfica

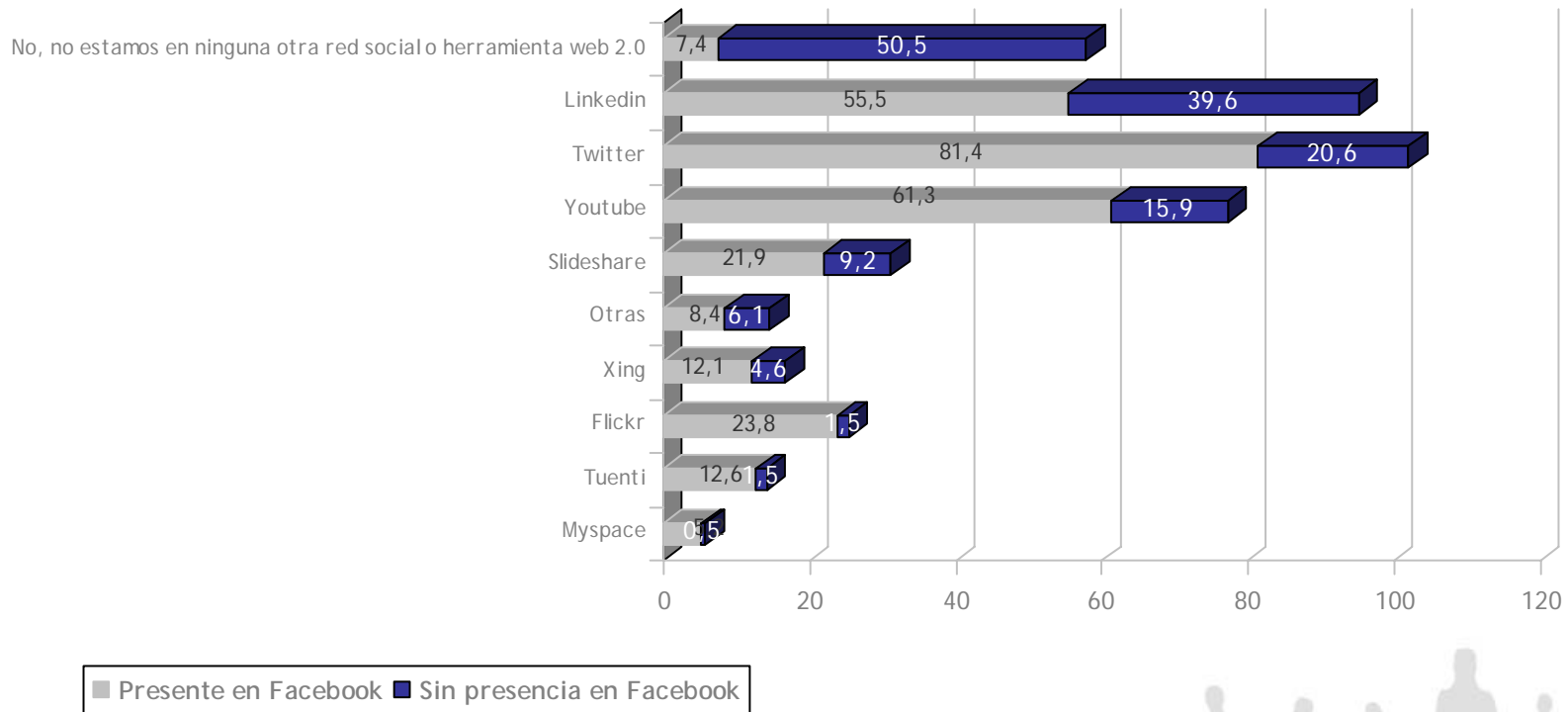
Madrid y Barcelona, comunidades autónomas con más presencia en Facebook con un 48% y 23% respectivamente.



Presencia en otras Redes Sociales

Más del 50% de empresas que no está en Facebook, tampoco están en ninguna otra red social.

El 7% de las empresas sólo está en Facebook (no están en ninguna otra red social)



Resultados en % porcentajes sobre 573 respuestas obtenidas

5. Conclusiones

“Las empresas apuestan por Facebook”

- El 72% de las empresas está en Facebook por Imagen de marca. El 47%, para Fidelizar sus Clientes; lo mismo que para Buscar Nuevos Clientes. Sólo un 12% de las empresas está en Facebook para VENDER
- Electrónica, Viajes y Media (libros, software, videojuegos y música): empresas con mayor presencia en Facebook
- El 78% de las empresas que tiene presencia en Facebook son pymes; el 22%, grandes empresas.
- Madrid y Barcelona congrega el 71% de las empresas con presencia en Facebook.
- El 60% de las empresas que está presentes en Facebook lleva menos de un año.

“... pero hay confusión con el tipo de presencia ”

- Todavía hay un 15% de empresas que está presentes en Facebook sólo con su ‘Perfil’. Por tanto, no tienen una presencia correcta.
- El 47% de las empresas tiene únicamente presencia en Facebook a través de una Página.
- El 36% de las empresas presentes en Facebook tiene Perfil y Página.
- El 20% de las empresas que tienen previsto estar en breve en Facebook reconoce desconocer la diferencia entre ‘Perfil’ y ‘Página’ en Facebook

“Los anuncios en Facebook: una buena experiencia”

- La mayoría de las empresas con presencia en Facebook (65%) no ha publicado ningún anuncio en Facebook.
- El 79% de las empresas que han insertado un anuncio, repite.
- El 74% de las empresas que han insertado un anuncio valora su experiencia como positiva porque ha conseguido más seguidores en sus páginas (62%) y relevancia a nivel de imagen (42%).
- El 44% ha conseguido nuevos clientes e incrementar sus ventas.

“... pero existen carencias en la publicidad de Facebook ”

- El 76% de las empresas detecta carencias en la publicidad de Facebook. A destacar:
 - Más formatos publicitarios
 - Más capacidad para segmentar el público al que diriges la publicidad
 - Más estadísticas sobre cómo ha funcionado el anuncio publicado

“Facebook como canal de promoción de productos y ventas”

- El 12% de las empresas está presentes en Facebook para VENDER.
- El 5% de las empresas afirma tener una plataforma de Comercio Electrónico en sus Páginas de Facebook.
- El 43% de las empresas está en Facebook para promocionar sus productos.
- El 44% de las empresas con presencia en Facebook y que han insertado un anuncio en Facebook, ha conseguido nuevos clientes e incrementar sus ventas.
- El 85% de las empresas publica en su página de Facebook promociones de sus productos y/o acciones de marketing.
- El 40% de las empresas ha creado secciones personalizadas para la promoción de sus productos.
- Según las propias empresas, los contenidos que más respuesta obtienen por parte de los seguidores son las promociones específicas de los productos.



“Página de Facebook: las empresas se involucran”

- El 50% de las empresas tiene menos de 500 seguidores en sus páginas de Facebook.
- El 53% de las empresas actualiza su Página en Facebook una o varias veces al día.
- Las principales secciones son: Muro, Información, Fotos, Enlaces y Noticias sobre la empresa. Destaca que un 40% de las empresas tiene secciones personalizadas con Promociones.
- Contenidos de la propia empresa: los más publicados (94% de las empresas).
- El 82% de las empresas responde a sus usuarios de forma inmediata o en el plazo de unas horas.
- El mantenimiento de una página en Facebook corre a cargo de un único dpto. en el 67% de las empresas, que suele ser: Community Manager (30%), Dpto. Marketing (23%) y todo el staff (22%).
- El 52% de las empresas realiza un análisis y seguimiento de las estadísticas que proporciona Facebook sobre el uso de una Página por parte de los usuarios; el 32% consulta las estadísticas de forma meramente informativa.



Nota de Prensa

EL 12% DE LAS EMPRESAS PRESENTES EN FACEBOOK UTILIZA ESTA RED PARA VENDER

- El 7% de las empresas españolas está presente en Facebook y el 60% de ellas lleva menos de 1 año.
- El 72% de las empresas utiliza Facebook para potenciar su imagen de marca.
- Apenas el 5% de las empresas participantes posee una plataforma de comercio electrónico en Facebook.
- El 44% de las compañías que han hecho campañas publicitarias en la red social asegura que le han permitido contactar con nuevos clientes e incrementar sus ventas.
- El 50% de las páginas de empresa tiene menos de 500 seguidores

Madrid, 14 de abril de 2011.- “El 12% de las empresas utiliza Facebook para vender, el 72% lo hace por imagen de marca, el 47% declara que participan en esta red social para fidelizar clientes y el mismo porcentaje lo hace para buscar nuevos contactos”. Estas son algunas de las principales conclusiones del estudio “Uso de Facebook por parte de las empresas españolas” que ha hecho público hoy la Asociación Española de la Economía Digital (**adigital**).

Este informe, que ha sido elaborado por **adigital** durante los meses de febrero y marzo de 2011, analiza qué tipo de empresas es usuaria de Facebook, cómo se materializa esa presencia, qué recursos destinan a ello y qué resultados están obteniendo. Según estimaciones de **adigital** en España un 7% de las empresas están presentes en esta plataforma.



Así, del estudio se desprende que, aunque el 85% de las compañías encuestadas publica en su página promociones de sus productos y/o realiza acciones de marketing, únicamente el 40% ha creado secciones específicas promocionales, mientras que apenas el 5% afirma que posee una plataforma de comercio electrónico en Facebook.

Destaca el hecho que las empresas aún no tienen muy clara la diferencia entre un perfil y una página en Facebook: un 15% de empresas encuestadas está presentes, de manera incorrecta, en Facebook sólo con su perfil, el 36% tiene tanto perfil como página, y 47% de las empresas tiene de forma correcta únicamente presencia en Facebook a través de una Página.

Facebook como canal publicitario

Aunque el 65% de las empresas con presencia en Facebook declara no haber publicado ningún anuncio en la red social, del 31% que sí lo ha hecho, el 79% asegura que ha repetido la experiencia. Además, el 74% valora esta acción como positiva porque le ha permitido conseguir más seguidores en sus páginas (62%) y ha obtenido más relevancia a nivel de imagen (42%) e, incluso, un 44% reconoce que le ha permitido contactar con nuevos clientes e incrementar sus ventas.

Sin embargo, el 76% de los usuarios de anuncios en Facebook detecta carencias en este tipo de publicidad. Entre otros aspectos, reclama más formatos publicitarios, mayores posibilidades de segmentación del público al que se dirige una campaña y más información y estadísticas sobre cómo ha funcionado la herramienta.

Actividad de las empresas en Facebook

El estudio "Uso de Facebook por parte de las empresas españolas" también pone de manifiesto que el 50% de las empresas presentes en la red social tiene menos de 500 seguidores, y que sólo la mitad actualiza su página una o varias veces al día, fundamentalmente, con contenidos relacionados con la propia empresa, como ocurre en el 94% de los casos. Por su parte, aunque un 22% de las empresas no permite publicar ciertos contenidos sin su autorización, la interactividad con los usuarios suele ser ágil, y el 82% de las compañías afirma que responde a sus requerimientos de forma inmediata o en el plazo de unas horas.



Muro, Información, Fotos, Enlaces y Noticias sobre la empresa son las principales secciones que las empresas poseen en sus páginas de Facebook. Destaca que un 40% de las empresas afirma tener secciones personalizadas con promociones. Este dato está relacionado con el hecho que, según las propias empresas, los contenidos con mayor respuesta por parte del usuario son los relativos a promociones de productos. A nivel de aplicaciones, un 22% de las empresas ha creado algún tipo de aplicación para sus páginas, mientras que el 29% afirma utilizar aplicaciones gratuitas de Facebook.

En cuanto al mantenimiento de la página, éste corre a cargo de un único departamento en el 67% de las empresas, que suele ser: el Community Manager (30%), el Departamento de Marketing (23%), todo el staff (22%) y el Departamento de Comunicación (17%). Sólo el 7% de las empresas contrata un agente externo para gestionar su página en Facebook.

Por otra parte, una de cada dos compañías entrevistadas realiza un análisis y seguimiento de las estadísticas que proporciona Facebook sobre el uso de una página por parte de los usuarios. El resto lo consulta de forma meramente informativa (32%) o simplemente no lo consulta (16%).

Radiografía de la empresa en Facebook

Electrónica, viajes y media (libros, software, videojuegos y música) son los sectores con una presencia más destacada en Facebook, seguidos por alimentación y bazar, hogar, ropa, ocio y motor.

En relación a la antigüedad, el 60% de las empresas españolas presentes en Facebook se ha incorporado a esta red en el último año, el 31% cuenta una experiencia de entre uno y dos años, y un 9% atesora una antigüedad superior a los dos años.

Con respecto al tamaño, el 78% de las empresas que está presentes en Facebook son pymes, destacando entre ellas las microempresas en un 39% y las pequeñas empresas en un 26%. El 22% restante, se trata de grandes empresas.



Las comunidades autónomas que registran una mayor actividad en este sentido son Madrid y Cataluña con un 48% y un 23% de la actividad, respectivamente. A gran distancia se encuentran otras zonas geográficas como Andalucía (6,3%), Comunidad Valenciana (5,2%), Murcia (2,3%) y País Vasco (2,3%).

A tenor de los resultados del estudio, Elena Gómez, presidenta de adigital asegura que “las empresas españolas todavía tienen un largo camino que recorrer en el aprovechamiento de las redes sociales como una parte más de su estrategia de negocio. A pesar del crecimiento exponencial que estos canales están experimentado entre los usuarios particulares, todavía son muchas las organizaciones que se muestran reticentes a invertir tecnología y conocimiento en esta herramienta, que se ha convertido en un elemento indispensable en la actividad de cualquier compañía”.

Facebook, un ascenso imparable

Según los datos publicados por la consultora SocialBakers, en la actualidad Facebook cuenta en España con 13.823.080 usuarios, lo que sitúa a nuestro país en la decimocuarta posición a nivel mundial en cuanto a número de usuarios. Asimismo, las cifras globales de esta red ascienden a 637 millones de usuarios registrados en todo el mundo, lo que le convierte en la red social más importante, seguida por MySpace y Twitter.

El alcance y penetración de Facebook se pone de manifiesto en el alto índice de participación de los internautas en la red. Website-Monitoring.com estima que el 50% de estos usuarios se conectan cada día, 35 millones actualizan diariamente su estado y se comparten cada semana 5 billones de contenidos. Junto a ello, 3.000 millones de fotografías son publicadas al mes en Facebook según la empresa Pixable.

Acerca de adigital

La Asociación Española de la Economía Digital (**adigital**) integra a más de 500 empresas interesadas en el desarrollo de la economía digital como motor de desarrollo de la economía española. Grandes anunciantes, empresas que utilizan el comercio electrónico y otros sistemas de venta a distancia, entidades financieras, agencias digitales, representantes del sector de la distribución, del contact center, de las redes sociales y organizaciones de fundraising, son sólo algunos de los ámbitos a los que pertenecen los asociados a **adigital**.



adigital

Asociación Española de la Economía Digital

C/Balmes, 173 4º 1º - 08006 Barcelona | Tel. 93.240.40.70

C/Zurbano, 34 2º Izq - 28020 Madrid | Tel. 91.598.11.57

www.adigital.org | www.facebook.com/adigitalorg