

V Estudio anual de Redes Sociales



Abril 2014
#IABestudioRRSS
@IAB_Spain

Patrocinado por:

gestación

Elaborado por:



1. Descripción del estudio
2. Evolución penetración uso Redes Sociales
3. No usuarios de Redes Sociales
4. Evolución de las Redes Sociales
5. Qué uso se hace de las Redes Sociales
6. WhatsApp
7. Dispositivos de conexión: Móvil y Tablet
8. Relación entre las Redes Sociales y las marcas
9. Top 10 de las Redes Sociales
10. Conclusiones finales

Descripción del estudio

Situación de partida

Esta es la 5ª ola del estudio que IAB, en conjunto con Elogia, realiza para conocer el comportamiento de los internautas en las Redes Sociales.

I. 2009. Objetivo: conocer el **papel** de las Redes Sociales en España.

II.2010. Objetivo: ver la **progresión** de las RRSS, además de profundizar en el **uso** y **actividades**.de los usuarios

III.2011. Objetivo: ver la evolución y profundizar en el entendimiento de la **notoriedad**, **percepción**, **hábitos** y **preferencias**, así como el papel del **móvil** y su papel en el **e-commerce**

IV.2012. Objetivo: ver la evolución, identificar el grado de **agotamiento**, identificar todos los parámetros determinantes de las **principales** RRSS y estudiar nuevas redes como **Instagram** y **Pinterest**.

V.2013 Objetivos:

Ver la **evolución** de las RRSS y los usuarios

Indagar en el uso de **Tablet y Móvil**

Nuevos servicios como **Whatsapp**

El papel de las **Marcas** y **la Publicidad**.

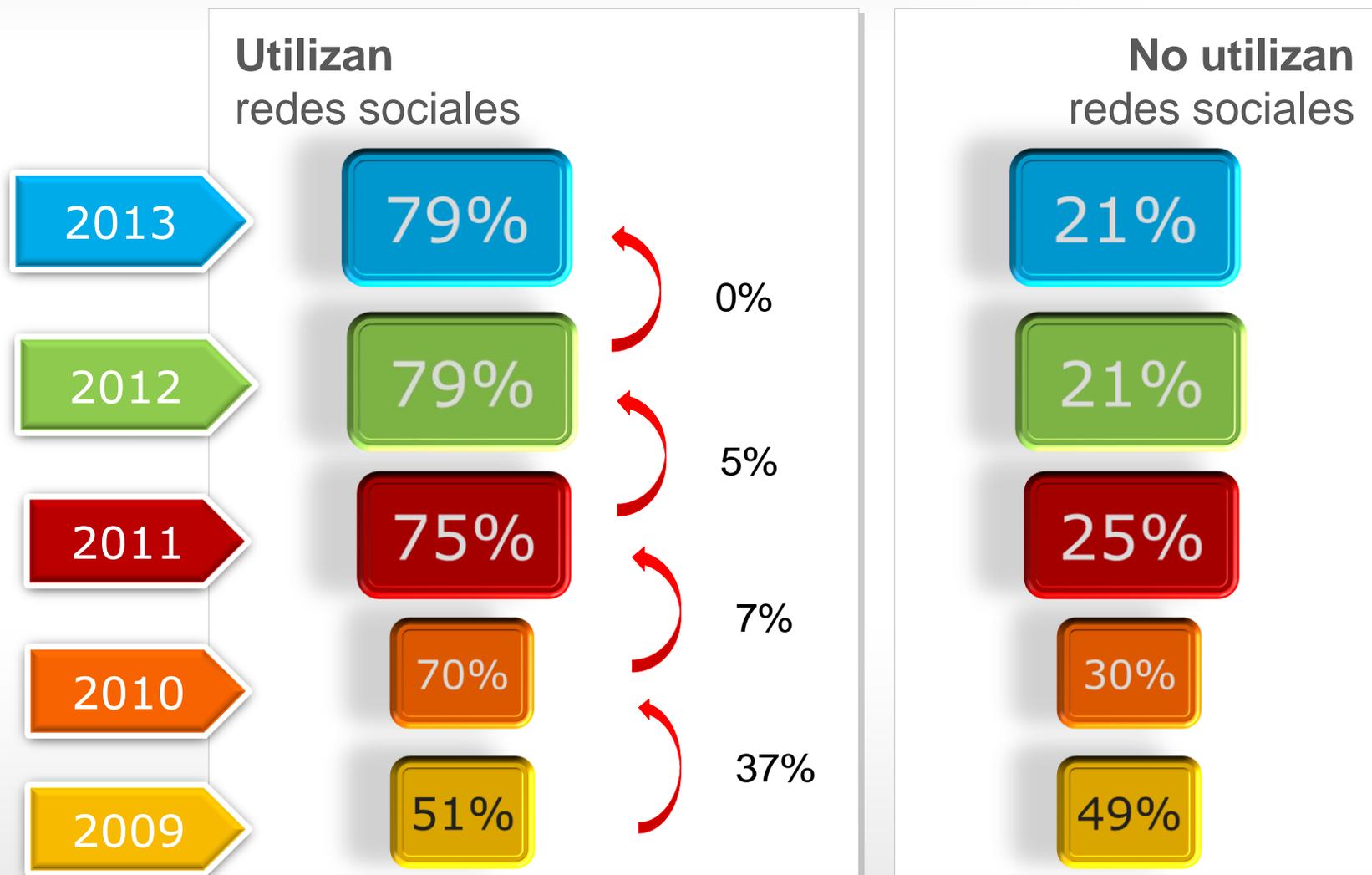
Se llevó a cabo una encuesta online con cuestionario auto-administrado (CAWI) realizada sobre los miembros del Panel Online de Consupermiso.com.

Ficha técnica

- **Duración del cuestionario:** La duración media del cuestionario fue de 15 minutos.
- **Universo:** Individuos residentes en España, de 18 a 55 años.
- **Ámbito:** Nacional.
- **Tamaño muestral:** 1064 casos. Error muestral: 3,0%. Nivel de Confianza del 95%, $p=q=50\%$.
- **Muestreo:** Aleatorio, a partir de la base de datos de panelistas con cuotas de sexo y edad.
- **Fechas de trabajo de campo:** último trimestre 2013.

Evolución penetración uso redes sociales

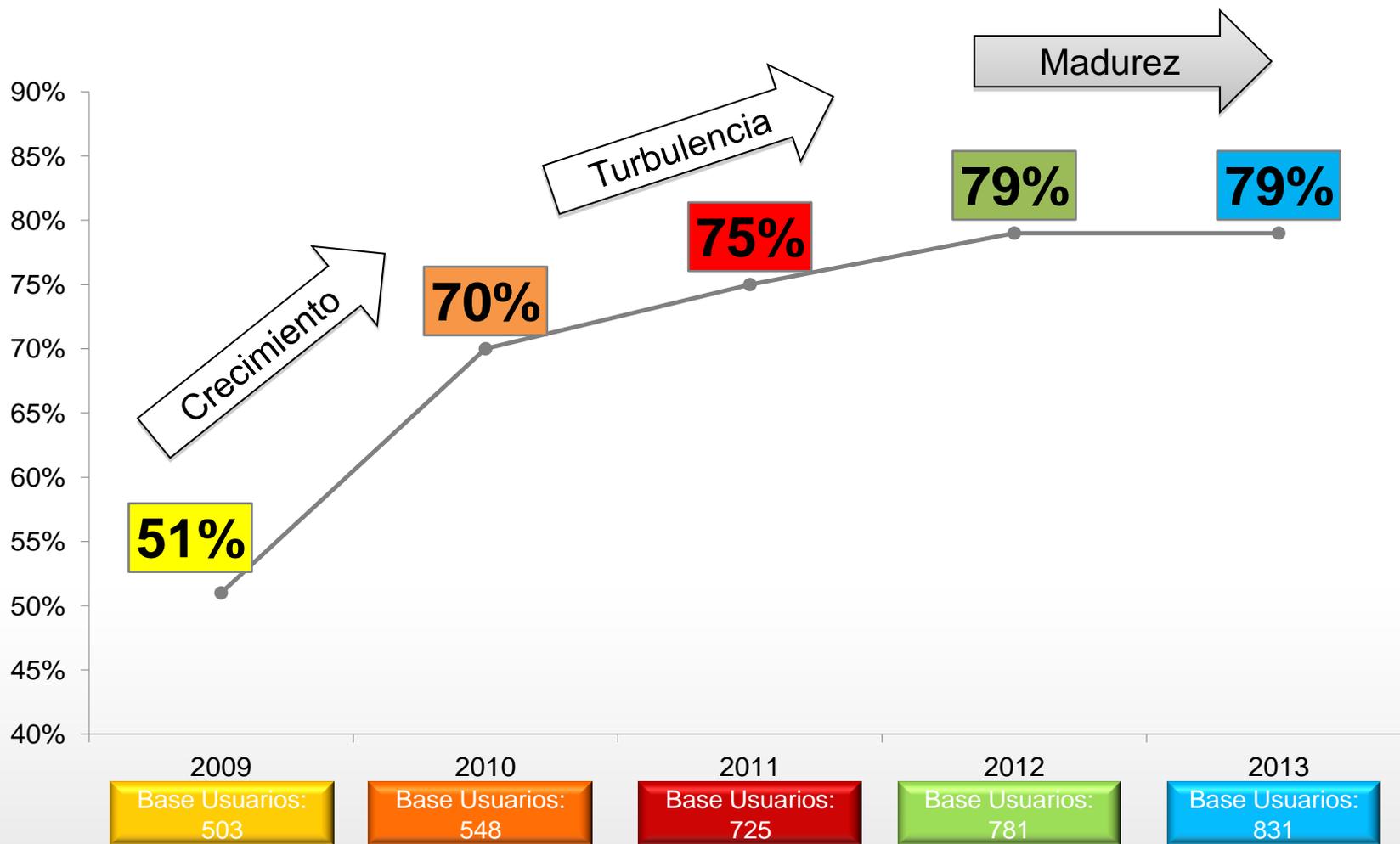
Penetración de las redes sociales



• ¿Cuáles de los siguientes servicios de Internet utilizas?

Evolución penetración uso redes sociales

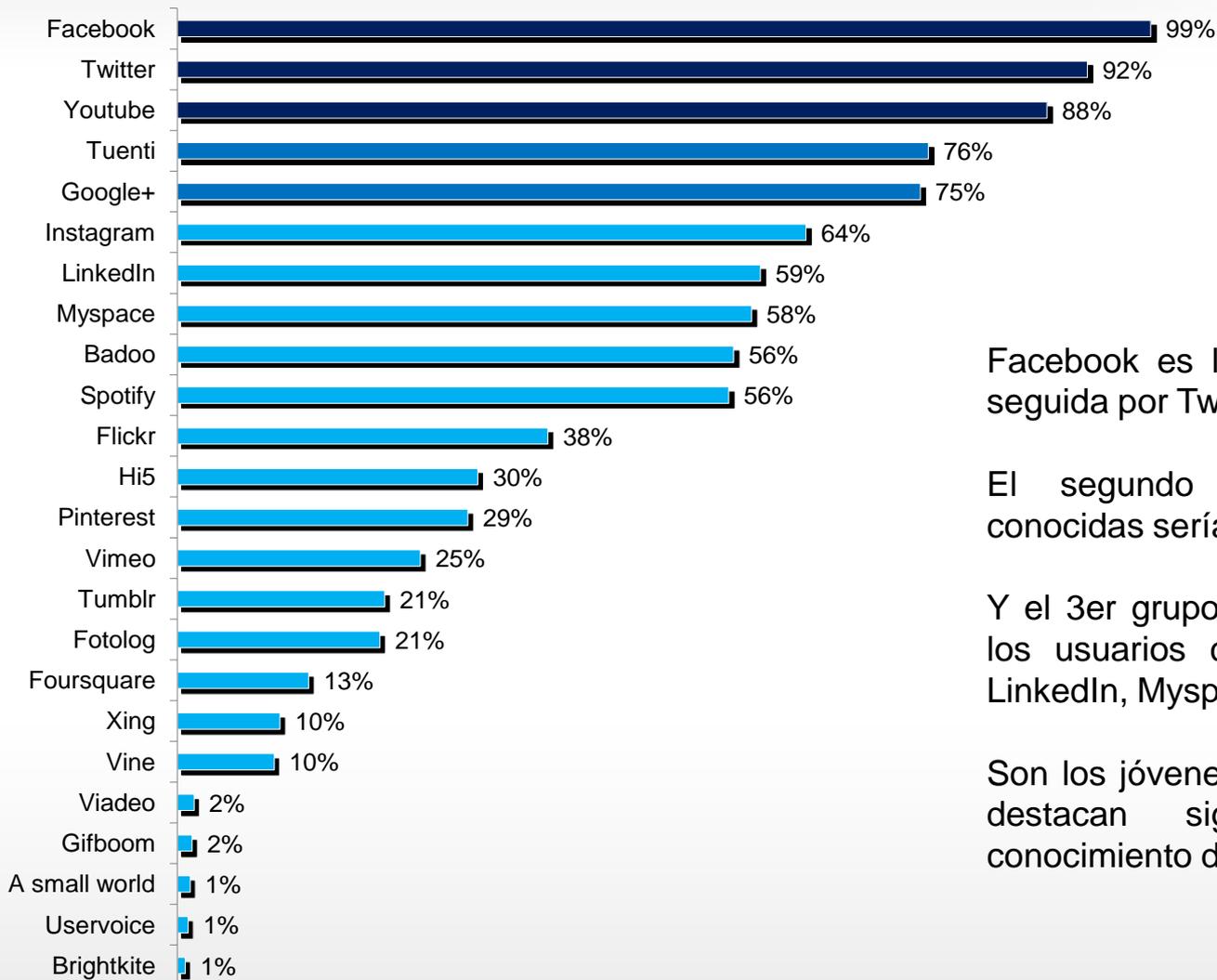
Penetración de las redes sociales



• ¿Cuáles de los siguientes servicios de Internet utilizas? Redes Sociales

Evolución de las redes sociales

Notoriedad sugerida (conocimiento).



Facebook es la red que todos conocen, seguida por Twitter y Youtube.

El segundo grupo de redes más conocidas serían Tuenti y Google+.

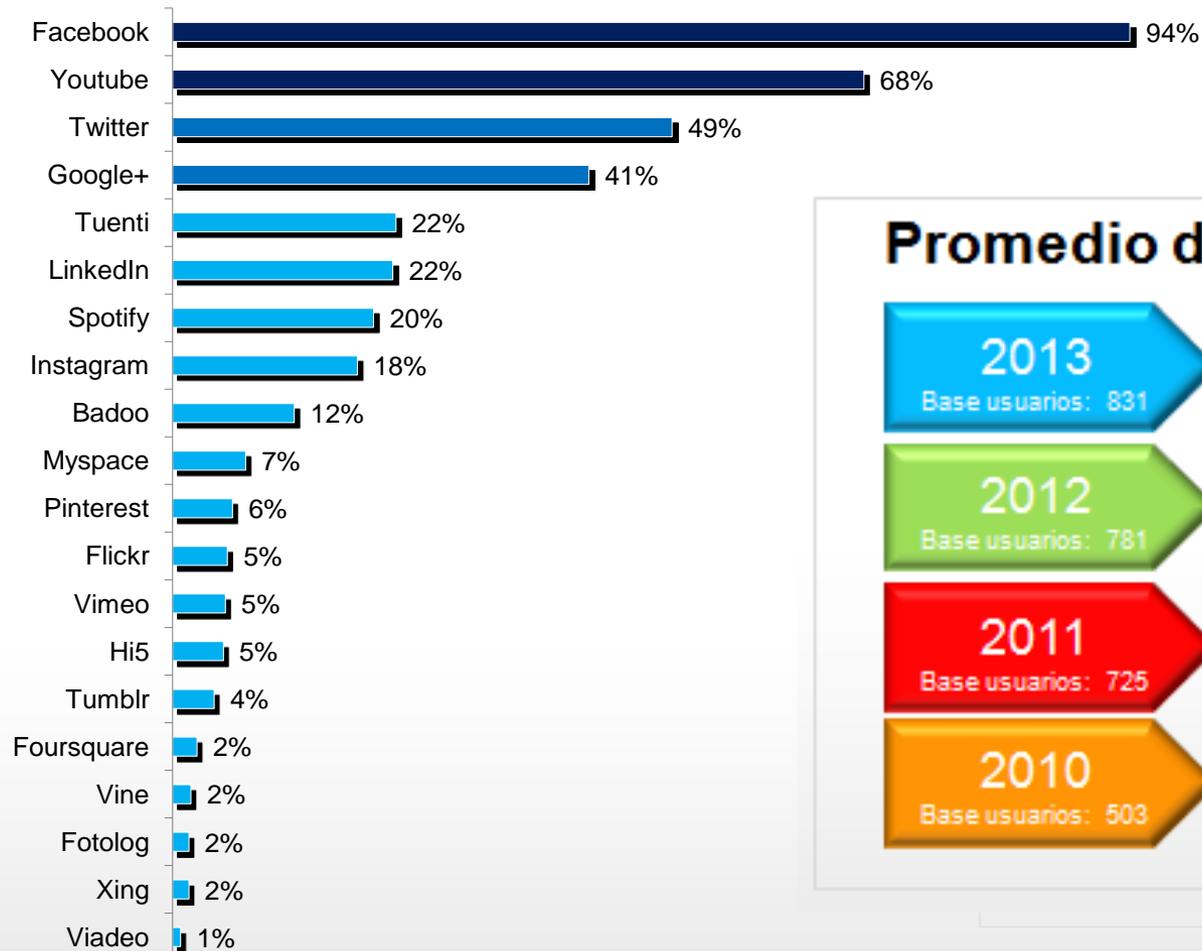
Y el 3er grupo, que al menos el 50% de los usuarios conocen son Instagram, LinkedIn, Myspace, Badoo y Spotify.

Son los jóvenes de 18 a 30 años los que destacan significativamente en el conocimiento de redes de manera global

Evolución de las redes sociales

Redes utilizadas/ visitadas (uso)

Las redes sociales más utilizadas o visitadas son Facebook (94%) y Youtube (68%). Estas redes son también de las que más tiempo llevan en el mercado. El número de redes que se utilizan ha aumentado respecto a años anteriores (aumento incremental, no sustitutivo).



Promedio de redes visitadas



Diferencias significativas

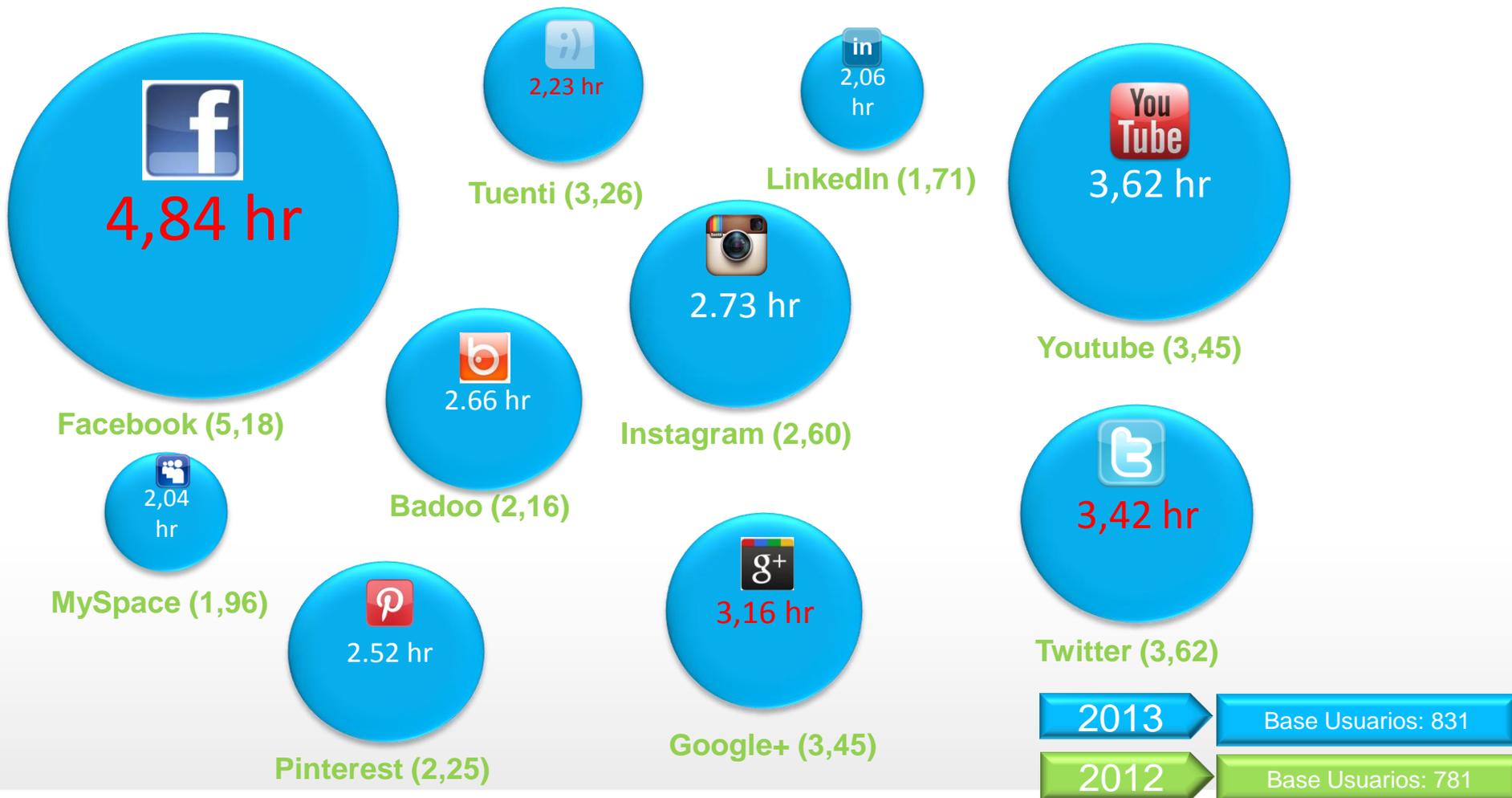
• ¿Cuáles de las siguientes utilizas, visitas?

Base Usuarios:
831

Evolución de las redes sociales

Frecuencia de uso por cuota de tiempo (horas / semana)

Facebook, Youtube y Twitter son las redes sociales a las que se dedican **más horas** a la semana



• Aproximadamente, ¿cuántas horas a la semana dedicas a visitarlas?

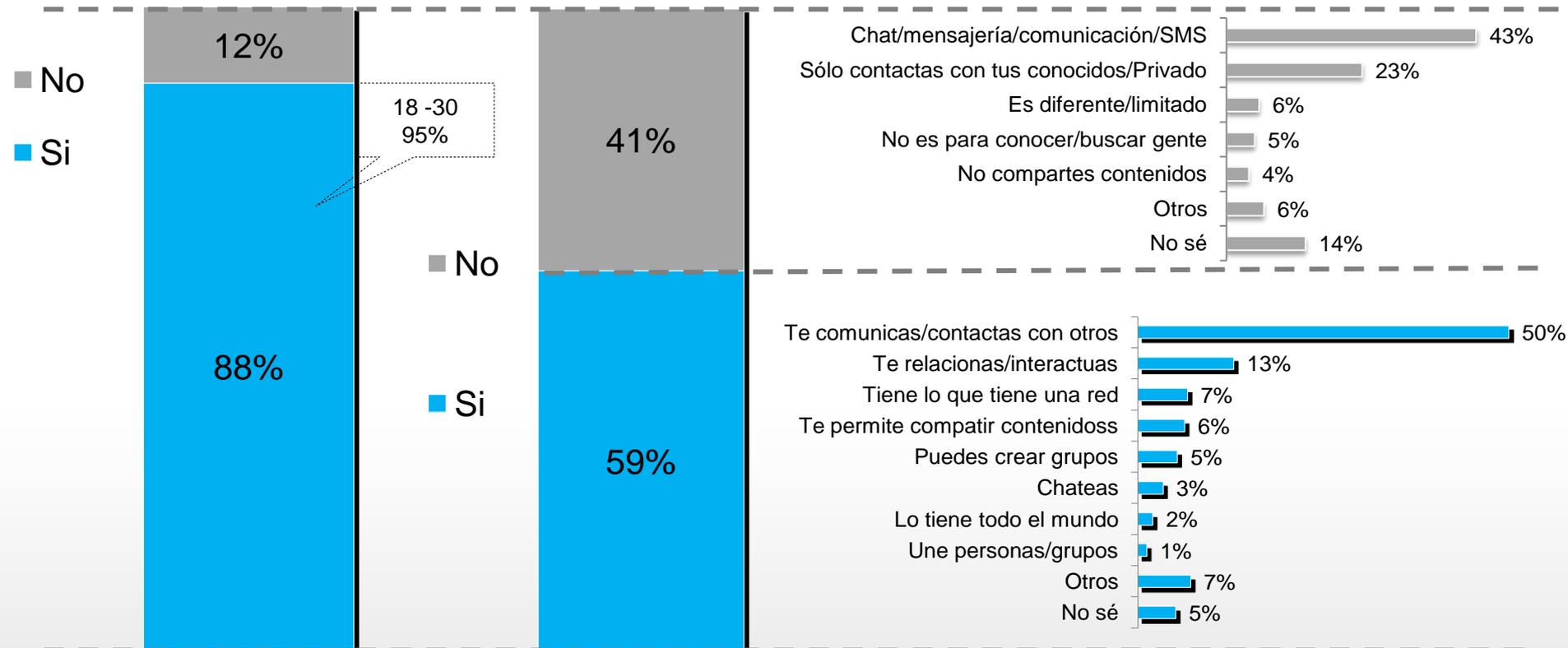
WhatsApp

Uso y percepción como red social

- WhatsApp es usada por 88% de los usuarios, destacando perfil joven (95% 18 - 30 años).
- 59% la considera una Red Social, por la posibilidad de comunicarse con otros.
- 41% no la considera, por ser un chat, sustituto de los SMS o por ser privado sólo para tus contactos

Ha utilizado WhatsApp

Considera WhatsApp una Red Social



□ Diferencias significativas

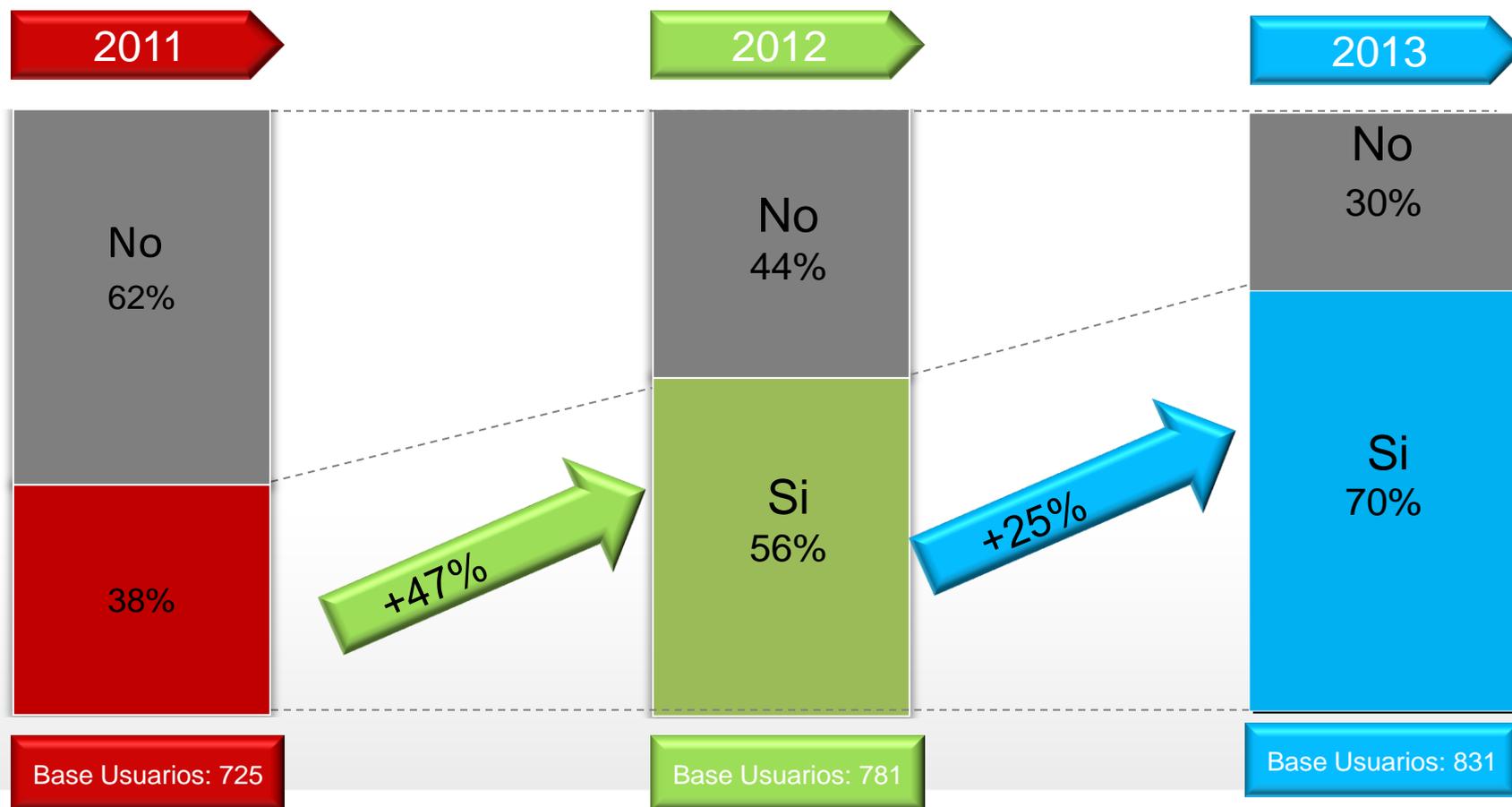
- ¿Lo has utilizado?
- ¿Consideras que el WhatsApp es una Red Social? ¿Por qué?

Base Usuarios:
831

Móvil

Uso de móvil para redes sociales (I)

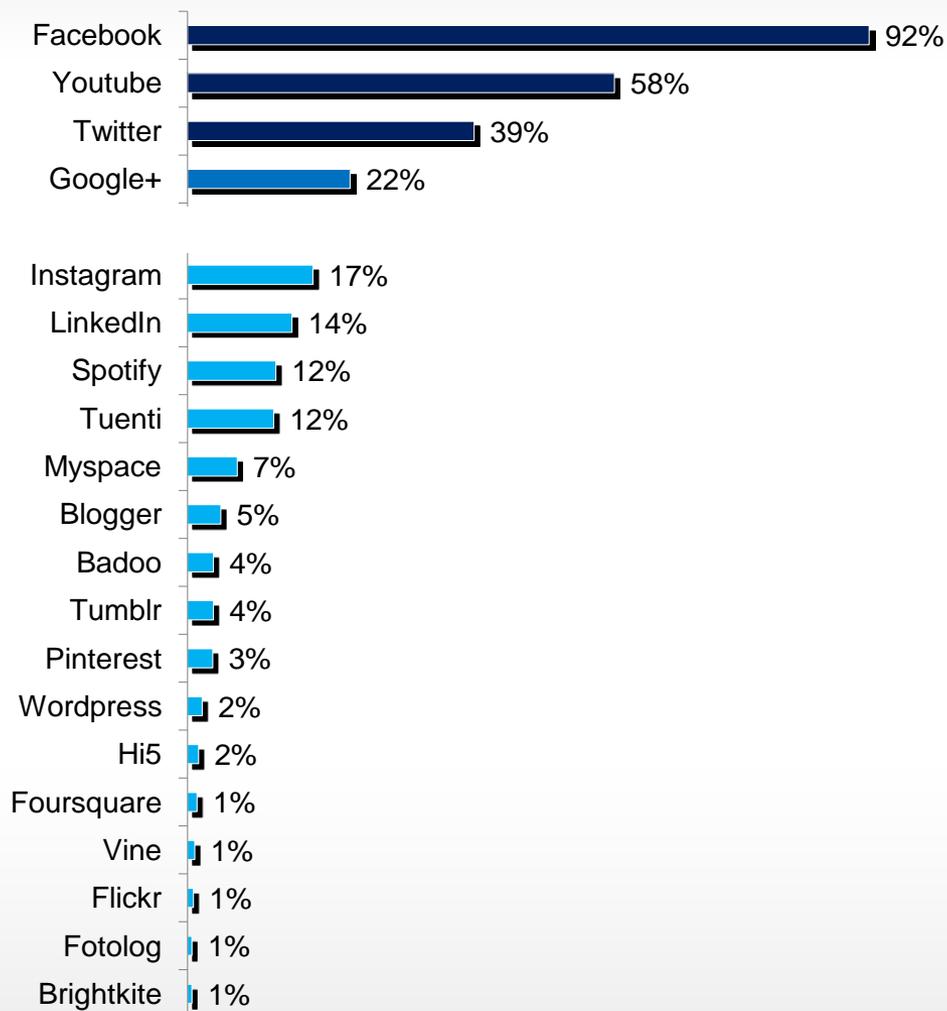
Crece un 25% el acceso vía móvil (del 56% al 70%)



• : Accedes a redes sociales y portales de contenidos 2.0 a través de tu teléfono móvil?

Tablet

Conexión a través de la Tablet (I)



Facebook es la red de conexión por excelencia con un 92%, seguida por Youtube (58%), Twitter (38%) y Google + (22%).

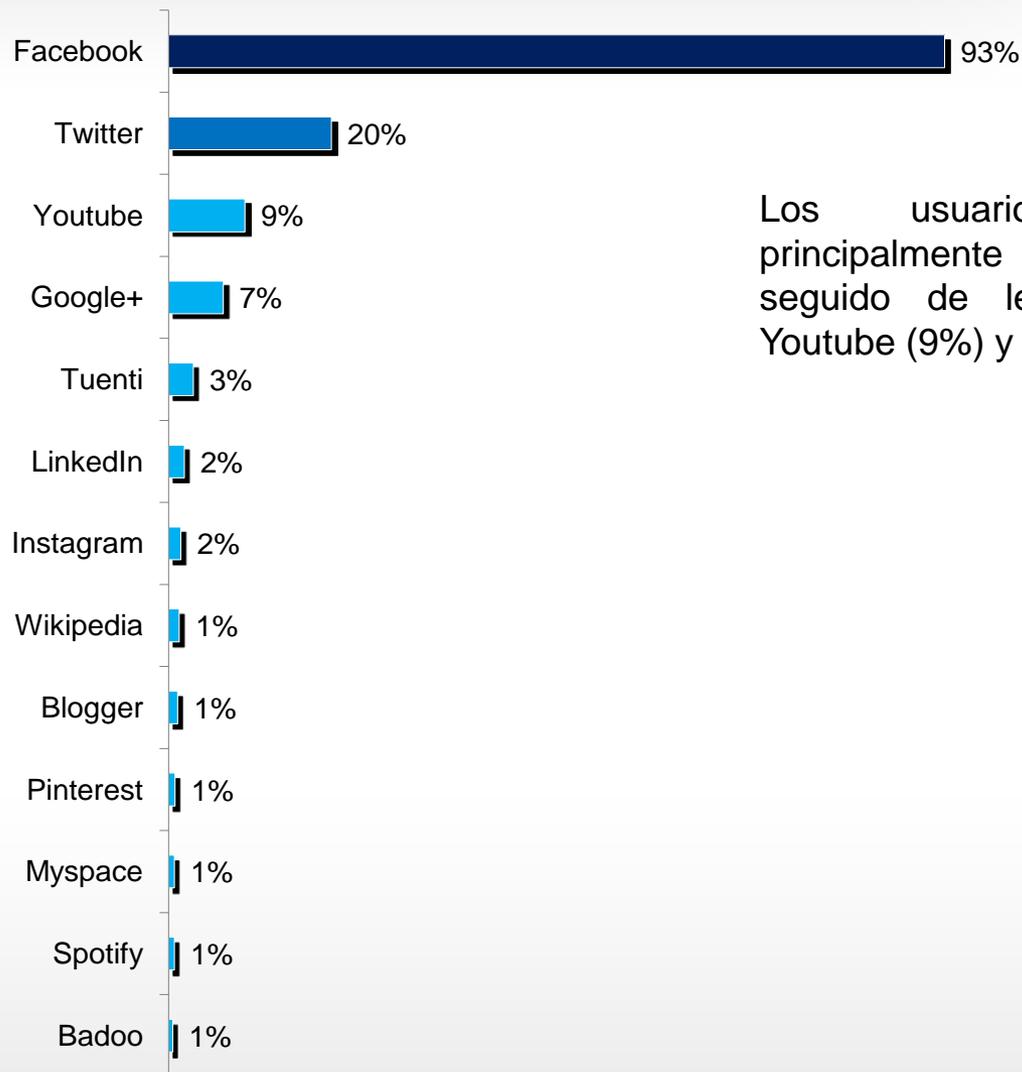
Base Usuarios
RRSS y Tablet: 206

□ Diferencias significativas

- ¿A qué redes accedes a través de Tablet?

Relación entre las Redes Sociales y las marcas

Redes Sociales utilizadas



Los usuarios siguen marcas principalmente en Facebook (93%), seguido de lejos por Twitter (20%), Youtube (9%) y Google+ (7%).

□ Diferencias significativas

• ¿Cómo valoras la publicidad en las redes sociales?

Base Usuarios
siguen marcas: 745

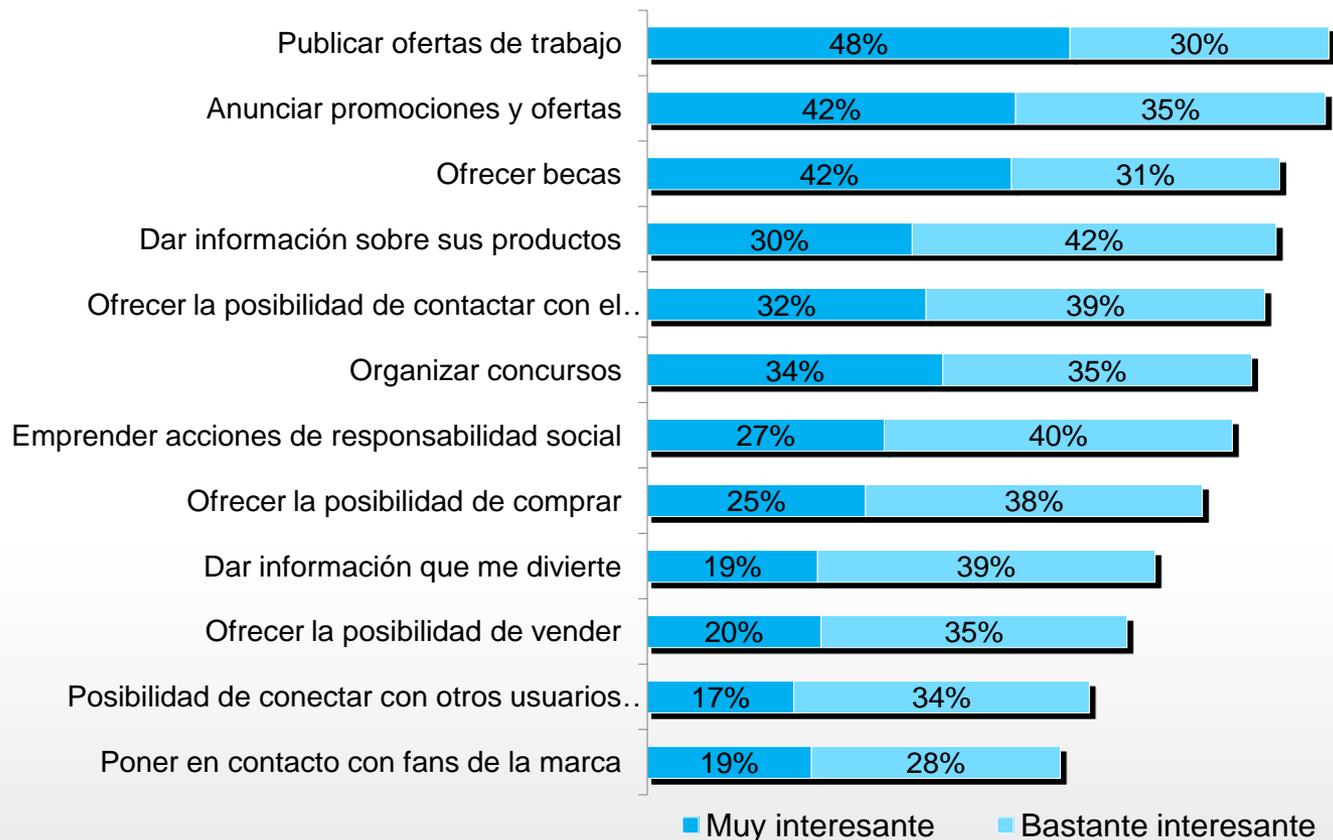
Relación entre las Redes Sociales y las marcas

Interés en lo que pueden hacer las marcas

Por un lado interesa seguir a las marcas por ofertas de trabajo (78%) y becas (72%)

Por otro, por descuentos (77%), info de producto (72%) y atención al cliente (70%)

Sin apenas variaciones respecto a 2012



78%	81%
77%	81%
72%	76%
72%	74%
70%	72%
69%	67%
67%	66%
63%	65%
58%	57%
55%	54%
50%	54%
47%	47%

Base
Usuarios: 745

Base
Usuarios: 684

Diferencias significativas

Para descargar el estudio completo de 100 slides, contacta con:



Javier Clarke / Director Mobile & New Media / IAB Spain - javier@iabspain.net

María Montesinos / Mobile & New Media Executive / IAB Spain – montesinos@iabspain.net