

Estudio Uso de Twitter en España

Mayo 2012



Índice

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



1. Introducción

En la actualidad, con casi 500 millones de usuarios registrados*, Twitter es una de las redes sociales más importantes y consolidadas del mundo. Desde su nacimiento en marzo de 2006, esta red social basada en el envío de mensajes cortos de 140 caracteres, ha tenido un crecimiento vertiginoso consiguiendo las siguientes cifras*:

- 465 millones de usuarios registrados en febrero 2012.
- 100 millones de usuarios activos diarios.
- 1 millón de nuevos registros al día.
- 175 millones de tweets diarios.
- 11 registros nuevos por segundo.

¿Y en España? En nuestro país, Twitter es la tercera red social con más usuarios, por detrás de Facebook y Tuenti**. Pero queremos saber un poco más sobre el uso de Twitter en España. Por eso, Desde adigital hemos lanzamos una [Encuesta sobre El Uso de Twitter](#) a usuarios españoles para analizar el perfil del usuario, los motivos que le llevan a usarlo, por qué sigue o no sigue a otro usuario, qué tipo de *tweets* le gusta publicar y leer, su interés en seguir a perfiles de empresa, y un largo etc. En definitiva, conocer en detalle qué atrae y engancha tanto a sus usuarios, y cómo usan esta potente red social.

*Fuente: <http://www.abc.es/20120117/medios-redes/abci-twitter-numero-usuarios-201201171736.html> , <http://twopcharts.com/twitter500million.php> y <http://www.whatsnew.com/2012/02/27/el-crecimiento-de-twitter-oportunidades-constant-infografia/> , <http://www.arturogoga.com/2012/02/24/infografia-sobre-los-numeros-alcanzados-por-twitter-y-facebook-en-el-2012/> , http://elsitiogeek.com/redes-sociales/que-pasa-cada-60-segundos-en-las-redes-sociales/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=que-pasa-cada-60-segundos-en-las-redes-sociales y http://3.bp.blogspot.com/-hohloGQ_Xjc/TIEizYQo7-I/AAAAAAAAAKM/gJi5UPq8HrI/s1600/twitterinfo-final1.jpg ** <http://www.20minutos.es/noticia/1365797/0/twitter/usuarios/espana/>



2. Objetivos

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

Saber quiénes son y qué hacen los usuarios españoles en Twitter

Para ello, nos hemos centrado en 4 premisas:

- **Conocer el perfil de los usuarios españoles de Twitter:**
 - Franja de edad
 - Nivel de estudios
 - Situación geográfica
 - Número de *followers* y *followings*
 - Perfil profesional / no profesional
- **Su actividad en Twitter:**
 - Cantidad y tipo de *tweets*
 - Configuración del perfil en Twitter
 - Uso de las listas y los mensajes directos
 - Lugares desde los que accede a Twitter
 - Dispositivos que usa
 - Herramientas web de gestión, mantenimiento y métrica
 - Cambios en el uso de Twitter y motivos (inactividad)
- **La relación con las empresas en Twitter**
 - Número de empresas a las que sigue
 - Tweets que desea recibir de esas empresas
- **Su opinión acerca del presente y futuro de Twitter**
 - Logros y fallos de la evolución de Twitter
 - Rumbo de Twitter en el futuro

3. Metodología

adigital lanzó el pasado 15 de Marzo de 2012 la Encuesta sobre el Uso de Twitter por parte de los usuarios españoles.

¿Cómo es la Encuesta?	La Encuesta es dinámica y consta de 53 preguntas 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: 15 de marzo de 2012 Fecha de cierre: 4 de abril de 2012
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• Emailing contra nuestra bbdd (+10.000 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 a todos los usuarios de Twitter con un resultado de 723 encuestas cumplimentadas correctamente.

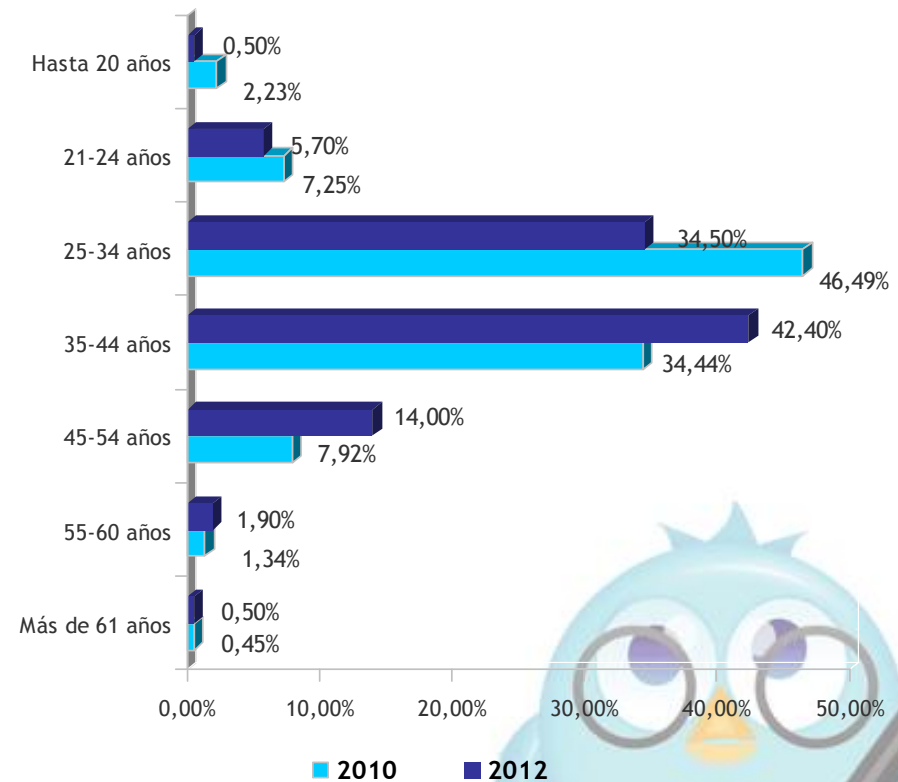
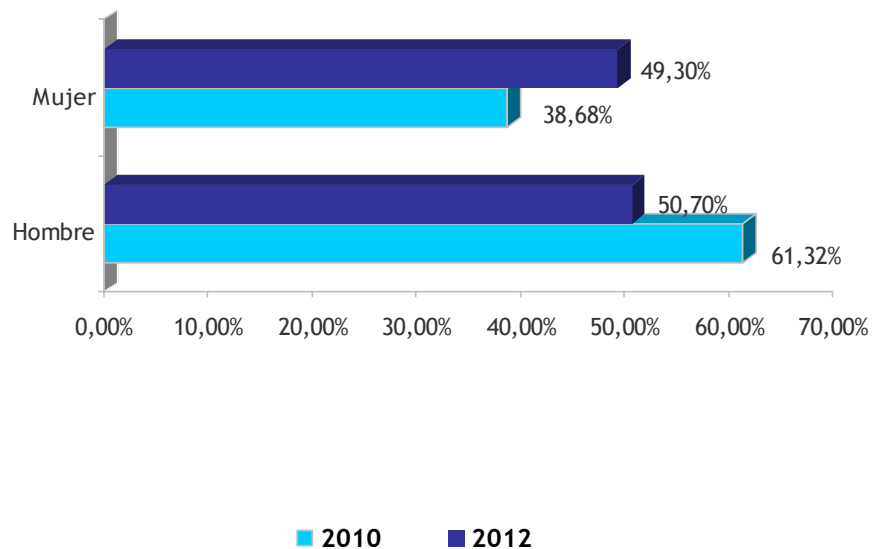


4. Resultados

4.1. Perfil del usuario

Usuarios de Twitter por edad y sexo. Comparativa 2010-2012

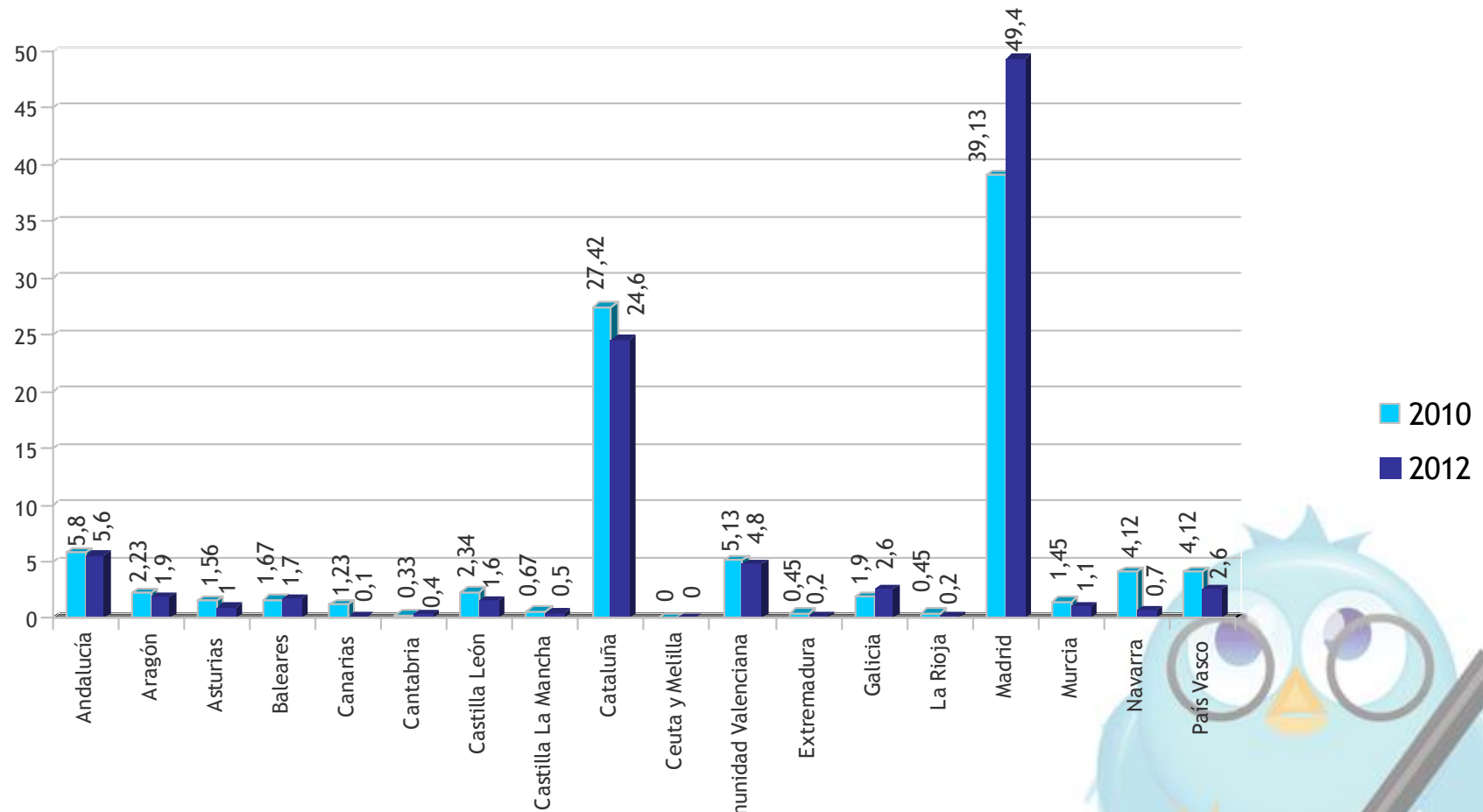
Evolución hacia la igualdad: mientras en 2010 los usuarios de Twitter eran mayoritariamente hombres (61,32%), en el 2012 los porcentajes se igualan (50,70% hombres, 49,30% mujeres). En cuanto a la edad, Twitter madura. La franja de edad mayoritaria en el 2010 era de los 25-34 años (46,90%). En 2012, en cambio, es de los 35-44 años (42,40%)



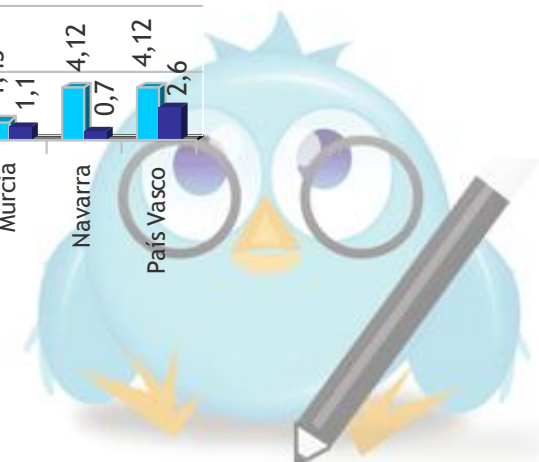
Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

Usuarios de Twitter por situación geográfica

Casi el 50% de los usuarios en Twitter son de Madrid; un 24,6%, de Barcelona. Desde 2010, Madrid acentúa de forma notable su hegemonía en Twitter.

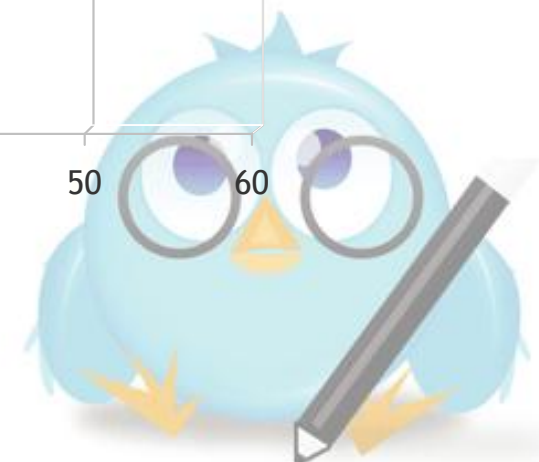
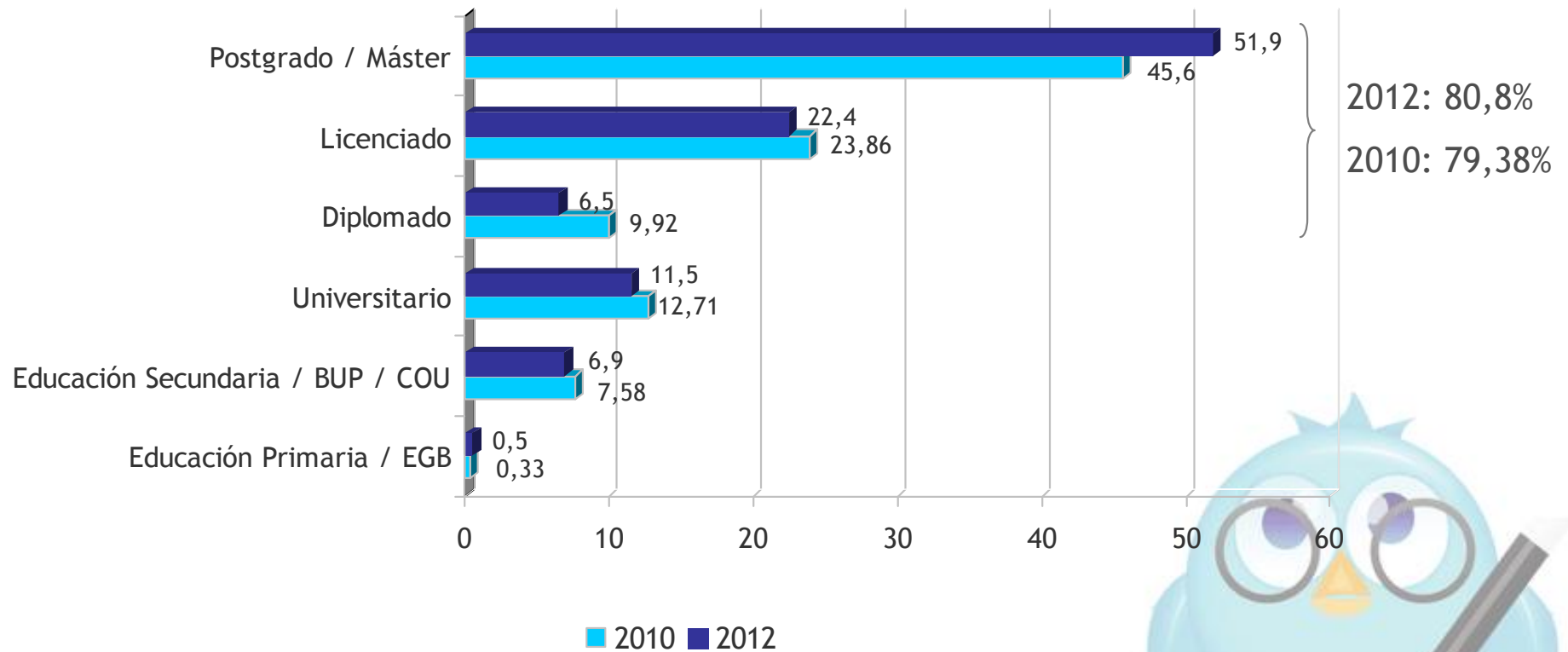


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



Nivel de estudios

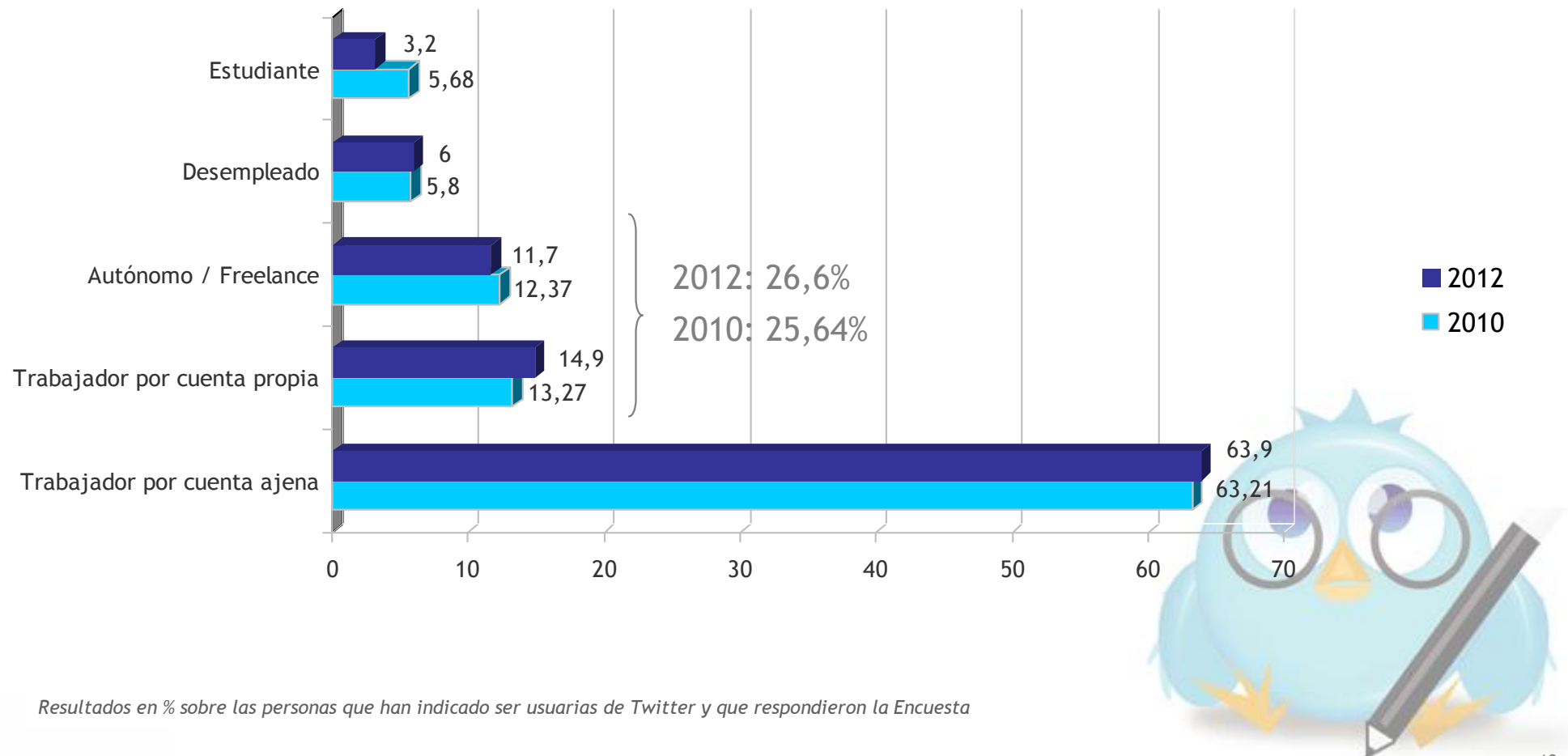
Al igual que en 2010, alrededor del 80% de los usuarios de Twitter tiene estudios superiores: 51,9% cuenta con Máster o Postgrado; 22,4% es licenciado/a; y un 6,5%, diplomado/a.



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

Situación laboral actual

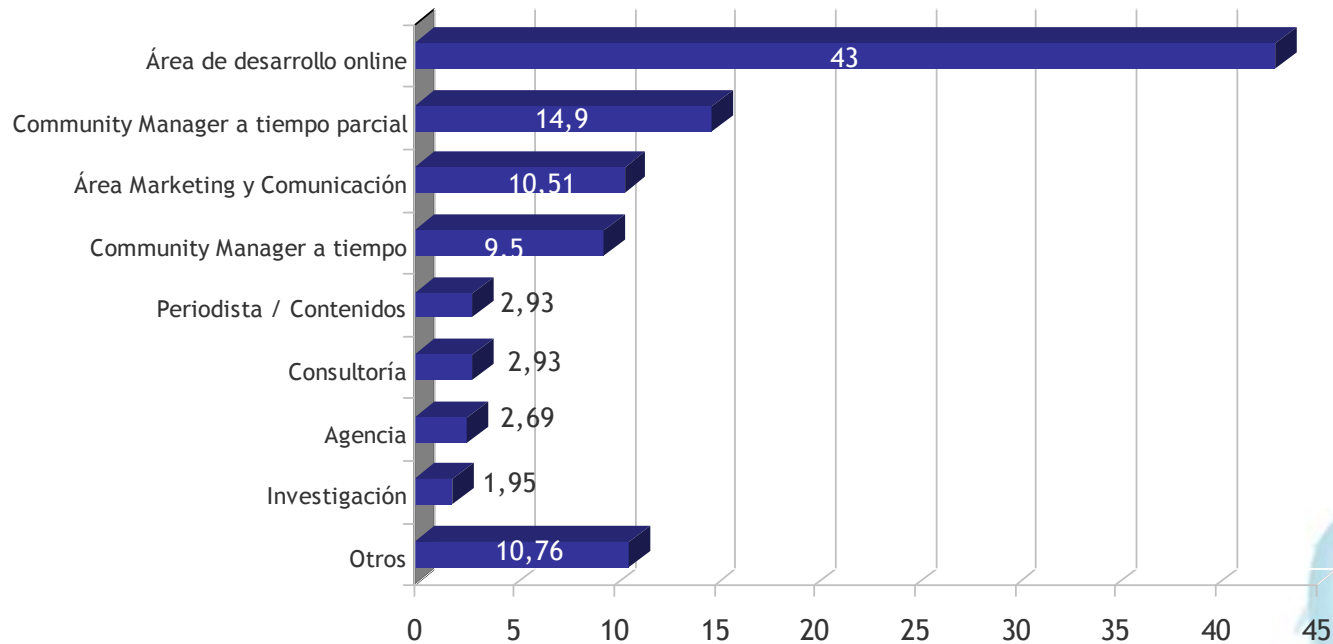
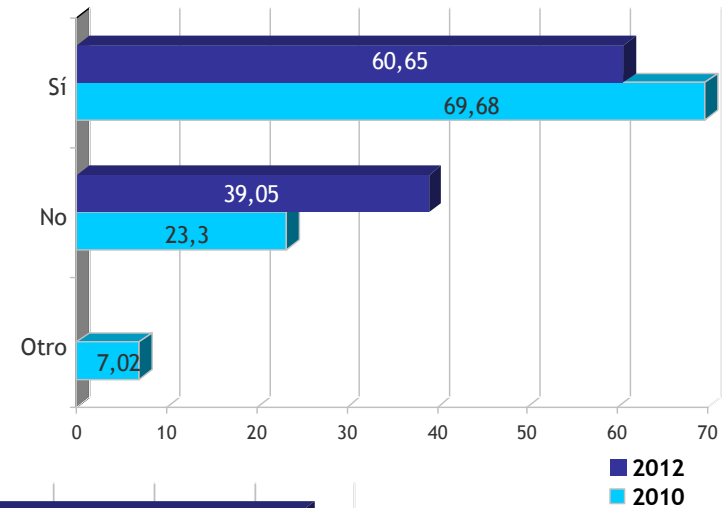
El 63,9% de los usuarios es trabajador/a por cuenta ajena frente a un 26,6% de trabajadores por cuenta propia o *Freelances*. Destaca un 6% de usuarios que se encuentra desempleado/a en el momento de realizar la encuesta



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

Relación profesional con el mundo online

Más del 60% de los usuarios de Twitter tienen alguna relación con el mundo online y Social Media.

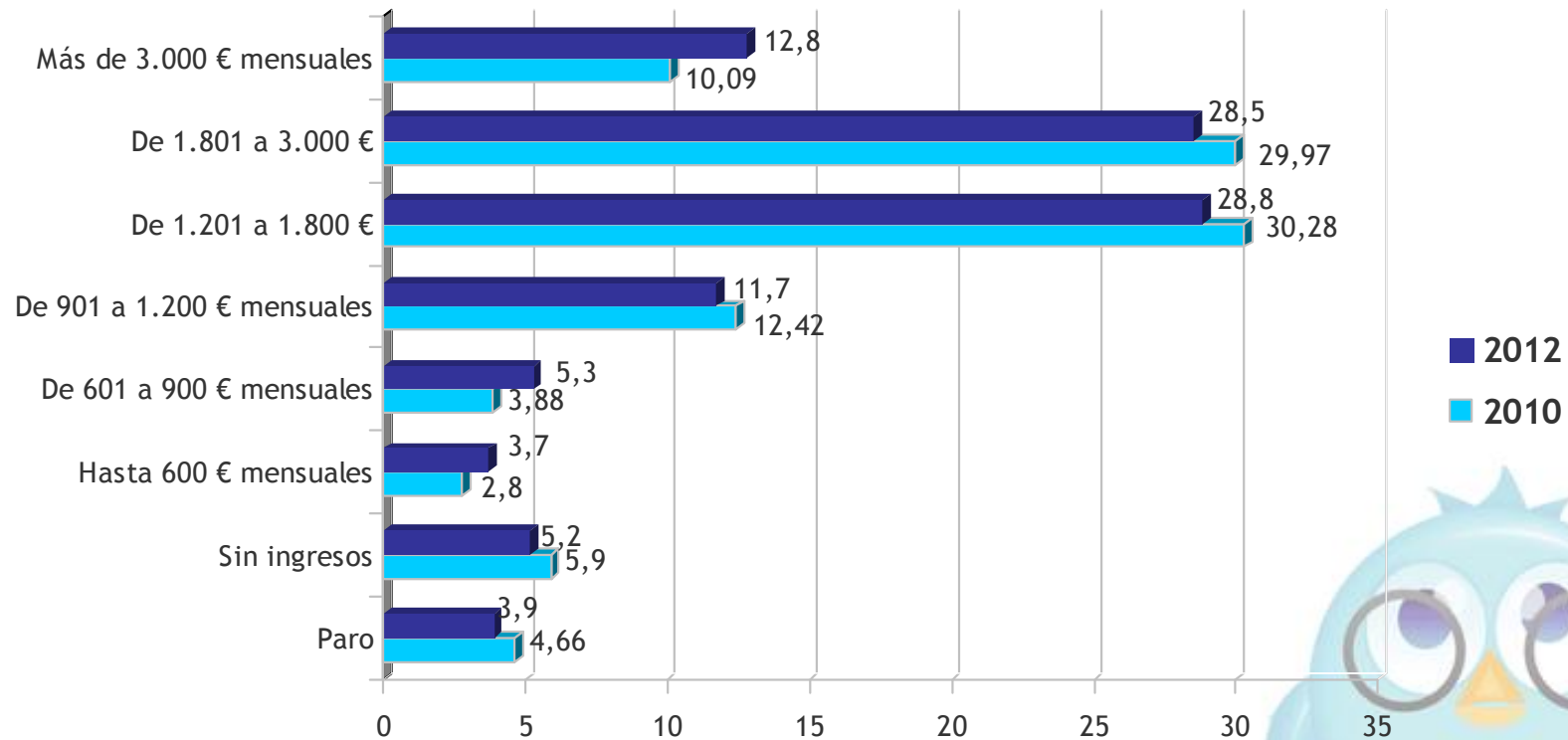


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



Nivel de ingresos de los usuarios españoles de Twitter

A nivel de ingresos, un 28,8% de los usuarios que ha respondido a esta pregunta afirma tener un salario neto mensual entre 1.201 a 1.800 €; un 28,5%, de 1.801 a 3.000 € netos mensuales.



Resultados en % sobre las personas que han respondido a esta pregunta

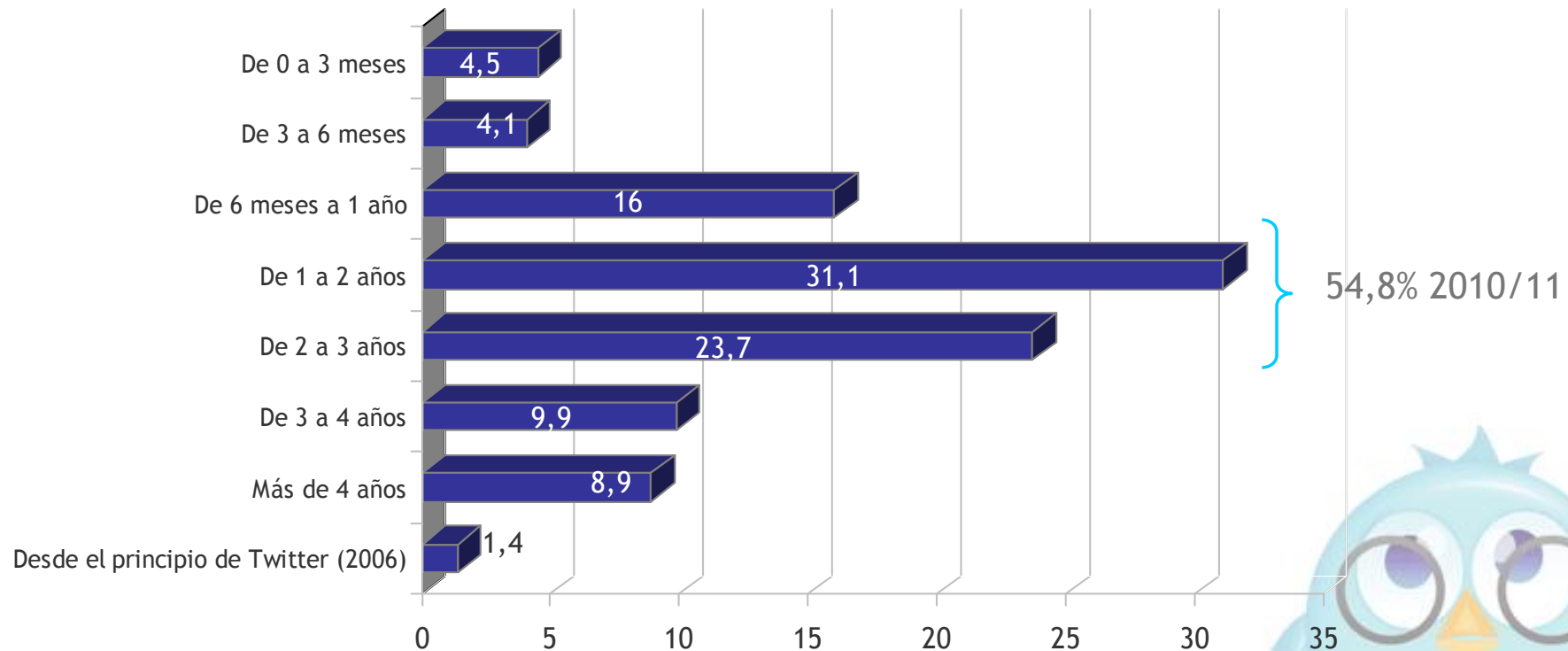


4. Resultados

4.2. Tus Inicios en Twitter

Tiempo que lleva en Twitter

Confirmamos datos: el boom de Twitter se dio en el año 2010-2011, con casi el 60% de los usuarios inscritos en ese período, aunque sigue creciendo.

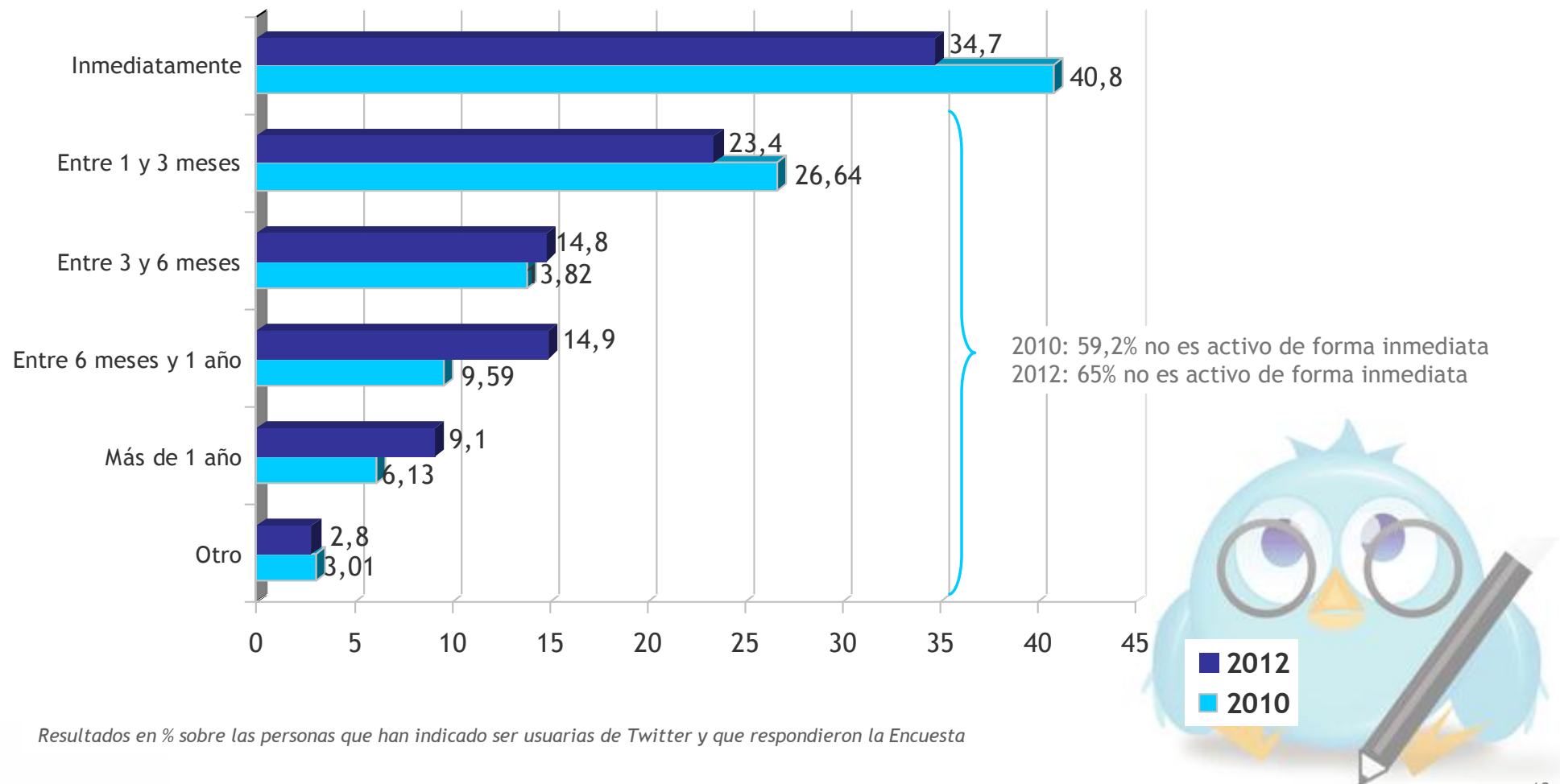


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



Inicio de actividad en Twitter

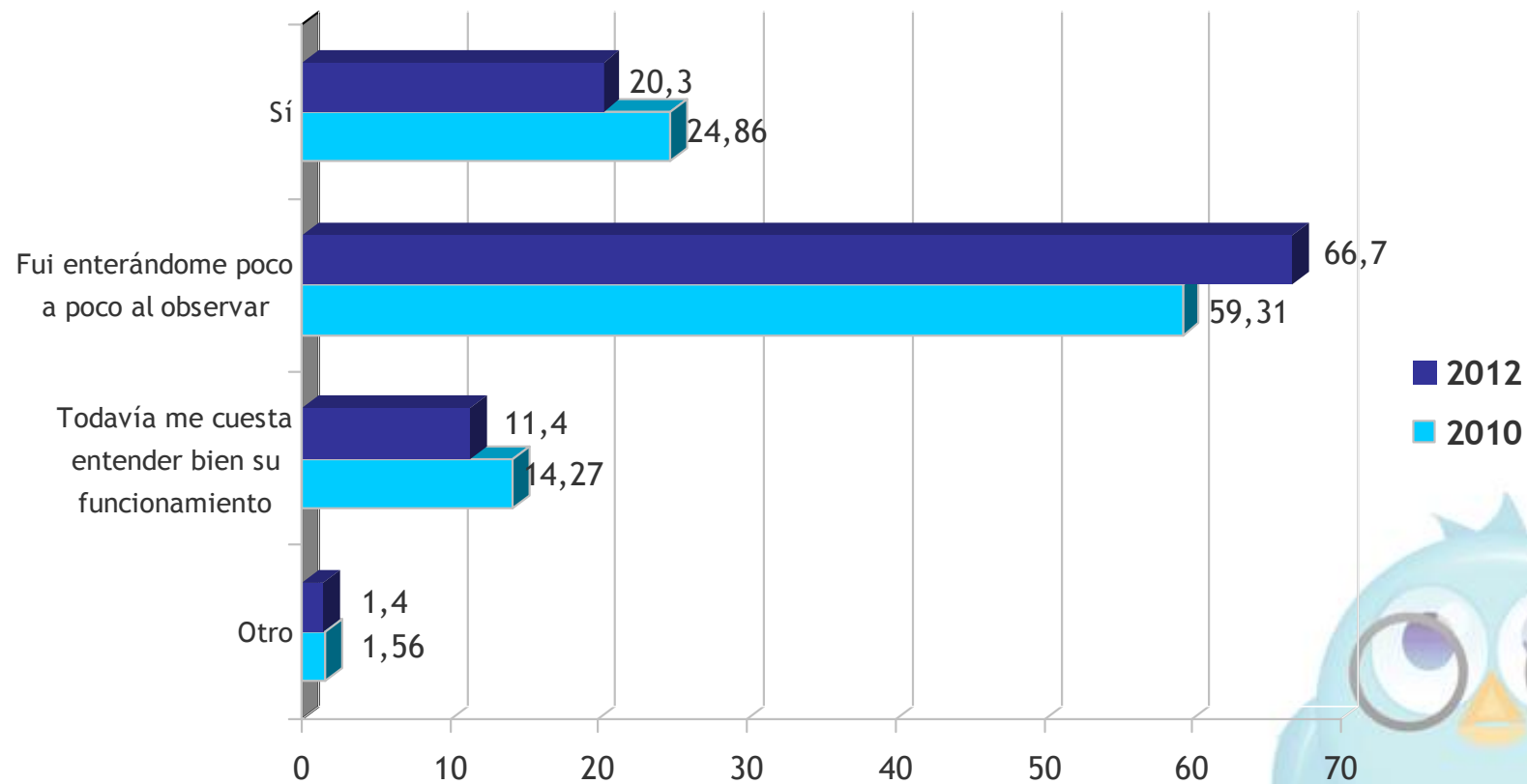
En 2012 el 65% de los usuarios no es activo de forma inmediata frente al 59,2% de 2010.



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

Comprensión del funcionamiento de Twitter

Sólo un 20% entiende inmediatamente su funcionamiento. Destaca el hecho que más de un 66,37% de los usuarios entiende su funcionamiento poco a poco al observar.



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



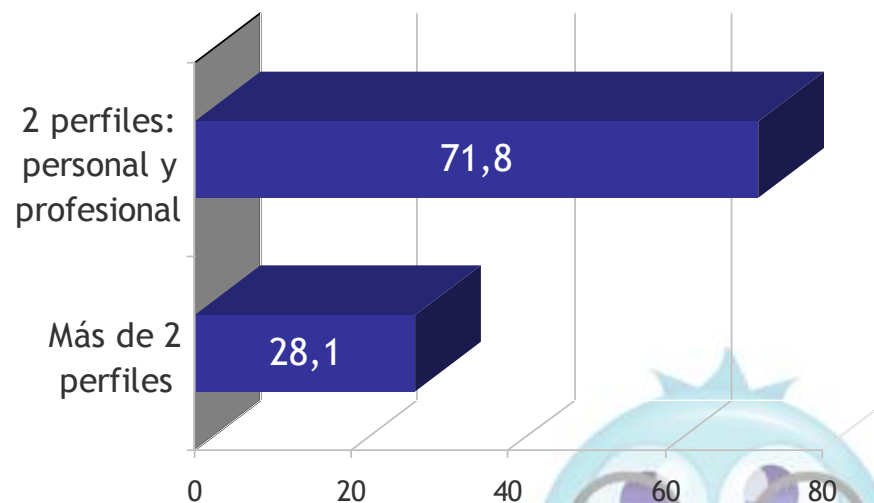
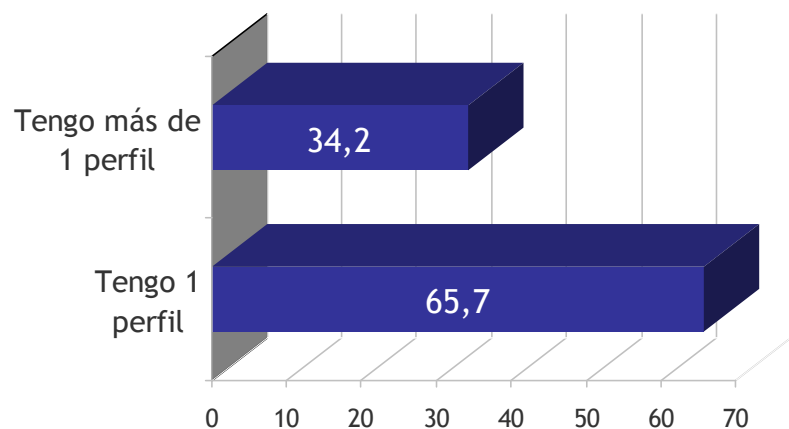
4. Resultados

4.3. Tu perfil en Twitter

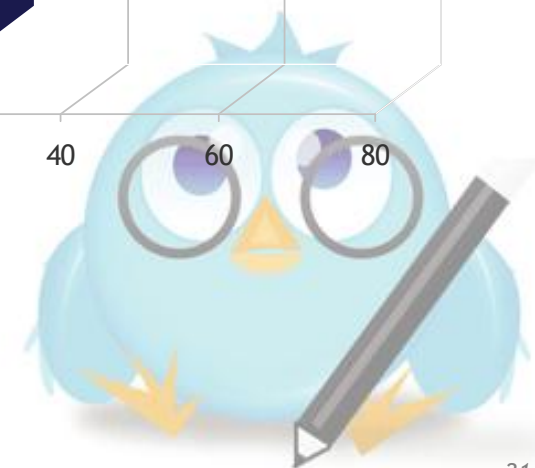
Perfiles que tiene un usuario

El 65,7% de los usuarios tienen un único perfil en Twitter.

El 71,8% de los usuarios con más de un perfil en Twitter, diferencian su presencia en Twitter a nivel profesional y personal gestionando una cuenta para cada vertiente.

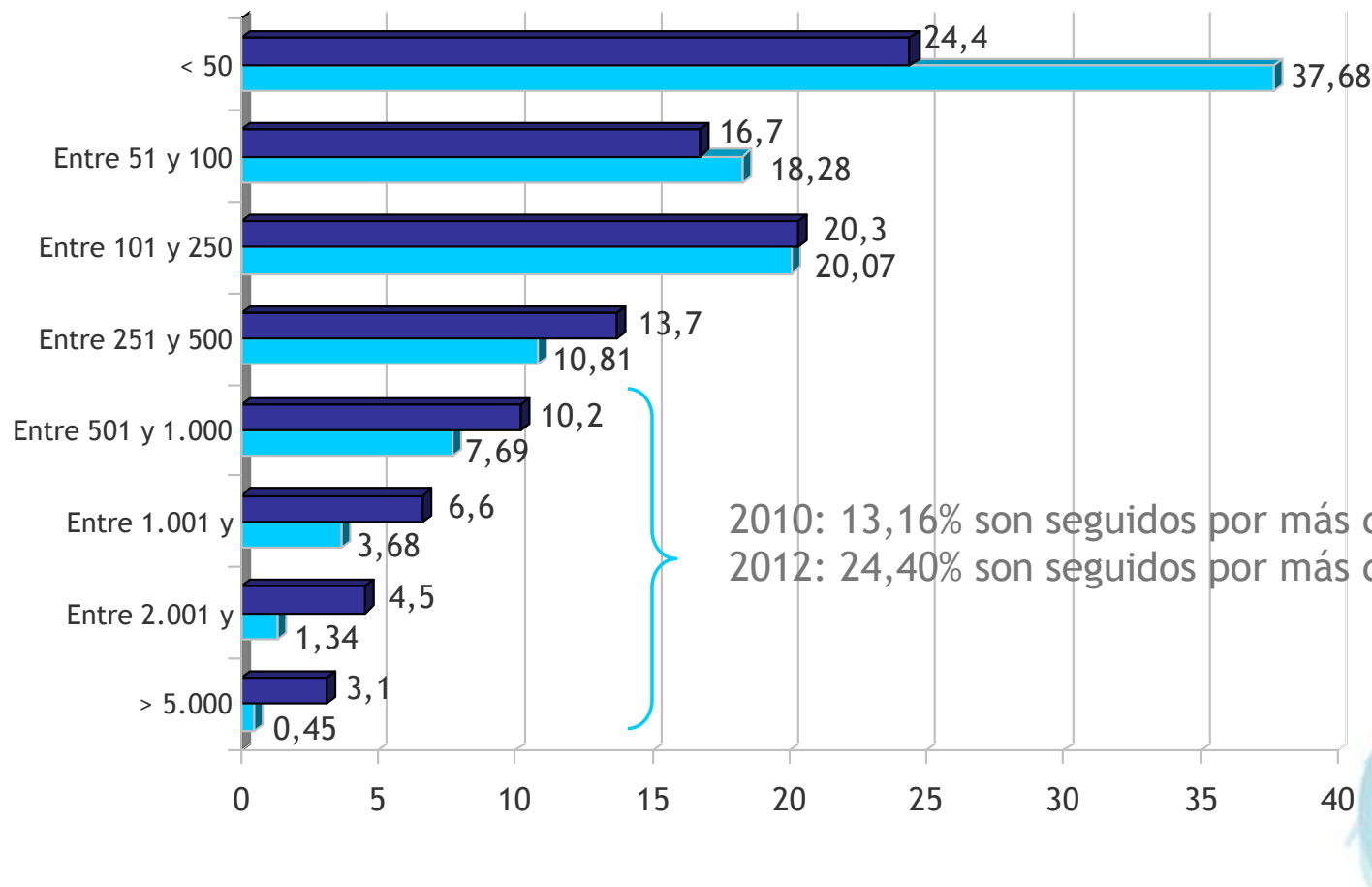


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



Número de followers

- Más del 41% de los usuarios es seguido por menos de 100 personas (55% en 2010)
- El 24,40% de los usuarios es seguido por más de 500 usuarios (13,16% en 2010)

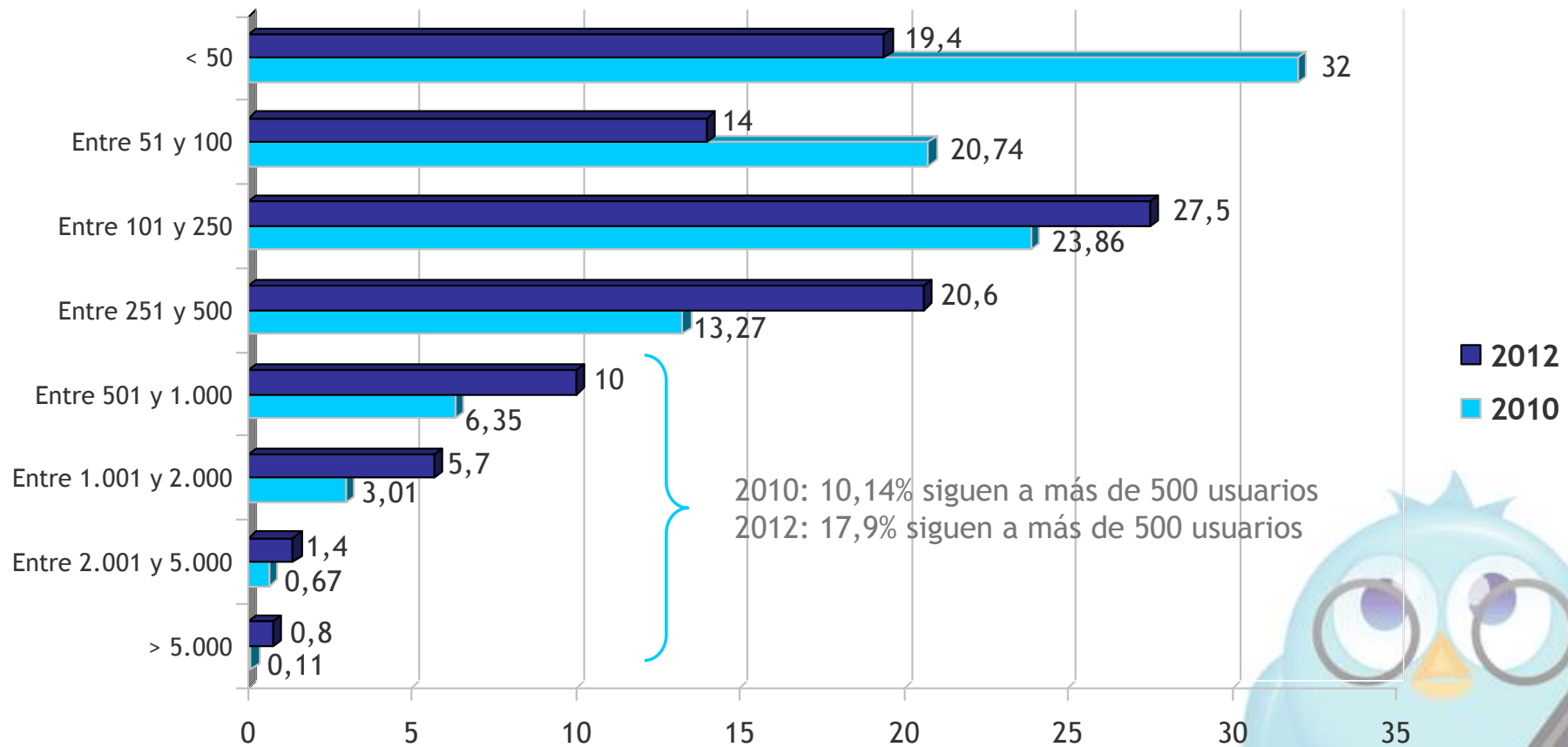


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



Número de followings

- Un 17% de los usuarios sigue a más de 500 usuarios (10,14% en 2010)
- El 48% de los usuarios sigue entre 100 y 500 usuarios (37,13% en 2010)

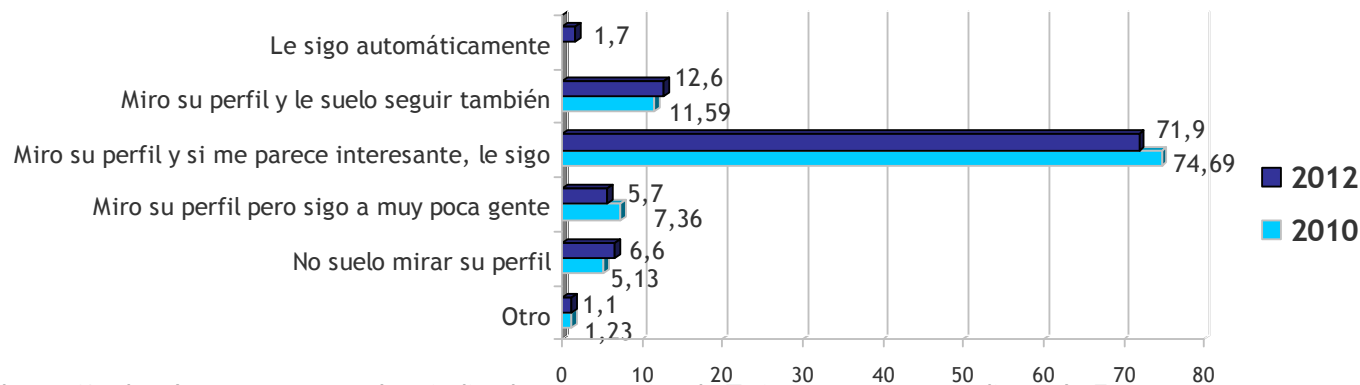


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



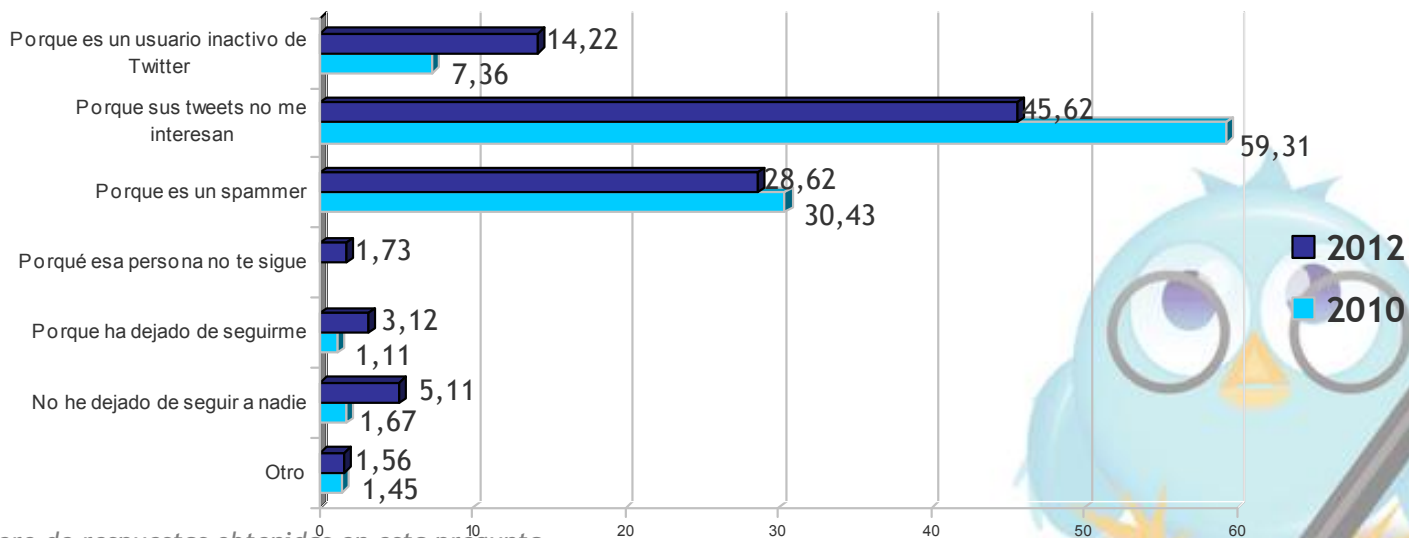
Seguimiento de usuarios en Twitter

¿Qué sueles hacer cuando alguien ha empezado a seguirte?: Más del 70 % de los usuarios mira el perfil de ese usuario y, si le parece interesante, empieza a seguirle.

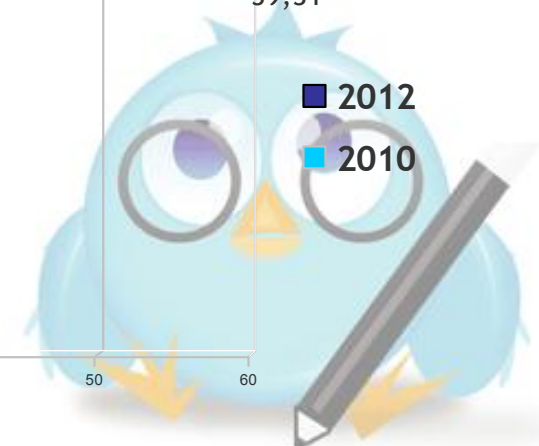


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

¿Por qué decides dejar de seguir a alguien?: el 45% de los usuarios deja de seguir a otro usuario de Twitter porque sus tweets no le interesan; el 28,62 % porque considera a ese usuario 'spammer'.

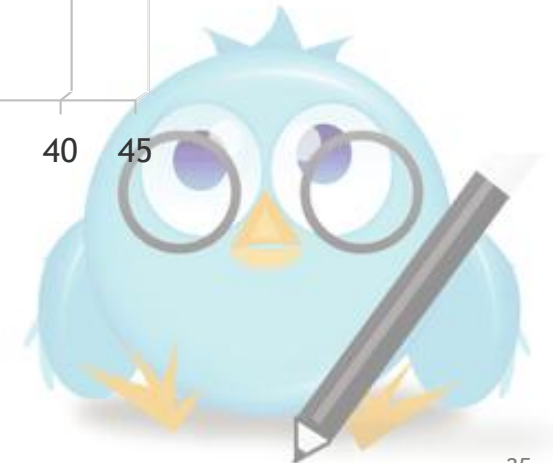
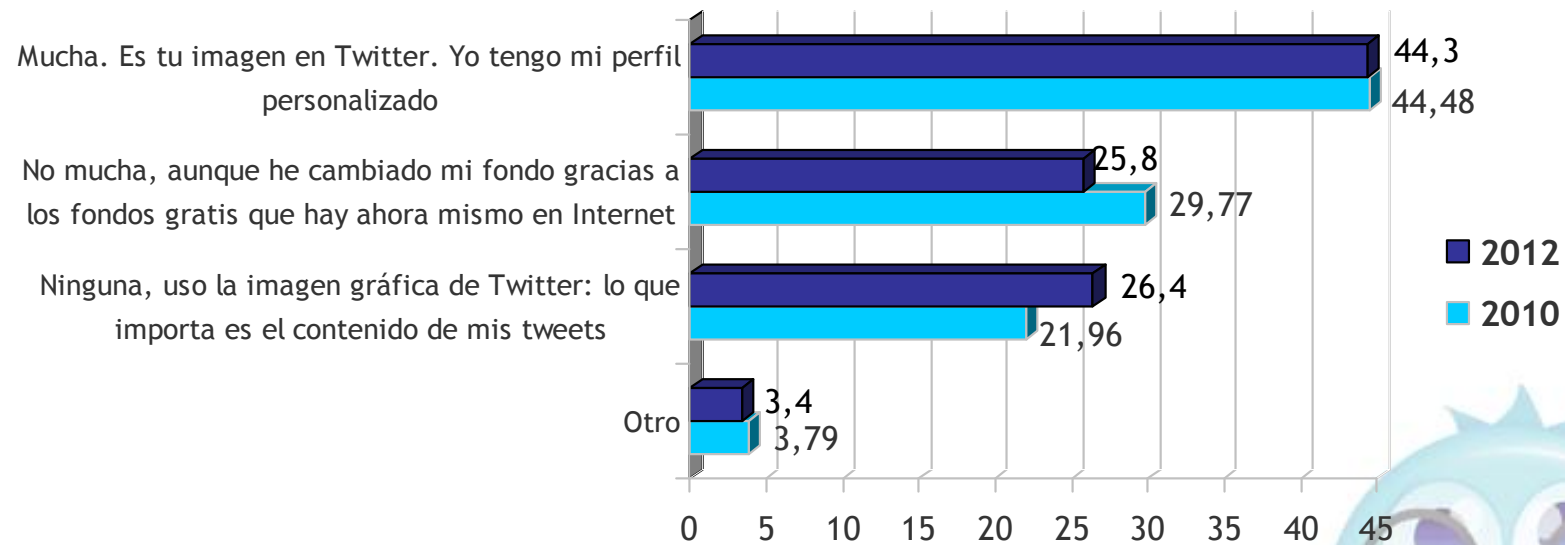


Resultados en % sobre el número de respuestas obtenidas en esta pregunta



Personalización gráfica del perfil

El 44,3% de los usuarios considera muy importante la personalización gráfica de su perfil porque es su imagen en Twitter. El 52,2% no le da ninguna o poca importancia.



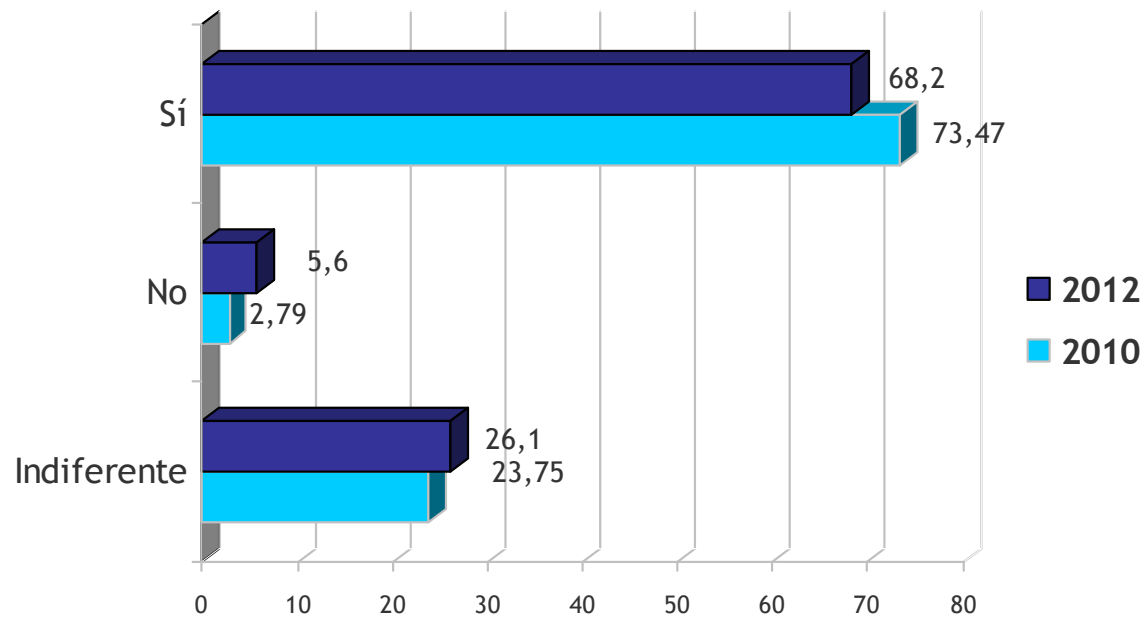
Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

4. Resultados

4.4. Empresas & Twitter

¿Los usuarios de Twitter están a favor de encontrarse empresas en Twitter?

Al 68% de los usuarios le gusta encontrar en Twitter a las empresas en las que confía, respecto al 73,47% que así lo manifestaron en 2010. Más de un 5% de los usuarios rechaza esta idea.

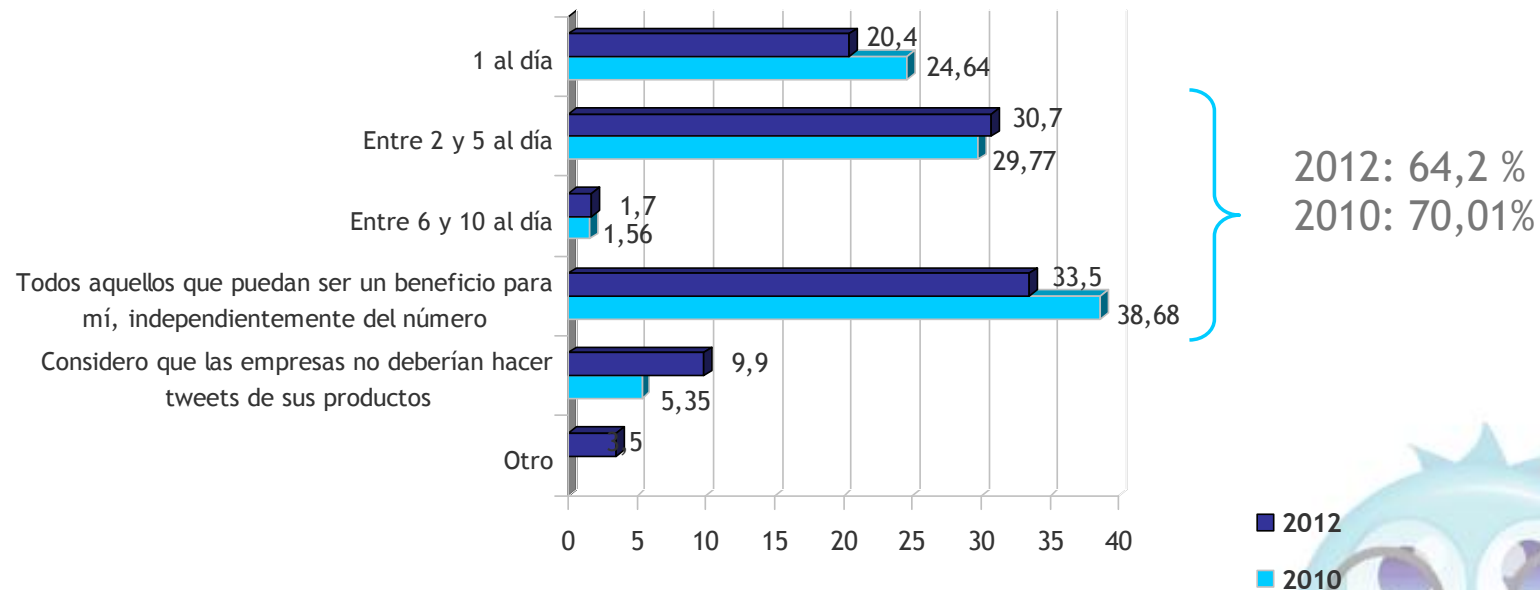


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

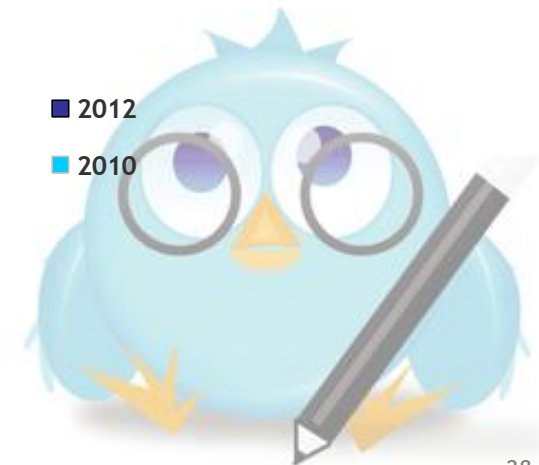


Tweets de las empresas

- Más del 64% de los usuarios está dispuesto/a a recibir varios *tweets* al día de empresas en las que confía y que comporten un beneficio para él/ella (70% en 2010).
- Casi el 10% de los usuarios no quiere ver *tweets* de las empresas en las que confía (5,35% en 2010)

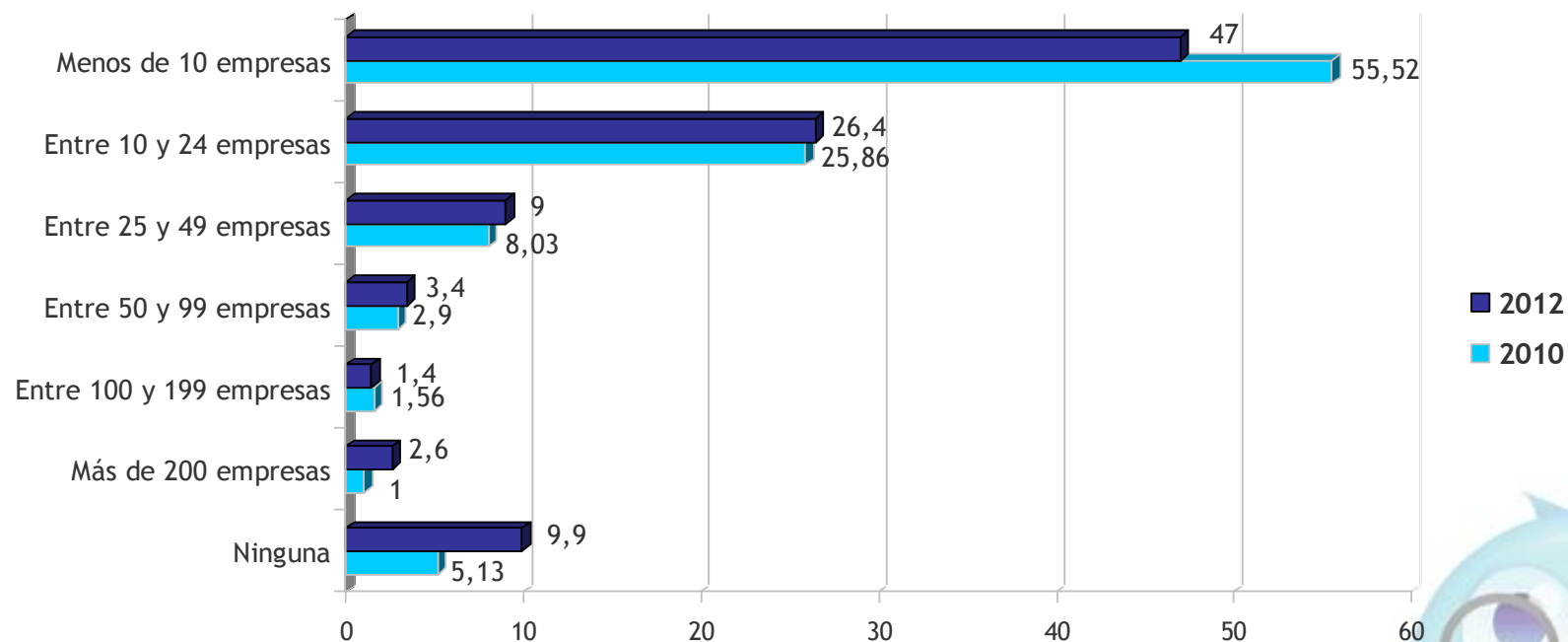


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

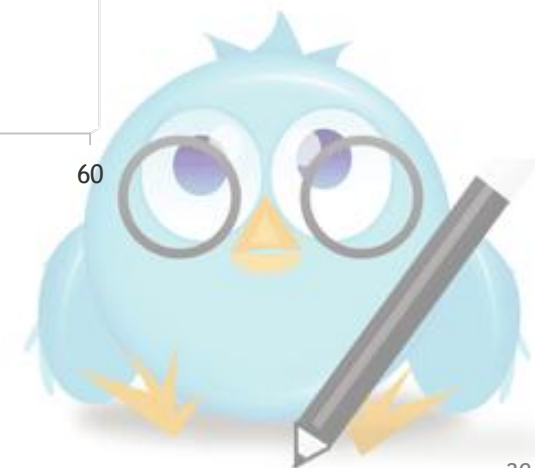


Usuarios que siguen a empresas en Twitter

Casi el 90% de los usuarios de Twitter sigue a alguna empresa.



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

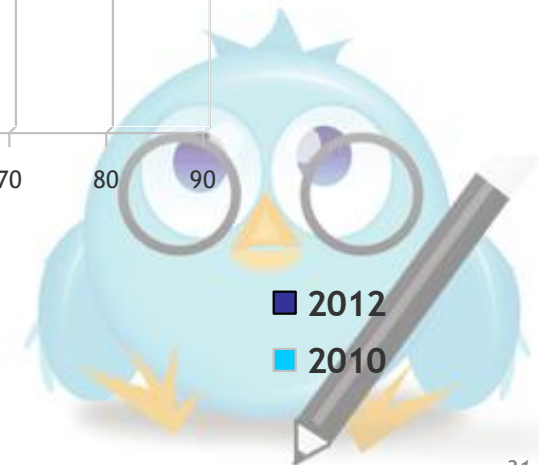
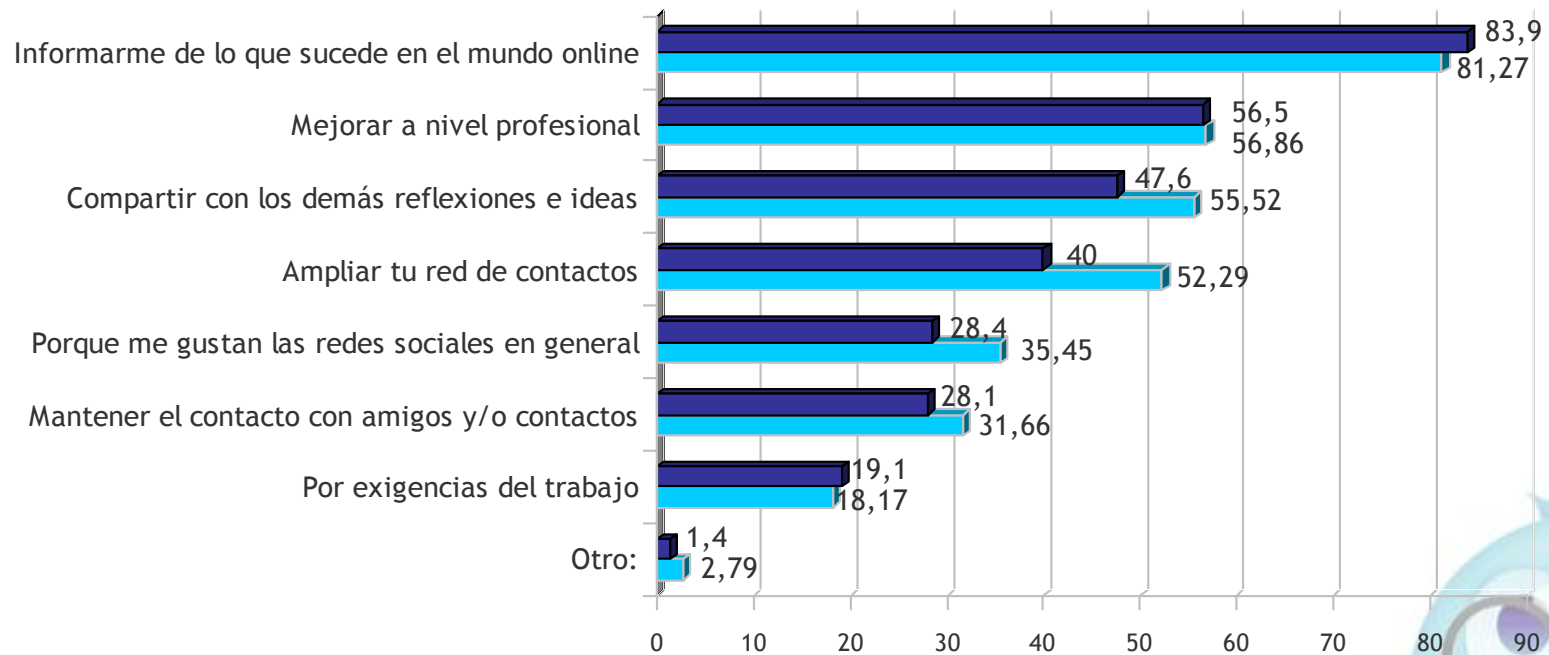


4. Resultados

4.5. Actividad en Twitter

Objetivo/s a la hora de utilizar Twitter

El objetivo más importante a la hora de usar Twitter es 'Informarme de lo que sucede en el mundo online' (opción seleccionada por el 83,9% de los usuarios).

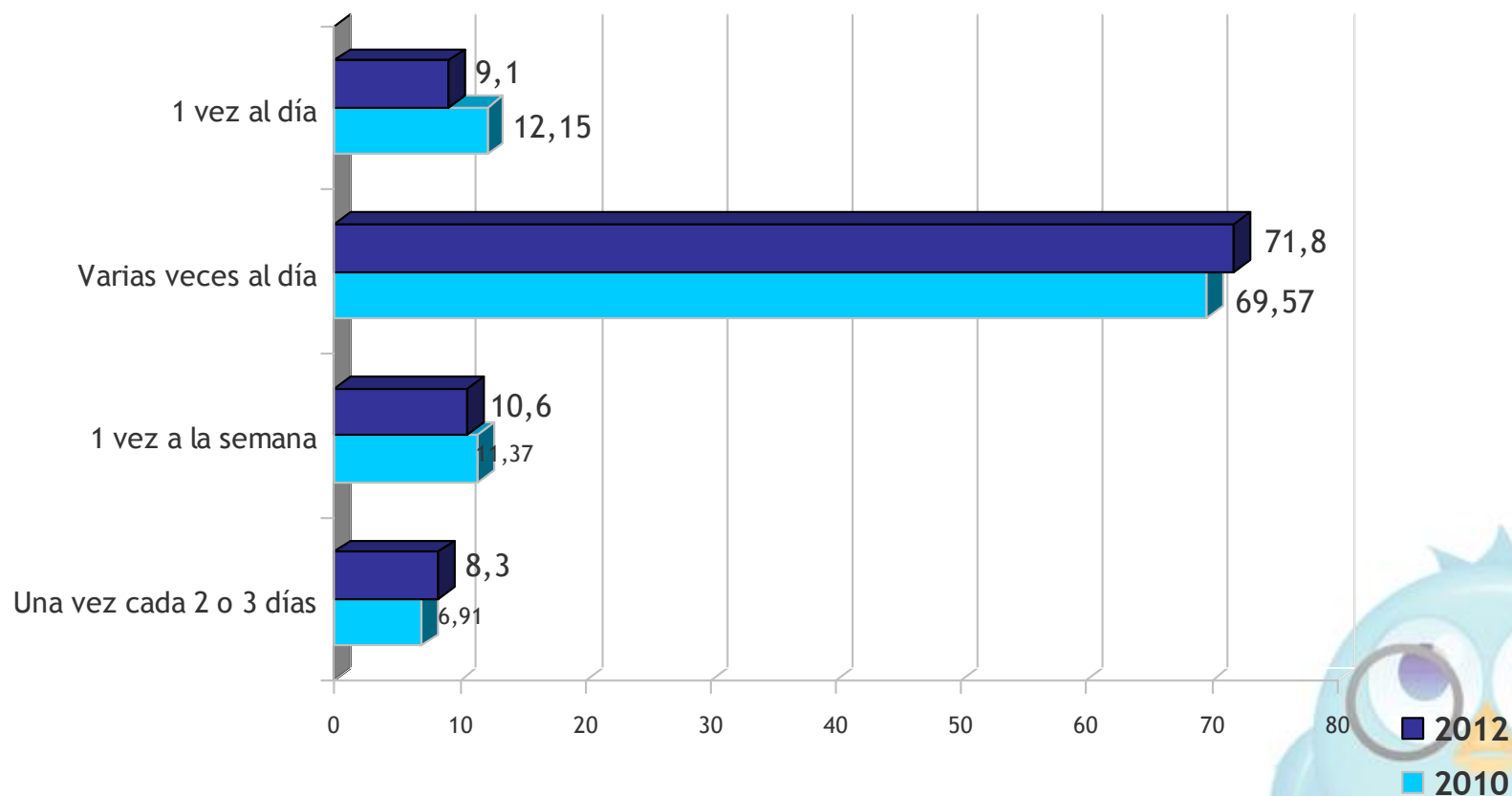


■ 2012
■ 2010

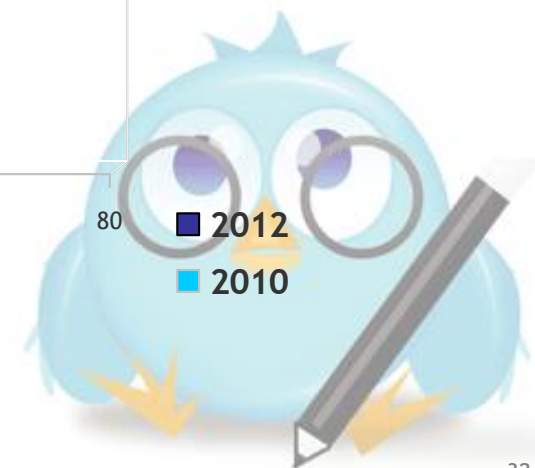
Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

Acceso a Twitter

El 71,8% de los usuarios acceden a Twitter varias veces al día.

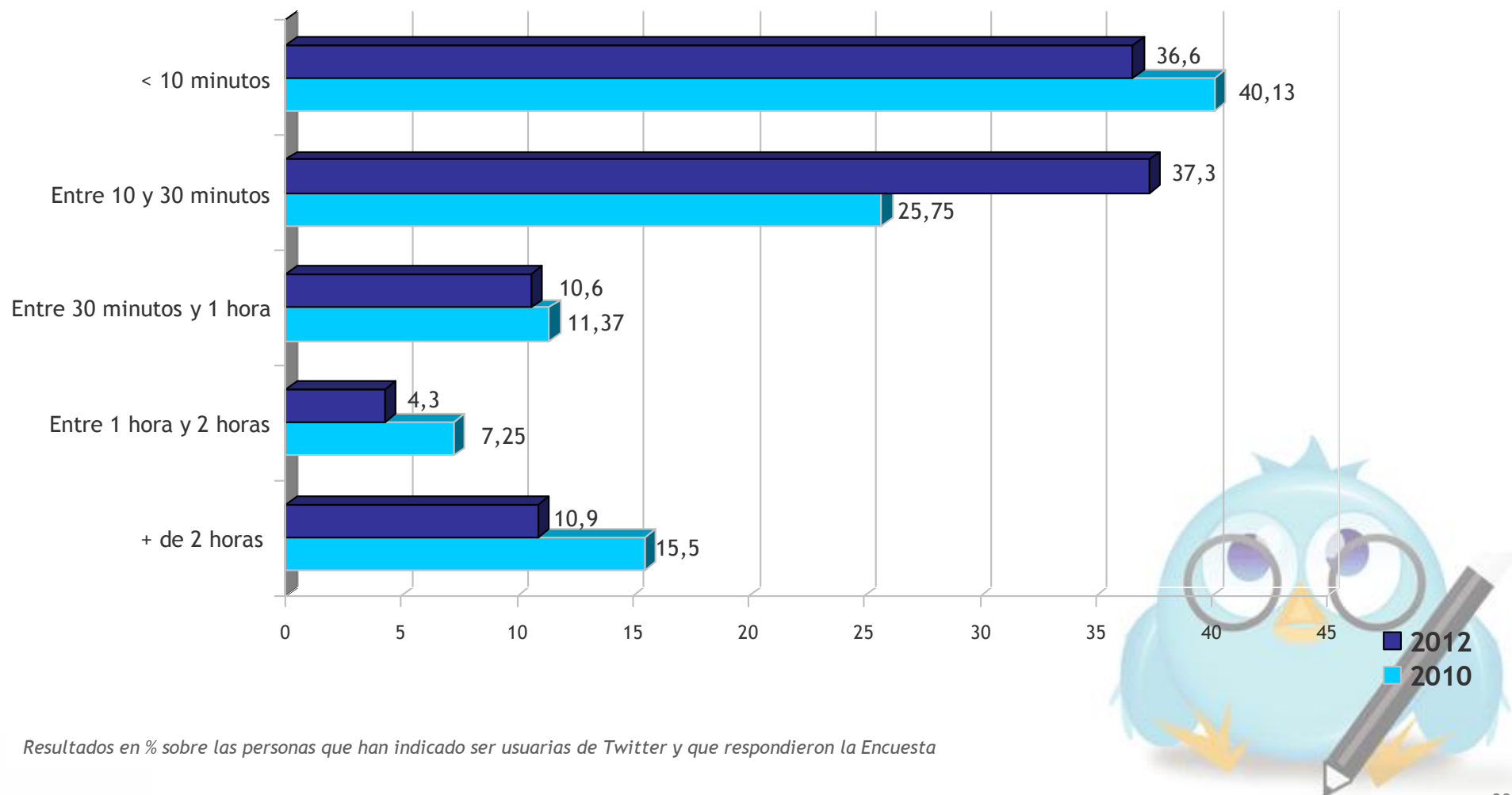


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



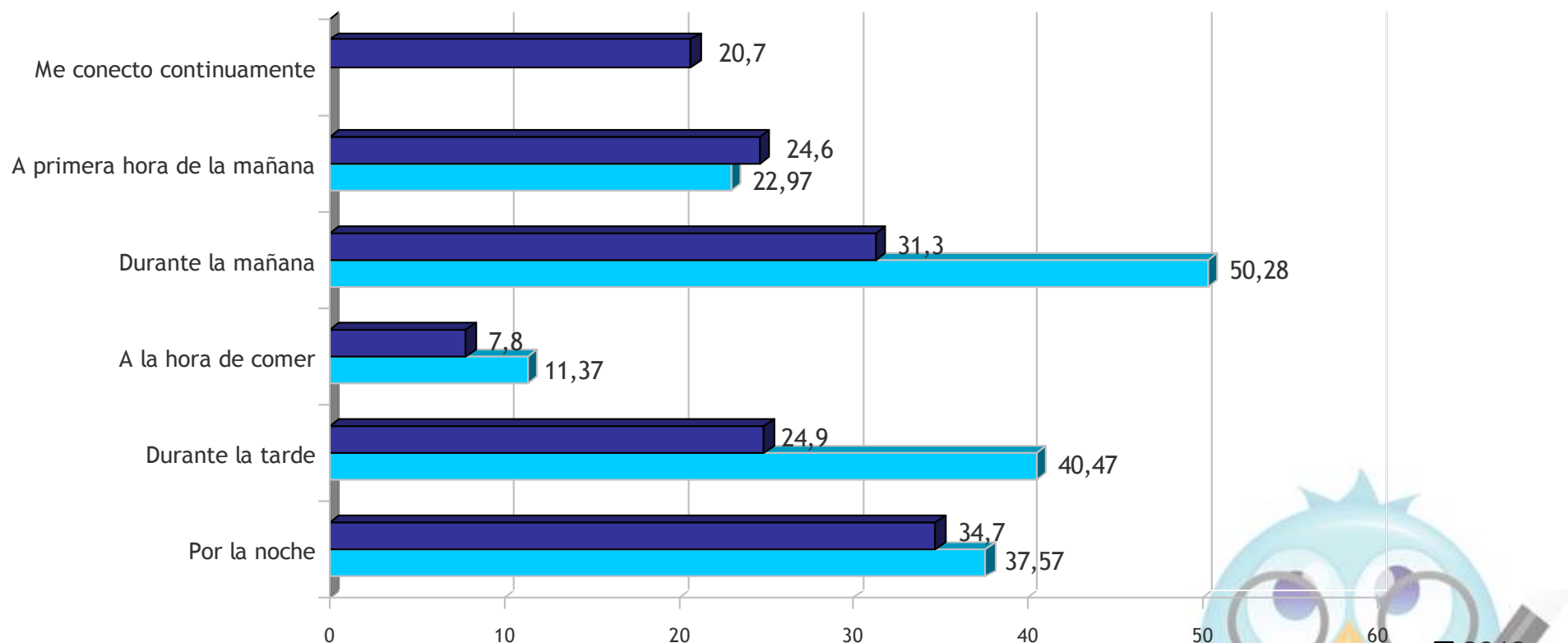
Duración de una sesión en Twitter

El 73,9% de los usuarios permanecen en Twitter menos de 30 minutos.

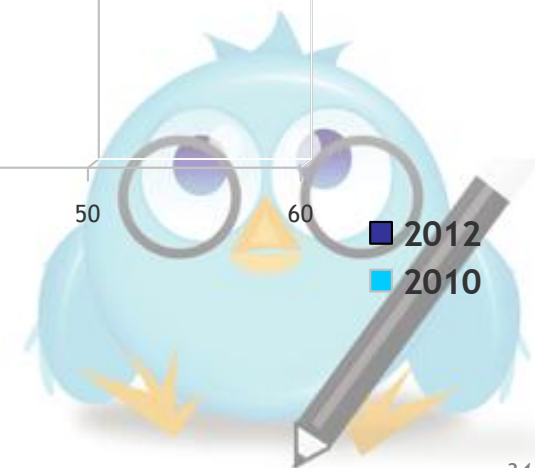


Acceso a Twitter por franja horaria

El 20,7% de los usuarios están conectados de forma continua a Twitter. El porcentaje restante, accede a Twitter a cualquier hora del día (la hora de comer es la franja horaria menos escogida).

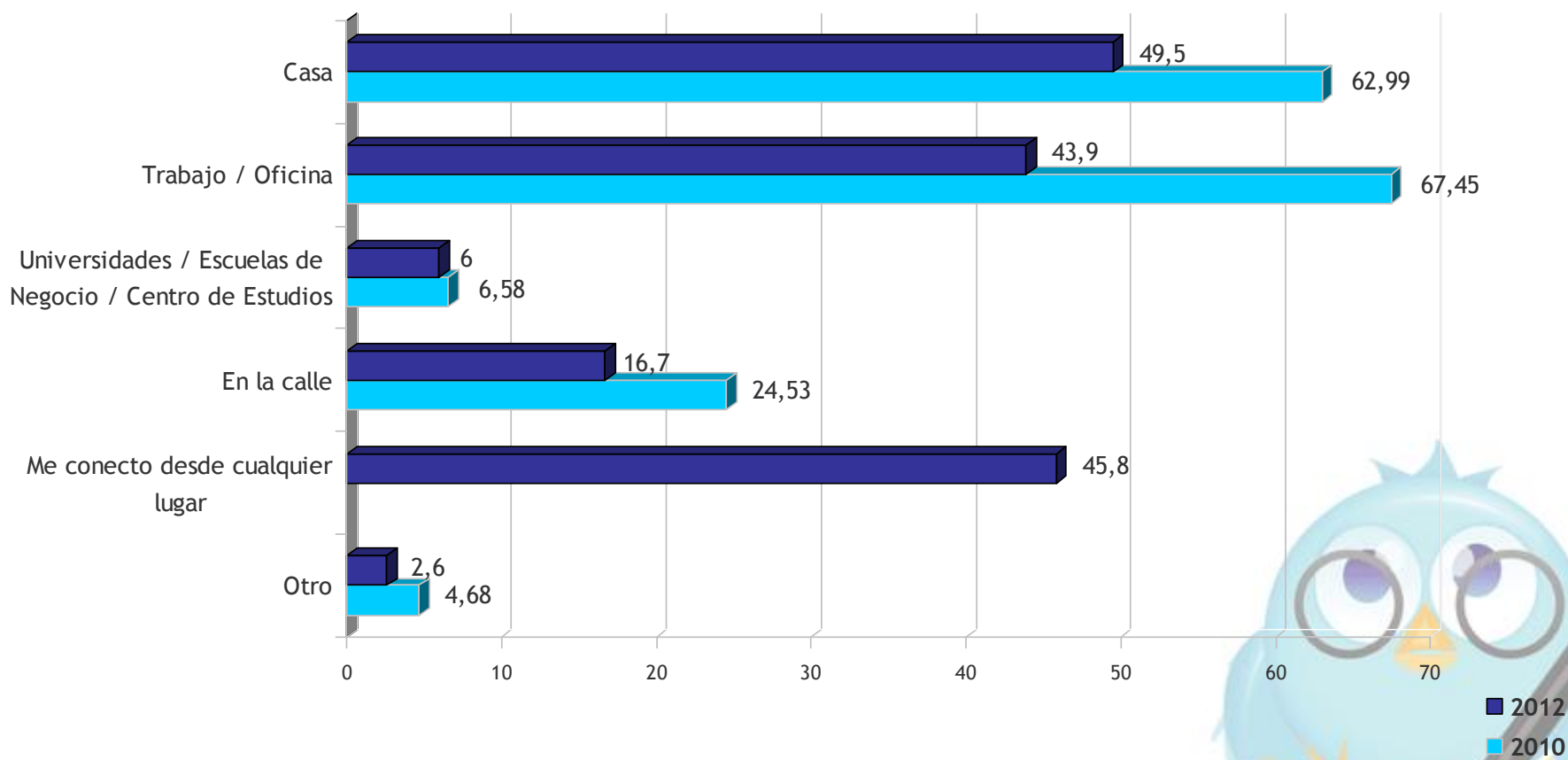


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

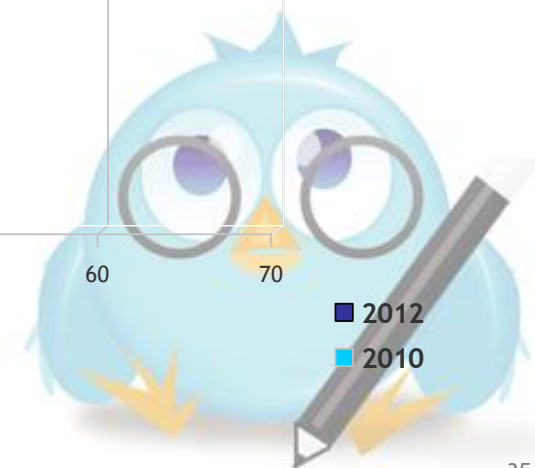


¿Desde dónde acceden los usuarios a Twitter?

El 45,8% de los usuarios de Twitter afirma que se conecta a esta red desde cualquier lugar.

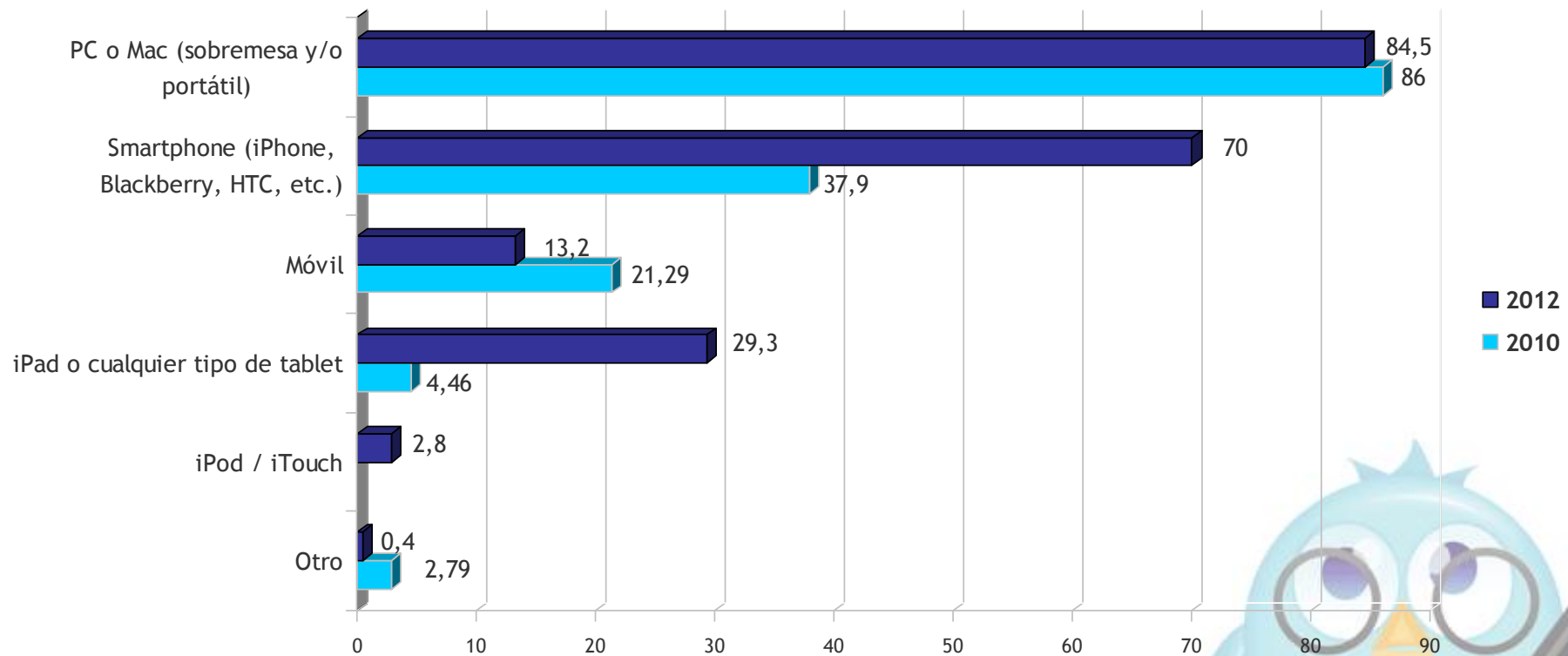


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

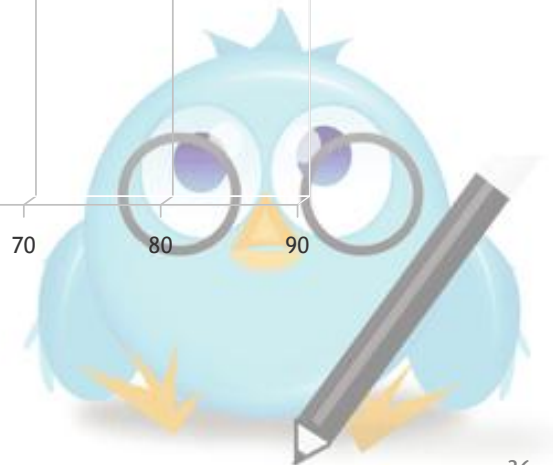


Dispositivos de acceso a Twitter

Se dispara el acceso a Twitter desde Smartphones: 37,9% en 2010 frente a 70% en 2012



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

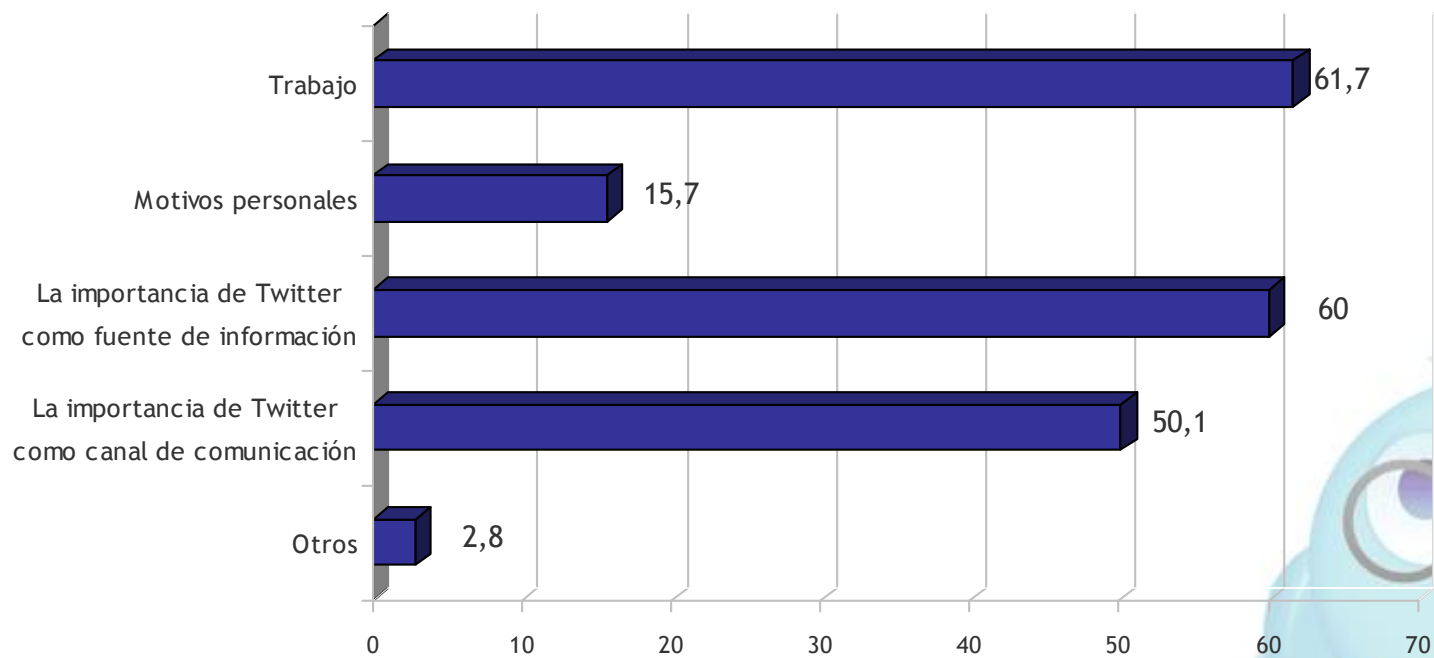


Cambio de uso de Twitter desde el inicio hasta ahora

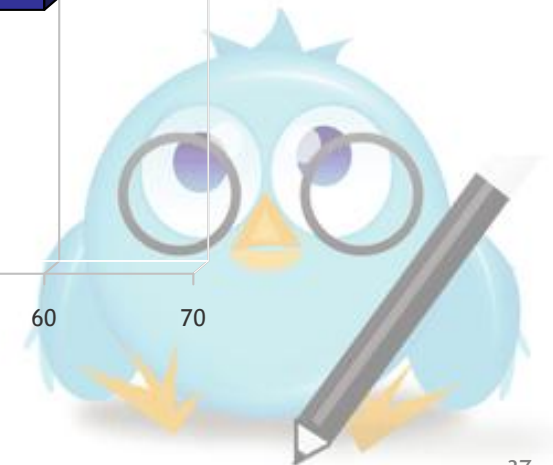
El 56% de los usuarios ha cambiado el uso que hace de esta red de microblogging desde que empezó a usarla hasta ahora



‘Trabajo’ (61,7%) y ‘La importancia de Twitter como fuente de información’ (60%) principales motivos por los que un usuario ha cambiado el uso que hace de esta red social.



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

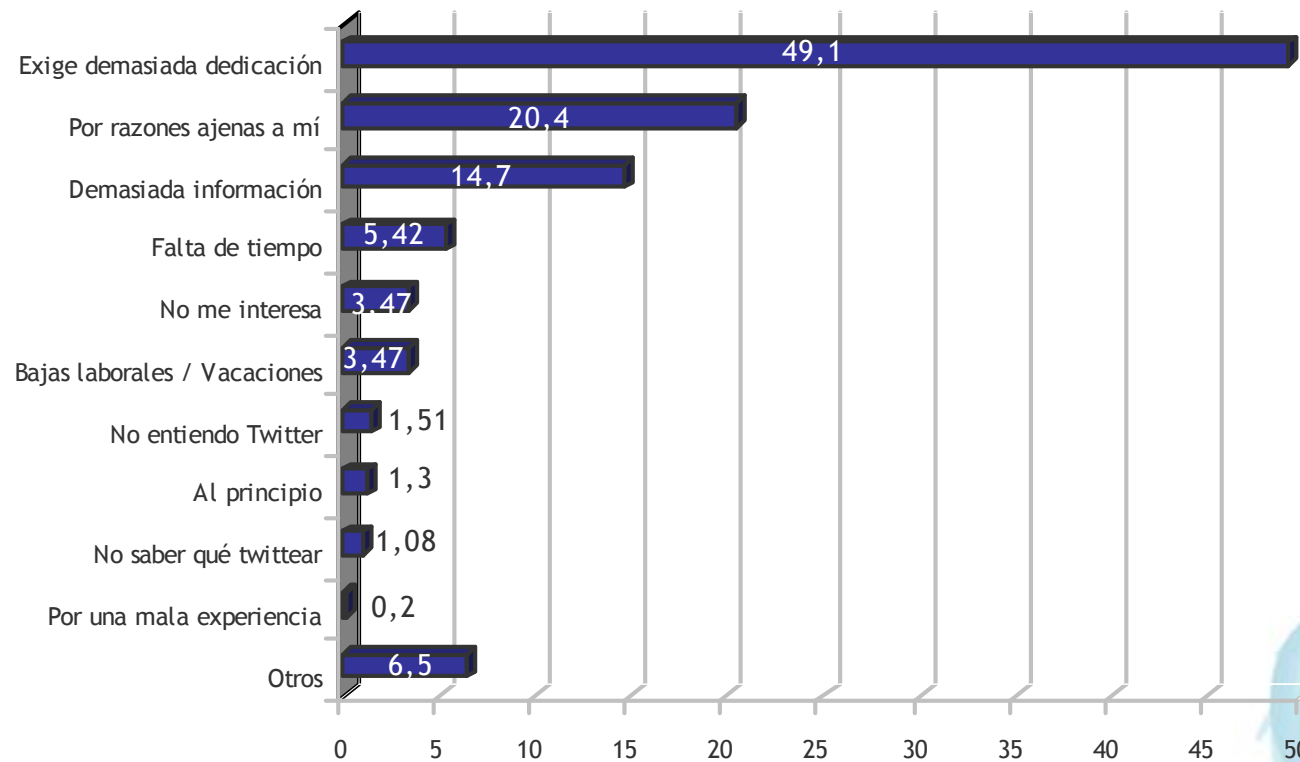


Inactividad en Twitter

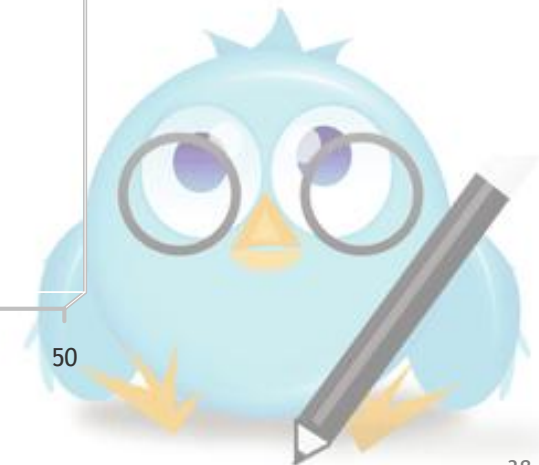
El 62,4% de los usuarios afirma haber tenido épocas de inactividad en Twitter.



El 49% de los usuarios que han tenido alguna época de inactividad en Twitter alega como causa principal que 'Exige demasiada dedicación' (49,1%)

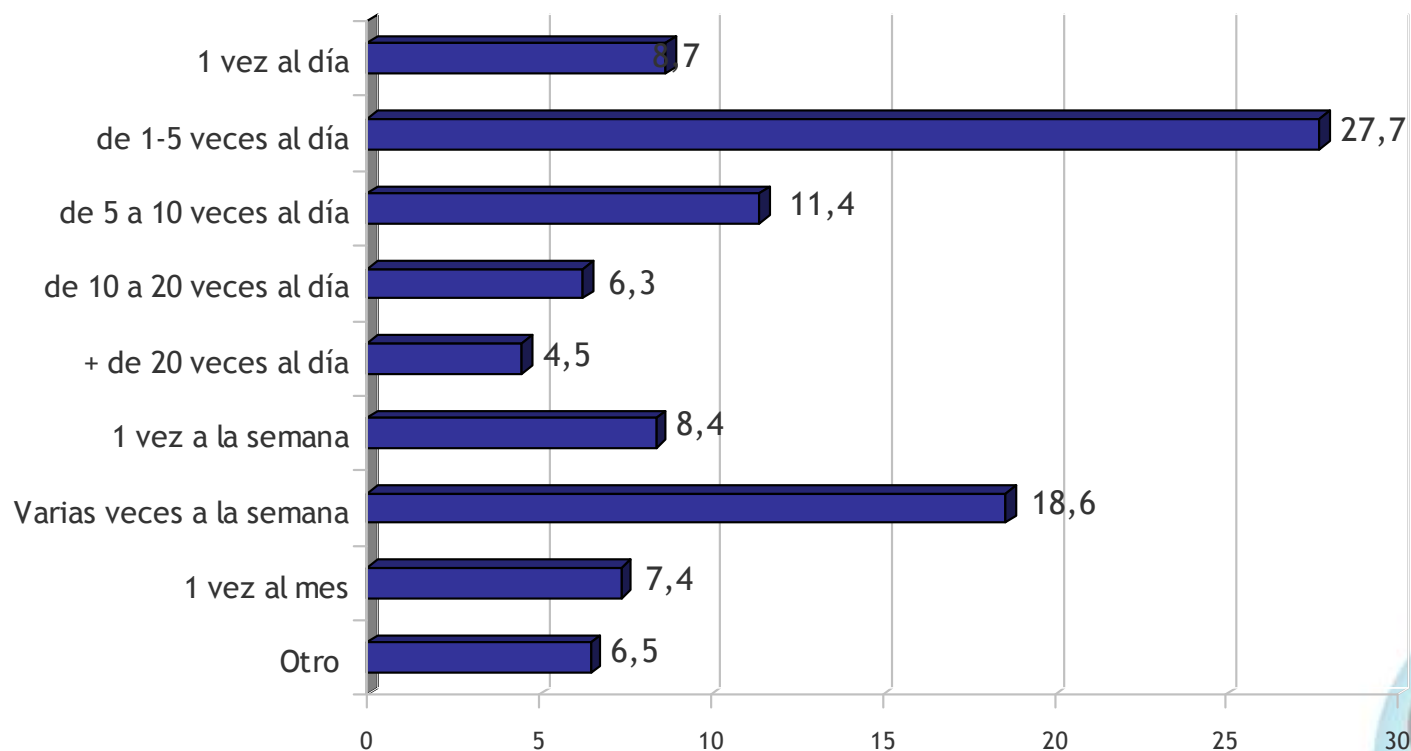


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



Publicación de Tweets

Casi el 59% de los usuarios publica al menos 1 tweet al día.

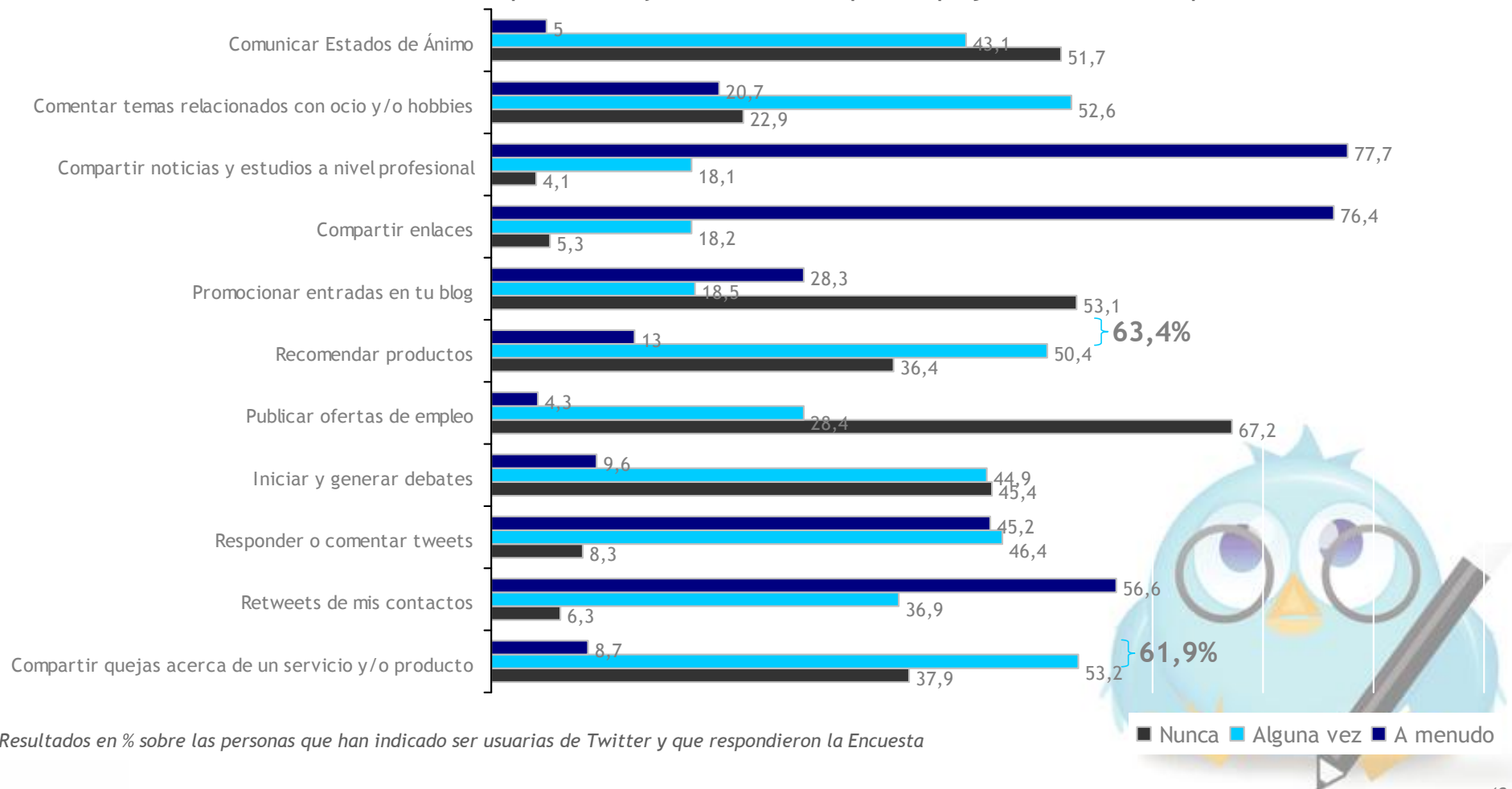


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



Tipología de Tweets publicados

- Los tweets más publicados son aquellos en los que se comparten noticias y estudios a nivel profesional (77,7%) y enlaces en general (76,4%).
- Los menos publicados: el 67,20 de los usuarios nunca han publicado ofertas de trabajo, ni promocionado entradas en su blog (53,1%) y tampoco ha comunicado sus estados de ánimo (51,7%).
- Un 63,4% de los usuarios recomienda productos y un 61,9%, comparte quejas acerca de un producto o servicio.

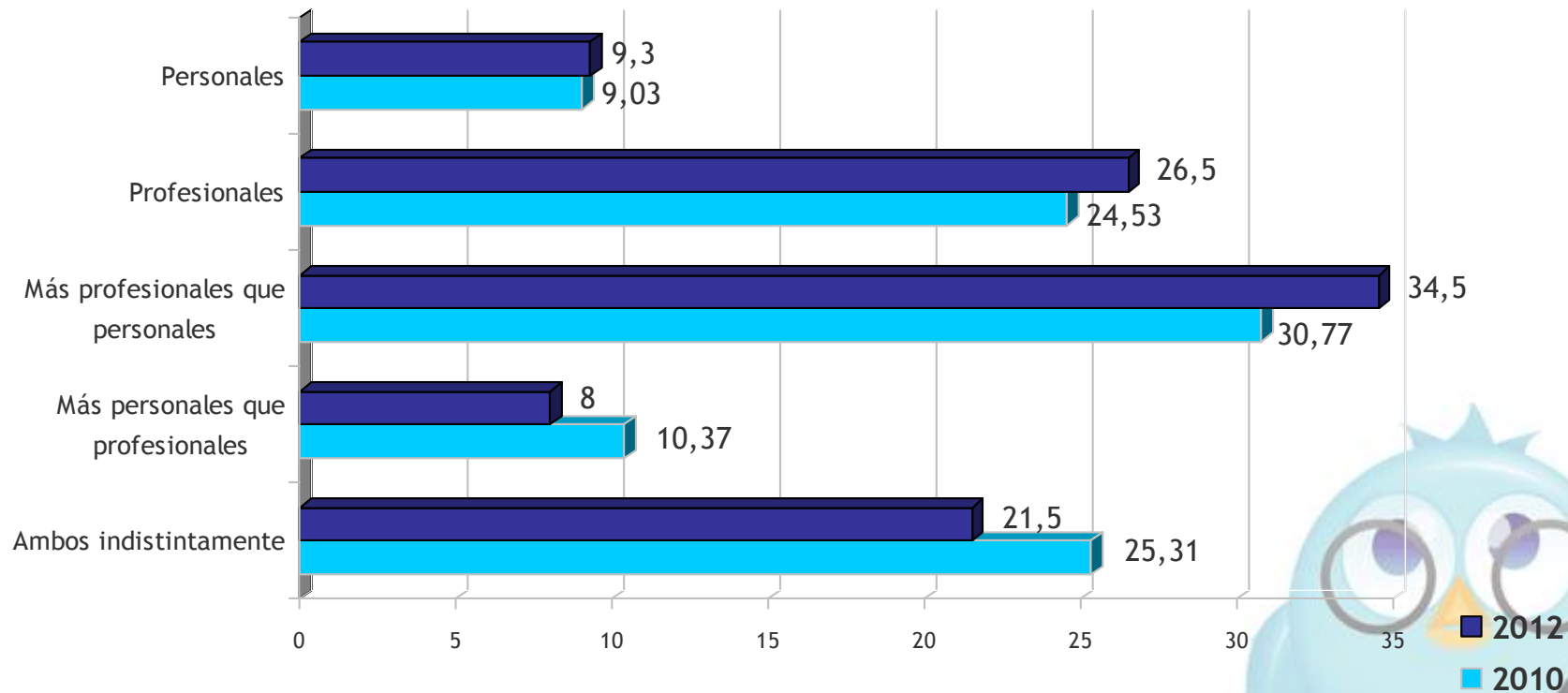


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

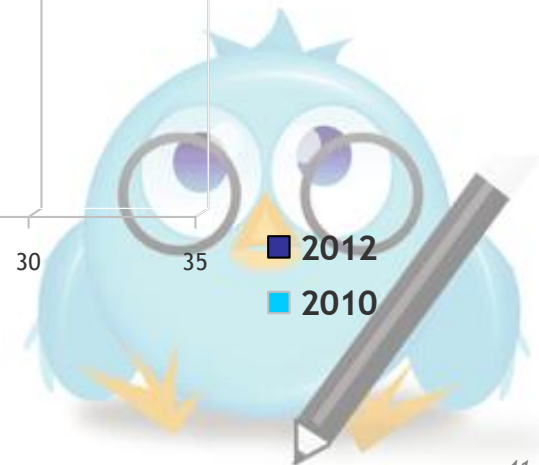
Uso profesional/personal de Twitter

Desde 2010 y hasta la fecha, se confirma la tendencia hacia la profesionalización de Twitter porque:

- Mientras que más de un 26,5% de los usuarios usa Twitter con fines exclusivamente profesionales, sólo un 9,3% de los usuarios lo usa de forma personal.
- Un 34,5% de los usuarios publica más tweets profesionales que personales; frente a un 8%, que publica más tweets personales que profesionales.



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

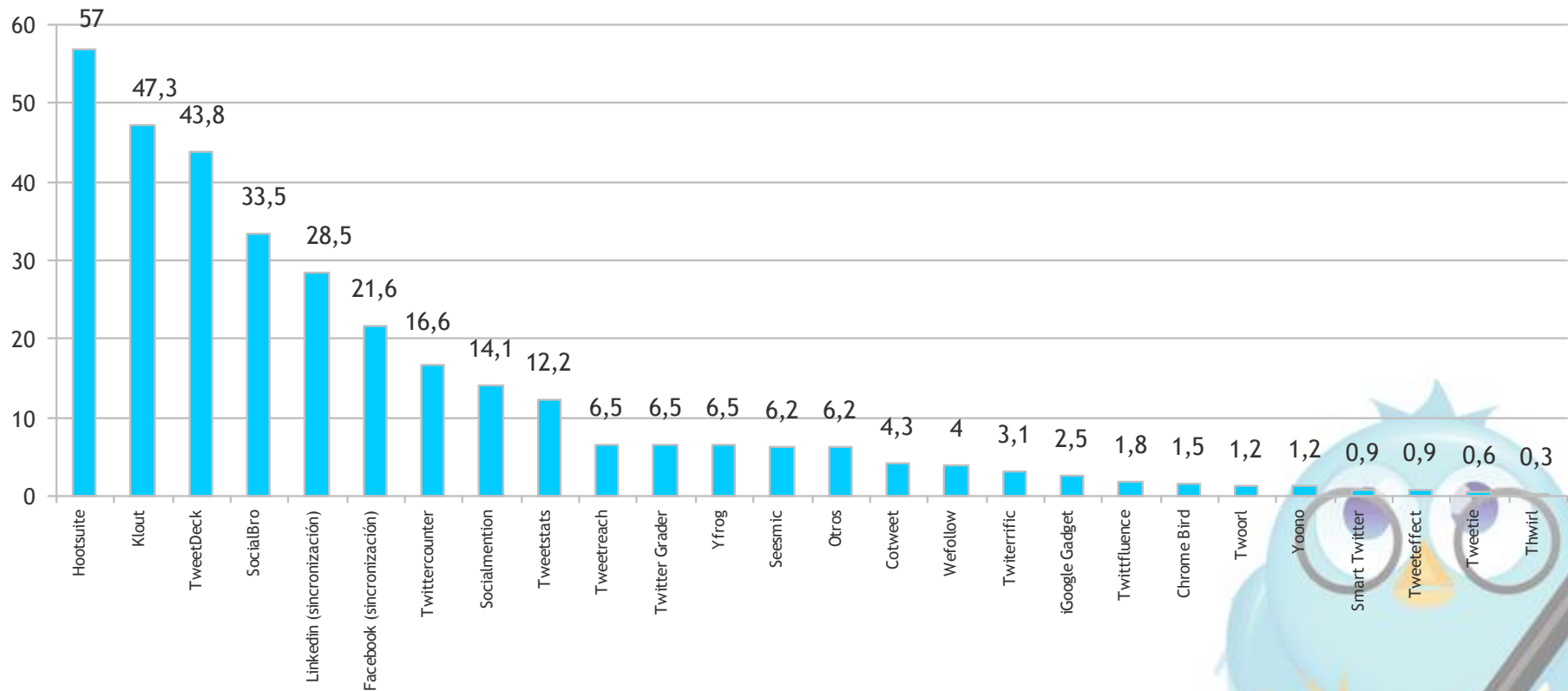


Uso de herramientas web para gestionar y medir los perfiles en Twitter

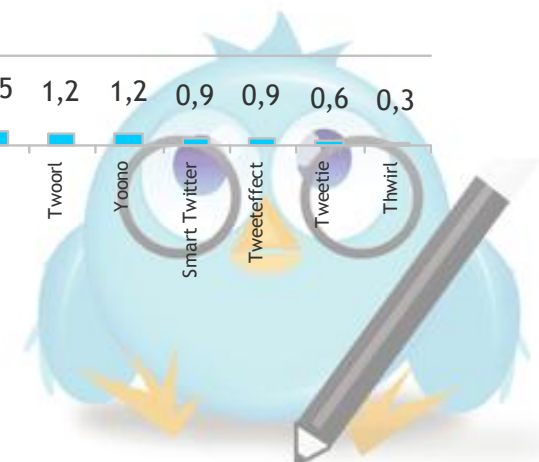
Casi la mitad de los usuarios utiliza alguna herramienta web para medir y gestionar su perfil en Twitter:



Herramientas más utilizadas: Hootsuite (57%), Klout (47,3%) y TweetDeck (43,8%)

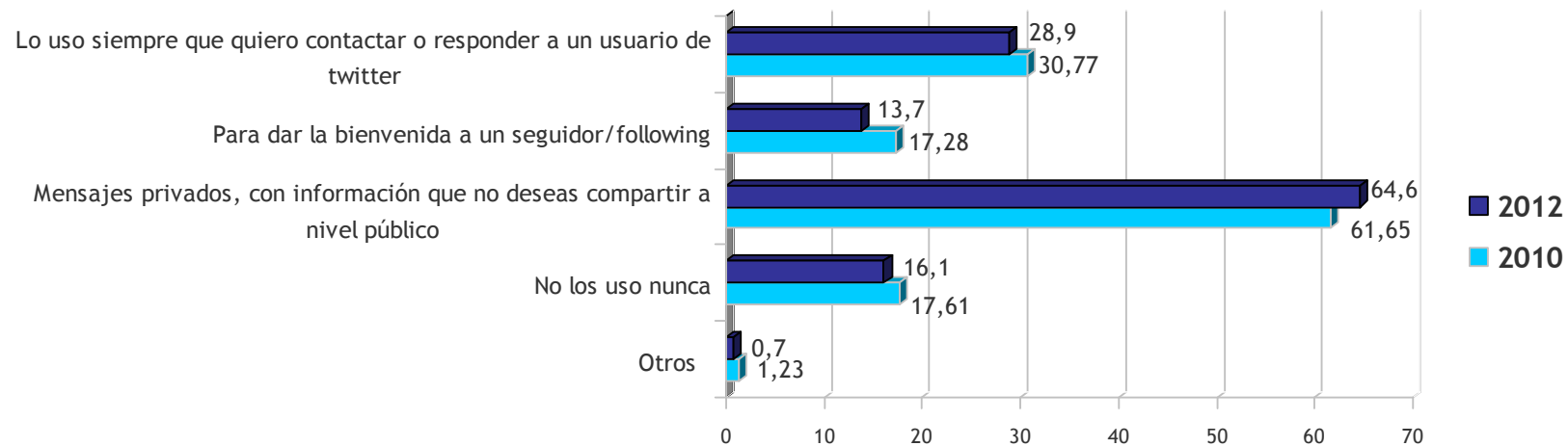


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

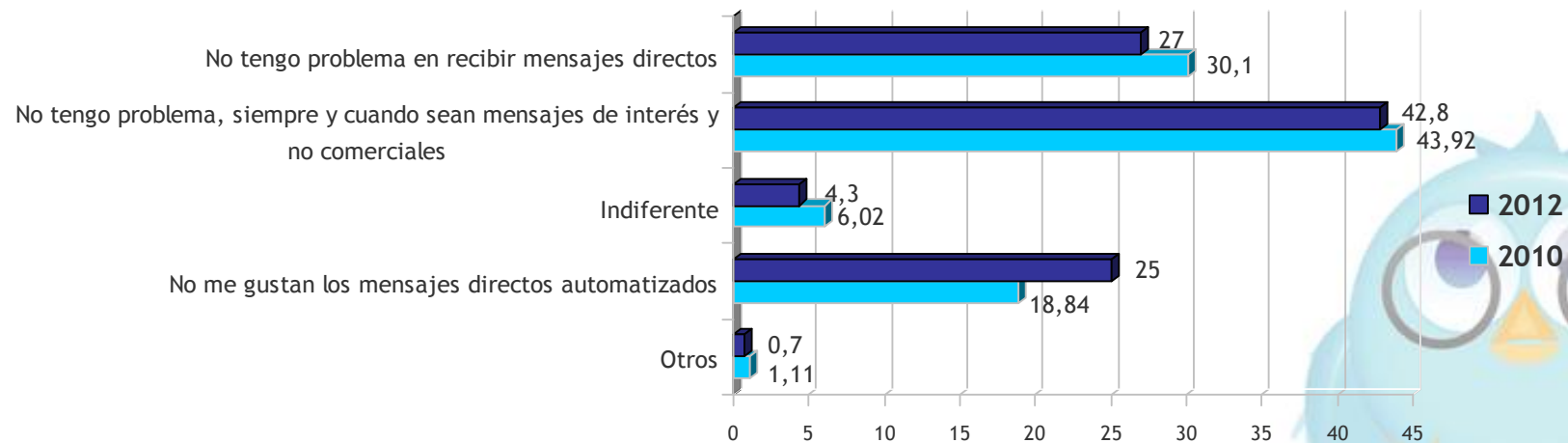


Uso de los mensajes directos en Twitter

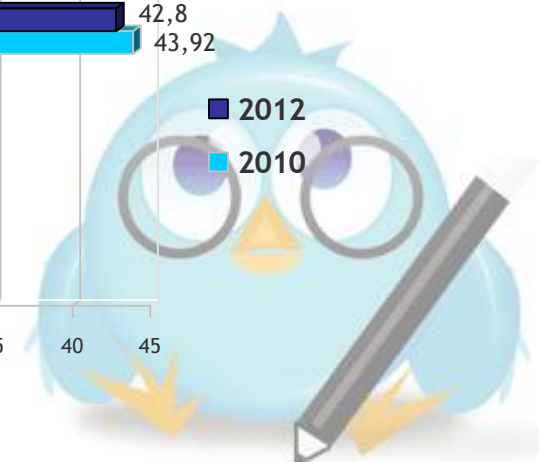
Envío de mensajes directos: el 16% de los usuarios nunca usa los mensajes directos de Twitter.



Recepción de mensajes directos: El 70% de los usuarios no tiene ningún problema en recibir mensajes directos.

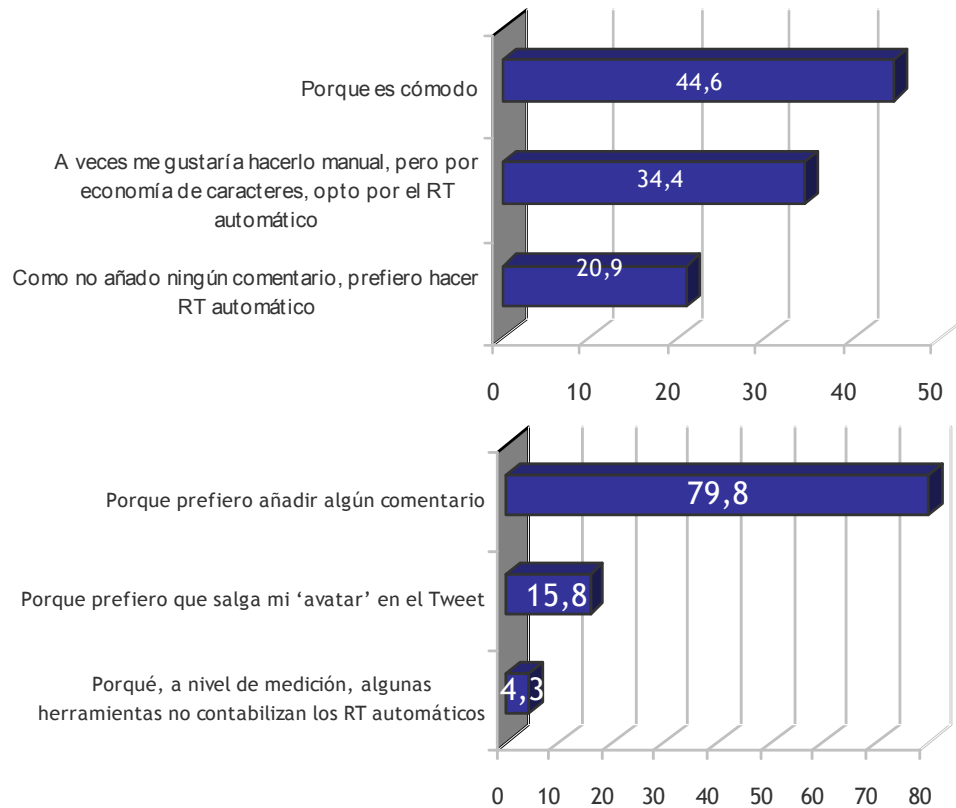


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



Uso de los RT automáticos

Más de la mitad de los usuarios de Twitter utiliza los RT automáticos:



Sí al RT automático porque es cómodo (44,6%)

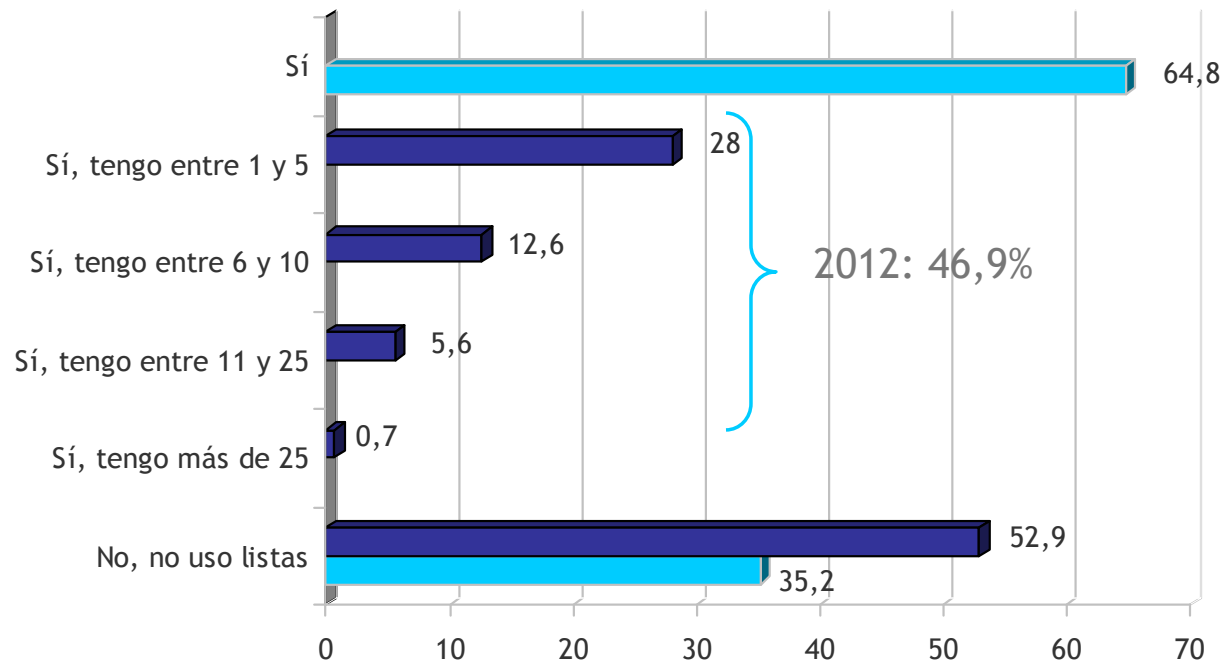
No al RT automático porque los usuarios prefieren añadir algún comentario a la hora de retwittear (79,8%)



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

Uso de las listas en Twitter

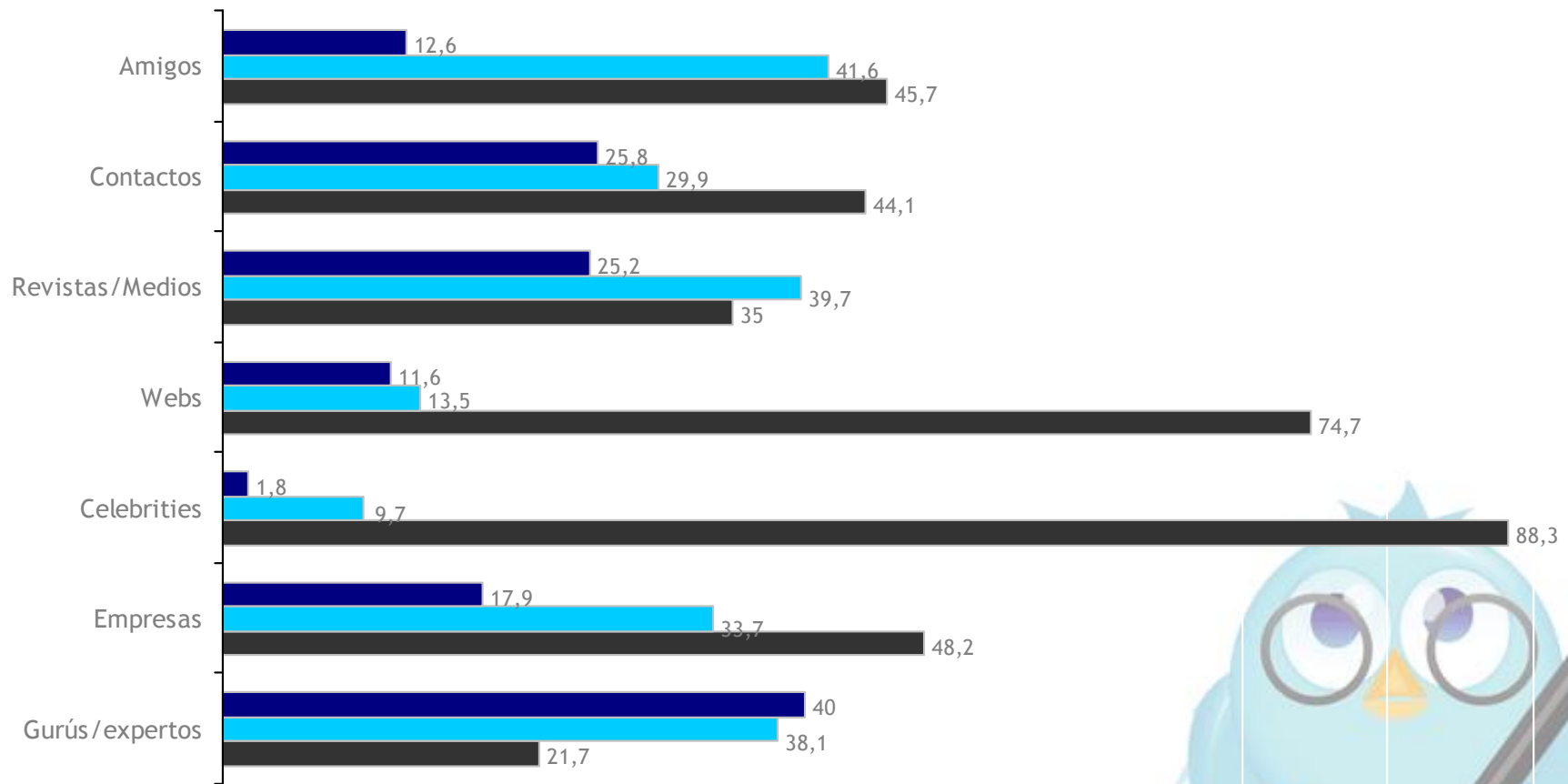
Marcado descenso en el uso de las listas de Twitter: las listas de Twitter son utilizadas por un 46,9% de los usuarios españoles, mientras que en el 2010 alcanzaba casi el 65%.



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

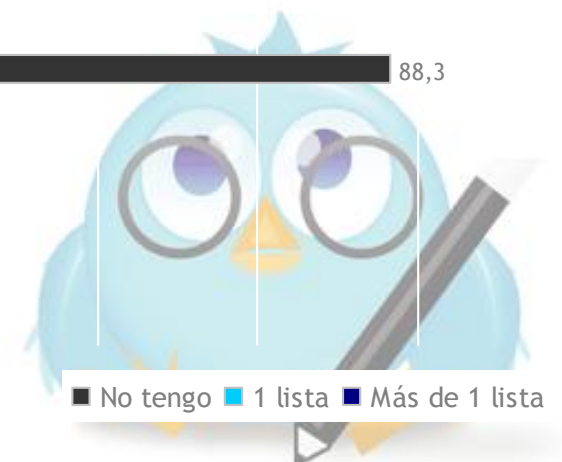
Tipología de Listas

- Las listas más usadas son aquellas relacionadas con gurús/expertos de un sector (78,1%) y revistas/medios de comunicación (64,9%).
- Destaca el hecho de que más de la mitad de los usuarios (51,6%) tienen alguna lista de empresas.
- El 88,3% de los usuarios no tiene ninguna lista de *celebrities*.



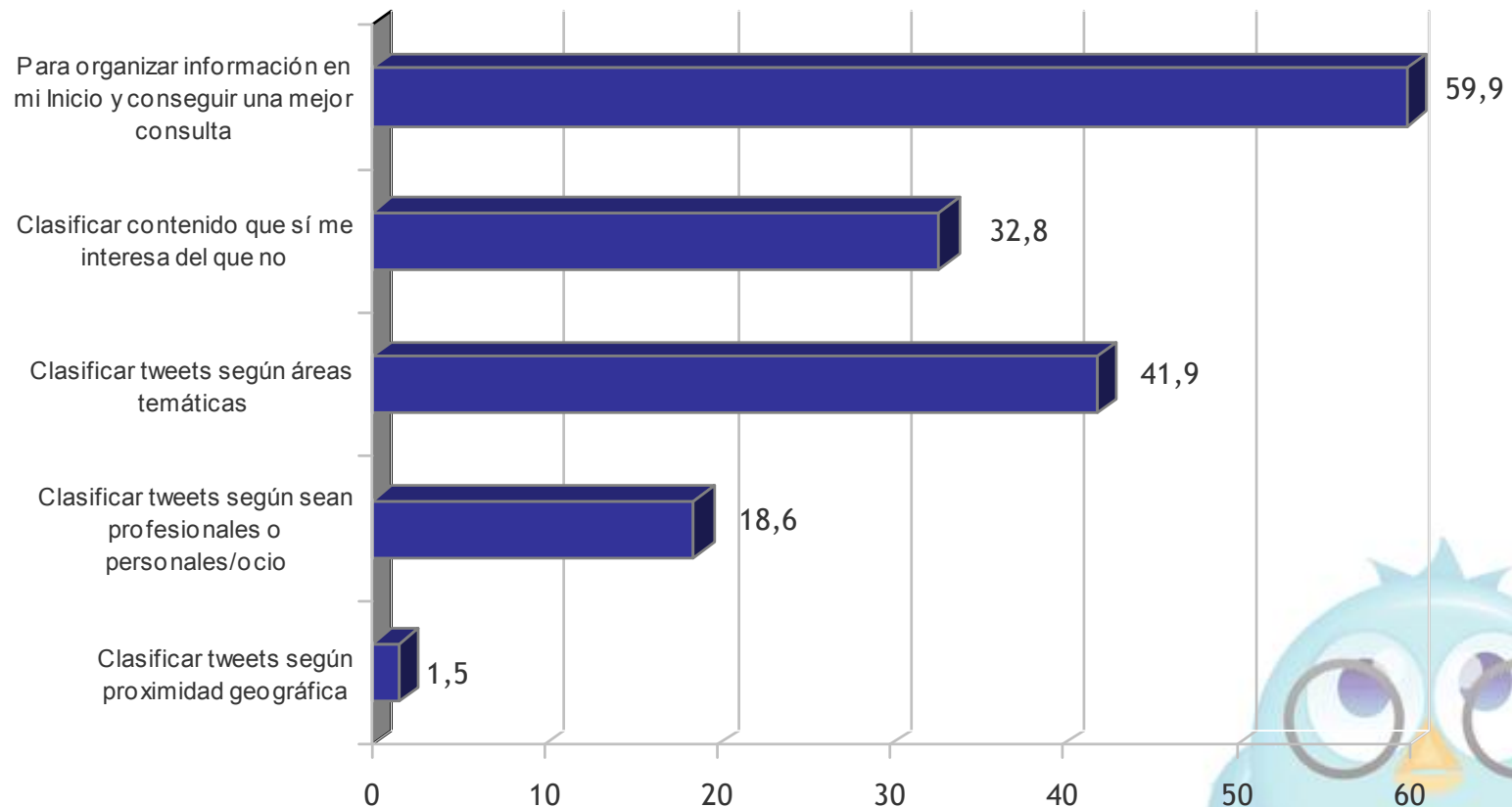
Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

■ No tengo ■ 1 lista ■ Más de 1 lista

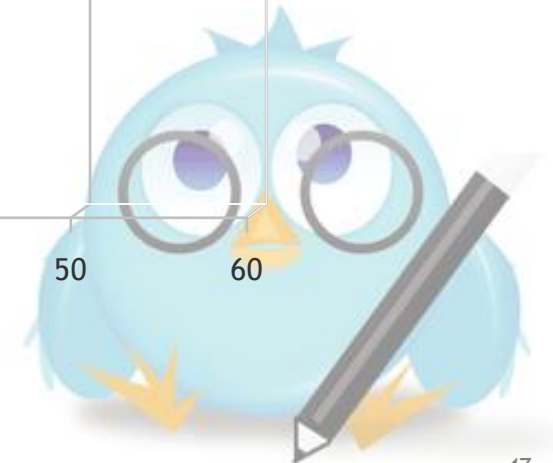


¿Por qué usas Listas?

Las listas son usadas mayoritariamente (60% de los usuarios) para organizar la información en la página de Inicio debido a la gran cantidad de tweets que se muestran.



Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

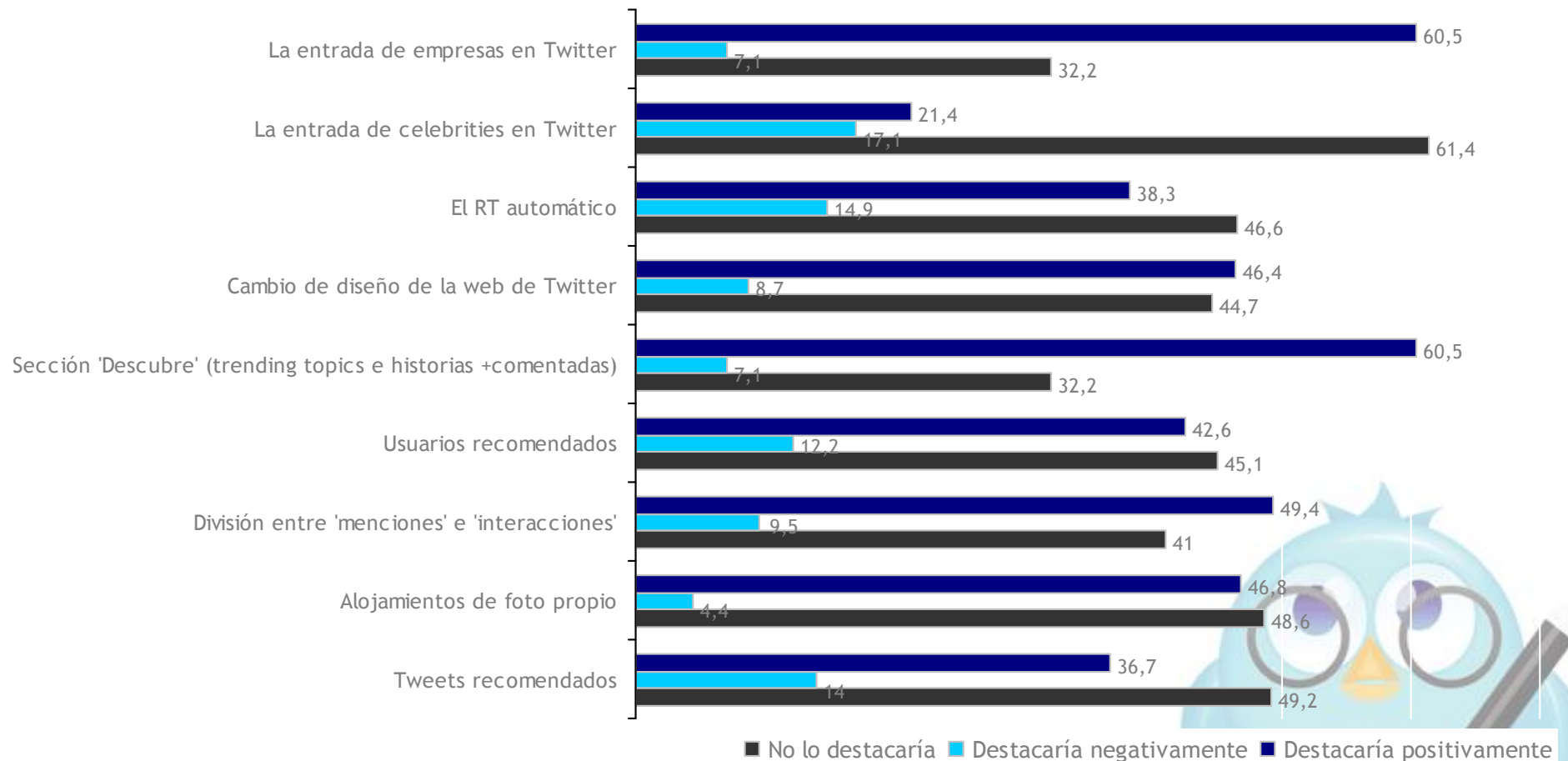


4. Resultados

4.6. Futuro de Twitter

Cambios ocurridos en Twitter

- A nivel positivo, los cambios más destacables de Twitter según los usuarios, son la 'Entrada de Empresas en Twitter' y la 'Sección Descubre (trending topics y las historias más comentadas)'.
- A nivel negativo, la 'Entrada de *celebrities*' y los 'Tweets recomendados' son los cambios más notables.

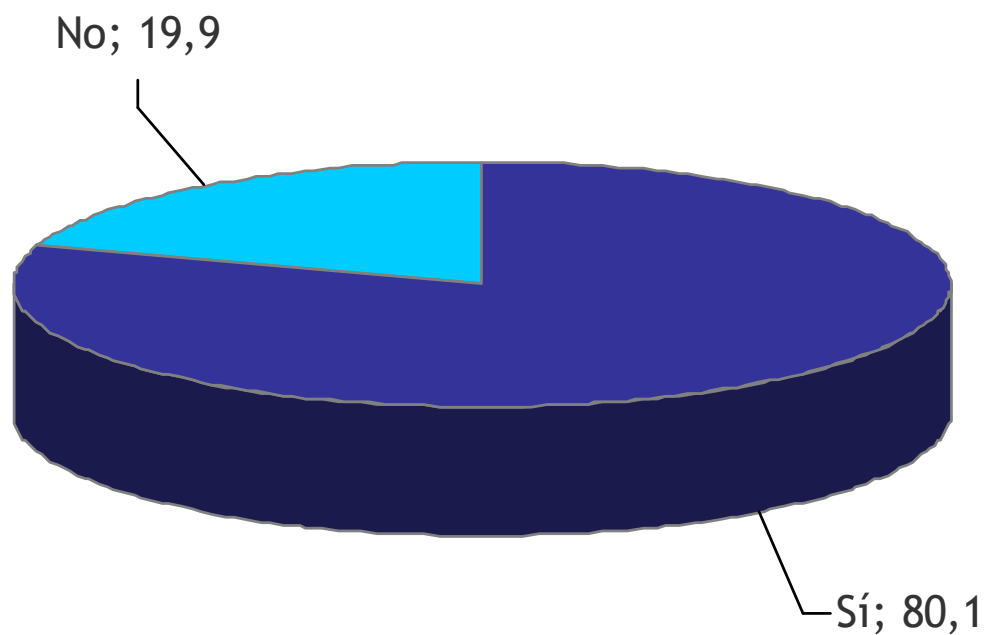


Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



Twitter: mucha información. ¿Se puede abarcar?

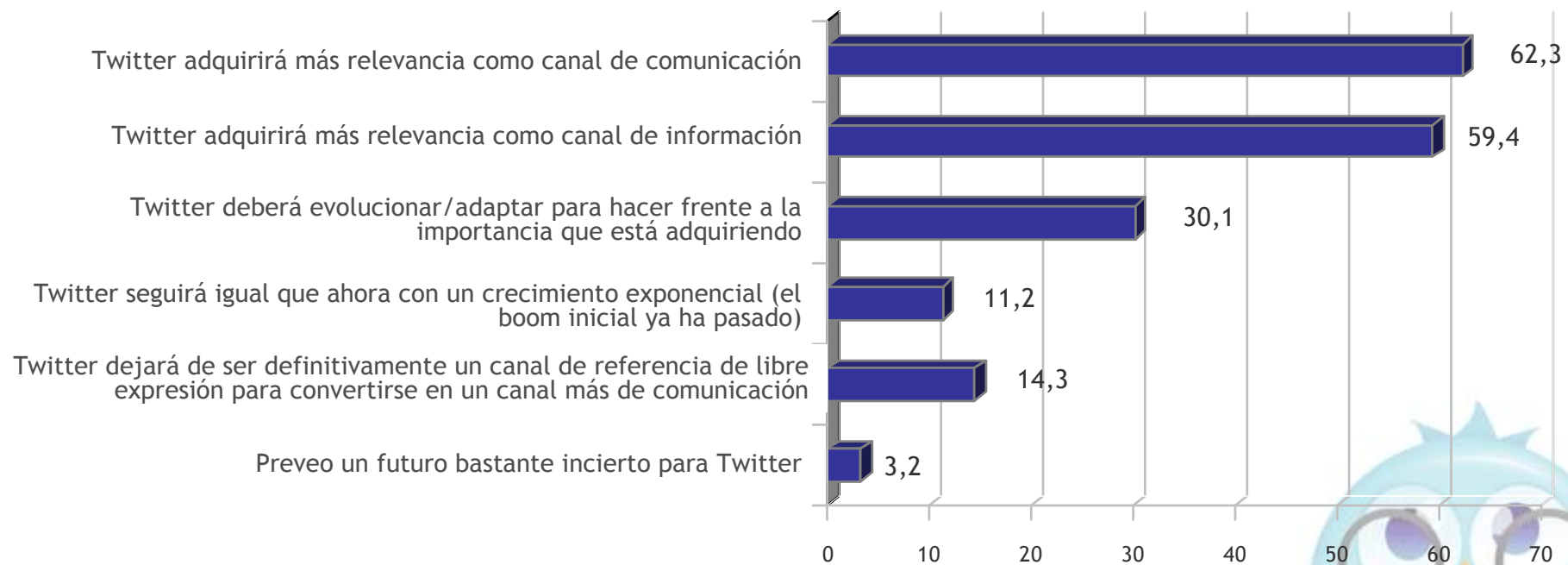
El 80% de los usuarios de Twitter afirma que la gente a la que sigue genera demasiada información que no puede llegar a abarcar.



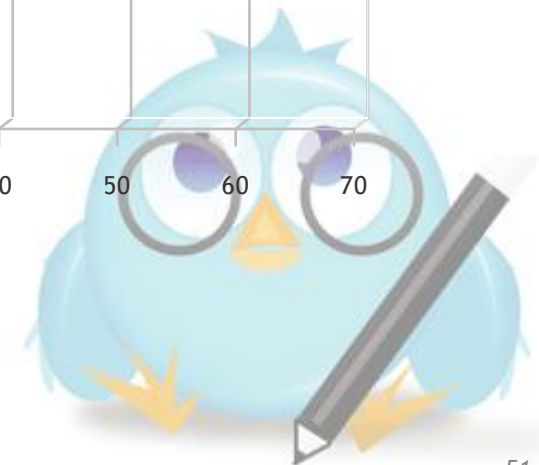
Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta

Sobre el futuro de Twitter

En el futuro, Twitter adquirirá más relevancia como canal de comunicación (62,3%) y de información (59,4%). Sólo el 3,2% de los usuarios prevé un futuro bastante incierto.



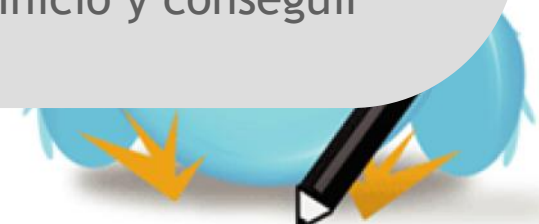
Resultados en % sobre las personas que han indicado ser usuarias de Twitter y que respondieron la Encuesta



5. Conclusiones

“Presente y futuro: Twitter, canal de información y comunicación”

- El 83,9% de los usuarios usa Twitter con el objetivo de informarse sobre el mundo online. El 56,5% para mejorar a nivel profesional y el 40% para ampliar red de contactos.
- El 56% de los usuarios de Twitter afirma que ha cambiado el uso de esta red a causa de ‘Trabajo’ (61,7%), y por ‘La importancia de Twitter como fuente de información (60%) y comunicación (50,1%)’.
- A nivel de temática, los tweets más publicados son aquellos en los que el usuario comparte noticias y estudios a nivel profesional (77,7%) y enlaces (76,4%).
- Uso personal vs. Profesional: los usuarios de Twitter se decantan mayoritariamente hacia un uso profesional (61%), más que personal (19%); aunque un 21% afirma publicar ambas tipologías de tweets indistintamente.
- Según la opinión de los usuarios que han respondido a la Encuesta, en el futuro, Twitter adquirirá más relevancia como canal de comunicación (62,3%) y de información (59,4%).
- El 80% de los usuarios afirma no poder abarcar la cantidad de información que tiene en su página de Inicio. Por ello, el 60% de los usuarios que usan Listas en Twitter alegan como motivo principal ‘organizar mejor mi Inicio y conseguir una mejor consulta’ de todos los tweets.



“El usuario de Twitter: profesional”

- Un 80% de los usuarios de Twitter tiene estudios superiores.
- El 60% de los usuarios está relacionado/a de una manera u otra con el mundo online a nivel profesional.
- El 63,9% de los usuarios es trabajador/a por cuenta ajena.
- Nivel de ingresos, un 28,8% afirma tener un salario neto mensual entre 1.201 a 1.800 €; un 28,5%, de 1.801 a 3.000 € netos mensuales.
- Uso personal vs. Profesional: los usuarios de Twitter se decantan mayoritariamente hacia un uso profesional (61%), más que personal (19%); aunque un 21% afirma publicar ambas tipologías de tweets indistintamente.

“Twitter evoluciona hacia la igualdad de sexos”

- A nivel de sexos, Twitter ha evolucionado hacia la igualdad: mientras en 2010 los usuarios de Twitter que respondieron a nuestra encuesta eran hombres en su mayoría (61,32%), en el 2012 los porcentajes se igualan:
 - Hombres: 50,70%
 - Mujeres, 49,30%

“Smartphones y Tablets: se dispara el acceso a Twitter”

- Se dispara el acceso a Twitter desde Smartphones: del 37,9% de 2010 al 70% en el 2012.
- iPad o *tablets*: del 4,46% al 29,3% de usuarios que acceden a Twitter a través de estos dispositivos.
- Casi el 50% de los usuarios afirma conectarse desde cualquier lugar a Twitter (casa, trabajo, calle, etc.)

“Herramientas web, las grandes aliadas de Twitter”

- El 47,3% de los usuarios se decanta por utilizar alguna herramienta web para gestionar y medir su cuenta de Twitter. En 2010, tan solo aprovechaba esta opción el 25,2%.
- Herramientas más utilizadas: Hootsuite (57%), Klout (47,3%) y Tweetdeck (43,8%)

“Alerta: períodos de inactividad en Twitter”

- El 62,4% de los usuarios afirma haber tenido épocas de inactividad en Twitter porque ‘Exige demasiada dedicación’ (49,1%), ‘Razones ajenas’ (20,4%) y ‘Demasiada información’ (14,7%)



“Noticias, estudios y enlaces de interés profesional, lo más twitteado”

- El 95,8% de los usuarios twittea noticias, estudios y gráficos de interés profesional, así como enlaces interesantes (94,6%).
- El 93,4% hace retweets de sus contactos; o responden o comentan tweets en un 81,6%.
- Un 63,4% de los usuarios recomienda productos y un 61,9%, comparte quejas acerca de un producto o servicio.
- El 71,8% de los usuarios acceden a Twitter varias veces al día.
- Casi el 59% de los usuarios publican al menos 1 tweet al día.



“Los usuarios sí quieren encontrar a las empresas en Twitter”

- El 90% de los usuarios de Twitter sigue a alguna empresa.
- Al 68% de los usuarios le gusta encontrar en Twitter a las empresas en las que confía. Sólo un 5,6% de los usuarios rechaza esta idea.
- El 86,3% de los usuarios está dispuesto/a a recibir al menos 1 tweet al día de empresas en las que confía y que comporten un beneficio para él/ella. El 64,2%, 2 o más tweets.
- Únicamente el 9,9% de los usuarios no quiere ver tweets de las empresas en las que confía, aunque este dato supone un incremento en relación a 2010 (5,3%).
- La entrada de empresa en Twitter es valorado positivamente por el 60,5% de los usuarios de Twitter, únicamente por detrás de la ‘Sección Descubre’ (con los trending topics y las historias más comentadas).
- Un 63,4% de los usuarios recomienda productos y/o servicios y un 61,9%, quejas.



Nota de Prensa

La Asociación Española de la Economía Digital (adigital) presenta el estudio “Uso de Twitter en España 2012”

CRECE LA PRESENCIA FEMENINA EN TWITTER, QUE YA REPRESENTA EL 49% DE LOS USUARIOS

- Se dispara el uso de dispositivos móviles para conectarse a Twitter. El 70% de los entrevistados asegura que se conecta a través de su smartphone
- Los internautas encuestados se decantan por un uso profesional de la red de microblogging en el 61% de los casos, mientras que el 19% afirman utilizarlo con fines personales
- El 63,4% de los encuestados reconoce que utiliza Twitter como canal para recomendar productos o servicios, mientras que un 61,9% afirma que también lo hace para compartir quejas
- El 90% de ciudadanos objeto de análisis declara que sigue a alguna empresa en Twitter y un 68% manifiesta que le gusta encontrar en la red a las empresas en las que confía

Madrid, 16 de mayo de 2012. La presencia femenina en Twitter crece, mientras que en 2010 el 38,7% de los usuarios eran mujeres, en la actualidad, esta cifra asciende al 49,3%, según el estudio “Uso de Twitter en España 2012”, elaborado por la Asociación Española de la Economía Digital (adigital), en el que se analiza cuál es el perfil de los internautas que utilizan esta red social, qué tipo de contenidos publican y cuál es su relación con las empresas y otros usuarios.

Con más de 465 millones de cuentas a nivel global, Twitter ha experimentado un crecimiento vertiginoso y en la actualidad sigue desarrollándose con un millón de nuevos registros cada día. España, que se encuentra entre los 10 países del mundo con mayor número de usuarios, también destaca entre los tres más activos en volumen de tweets.



A partir de los datos extraídos del informe presentado por adigital, el 76,9% de los usuarios de la red de microblogging tiene entre 25 y 44 años, aunque el segmento más activo se sitúa entre los 35 y 44 años (42,4%). Una cifra que ha evolucionado con respecto a los resultados registrados por este mismo estudio hace dos años, que establecía que eran los internautas de entre 25 y 34 años los más dinámicos en este sentido. Además, el 80% de los encuestados tienen estudios superiores (el 52% cuenta con un posgrado o máster), el 64% es trabajador por cuenta ajena, el 26,6% es freelance o trabajador por cuenta propia y el 6% se encuentra en situación de desempleo.

Por otro lado, al igual que en el análisis de 2010, entre los encuestados que afirman utilizar Twitter, existe una gran mayoría que reside en Madrid y Cataluña (un 49,4% y un 24,6%, respectivamente), mientras que Andalucía (5,6%) y la Comunidad Valenciana (4,8%) les siguen a distancia.

El 70% de los entrevistados se conecta a Twitter desde su smartphone

Con respecto al medio a través del cual se accede a Twitter, el estudio realizado por adigital pone de manifiesto que se ha disparado el empleo de dispositivos móviles. Así el uso de los smartphones pasa de un 37,9% en 2010 a un 70% en 2012; al igual que sucede con las tablets, que crecen desde un 4,46% a un 29,3%.

El documento también recoge que en el 71,8% de los casos el acceso a esta red se produce varias veces al día, y que cerca del 57% publica al menos un tweet diario. El tiempo de permanencia medio oscila entre los 10 y los 30 minutos en total (37,3%), mientras que un 36,6% declara que es menor a 10 minutos. Todo ello supone un ligero aumento con relación al año anterior, en el que el 40% dedicaba menos de 10 minutos y el 25,8% entre 10 y 30 minutos.

En este sentido, aunque el 20% de los encuestados aseguran que se encuentran permanentemente conectados a Twitter, son las horas nocturnas las que registran una mayor actividad, según declara el 34,7%, mientras que la mañana queda relegada como la segunda franja horaria con un 31,3% de los accesos.



Asimismo, el 47,3% de los profesionales analizados reconoce que utiliza alguna herramienta web para gestionar y medir su cuenta de Twitter. Un porcentaje que se ha visto duplicado en relación al estudio anterior, en el que sólo el 25,2% aprovechaba este tipo de aplicaciones.

Noticias, estudios y gráficos de interés profesional, los tweets más publicados

Con respecto a los contenidos publicados, los participantes en el estudio se decantan mayoritariamente hacia un uso profesional (61%), más que personal (19%); aunque un 21,5% afirma que combina tweets de ambas facetas de manera indistinta. De esta forma, el 95,8% de los usuarios twitea noticias, estudios y gráficos de interés profesional, así como enlaces interesantes (94,6%). El 93,4% hace retweets de sus contactos y el 81,6% comenta o responde tweets. El estudio también refleja que el 63,4% de los encuestados reconoce que utiliza Twitter como canal para recomendar productos o servicios, y que un 61,9% afirma que también lo hace para compartir quejas.

Los usuarios quieren encontrar a las empresas en Twitter

El 90% de los usuarios participantes en el informe declara que sigue a alguna empresa, lo que refleja un descenso con respecto a 2010, cuando el porcentaje ascendía al 94,9%. Por otro lado, un 68% manifiesta que le gusta encontrar en la red a las empresas en las que confía, mientras que sólo un 5,6% rechaza esta idea (datos que contrastan con el estudio anterior en el que los porcentajes eran 73,5% y 2,8% respectivamente).

El porcentaje de encuestados que se muestra dispuesto a recibir al menos un tweet diario de las empresas que confía y que puedan comportar un beneficio asciende a un 86,3%. Sin embargo, un 9,9% alega que no desea que le lleguen este tipo de mensajes, lo que supone un incremento significativo con respecto al año 2010, momento en el que se posicionaba de esta forma un 5,3%.



Presente y futuro de Twitter

Según la opinión de los usuarios que han respondido a la encuesta, en el futuro Twitter adquirirá más relevancia como canal de comunicación (62,3%) y de información (59,4%). Sin embargo, apenas un 14,3% considera que esta red dejará de ser un vehículo de referencia de libre expresión, para convertirse en un canal más y un 3,2% le augura un futuro incierto.

Metodología del Estudio

adigital ha realizado este estudio a partir de los datos facilitados por una muestra compuesta por 723 individuos que contestaron a una encuesta dinámica, que incluía 53 preguntas fáciles y ágiles de responder. El cuestionario fue diseñado en formato online y estuvo publicado bajo el dominio de la Asociación (www.adigital.org).

Acerca de adigital

La Asociación Española de la Economía Digital (adigital) integra a más de 550 empresas interesadas en el desarrollo de la economía digital como motor de crecimiento del mercado español. Grandes anunciantes, empresas que utilizan el comercio electrónico y otros sistemas de venta a distancia, entidades financieras, representantes del sector de la distribución, de las redes sociales, del contact center (Asociación de de Contact Center Española), agencias digitales (Asociación de Agencias Digitales), empresas pertenecientes a la Red de Empresas de Internet (REI), y empresas de juego Digital (jdigital) 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/Orense, 14 10º D - 28020 Madrid | Tel. 91.598.11.57

www.adigital.org | www.twitter.com/adigital_org