

PRESENTACIÓN

El siguiente informe no nace con una vocación científica, sino como un indicador de tendencias acerca del uso de Twitter en España. Por tanto, los resultados expuestos en el siguiente documento están sujetos a la buena fe de los participantes, que de manera independiente y sin remuneración alguna han accedido a participar en la encuesta online abierta entre el 18 y el 25 de mayo de 2.009.

Desde aquí, agradecer a las 51 personas que han dedicado su tiempo a este ejercicio, sin las cuales no hubiera sido posible el trabajo.

Pablo Sammarco

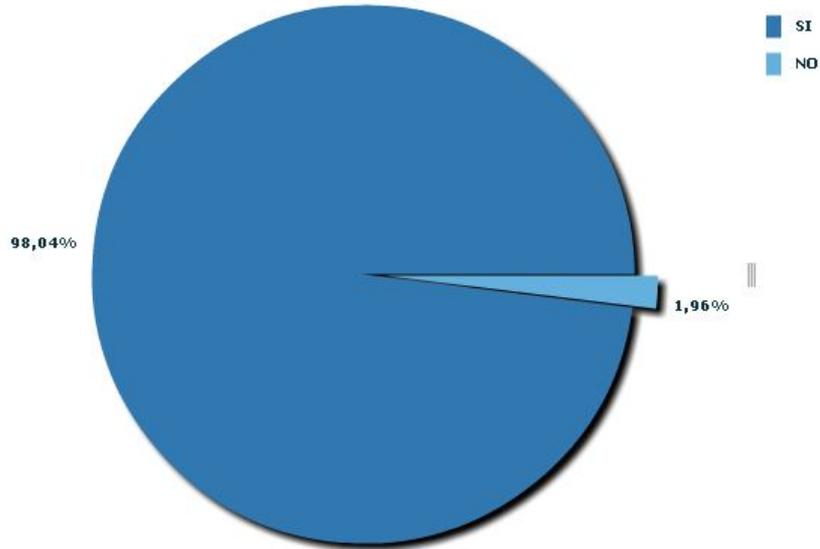
Coordinador del informe

METODOLOGÍA

Encuesta realizada a través de www.encuestafacil.com entre los días 18 y 25 de mayo. 628 personas han visualizado al menos una vez la encuesta, de las que 51 han participado activamente en la misma (tasa de respuesta de un 8,12%).

El ejercicio consta de 12 preguntas, de las cuales en 9 se exigía una única respuesta, dos eran de respuesta libre y la restante era de respuesta múltiple.

¿TIENES UNA CUENTA ABIERTA EN TWITTER?



Análisis técnico

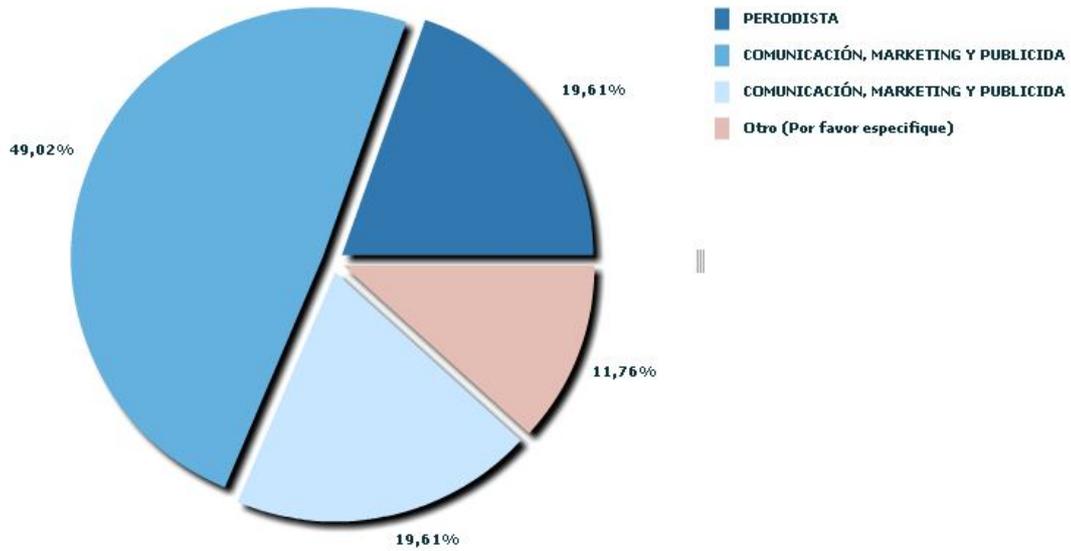
Media	1,020
Intervalo de confianza (95%)	[0,981 - 1,058]
Tamaño de la muestra	51
Desviación típica	0,140
Error estandar	0,020

Conclusiones destacadas

La opción mas elegida fue **SI**.

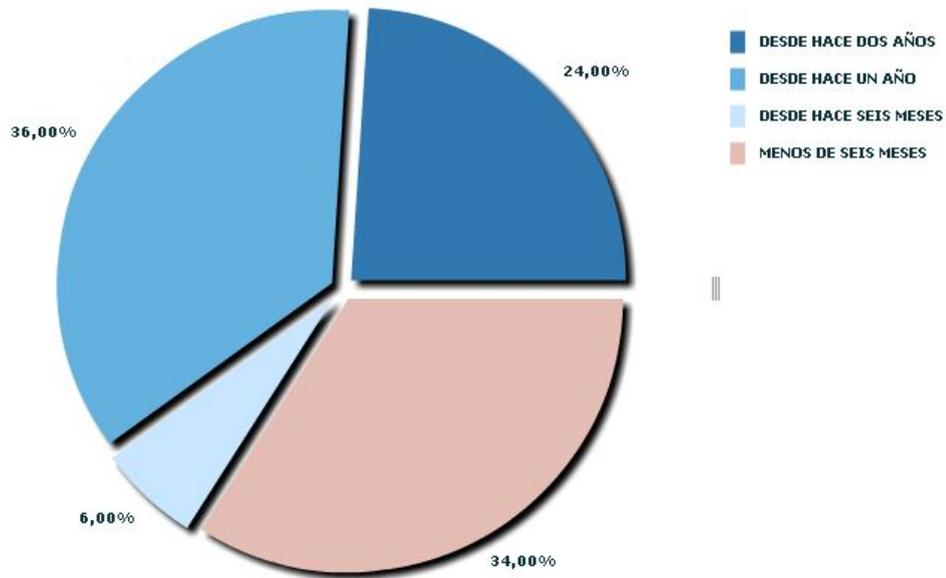
La opción menos elegida fue **NO**.

¿CUÁL ES TU DESEMPEÑO PROFESIONAL?



Análisis técnico		Conclusiones destacadas	
Media	2,235	El 68,63% eligieron:	
Intervalo de confianza (95%)	[1,986 - 2,484]	COMUNICACIÓN, MARKETING Y PUBLICIDAD (AGENCIA)	
Tamaño de la muestra	51	PERIODISTA	
Desviación típica	0,907	La opción menos elegida representa el 11,76% :	
Error estandar	0,127	Otro (Por favor especifique)	

APROXIMADAMENTE, ¿DESDE HACE CUANTO TIEMPO UTILIZAS TWITTER?

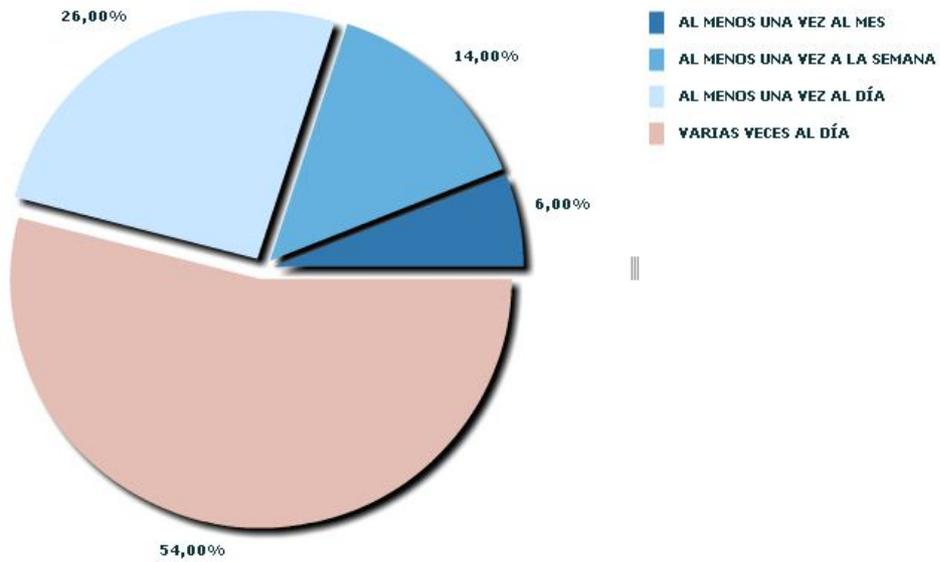


Análisis técnico		Conclusiones destacadas
Media	2,500	
Intervalo de confianza (95%)	[2,168 - 2,832]	
Tamaño de la muestra	50	
Desviación típica	1,199	
Error estándar	0,170	

El **70%** eligieron:
 DESDE HACE UN AÑO
 MENOS DE SEIS MESES

La opción menos elegida representa el **6%**:
 DESDE HACE SEIS MESES

¿CON CUÁNTA FRECUENCIA ACTUALIZAS TU CUENTA DE TWITTER?

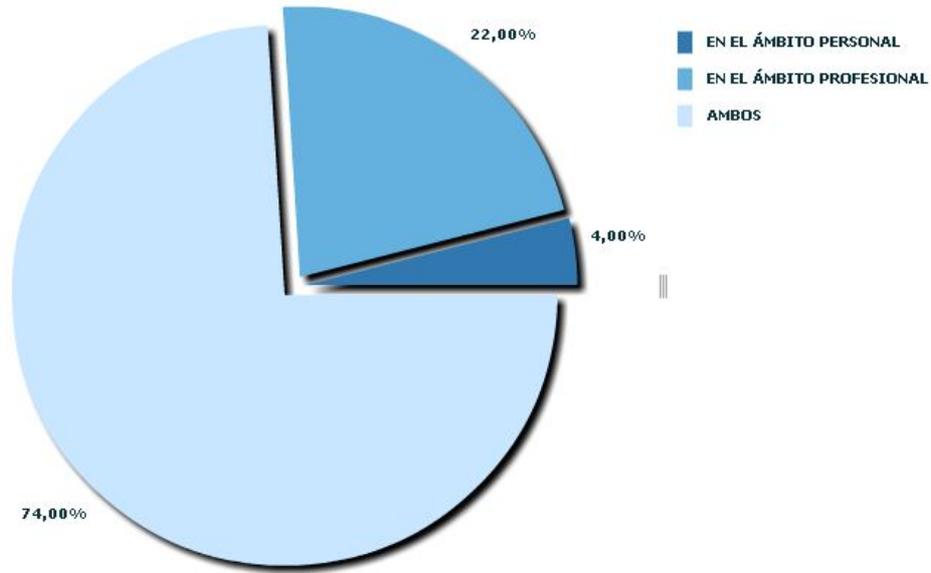


Análisis técnico		Conclusiones destacadas
Media	3,280	
Intervalo de confianza (95%)	[3,023 - 3,537]	
Tamaño de la muestra	50	
Desviación típica	0,927	
Error estandar	0,131	

El **80%** eligieron:
 VARIAS VECES AL DÍA
 AL MENOS UNA VEZ AL DÍA

La opción menos elegida representa el **6%**:
 AL MENOS UNA VEZ AL MES

UTILIZAS TWITTER...



Análisis técnico

Media	2,700
Intervalo de confianza (95%)	[2,549 - 2,851]
Tamaño de la muestra	50
Desviación típica	0,544
Error estandar	0,077

Conclusiones destacadas

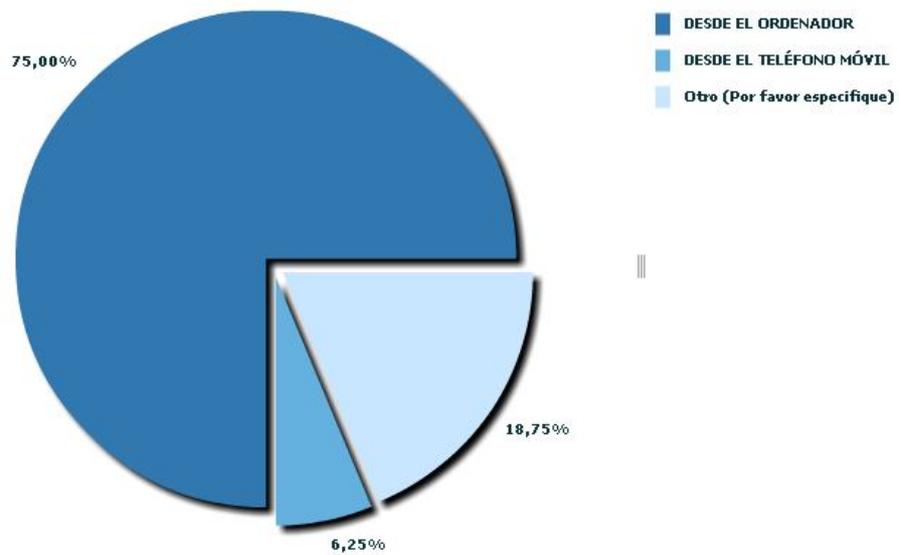
El **96%** eligieron:

- AMBOS
- EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

La opción menos elegida representa el **4%**:

- EN EL ÁMBITO PERSONAL

¿DESDE DÓNDE ACCEDES A TWITTER?

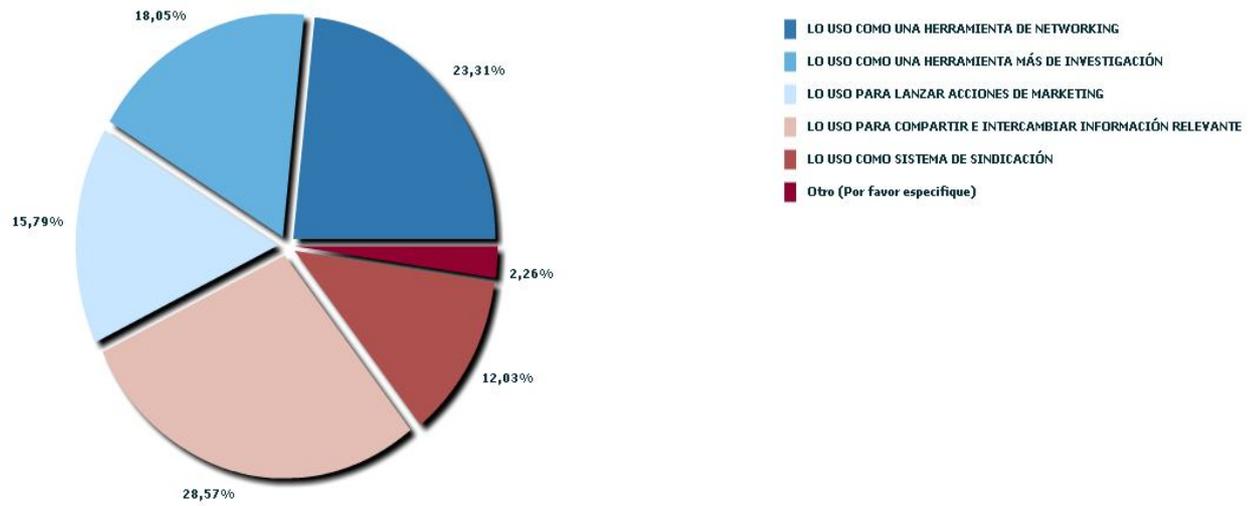


Análisis técnico		Conclusiones destacadas
Media	1,438	
Intervalo de confianza (95%)	[1,212 - 1,663]	
Tamaño de la muestra	48	
Desviación típica	0,796	
Error estándar	0,115	

El **93,75%** eligieron:
 DESDE EL ORDENADOR
 Otro (Por favor especifique)

La opción menos elegida representa el **6,25%**:
 DESDE EL TELÉFONO MÓVIL

SI LO UTILIZAS EN EL ÁMBITO PROFESIONAL, ¿PARA QUÉ?

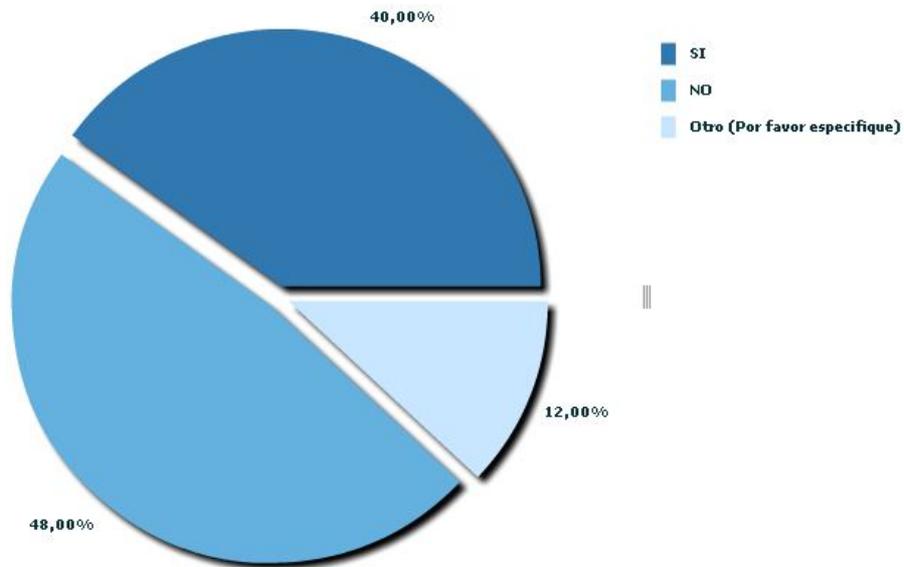


Análisis técnico		Conclusiones destacadas
Media	7,840	
Intervalo de confianza (95%)	[7,439 - 8,241]	
Tamaño de la muestra	50	
Desviación típica	1,448	
Error estandar	0,205	

El 92% eligieron:
 LO USO PARA COMPARTIR E INTERCAMBIAR INFORMACIÓN RELEVANTE
 LO USO COMO UNA HERRAMIENTA DE NETWORKING

La opción menos elegida representa el 6%:
 Otro (Por favor especifique)

¿ESTARÍAS DISPUESTO A RECIBIR PUBLICIDAD CONTEXTUAL EN TU CANAL DE TWITTER?

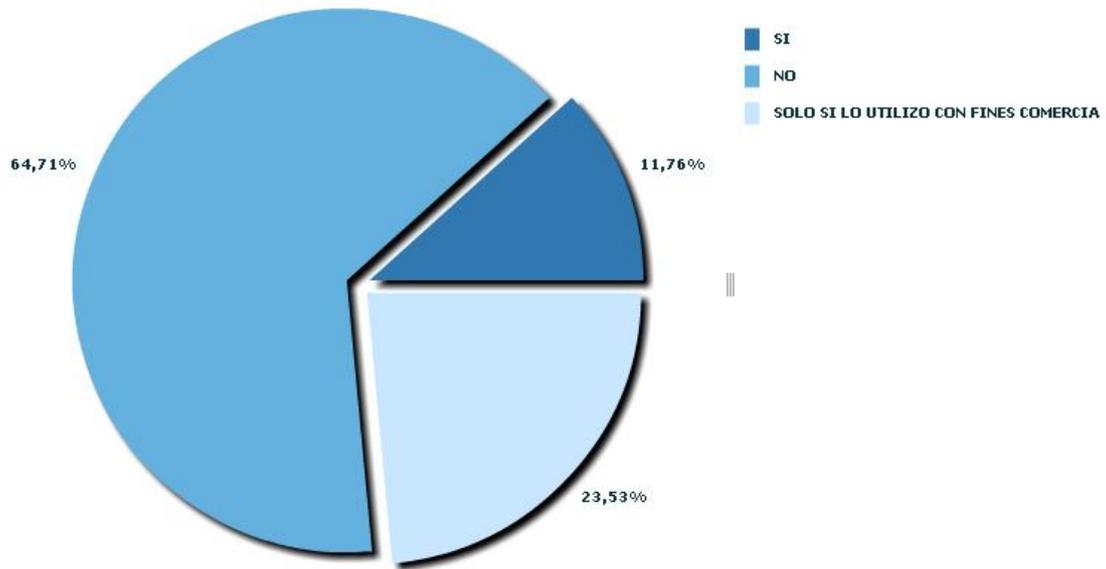


Análisis técnico		Conclusiones destacadas
Media	1,720	
Intervalo de confianza (95%)	[1,534 - 1,906]	
Tamaño de la muestra	50	
Desviación típica	0,671	
Error estandar	0,095	

El **88%** eligieron:
 NO
 SI

La opción menos elegida representa el **12%**:
 Otro (Por favor especifique)

¿PAGARÍAS POR UTILIZAR TWITTER?

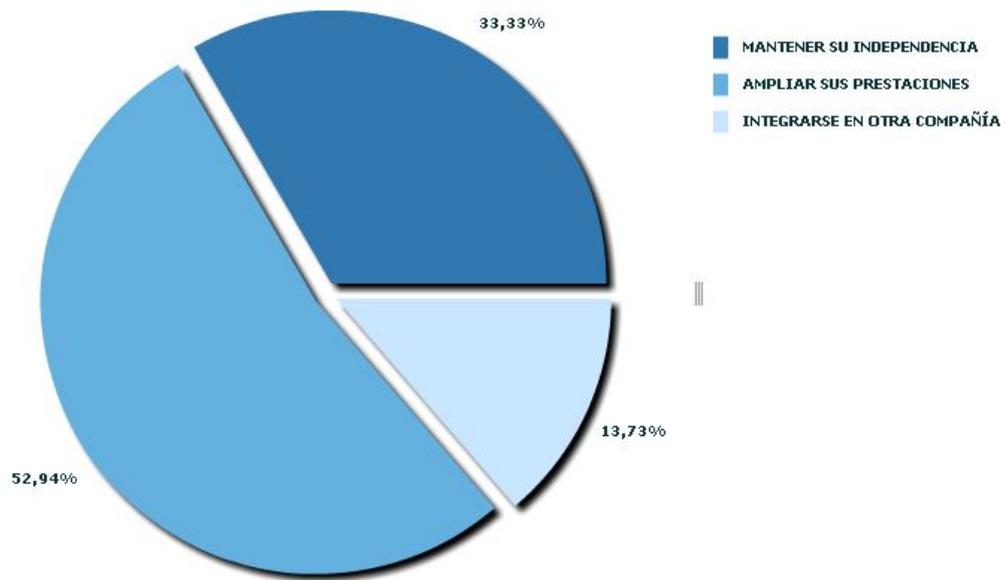


Análisis técnico		Conclusiones destacadas
Media	2,118	
Intervalo de confianza (95%)	[1,956 - 2,279]	
Tamaño de la muestra	51	
Desviación típica	0,588	
Error estandar	0,082	

El **88,24%** eligieron:
 NO
 SOLO SI LO UTILIZO CON FINES COMERCIALES

La opción menos elegida representa el **11,76%**:
 SI

¿POR DÓNDE PASA EL FUTURO DE TWITTER?



Análisis técnico

Media	1,804
Intervalo de confianza (95%)	[1,622 - 1,986]
Tamaño de la muestra	51
Desviación típica	0,664
Error estandar	0,093

Conclusiones destacadas

El **86,27%** eligieron:

- AMPLIAR SUS PRESTACIONES
- MANTENER SU INDEPENDENCIA

La opción menos elegida representa el **13,73%**:

- INTEGRARSE EN OTRA COMPAÑÍA

EN TU OPINIÓN, ¿QUÉ MARCAS NACIONALES E INTERNACIONALES ESTÁN SABIENDO EXPLOTAR COMERCIALMENTE TWITTER? (RESPUESTA ABIERTA)

Marcas Nacionales:

- Comunitae.com
- Edreams
- Universidad Autónoma
- Red.es
- El País
- Hazlopro
- Atrapalo
- Turismo de Madrid
- Caja Navarra
- Vinarium
- La Información
- Muy Interesante
- Blocfarminfo
- Diario Médico

Marcas Internacionales

- Dell
- New York Times
- Starbucks
- CNN
- BBC News
- BBC
- IBM
- Ryanair

- Washington Post
- Le Monde
- Nieman
- Google
- Boehringer

¿QUÉ SE NOS HA OLVIDADO PREGUNTARTE? (RESPUESTA ABIERTA)

- ¿Es lo suficientemente intuitivo?
- ¿Desbancará el microblogging a los blogs?
- ¿Corre el riesgo Twitter de convertirse en una red social más?
- ¿Corren el riesgo el resto de redes sociales de convertirse en herramientas anodinas?
- ¿Es viable una integración con Facebook?
- ¿Cuántas cuentas de Twitter tienes?
- ¿Crees que es efectivo como medio para realizar acciones de PR?
- ¿Cuántos twitteros sigues y cuántos te siguen?
- ¿Qué va a pasar cuando las compañías invadan el espacio de los usuarios (libres) en los medios sociales?
- se considera una herramienta útil para acercarse al consumidor final
- ¿Cómo influirá la entrada de las marcas en las personas que usan Twitter? (Antecedentes: Second Life)
- ¿Qué compañías lo están utilizando erróneamente?
- ¿Que te aporta Twitter?
- ¿Cuánto durará en la red?
- ¿Será otra moda pasajera como Second Life?
- ¿Qué herramientas utilizas?
- ¿Participas en algún evento relacionado con Twitter?
- ¿Consideras Twitter una herramienta social?
- ¿Por qué motivos sigues a una persona en Twitter?
- ¿Además de escribir, lees lo que twittean los otros?

CONCLUSIONES

PERFIL DEL USUARIO: Empleado de agencia de Publicidad, Marketing o Comunicación, con una antigüedad de uso entre seis meses y un año, utilizado tanto en el ámbito profesional como el personal.

¿Y SI FUERA DE PAGO? Respecto a si Twitter vería mermados sus usuarios en el caso de cobrar por sus servicios, un 65% de los encuestados afirma que dejaría de utilizar la herramienta en caso de que eso ocurriera, si bien un 24% lo aceptaría si lo utilizara con fines comerciales.

PUBLICIDAD: un 48% no estaría dispuesto a recibir publicidad contextual, si bien estaría dispuesto a rectificar en el caso de que fuera la única vía de subsistencia de la plataforma (12%).

EL FUTURO: un 51% de los encuestados afirma que éste pasa por ampliar sus prestaciones, por un 35% que considera prioritario que mantenga su independencia.

MARCAS DESTACADAS: marcas como Red.es, Gallina Blanca o Atrápalo representan a lo más destacado del panorama nacional, junto a medios de comunicación como El País, Diario Médico, Muy Interesante o La Información. Respecto a las marcas internacionales, son compañías como Dell, E-Dreams, IBM, Starbucks, Vodafone o Ryanair las que se llevan la palma junto a medios de comunicación como BBC, BBC News, Washington Post, Le Monde o The New York Times.

PREOCUPACIONES: los encuestados ven con recelo la incursión de las marcas en la plataforma, de la misma manera que su presencia terminó con Second Life. Identificar el número de cuentas por usuario, una posible integración con Facebook, la participación en eventos sectoriales o la relación entre número de seguidores y número de personas seguidas son otros aspectos destacados por los participantes.