

Desde compras en línea, hasta redes sociales o las noticias, los hispanos aprovechan las posibilidades que les brinda Internet



Ipsos Public Affairs

Ipsos Public Affairs es una organización de investigación a través de encuestas, objetiva y sin afiliación política, formada por profesionales con amplia experiencia. Llevamos a cabo iniciativas de investigación estratégica para una variedad de organizaciones estadounidenses e internacionales basadas no solamente en investigaciones de opinión pública sino también en investigaciones de opinión de aquellos interesados (stakeholders) de la elite, de empresas y de medios de comunicación.

Ipsos tiene asociaciones con las organizaciones de noticias más prestigiosas en todo el mundo. En los Estados Unidos, Ipsos Public Affairs es la agencia de registro de The McClatchy Company, la tercera compañía de periódicos más grande de los Estados Unidos.

Ipsos Public Affairs es miembro de Ipsos Group, una compañía de investigación de mercados basada en encuestas líder a nivel mundial. Brindamos servicios personalizados a clientes y trabajamos conjuntamente con ellos, a la vez que realizamos estudios globales. Para obtener más información, visite: www.ipsos-pa.com

Para obtener copias de otras publicaciones de noticias, visite: www.ipsos-na.com/news/

Casi dos tercios de los hispanos en los Estados Unidos tienen acceso a Internet mensualmente

Chicago, Illinois. Los hispanos en los Estados Unidos no sólo acceden a Internet, sino que también aprovechan las ventajas que la red les brinda como una herramienta primordial para obtener información. Los conceptos anteriores que establecían que los hispanos no contaban con acceso a Internet o desconocían las posibilidades que ofrecía la red se están siendo reevaluados, ya que los hispanos en los Estados Unidos no sólo acceden a Internet, sino que también recurren a ella por una gran variedad de razones.

Según un estudio ómnibus reciente de Ipsos U.S. Hispanic Omnibus acerca de los hispanos en los Estados Unidos, el sesenta y tres por ciento de los hispanos que viven en este país afirma que accede a Internet al menos una vez por mes. Estos hispanos “conectados” señalaron que recurren a Internet para obtener información y entretenimiento. Desde seguir las noticias más importantes del día, hasta descargar el último éxito musical, subir fotografías de familiares y amigos, o incluso investigar productos antes de tomar la decisión final de compra, los hispanos han demostrado que Internet es una herramienta importante en su vida cotidiana. “La idea de que los hispanos en los Estados Unidos carecen de acceso a Internet o no poseen la capacidad para utilizar las herramientas en línea que generalmente se creían exclusivas de la población estándar ya no tiene vigencia. Sabemos que millones de hispanos se conectan a Internet, ya sea en sus hogares o en el trabajo, y que utilizan funciones a menudo en una mayor proporción que la población general. Los hispanos en los Estados Unidos comprenden el valor de acceder a Internet, y no sólo recurren a la red para realizar funciones básicas de búsqueda, sino que también acceden a ella en busca de entretenimiento y con el objetivo de ampliar sus conocimientos acerca del mundo que los rodea”, señala Cynthia Pelayo, Gerente Senior de Investigación.

¿Qué está sucediendo? Los hispanos en los Estados Unidos recurren a las noticias por Internet

Vivimos en un mundo en constante cambio y los hispanos en los Estados Unidos se mantienen al día con estos eventos y recurren a Internet para hacerlo. Mientras navegan por Internet, más del ochenta por ciento (84%) de los hispanos en los Estados Unidos afirma que lee las noticias por lo menos una vez al mes.

- Los hombres (90%) presentan una mayor tendencia a leer las noticias mientras navegan por Internet en comparación con las mujeres (79%).
- Las personas menores de 55 años (85%) presentan una mayor tendencia a leer las noticias por Internet, en comparación con aquellas de 55 años en adelante (72%).
- Prácticamente todos los hispanos que poseen un título universitario (97%) leen las noticias mientras navegan por Internet por lo menos una vez al mes.

Éstos son algunos de los resultados de una encuesta realizada por Ipsos desde el 11 de septiembre de 2008 hasta el 6 de octubre de 2008. Para esta encuesta, se entrevistó una muestra representativa a nivel nacional de 513 hispanos por teléfono mediante el Ipsos U.S. Hispanic Omnibus. Con una muestra de este tamaño, los resultados se consideran precisos, dentro de un rango de ± 4.3 puntos porcentuales, 19 de cada 20 veces, si se hubiera encuestado toda la población de hispanos adultos en los Estados Unidos. El margen de error será mayor dentro de algunas regiones y para otros subgrupos de la población encuestada. Estos datos se ponderaron para asegurar que la composición de región y de edad/género de la muestra refleje la de la población real de los Estados Unidos según los datos de la Oficina de Censos de los Estados Unidos.

Es hora de comprar: los hispanos en los Estados Unidos buscan y compran productos por Internet

Casi ochenta por ciento (79%) de los hispanos recurre a Internet para buscar productos, y no sólo los busca, también los compra. Mientras navegan por Internet, más de la mitad (53%) de los hispanos en los Estados Unidos realiza alguna compra al menos una vez por mes.

- Los hispanos en los Estados Unidos entre 35 y 54 años presentan una mayor tendencia a comprar productos por Internet (62%), mientras que los hispanos de 55 años en adelante (37%) presentan una tendencia menor.
- El género no es un factor determinante, ya que tanto los hombres (51%) como las mujeres (55%) presentan casi la misma tendencia a realizar compras por Internet.

Mirar videos, subir fotografías, descargar música y participar de redes sociales: todas éstas son actividades en línea populares para los hispanos

YouTube, MySpace, Facebook y iTunes no son impulsores tan sólo para la población general. Esto se debe a que, en la actualidad, un número significativo de los hispanos en los Estados Unidos recurren a Internet en busca de entretenimiento. Casi sesenta por ciento (58%) de los hispanos en los Estados Unidos que accedió a Internet en el último mes vio alguna clase de video, subió fotografías (54%) o descargó música (47%). Esto demuestra que, mientras navegan por Internet, realizan muchas actividades.

- La popularidad de los sitios de redes sociales como MySpace, Facebook y MiGente ha llegado al segmento hispano, ya que el 40% de los hispanos en los Estados Unidos que se “conectó” a Internet en el último mes, tiene su propio sitio de red social.
- Más de dos tercios (68%) de aquellos entre 18 y 34 años miran videos por Internet al menos una vez por mes.

- Más del sesenta por ciento (61%) de los hispanos entre 18 y 34 años que se “conectaron” a Internet en el último mes, suben fotografías por Internet mensualmente.

Para obtener más información acerca de esta publicación, contáctese con:

***Cynthia Pelayo
Gerente de investigación
Ipsos Public Affairs
312.777.3953***

Las publicaciones están disponibles en: <http://www.ipsos-na.com/news/>

Acerca de Ipsos

Ipsos es una compañía líder a nivel mundial en el sector de investigación de mercados basada en encuestas, de propiedad y dirigida por profesionales de la investigación que ayuda a interpretar, simular y anticipar las necesidades y respuestas de los consumidores, clientes y ciudadanos de todo el mundo. Las compañías miembro evalúan el potencial e interpretan las tendencias del mercado para desarrollar y probar productos o servicios, existentes o emergentes, y para desarrollar marcas. También prueban distintas formas de publicidad y estudian las respuestas de la audiencia en diferentes medios de comunicación, y miden la opinión pública en todo el mundo. Ayudan a los clientes a construir relaciones a largo plazo con sus clientes, interesados u otras comunidades de usuarios. Las compañías miembro de Ipsos ofrecen experiencia en publicidad, fidelización de clientes, marketing, medios de comunicación e investigación en opinión pública, así como también en pronósticos, planificaciones y asesoramiento, y ofrecen una línea completa de productos y servicios personalizados, sindicados, ómnibus, de panel y en línea liderados por expertos en la industria y avalados por análisis y metodologías de avanzada. La compañía se fundó en 1975 y cotiza en bolsa desde 1999. En el año 2007, Ipsos tuvo un ingreso global de €927.2 millones (US\$1.27 mil millones). Visite www.ipsos.com para obtener más información acerca de los servicios y capacidades de Ipsos.