



Comunicación digital ¿Cómo la vivimos?

UVVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Abril, 2017

Metodología cuantitativa

- Se realizaron 570 encuestas en puntos de afluencia con población mayor de 18 años en las ciudades de Aguascalientes, Ciudad de México, Guadalajara, Hermosillo, Mexicali, Monterrey, Puebla, Querétaro, Saltillo, Toluca y Tuxtla.

Fecha de levantamiento Marzo 2017.

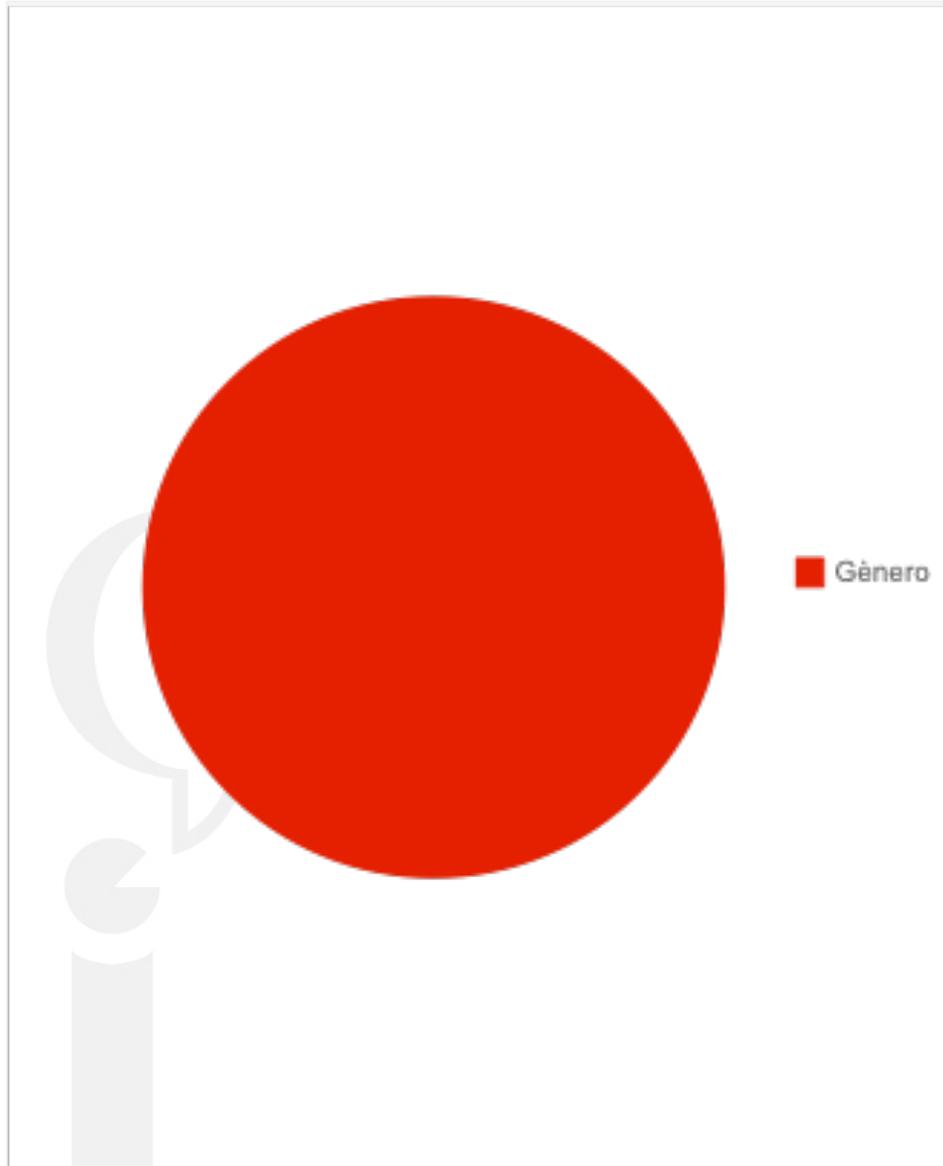


CONFORMACIÓN DE LA MUESTRA

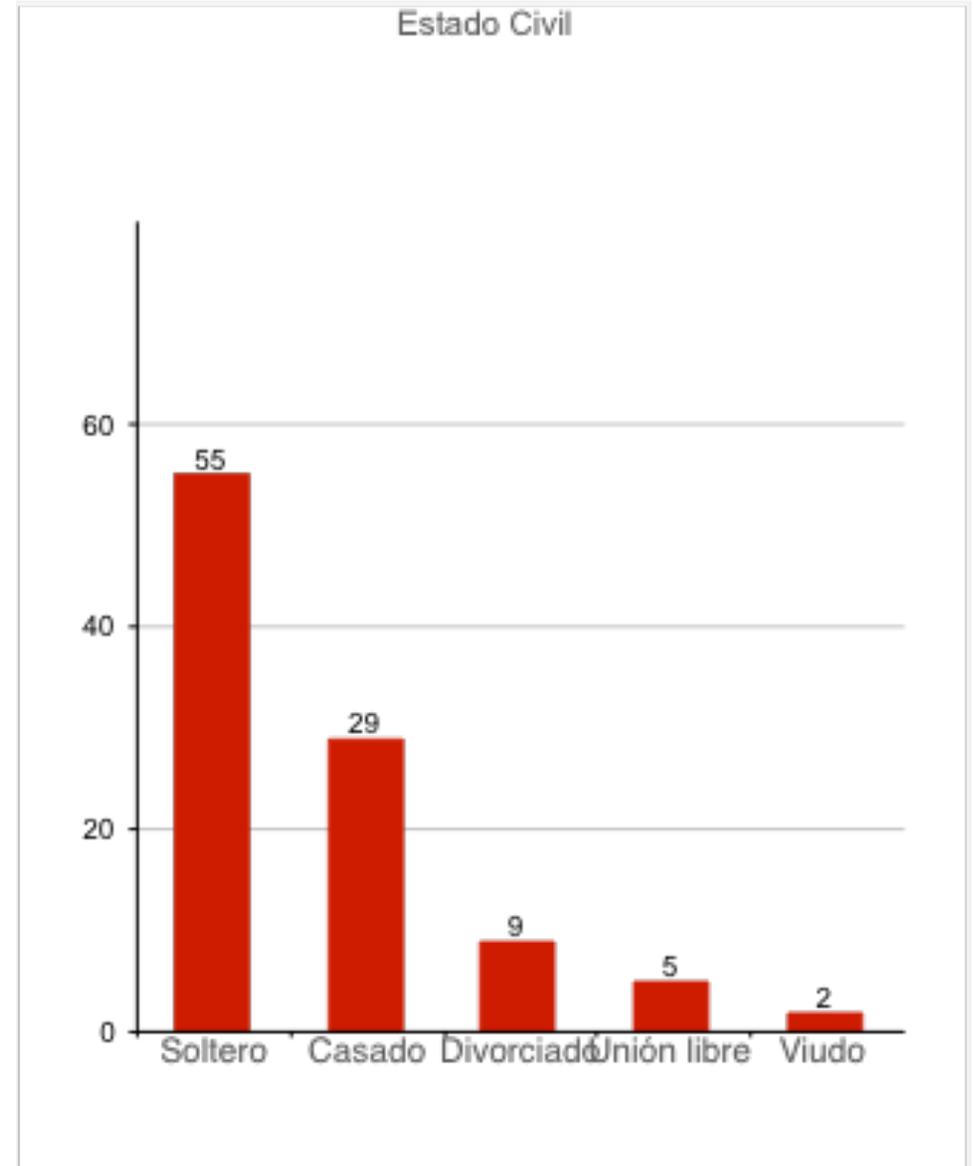
UVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Perfil sociodemográfico



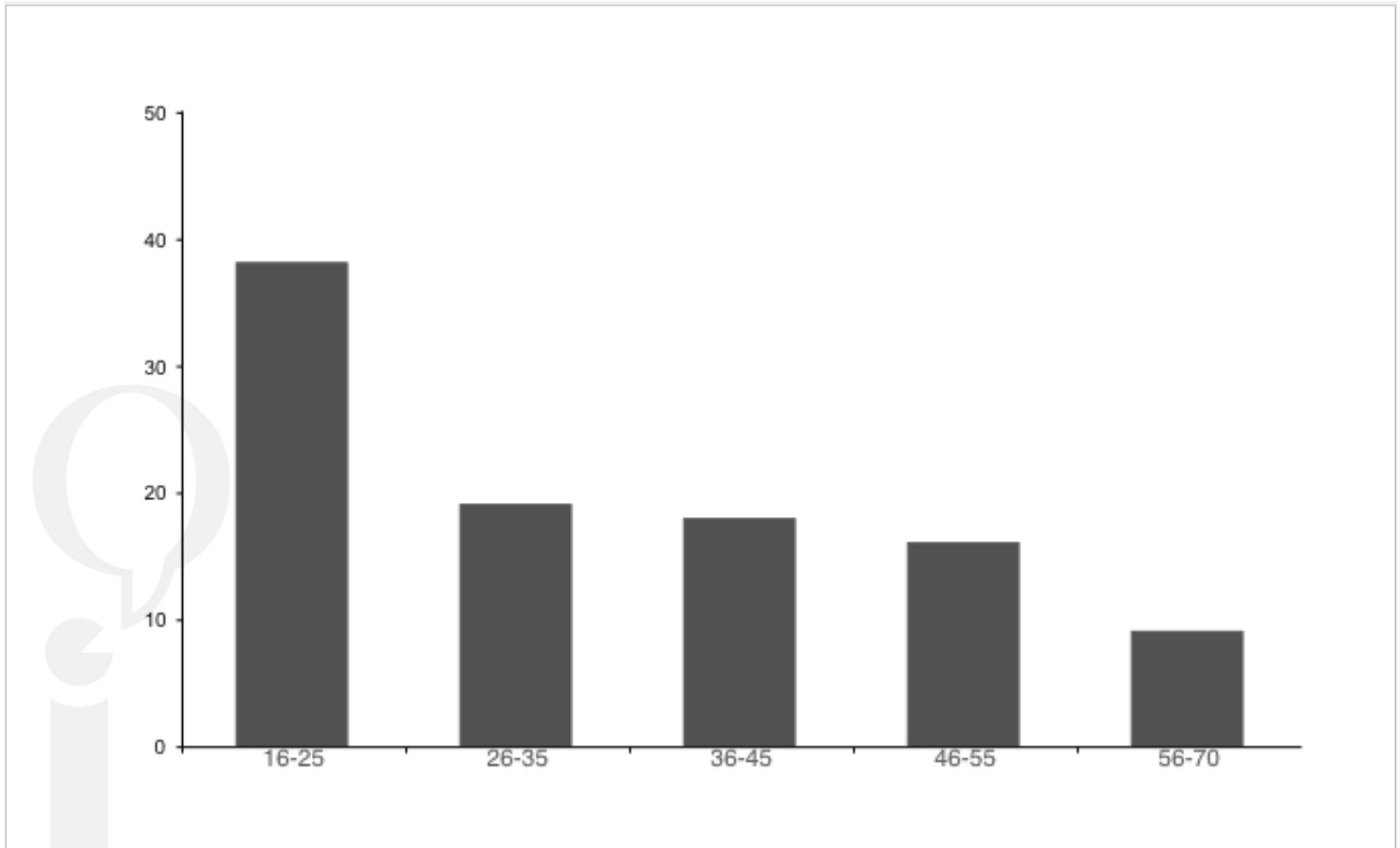
Porcentaje



n = 570

Perfil sociodemográfico

Edad



Porcentaje

n = 570

UVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

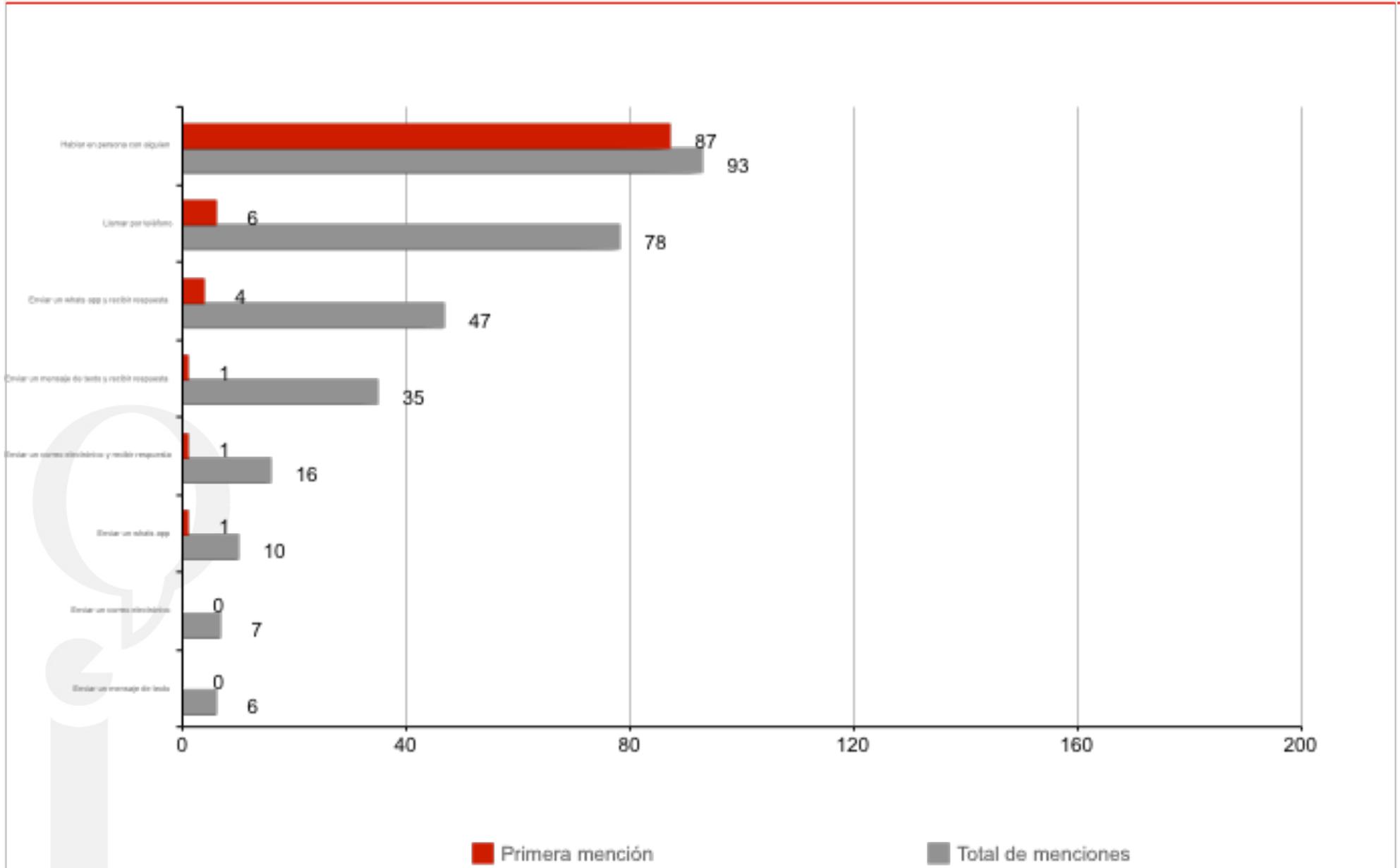


HÁBITOS PARA COMUNICARSE

UVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

¿Qué significa comunicarse?



Porcentaje

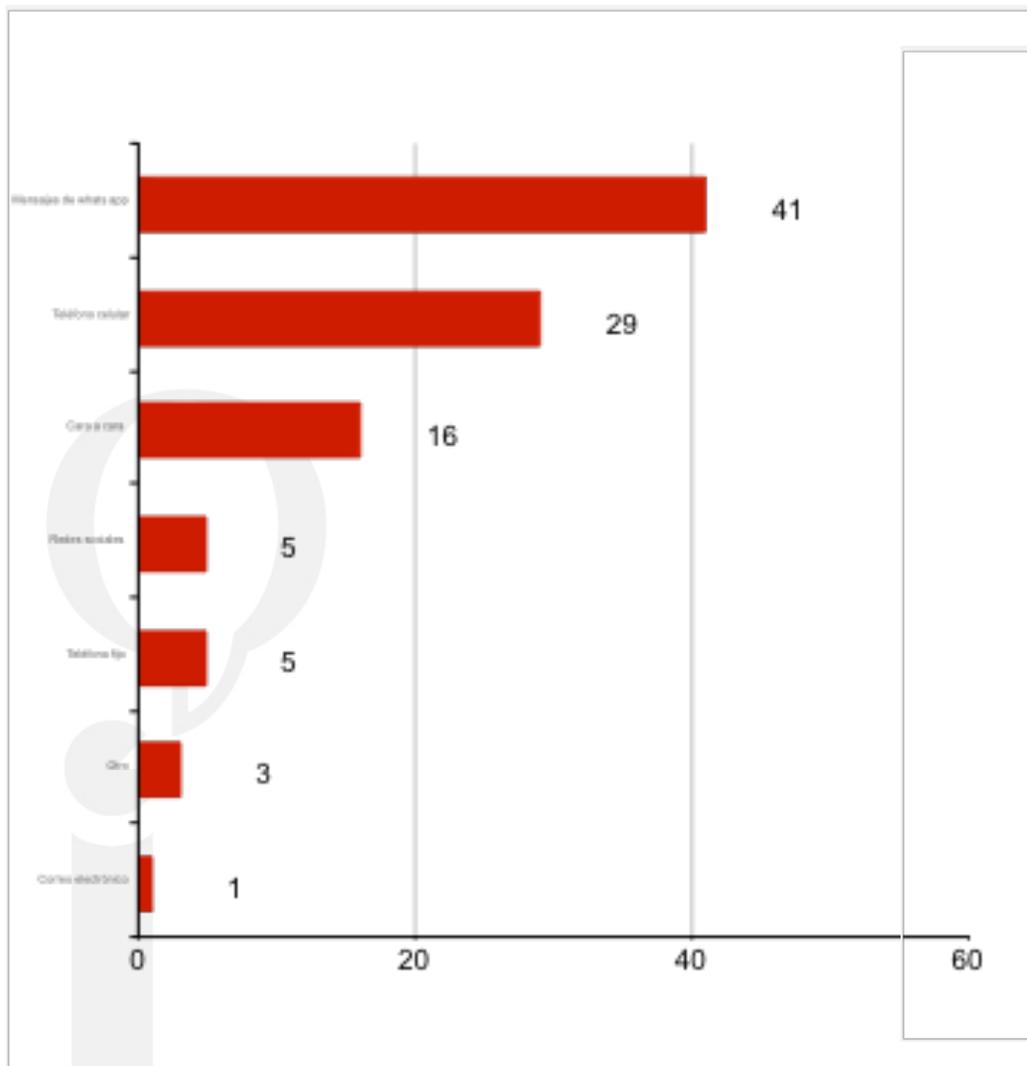
n = 570

Respuestas múltiples

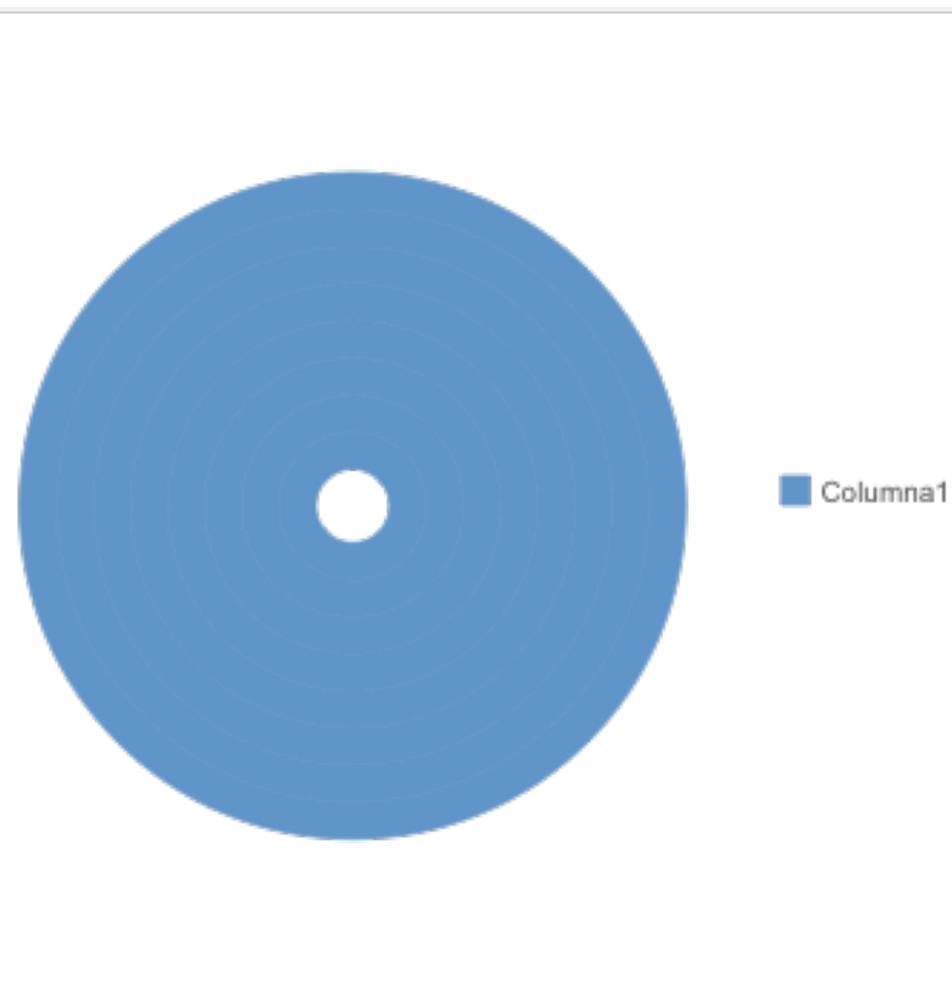
Medio utilizado para comunicarse

Medio utilizado para comunicarte con otras personas

¿Porqué utilizaste esa opción sobre las demás?



Porcentaje



n = 570

En un día normal ¿Con qué frecuencia te comunicas con....?

	FRECUENCIA PARA COMUNICARSE AL DÍA				
	1 vez	2 o 3	3 a 5	5 a 10	+ de 10
Padres	21%	19%	12%	9%	13%
Hermanos	21%	21%	11%	9%	9%
Abuelos	14%	5%	3%	2%	2%
Tíos	14%	6%	3%	2%	2%
Primos	16%	10%	6%	3%	5%
Pareja	10%	10%	9%	9%	30%
Amigos	15%	16%	15%	16%	21%
Compañeros de trabajo o escuela	15%	17%	15%	17%	18%
Jefes o maestros	19%	16%	10%	13%	11%

Respuestas múltiples

Porcentaje

n = 570



CONEXIÓN A INTERNET

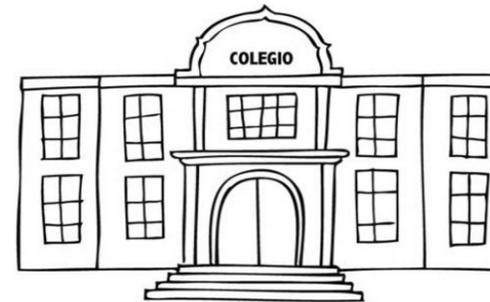
¿En qué lugar dirías que pasas más tiempo conectado a internet?



Hogar
53%



Traslado
10%



Escuela
9%



Trabajo
26%

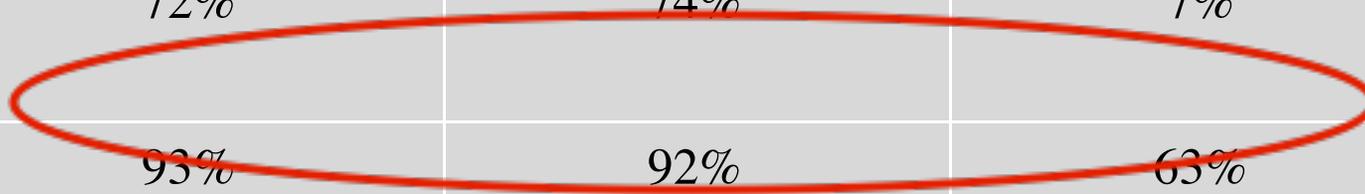
Otro

2%

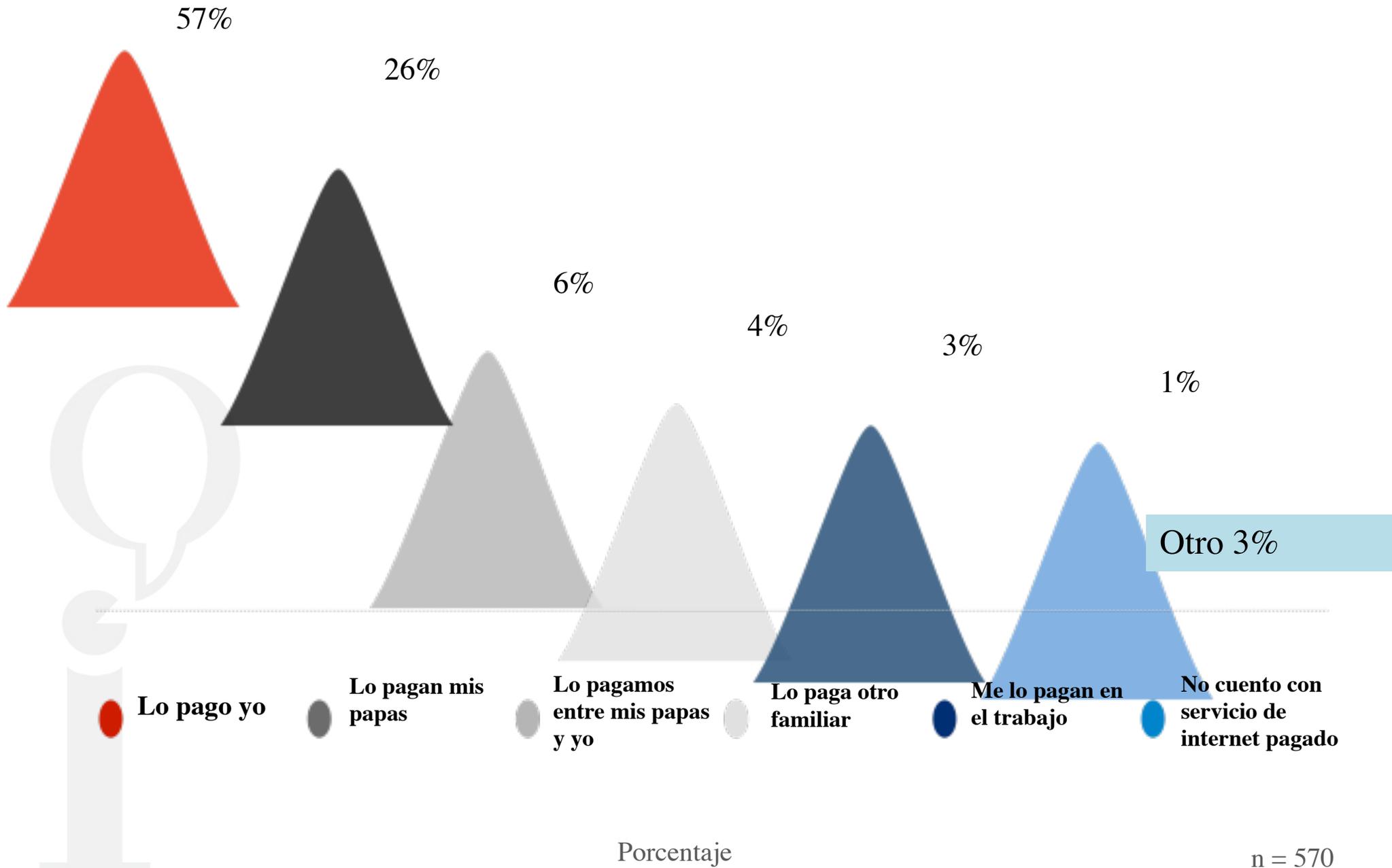
Dispositivos con los que cuentan y su conexión a internet



Dispositivos	Cuenta con ellos	Conexión a internet	Datos
Computadora de escritorio	64%	68%	8%
Lap top	72%	74%	7%
Teléfono inteligente	93%	92%	63%
Tableta	49%	52%	12%



Persona responsable de pagar por el servicio de internet





REDES SOCIALES

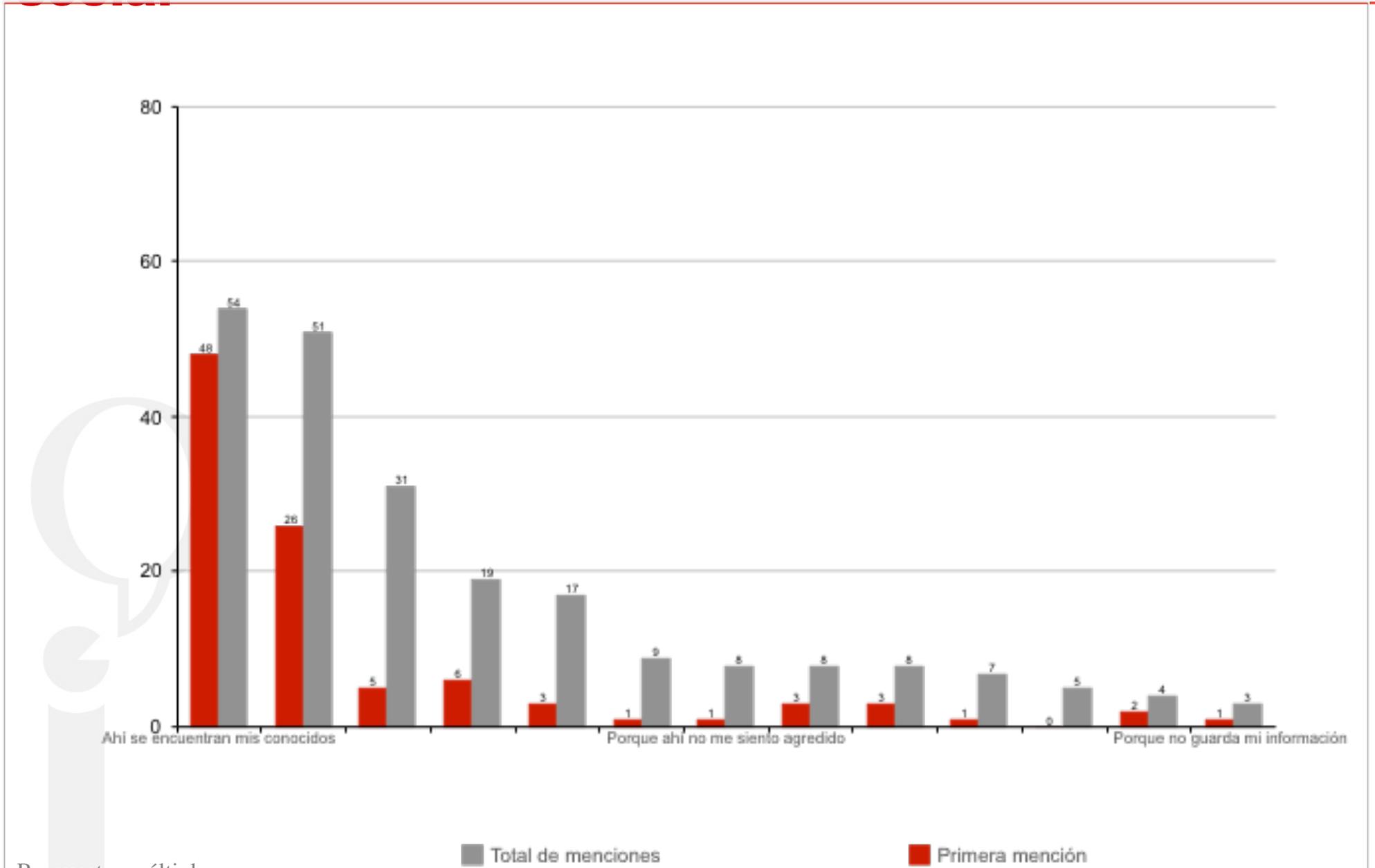
Redes sociales a las que perteneces

Redes Sociales	SI	NO
 Facebook	90%	10%
 Twitter	48%	52%
 Tumblr	15%	85%
 Snap chat	37%	63%
 Instagram	54%	46%
 Pinterest	27%	63%

Porcentaje

n = 519

Razones para utilizar una red social

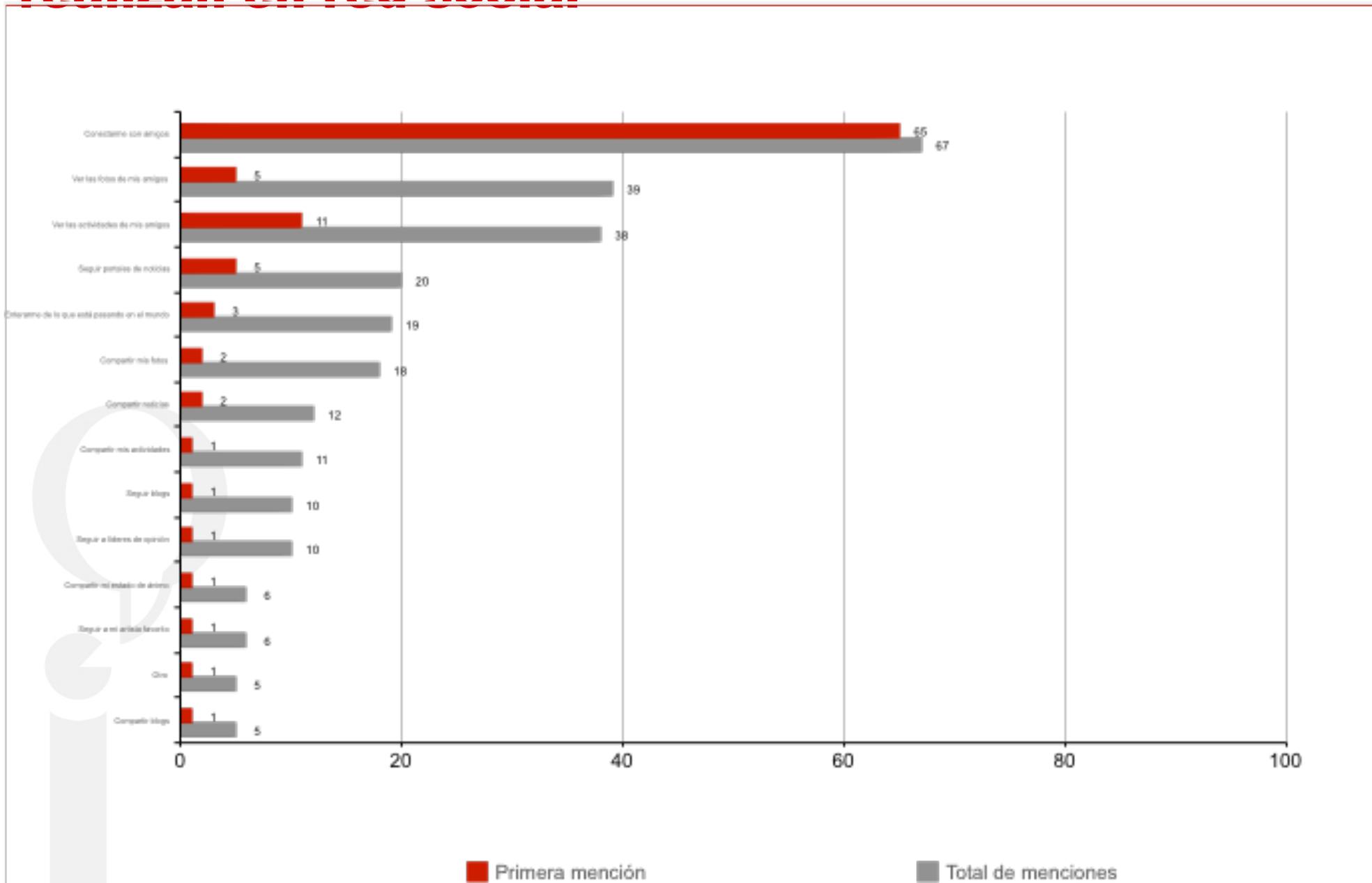


Respuestas múltiples

Porcentaje

n = 519

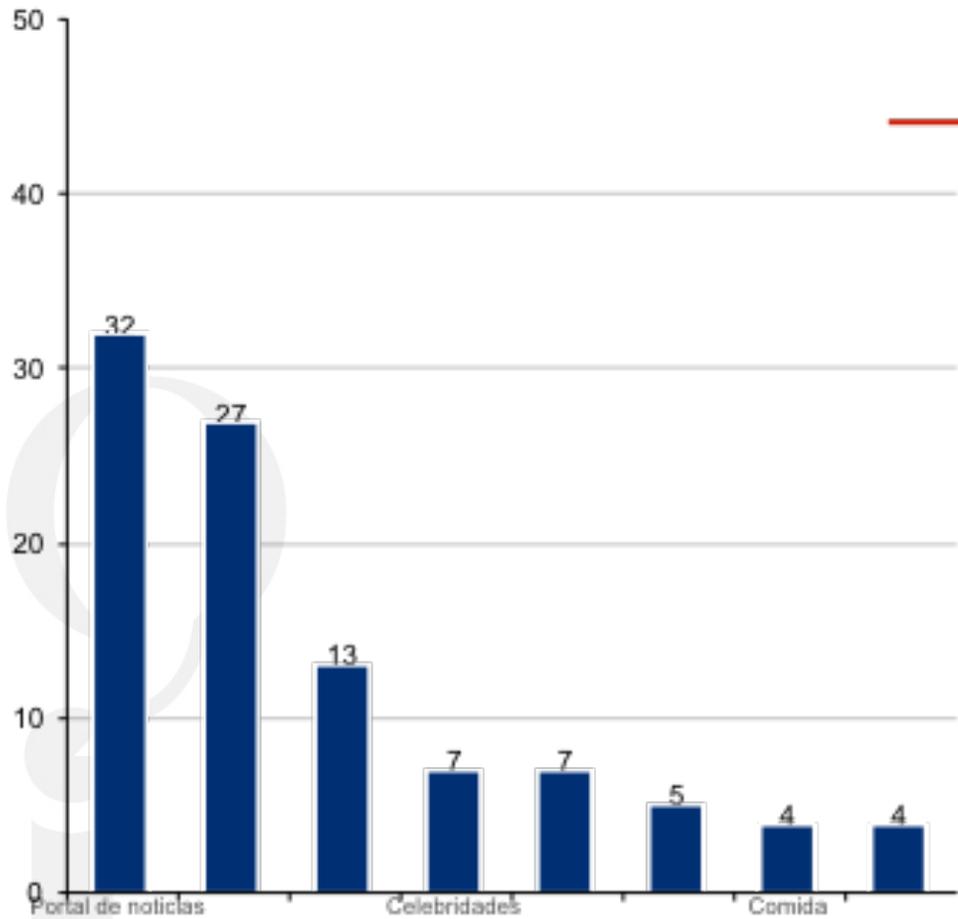
Actividades principales que se realizan en red social



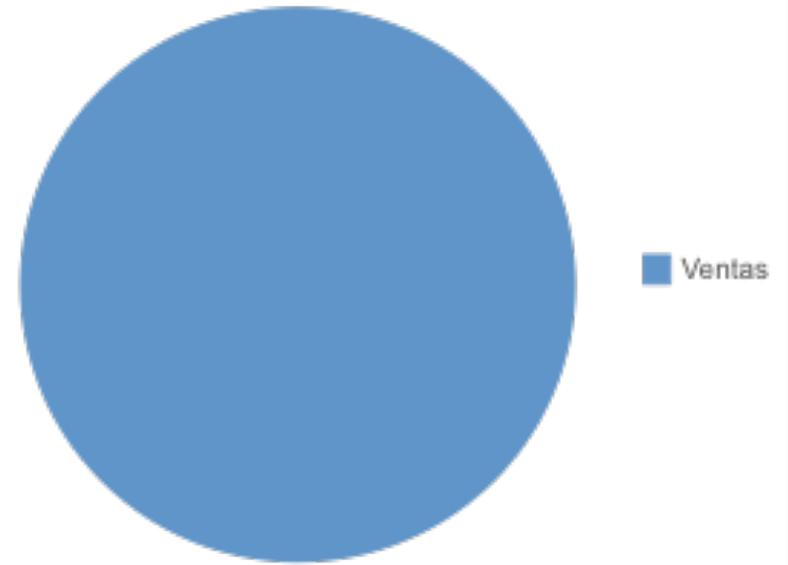
Porcentaje

n = 519

Tipo de portales y motivaciones para seguirlos



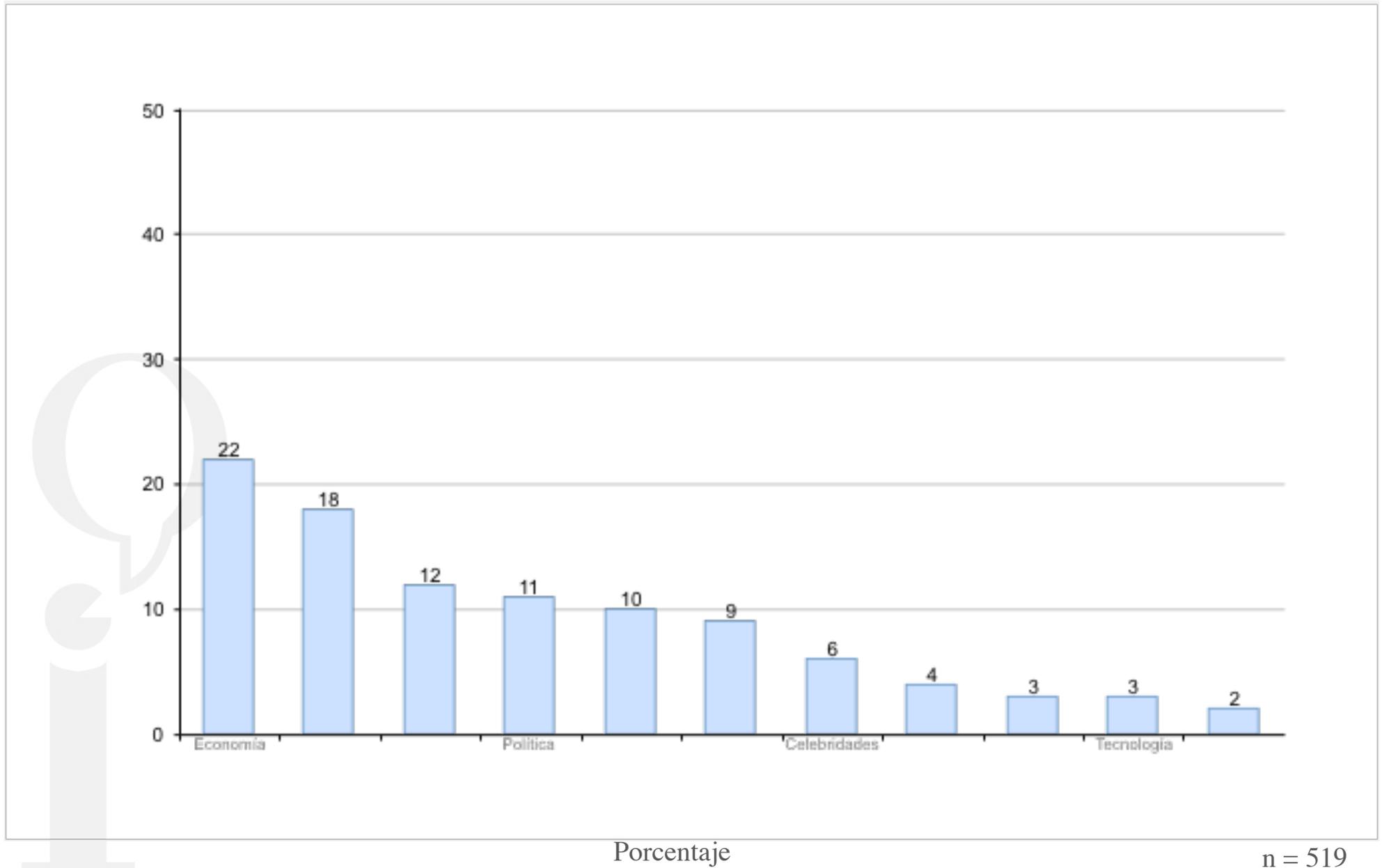
Motivaciones para seguir ese portal



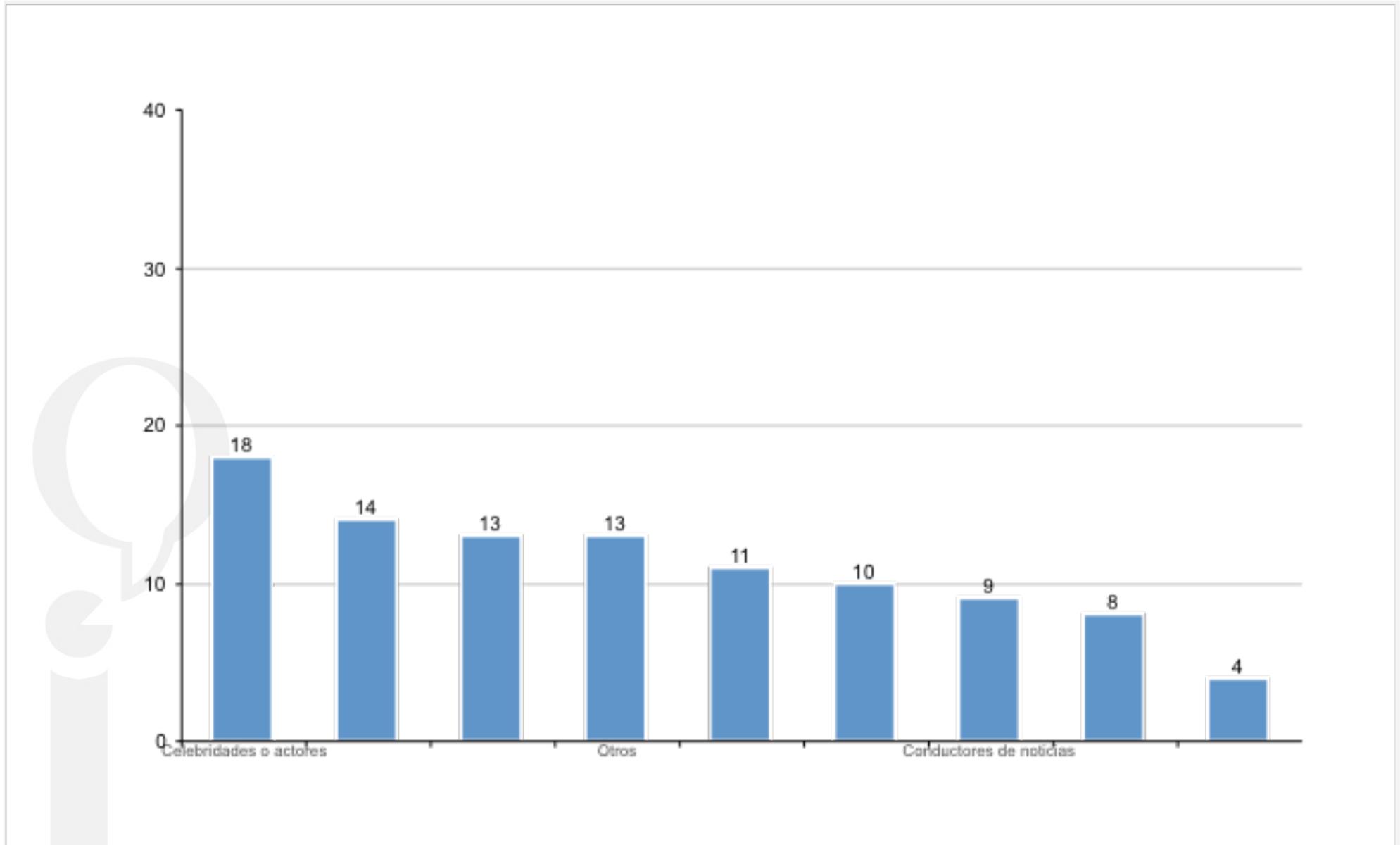
Porcentaje

n = 519

Temas importantes para mantenerse informado



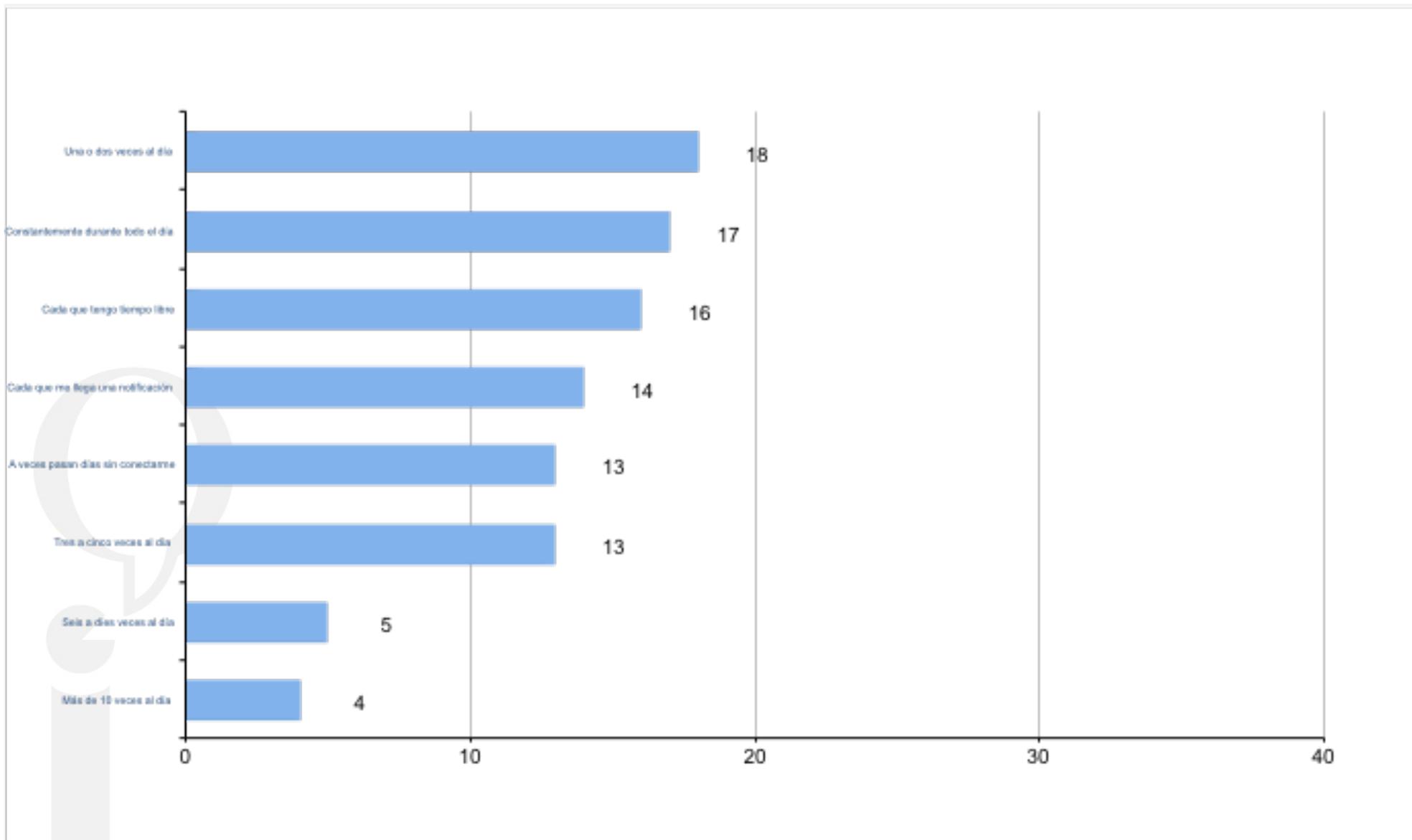
Ocupación de las personas públicas que seguimos en redes sociales



Porcentaje

n = 519

Frecuencia para conectarse a redes sociales



Porcentaje

n = 519



HÁBITOS PARA MANTENERSE INFORMADO

Información y comunicación

¿Qué tomamos en cuenta?

UVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Lo más importante para mí al elegir un medio de comunicación es que brinde información de forma rápida y oportuna

46%

Lo más importante para mí al elegir un medio de comunicación es que brinde información veraz

54%

Normalmente me entero de las noticias nacionales importantes a través de redes sociales

70%

Normalmente me entero de las noticias nacionales importantes a través de televisión o radio

30%

Porcentaje

n = 519

Información y comunicación

¿Qué tomamos en cuenta?

UVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Cuando comparto una noticia es porque me consta que es verdad

59%

Cuando comparto una noticia es porque me parece entretenida

41%

En mis redes sociales me parece más importante seguir portales de información

68%

En mis redes sociales me parece más importantes seguir a personas que admiro

32%

No puedo pasar más de dos horas sin mi celular a la mano

48%

Puedo pasar todo un día sin tener el celular a la mano

52%

Porcentaje

n = 519

Información y comunicación

¿Qué tomamos en cuenta?

UVM

CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Me interesa informarme sobre todos los temas de actualidad

67%

Me interesa informarme sobre temas que incluyan mis hobbies o pasiones

33%

Me considero una persona hábil para utilizar nuevas tecnologías

66%

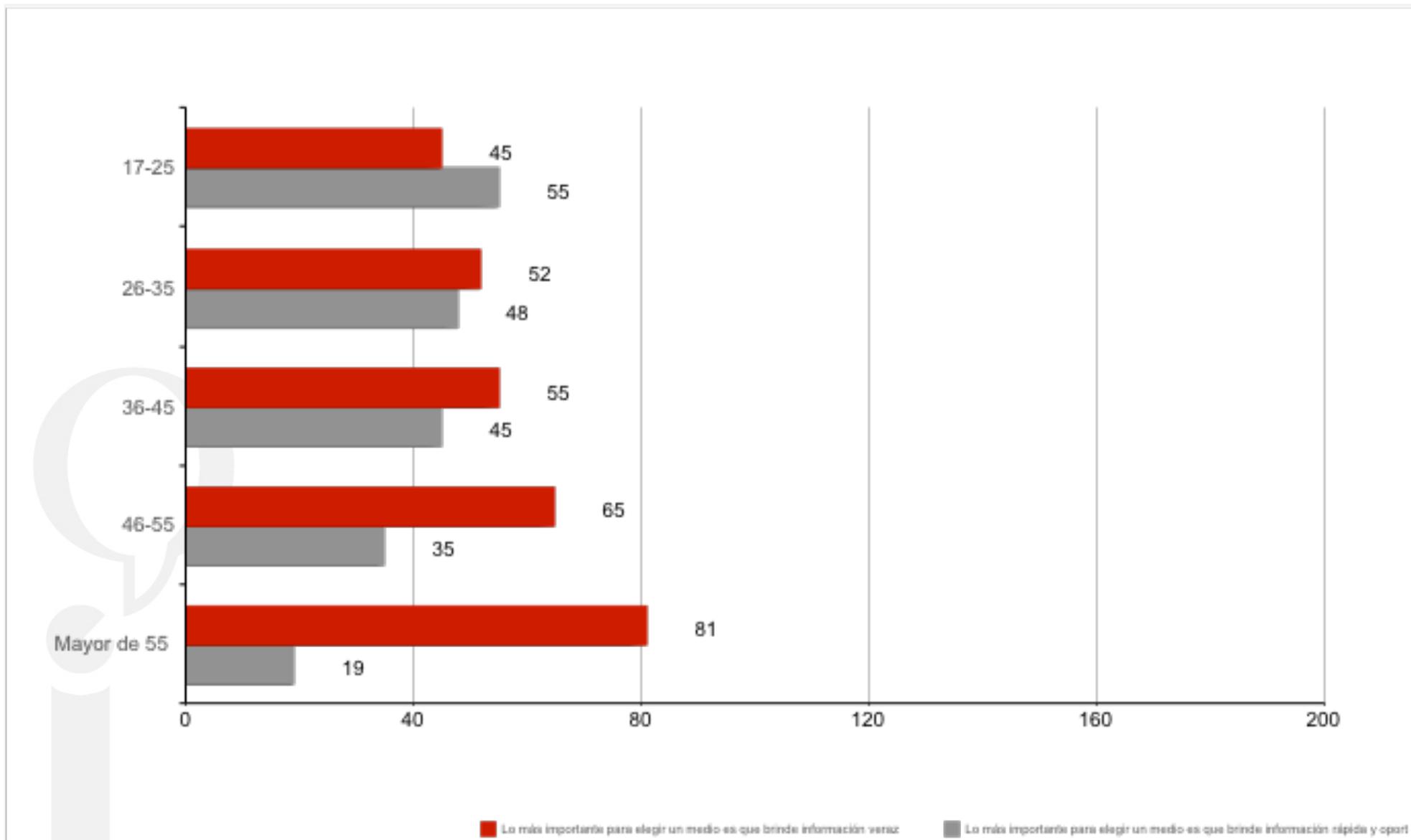
Me considero una persona a la que le cuesta acostumbrarse a las nuevas tecnologías

34%

Porcentaje

n = 519

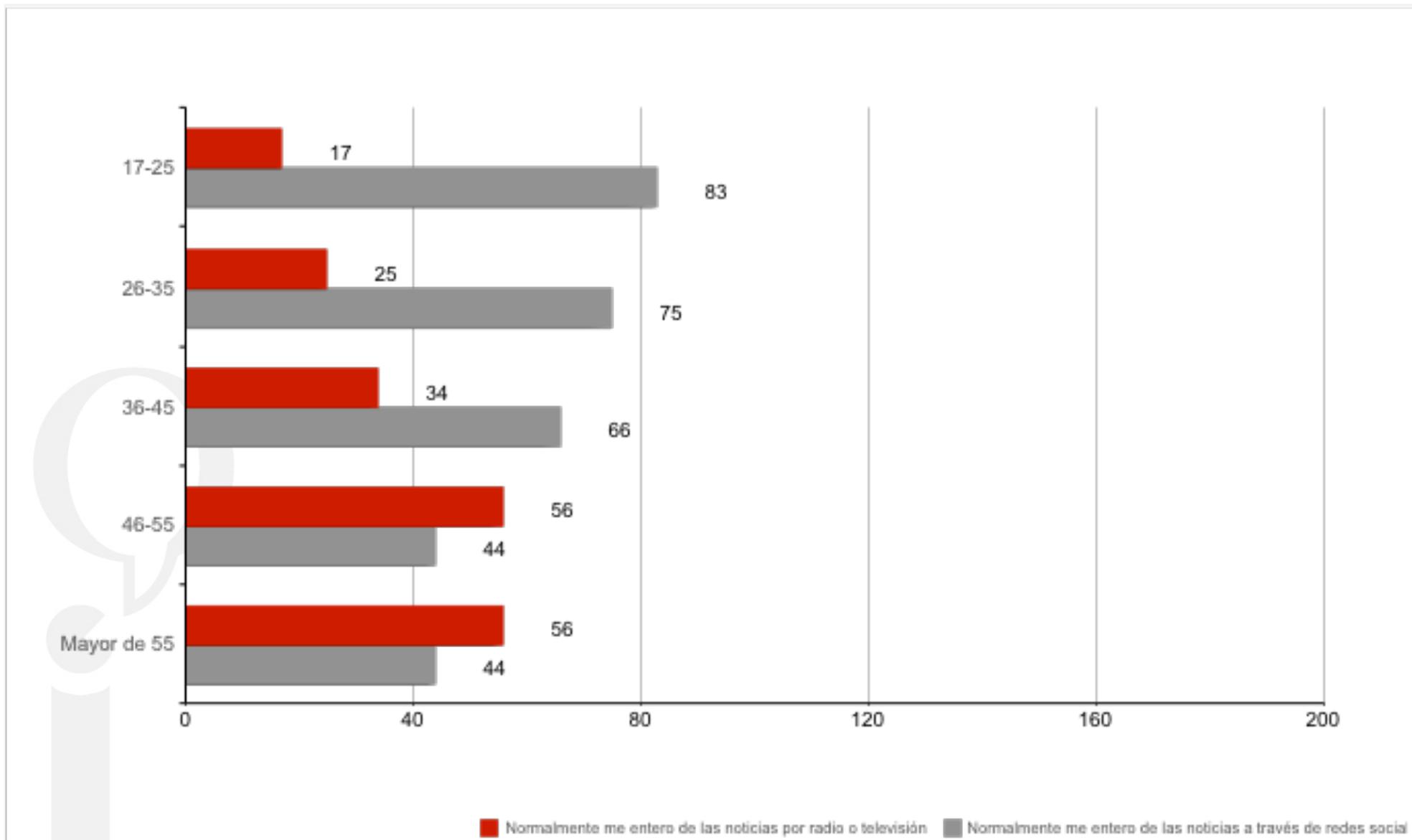
Hábitos para comunicarse por edad



Porcentaje

n = 519

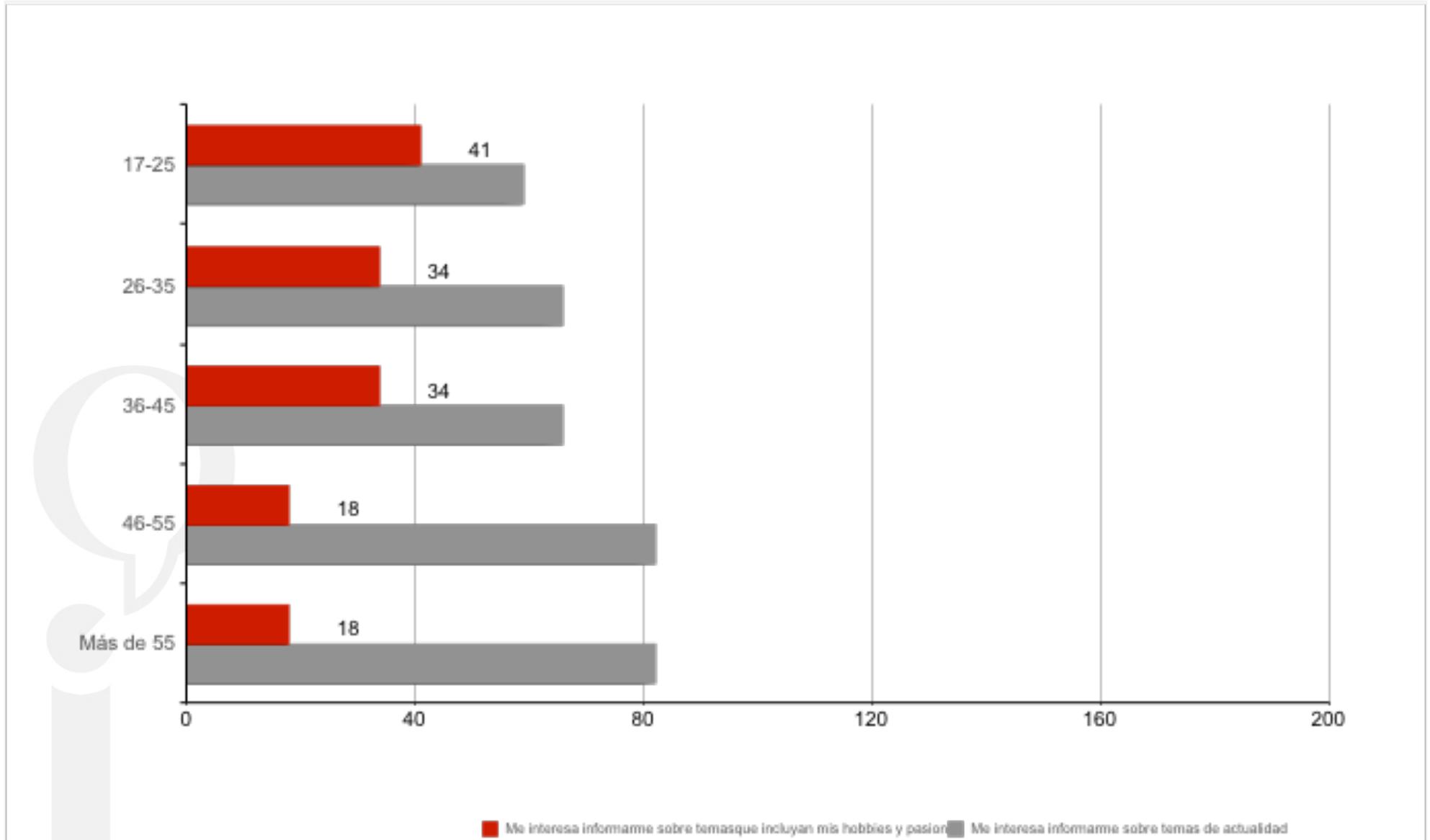
Hábitos para comunicarse por edad



Porcentaje

n = 519

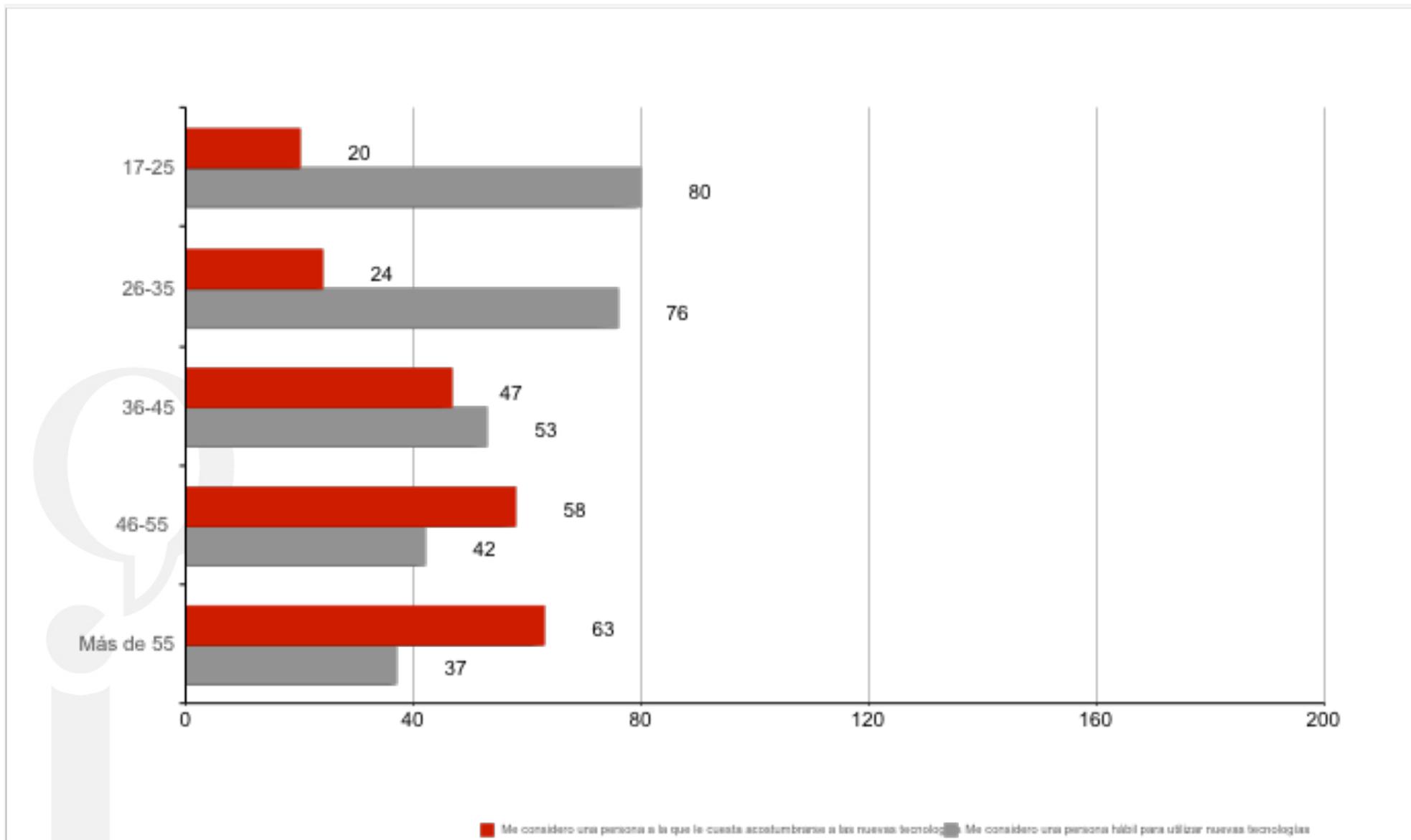
Hábitos para comunicarse por edad



Porcentaje

n = 519

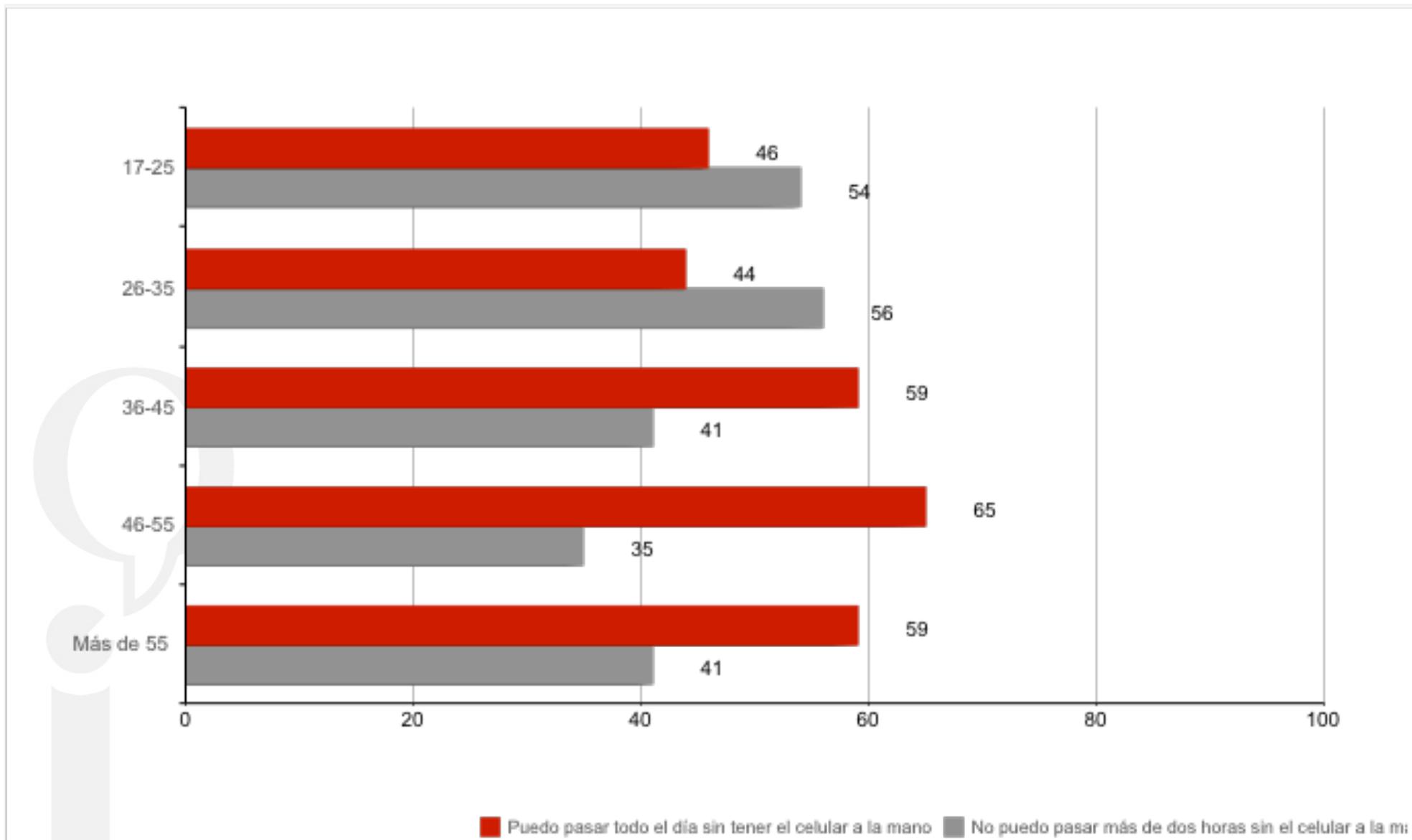
Hábitos para comunicarse por edad



Porcentaje

n = 519

Hábitos para comunicarse por edad



Porcentaje

n = 519

Confianza que inspiran las redes sociales



	Confías mucho	Confías algo	Confías poco	No confías nada
La información publicada por otros usuarios en redes sociales	2%	35%	51%	12%
La información publicada por medios de comunicación en redes sociales	15%	51%	30%	4%
La información publicada por blogs en redes sociales	6%	32%	47%	15%
Que la información que es publicada en redes no sea sacada de contexto	7%	26%	46%	21%
Que mis datos personales están protegidos por las redes sociales a las que pertenezco	6%	28%	40%	26%
La privacidad que brindan las redes sociales a los usuarios	6%	29%	46%	19%

Porcentaje

n = 519

Hábitos de uso de redes sociales



	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Las redes sociales son incluyentes	30%	56%	12%	2%
Los dispositivos electrónicos han contribuido a acercar a las personas	26%	45%	20%	9%
La reputación de alguien se puede destruir por una sola publicación en redes sociales	55%	33%	9%	3%
Es fácil hacerse famoso gracias a las redes sociales	38%	45%	15%	2%

Porcentaje

n = 519

Hábitos de uso de redes sociales



	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Cuando publico cosas en redes sociales me detengo a pensar en las implicaciones que puede tener	31%	44%	20%	5%
Si no uso las redes sociales siento que no pertenezco a mi grupo de amigos	5%	15%	53%	27%
He visto como las redes sociales se usan para hacer bullying	40%	45%	12%	3%

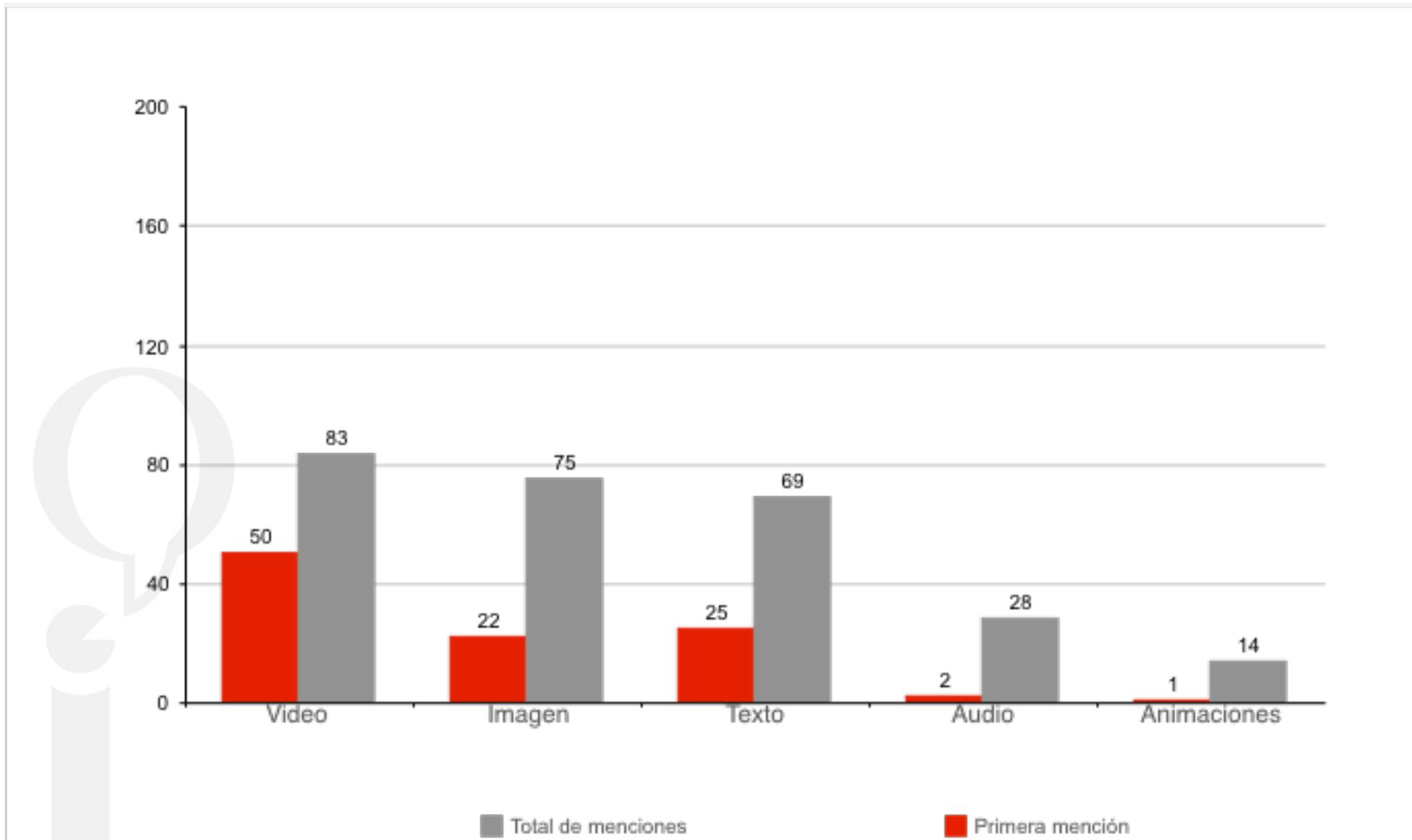
Porcentaje

n = 519



**PREFERENCIAS EN CONSUMO
DE INFORMACIÓN**

Cuando revisas contenido ¿En que formato lo prefieres?



Porcentaje

n = 570

Preferencia en consumo de noticias



CENTRO DE
OPINIÓN PÚBLICA
LAUREATE MÉXICO

Para poder comprender las preferencias de contenido en el consumo de noticias por parte de los encuestados, se les pidió que evaluaran tres diferentes fuentes (**Silla Rota, El Universal, Secretaria de Hacienda y Crédito Público**) y distintos enfoques (**creatividad, credibilidad y atractivo**) en la forma de presentar la misma noticia.

Preferencia en consumo de noticias

LSR La Silla Rota @lasillarota · 1 min
#MEMES Redes se burlan de desabasto de gasolina goo.gI/kFMq5y

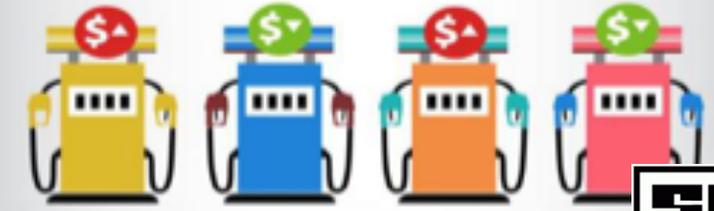


CAMBIO POR
IPHONE 6

LSR

Presidencia México retweeted
SHCP México @SHCP_mx · 29 dic. 2016
#HablemosDeGasolinas ¿Te gustaría tener más opciones donde cargar gasolina o recibir otro tipo de servicio?

El nuevo esquema de flexibilización del mercado de gasolinas y diésel fomentará la competencia entre proveedores
#HablemosDeGasolinas



SHCP

El Universal @EL_Universal_Mx · 3 h
Preven la peor cuota de enero por gasolinazo eluni.mx/2hJmjM5



EL UNIVERSAL

Preferencia en consumo de noticias



	Credibilidad en la Fuente	Credibilidad en la noticia	Atractivo de la noticia	Creatividad en la redacción	Atractivo tono de la publicación
	23%	27%	47%	51%	37%
	59%	56%	53%	55%	55%
	79%	78%	67%	58%	64%

Porcentaje

n = 570

Si tuvieras que compartir alguna de las publicaciones pasadas



¿Cuál elegirías?



54%

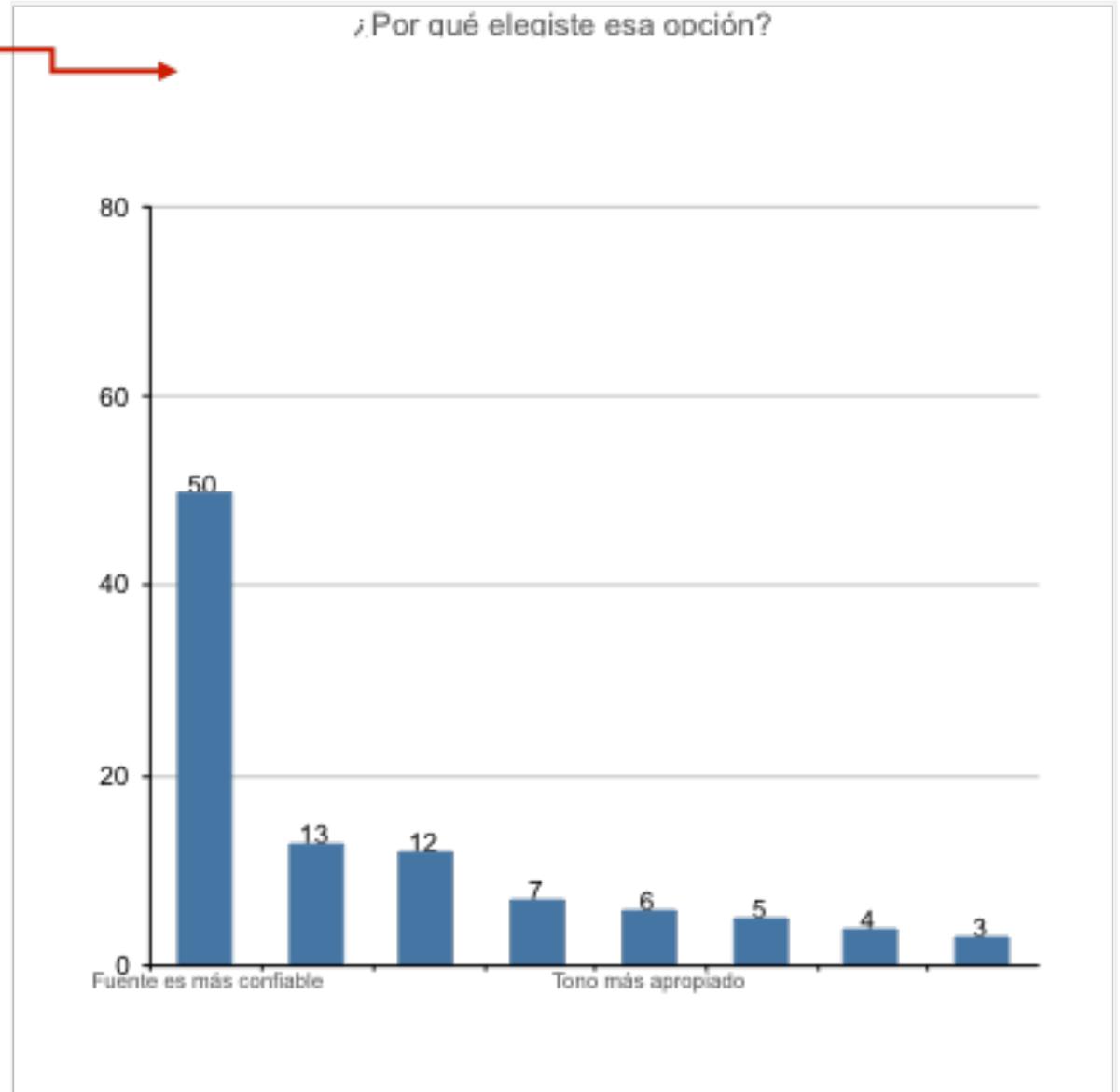


33%



13%

¿Por qué elegiste esa opción?



Porcentaje

n = 570

- A pesar de que las personas siguen asumiendo que comunicarse es hablar en persona con alguien, en la práctica la mayoría se comunica por medio de sus dispositivos electrónicos. Este tipo de comunicación es elegida primordialmente por la eficiencia y rapidez.
- El internet se ha vuelto una herramienta fundamental en el proceso de comunicación y la mayoría de las personas se conecta primordialmente en sus casas y por medio de teléfonos inteligentes.
- La red social que tiene más penetración es Facebook y se utiliza principalmente porque ahí se encuentran sus

- Aunque los encuestados afirman seguir en sus redes, portales con contenido de noticias, al elegir personajes específicos prefieren celebridades o bloggers.
- La forma en que las personas prefieren recibir información está fuertemente influida por el rango de edad en que se encuentran. Los jóvenes tienen predilección por la rapidez, las redes sociales como fuente de información y les interesan los temas que tengan que ver con sus hobbies y pasiones. En cambio los mayores, prefieren la veracidad, la televisión y el radio como fuente de información y les interesan más los temas de actualidad.

- En general, se manifiesta que las personas tienen poca confianza sobre la información que es publicada en redes sociales. Sobre todo cuando es información publicada por otros usuarios o en blogs.
- A pesar de que la mayoría cree que las redes son incluyentes, hay un gran porcentaje que afirma que ha visto como éstas se utilizan para hacer bullying.
- La credibilidad con la que cuenta un medio de comunicación está relacionada con cómo las personas evalúan la creatividad y el atractivo de la nota.