

Càpsula: Informe de resultats del Observatori de Xarxes Socials

La companyia Cocktail Analysis ha realitzat al febrer 2011, un estudi, "l'Observatori de xarxes socials", que mostra el panorama espanyol en xarxes socials. Per elaborar aquest estudi, patrocinat per BBVA i Microsoft, es van realitzar 1.500 entrevistes en línia i 8 grups de discussió en què es va debatre i es va tractar l'ús de les xarxes a Internet a Espanya.

Metodologia:

1) Investigació qualitativa:

8 mini grups de discussió amb usuaris de xarxes socials entre 16 i 40 anys.

Data de realització de camp: del 16 a 26 de novembre 2010.

2) Investigació quantitativa:

Enquesta en línia a 1500 internautes d'edats entre 16 i 45 anys.

Data de realització de camp: del 15 a 24 de desembre 2010.

Resultats:

1) L'ús de les xarxes. Segons es desprèn del propi estudi, el nombre d'usuaris de:

Facebook són els que han augmentat en major proporció durant els últims tres anys. Actualment el 78% dels internautes espanyols tenen compte en aquesta xarxa social, en comparació amb el 13% del 2008.

Tuenti és la segona xarxa social amb major nombre d'usuaris a Espanya. El 2008 un 12% dels internautes espanyols estava a Tuenti, mentre que durant el passat any 2010 aquest percentatge es va veure incrementat fins al 35%.

Twitter és una altra de les xarxes socials amb més projecció i creixement, encara que la seva penetració i ús són força més reduïdes en comparació a d'altres xarxes com Facebook, degut en gran part al seu caràcter més enfocat a la informació que a la comunicació social. Les seves xifres també reflecteixen un important creixement ja que actualment el 14% d'internautes espanyols disposa d'un perfil en aquesta xarxa social en comparació amb el 3% de l'any 2008.

Myspace, que fins fa poc temps gaudia de gran popularitat entre els usuaris de la xarxa, sembla que ha perdut l'estela del que un dia va ser, ja que actualment només el 10% dels internautes espanyols manté un compte activa en aquesta xarxa social, en comparació amb el 19% del 2008.

Les dones al poder, a Facebook

L'estudi també analitza l'índex de penetració de les xarxes socials pel que fa a sexes. En aquest sentit, el 81% de les internautes espanyoles tenen compte a Facebook, un percentatge superior al registrat per homes (75%).

Fent créixer Europa des de l'economia local

En el cas del servei de missatgeria i la xarxa social de Messenger, les dones també tenen un percentatge més gran ja que segons l'informe, el 71% de les dones usuàries d'Internet disposen d'un compte enfront del 68% en el cas dels homes.

No obstant, **Youtube** es manté com un territori dominat pels homes. El 49% dels usuaris espanyols tenen compte de Youtube, mentre que en les dones només tenen en el 37% dels casos.

Twitter, també és una de les xarxes socials dominades per la presència majoritària dels homes. El 17% dels internautes espanyols té compte en la xarxa social per l'11% de les dones.

En el cas de **Flickr**, aquest percentatge es compensa de forma igualada ja que el 7% d'homes i dones que es connecten a Internet tenen un compte.

2) Pertinença a les xarxes socials. L'estudi de Cocktail Analysis també ha analitzat el comportament dins de les xarxes socials.

Comptes no actives: Del total de comptes, un 40% d'aquestes no es consideren actives a causa del temps que porten sense ser utilitzades. L'estudi ha aprofundit en l'aspecte de conèixer de forma més precisa quines són les xarxes socials que compten amb un major volum de comptes inactives en un intent de conèixer la progressió i tendències per part dels propis usuaris.

En aquest sentit, **Facebook** es posiciona com la xarxa social amb menor taxa d'abandonament. Només el 12% dels comptes d'aquesta xarxa social estan inactives a causa de l'abandonament del perfil per part dels seus usuaris.

Messenger, manté de la mateixa manera un menor índex d'abandonament amb un 24% de comptes inactives.

No obstant això, **Youtube, Tuenti o Twitter** perden la batalla en aquest sentit. El 30% dels comptes de Youtube no s'utilitzen, mentre que en Tuenti la xifra augmenta fins al 32%. Twitter té un 51% de comptes inactives, però Myspace amb un 71% i Hi5 amb un 88% són les xarxes socials amb major taxa d'abandonament.

La manca de privacitat, la falta d'utilitat o que els seus contactes no disposen de la xarxa social són les principals causes per abandonar la utilització dels seus comptes. En aquest sentit destacar que únicament a Twitter els usuaris han posat com una de les seves motivacions la dificultat d'ús de la xarxa social ja que el 9% dels usuaris que han abandonat el seu compte a Twitter ho han fet per no entendre el seu funcionament.

Intenció de reprendre l'activitat: L'estudi ha consultat als usuaris si tenen intenció de reprendre l'activitat en les xarxes socials que han abandonat. **A Twitter el 57% creu que tornarà** a utilitzar el seu compte. **A Facebook un 45%** dels usuaris que van deixar el seu compte esperen reprendre la seva activitat. Contràriament a Myspace i Hi5, on el 66% i el 79% dels usuaris, respectivament, no té intenció de tornar a utilitzar el seu compte.

3) Motius per utilitzar les xarxes socials. La gran majoria (**un 63%**) dels usuaris consideren les xarxes socials com:

1. una plataforma o eina per estar en contacte amb els seus amics i
2. un sistema de comunicació econòmic.

Altres motius:

3. Localitzar vells amics, companys de l'escola o infància. (El 36% dels usuaris es crea perfils en xarxes socials amb el propòsit de localitzar a coneguts del seu passat).
 4. Les xarxes socials com a instrument per organitzar trobades o esdeveniments. (Un 21% dels internautes).
 5. Les modes d'ús de xarxes socials és una altra de les causes de crear perfils en la xarxa. (El 16% dels enquestats han justificat el seu perfil per ser una tendència popular).
- 4) Nova tendència:** Les xarxes socials també en el mòbil i la Geolocalització. La penetració de l'ús d'Internet en el mòbil també és una nova tendència i està en contínua evolució. Segons es desprèn de les dades de l'estudi, el 61% dels usuaris navega per Internet a través d'un dispositiu mòbil com a mínim un cop al mes i el 46% dels usuaris d'Internet Mòbil utilitza les xarxes socials com una de les principals activitats .

Del total d'usuaris que fan servir les xarxes socials en els seus dispositius mòbils, **un 60% ha confirmat l'ús de Facebook**. Una vegada més Tuenti és la segona opció més utilitzada amb un 30%, seguida de Youtube amb un 23% i de Twitter amb un 15%.

Sobre l'ús de xarxes socials en el mòbil, **la geolocalització** comença a jugar un paper protagonista. Cada vegada més serveis introdueixen informació sobre la ubicació dels usuaris. El 30% dels consumidors d'Internet mòbil han confirmat que fan servir serveis d'aquest tipus en aplicacions o serveis. Sent **Google Maps i Foursquare** els més utilitzats en el 31% i 30% dels casos respectivament.

Data d'elaboració: abril 2011

Fonts:

- Informe de resultats del observatori Xarxes Socials. The Cocktail Analysis, febrer 2011
- Puro Marketing.com, abril 2011