

## PERFIL DEL USUARIO DE REDES SOCIALES 2012

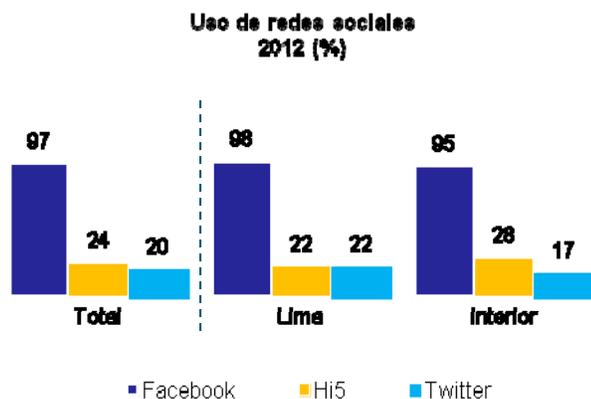
Cada vez son más los internautas peruanos que se registran en alguna red social, ya sea para ver y comentar fotos o comunicarse con otras personas. Debido a ello, Ipsos APOYO publica por segundo año consecutivo el estudio "Perfil del usuario de redes sociales 2012" en el Perú Urbano con el fin de identificar los hábitos en la redes sociales y actitudes hacia la publicidad, entre otros aspectos. A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación:

En Lima, el 79% de internautas pertenece a alguna red social mientras que en el interior del país un 71%. Tanto en Lima como el interior se aprecia un crecimiento de aproximadamente 25% con respecto al año anterior, en la región centro del interior se presentó un crecimiento por encima del 60%.

Perú Urbano	Total	Lima	Interior	Región Norte	Región Centro	Región Sur	Región Oriente
Usuarios de redes sociales (2011) **	60%	64%	56%	69%	39%	47%	60%
Usuarios de redes sociales (2012) **	75%	79%	71%	80%	63%	64%	73%

\*\* En base al total de internautas del Perú Urbano entre 8 y 70 años de todos los niveles socioeconómicos

Facebook es indiscutiblemente la red social que más usan los internautas del Perú Urbano. En el último año los usuarios de Hi5 se han reducido a un poco más de la mitad y en su lugar han crecido significativamente los usuarios de Twitter, quienes en el 2011 sólo llegaban a ser un 1%.



A continuación se presenta el perfil del usuario de la red social del Perú Urbano:



### Metodología

Encuestas realizadas entre el 15 de Mayo y 3 de Julio del 2012, con una muestra aleatoria conformada por 933 internautas que pertenecen a alguna red social de todos los niveles socioeconómicos de Lima Metropolitana y de las principales ciudades del país, cuyas edades fluctúan entre los 8 y 70 años.

### Responsables

Director del estudio : Javier Álvarez ([javier.alvarez@ipsos.com](mailto:javier.alvarez@ipsos.com))  
Asistente de ventas : Johana Tang ([johana.tang@ipsos.com](mailto:johana.tang@ipsos.com))

### Marketing Data

Marketing Data es un servicio de información que brinda los principales hallazgos de los estudios multiclientes que realiza Ipsos APOYO Opinión. El contenido detallado y los resultados desagregados de las investigaciones se encuentran en los informes que publica Ipsos APOYO.

### Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.

Av. Reducto 1363. Miraflores. Lima. Perú  
610-0100 / 610-0121  
[www.ipsos-apoyo.com.pe](http://www.ipsos-apoyo.com.pe)

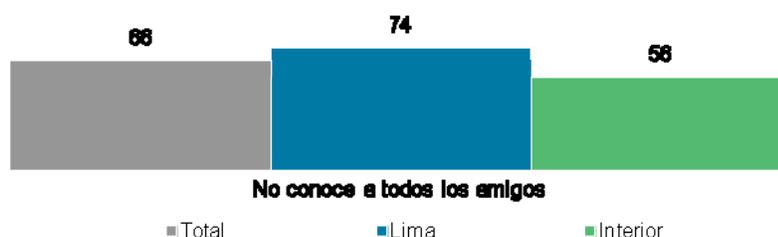
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL  
SIN AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL DIRECTOR.

La gran mayoría de usuarios de las redes sociales son muy participativos. Muchos de ellos ya han subido fotos y lo hacen casi semanalmente. Además, acostumbran escribir en el muro o perfil de sus amigos, hacer comentarios en fotos y/o videos y chatear, esta última actividad ha tenido un crecimiento aproximadamente del 10% con respecto al año anterior.

Actividades	Total	Lima	Interior
Acostumbra visitar los perfiles de sus amigos	88%	87%	88%
Acostumbra escribir en el muro o perfil de sus amigos	77%	79%	74%
Acostumbra chatear en la red social	95%	93%	90%
Alguna vez ha subido fotos	82%	82%	83%
Acostumbra comentar en fotos y/o videos	83%	85%	81%

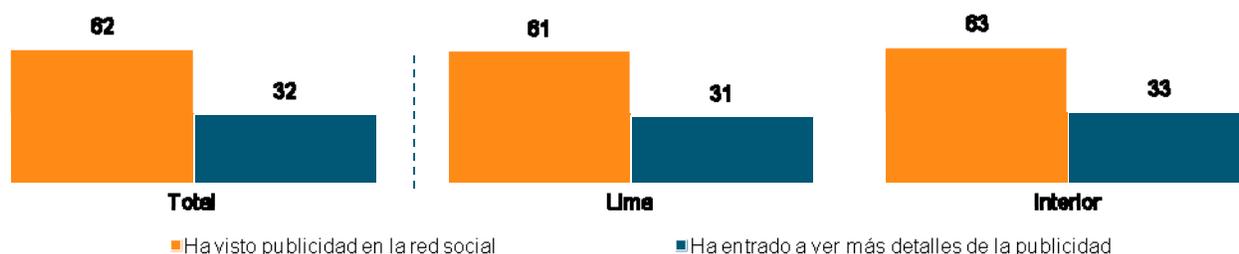
**No conoce a todos los amigos que tiene en su cuenta 2012 (%)**

Más de la mitad de los usuarios de redes sociales afirman no conocer a todas las personas que tienen en su lista de amigos.



La publicidad efectuada en las redes sociales llega a seis de cada diez usuarios de las mismas. Sin embargo, sólo tres de ellos han entrado para ver más detalles.

**Publicidad en las redes sociales 2012 (%)**



Los usuarios de redes sociales participan un poco más en concursos y se registran en promociones *online* que los que no pertenecen a alguna red. Cabe destacar que es notoria la mayor participación en concursos que los registros en promociones en el interior del país, aunque el nivel de suscripción en ambas es bajo.

Actividades	INTERNAUTAS USUARIOS DE REDES SOCIALES			INTERNAUTAS NO USUARIOS DE REDES SOCIALES		
	Total	Lima	Interior	Total	Lima	Interior
Participa en concursos <i>online</i>	14%	16%	12%	12%	13%	10%
Se registra para recibir promociones <i>online</i>	11%	14%	8%	8%	11%	5%

## PERFIL DEL USUARIO DE REDES SOCIALES 2012

El informe se presenta en versión impresa. También se podrá consultar vía web toda la información del informe a través de nuestro **Marketing Data Plus**, banco electrónico de información de nuestros estudios multiclientes, el cual le permite acceder a los resultados por medio de un buscador.



### Informe impreso



### CONTENIDO DEL INFORME

- Resumen ejecutivo
- Perfil del usuario de la red social
- Penetración de las redes sociales Lima
- Penetración de las redes sociales Interior
- LIMA Y NACIONAL URBANO**
- Perfil demográfico
- Perfil geográfico
- Perfil actitudinal
- Perfil del usuario según criterios
  - Edad
  - Género
  - Nivel de uso de la red social
- Ingreso a las redes sociales
- Actividades realizadas en las redes sociales
- Actitud hacia la publicidad
- Tenencia de bienes y servicios
- Ficha técnica

### ORDEN DE COMPRA

Señores,  
**Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.**  
Av. Reducto 1363 - Miraflores  
Telf: 610-0100 / 610-0121

Deseamos adquirir el estudio **Perfil del usuario de redes sociales 2012**

**Atención:**  
Johana Tang  
Asistente de Ventas de  
Estudios Multiclientes

Precio: S/. 6,000 (Incluye IGV)

Sírvanse remitir el informe con los resultados del estudio a:

Nombre: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

Empresa: \_\_\_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_

RUC: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

Enviar factura a nombre de: \_\_\_\_\_ Firma: \_\_\_\_\_

**Nota:** Fotocopiar este formato para ser enviado por fax. Si tuviese interés en adquirir este estudio o algún otro de nuestros estudios le agradeceríamos comunicarse con **Johana Tang Lévano** (Asistente de Ventas) a los teléfonos 610-0100 ó 610-0121 o vía e-mail a [johana.tang@ipsos.com](mailto:johana.tang@ipsos.com)