

# Cyber - Vida

Agosto 2011



# CYBER VID@

- @ El mundo está cambiando cada día y los hábitos y costumbres que las personas tenían en su vida cotidiana se están transformando por la incorporación de nuevas tecnologías.
- @ Estos consumidores migran hacia la era digital, son más móviles y manejan una comunicación más virtual que personal ya que el tiempo es importante para ellos y quieren la vida más fácil.

## «El tiempo es Oro»

- @ Analizamos qué hábitos se modifican y cuál es la variación de 6 años atrás hasta el día de hoy. Para ello, se realizó una encuesta online para conocer la opinión de la gente y se observó la tendencia de los últimos años en la herramienta TGI.



## Ficha Técnica

Este informe está basado en un sondeo descriptivo online realizado por Mindshare Argentina con la herramienta AdPoll y los resultados del estudio TGI (Ibope).

### Ficha Técnica AdPoll (encuesta online desarrollada por Mindshare Argentina):

- **UNIVERSO**

Hombres y Mujeres de 18 a 49 años de toda la república Argentina.

- **MUESTRA**

505 encuestas

- **METODOLOGÍA:**

Encuestas por internet realizadas en la plataforma AD- Poll, en Internet, perteneciente a Mindshare Argentina.

- **INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Cuestionario semi- estructurado.

- **FECHA DE CAMPO**

Julio 2010

### Ficha Técnica TGI:

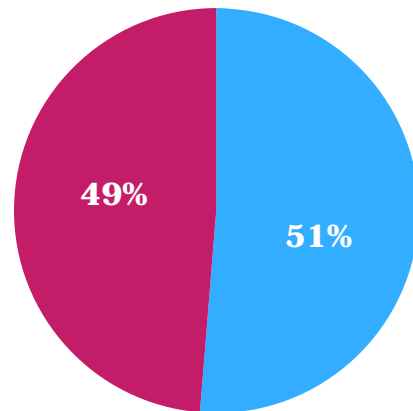
- **Muestra: 10.000 casos anuales – Ciudades de más de 50.000 habitantes a nivel nacional - Hombres y Mujeres 12-75 años**



# Composición de la muestra

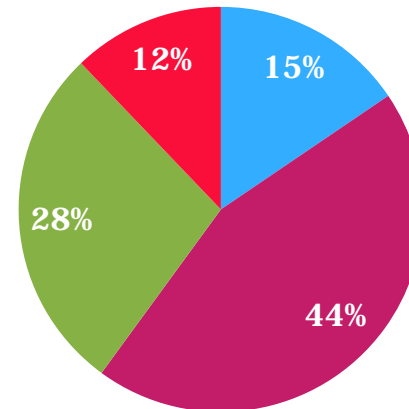
## A nivel demográfico y geográfico.

### SEXO



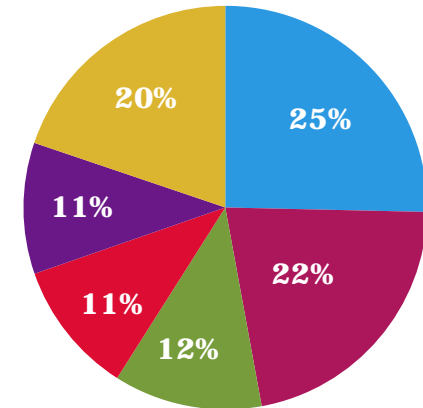
■ Hombres ■ Mujeres

### EDAD



■ 18 a 25 años ■ 26 a 35 años  
■ 36 a 45 años ■ 46 a 49 años

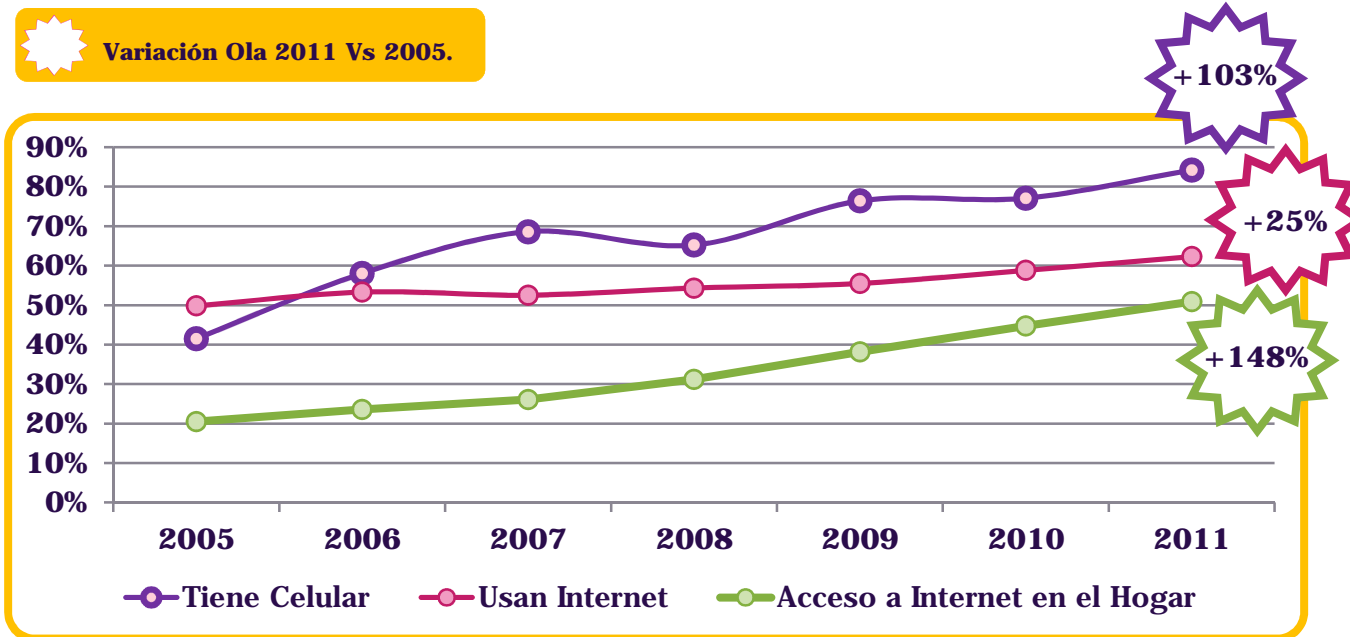
### ZONA GEOGRÁFICA



■ GBA  
■ Capital Federal  
■ Resto de la Prov de BSAS  
■ Santa Fe  
■ Córdoba  
■ Otros

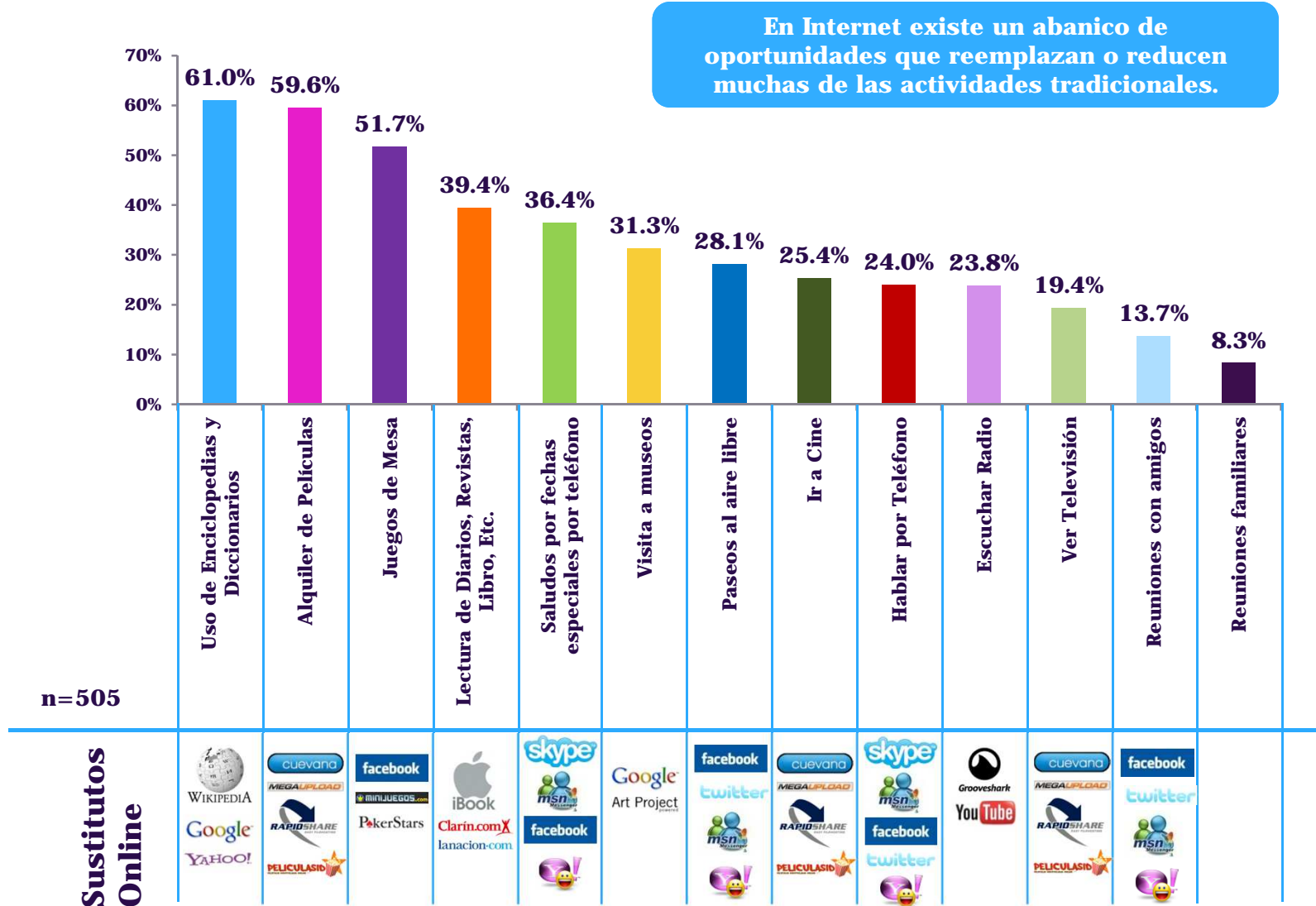
# El acceso a la tecnología crece de forma exponencial, alcanzando cada vez a más personas

Target: Ambos 18- 49 Todo Nivel.



**Telefonía Celular e Internet se han incorporado en la vida cotidiana de los consumidores, convirtiéndose en un commodity para la sociedad. El mayor crecimiento de los últimos 7 años se da en el acceso a Internet desde el hogar.**

# ¿Qué actividades dejaron de realizar o bien le dedican menos tiempo con la evolución de las nuevas tecnologías?



Fuente: AD- Poll Mindshare.

# ¿Cuánto se redujo la penetración de estas actividades en los últimos 6 años?

Target: Ambos 18- 49 Todo Nivel.



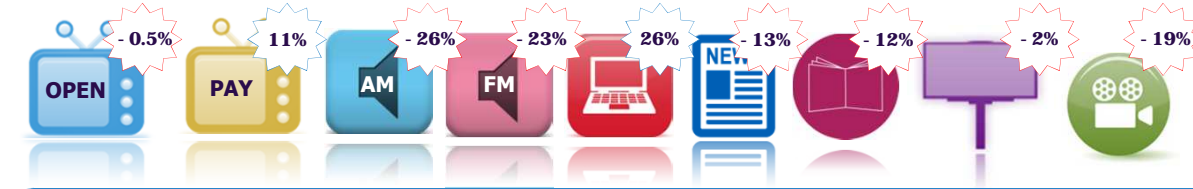
**Decrecen algunas actividades OFFLINE - Migran hacia la plataforma ONLINE buscando satisfacer las necesidades de una manera más dinámica e interactiva.**



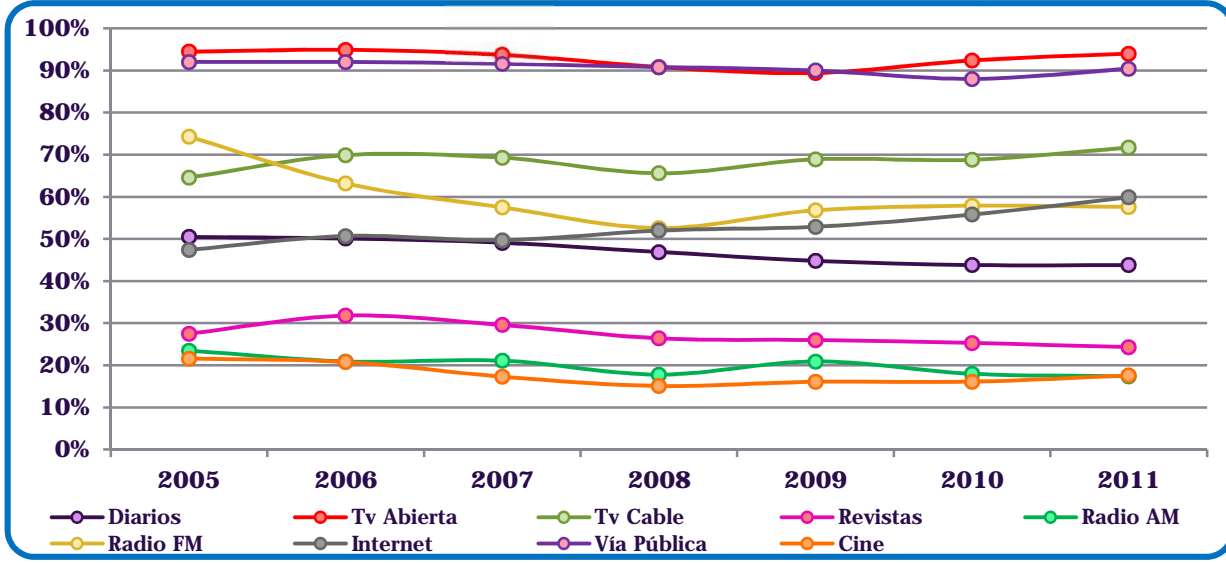


# ¿Cómo el consumidor cambia su relación con los medios masivos de comunicación?

Target: Ambos 18- 49 Todo Nivel.



Variación Ola 2011 Vs 2005



El medio que ha aumentado año a año considerablemente es **Internet**, el consumidor migra de lo **Offline a lo Online** (Los medios Offline modifican sus productos adaptándolos a lo Online), esto permite que los contenidos sean más dinámicos para el consumidor y en **tiempo real**.  
A priori, la radio, los medios gráficos y el cine muestran las mayores caídas.

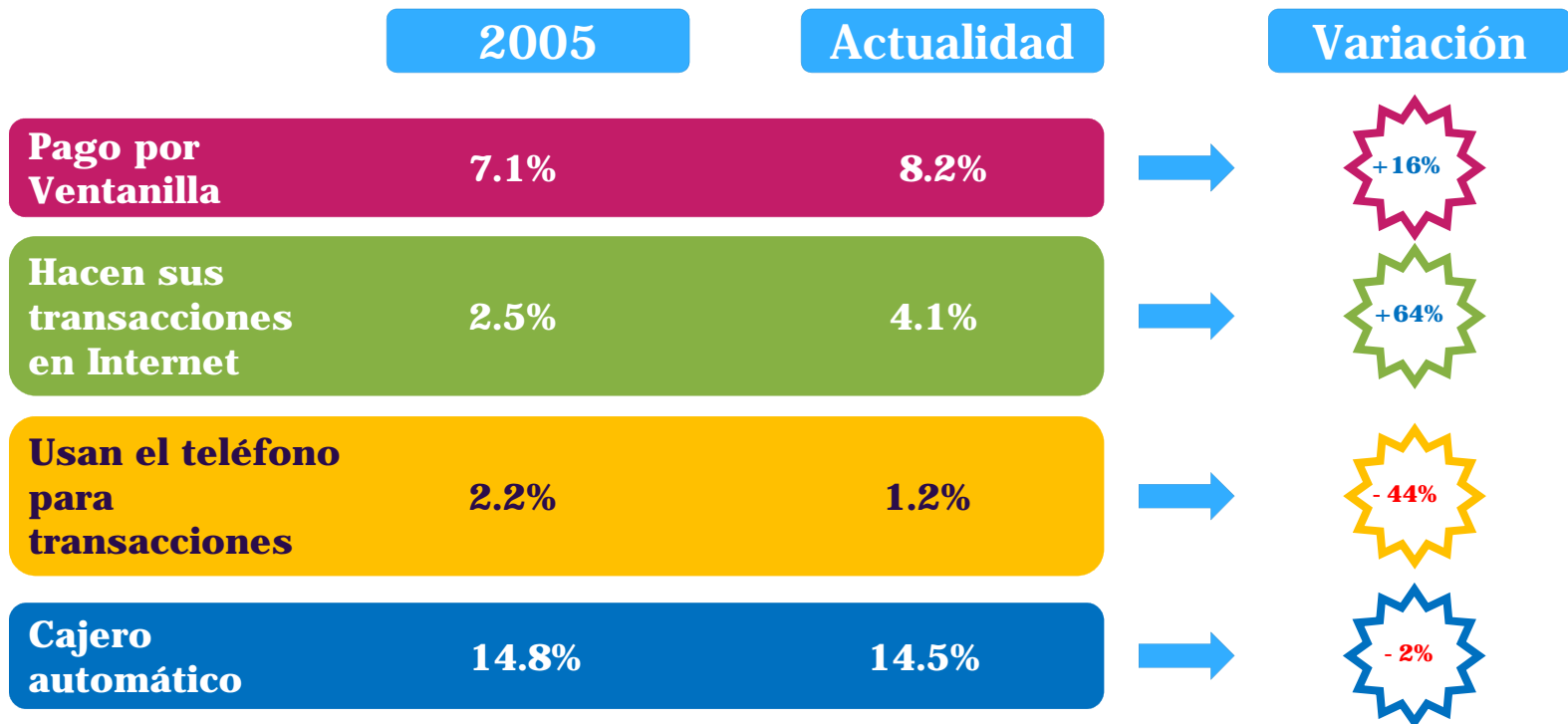
Fuente: TGI IBOPE Ola 23.



## Las transacciones bancarias han cambiado gracias a las plataformas Online. Target: Ambos 18- 49 Todo Nivel.



Hay un incremento en las transacciones Online por medio del Home Banking, de igual forma hay personas que aun consideran oportuno ir físicamente a su banco.



Variación Ola 2011 Vs 2005.

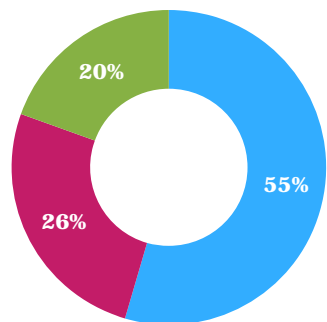
Fuente: TGI IBOPE Ola 23.

# Opiniones sobre la influencia de Internet en la vida del consumidor

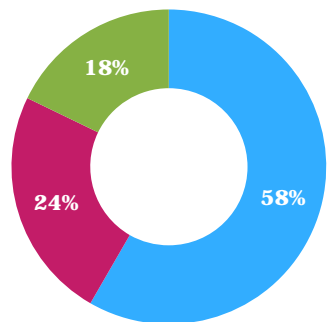
De Acuerdo

56.4%

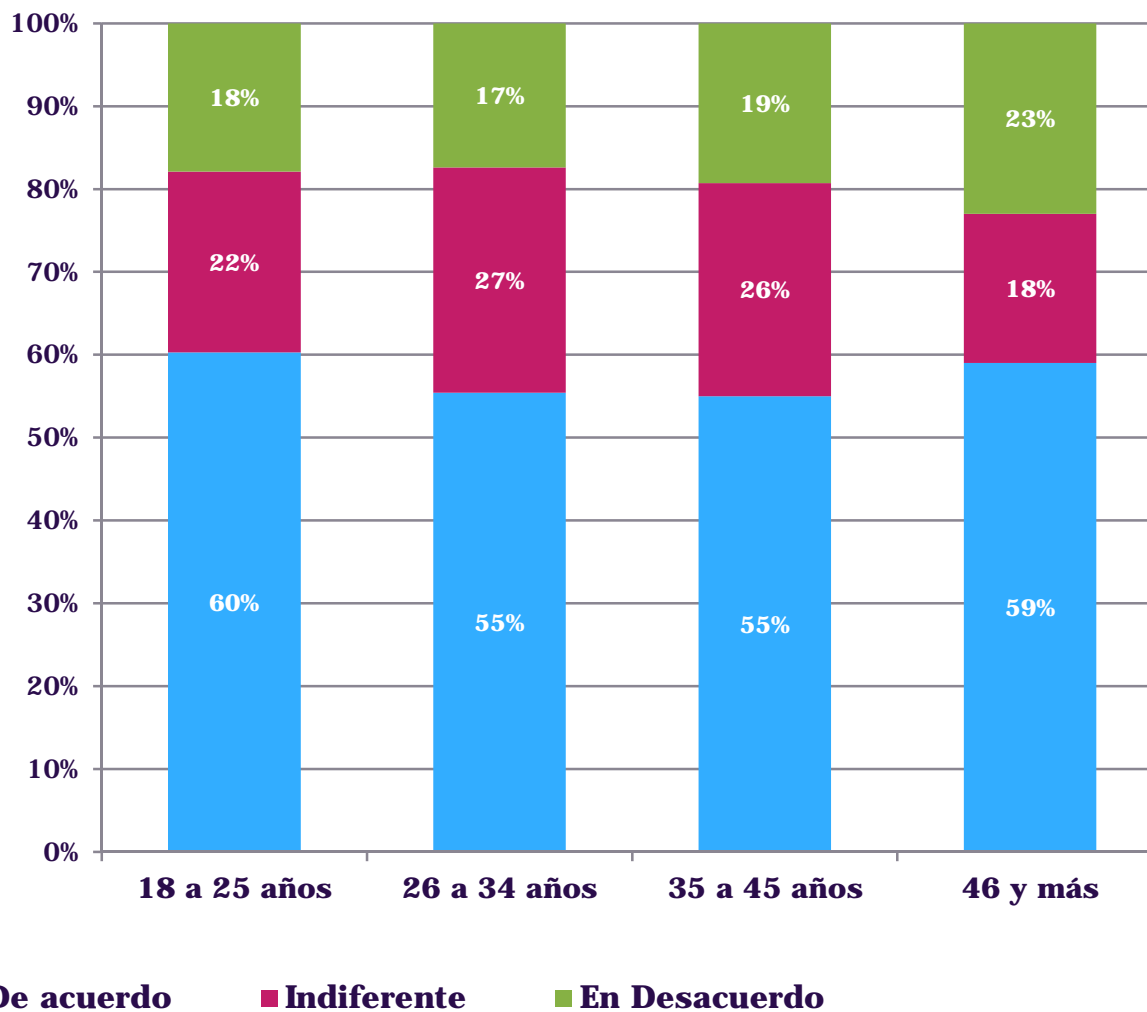
@ Desde que la mayoría de la gente utiliza Internet las relaciones se han vuelto más impersonales.



Mujeres



Hombres

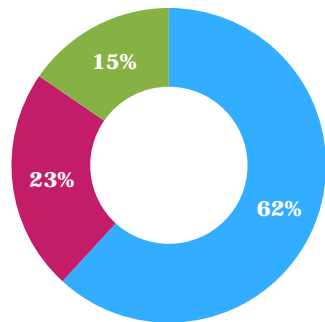


# Opiniones sobre la influencia de Internet en la vida del consumidor

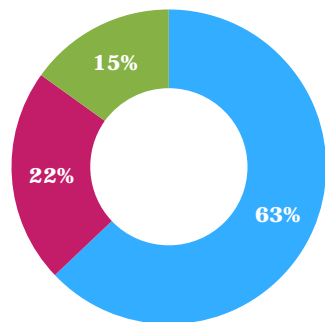
De Acuerdo

62.4%

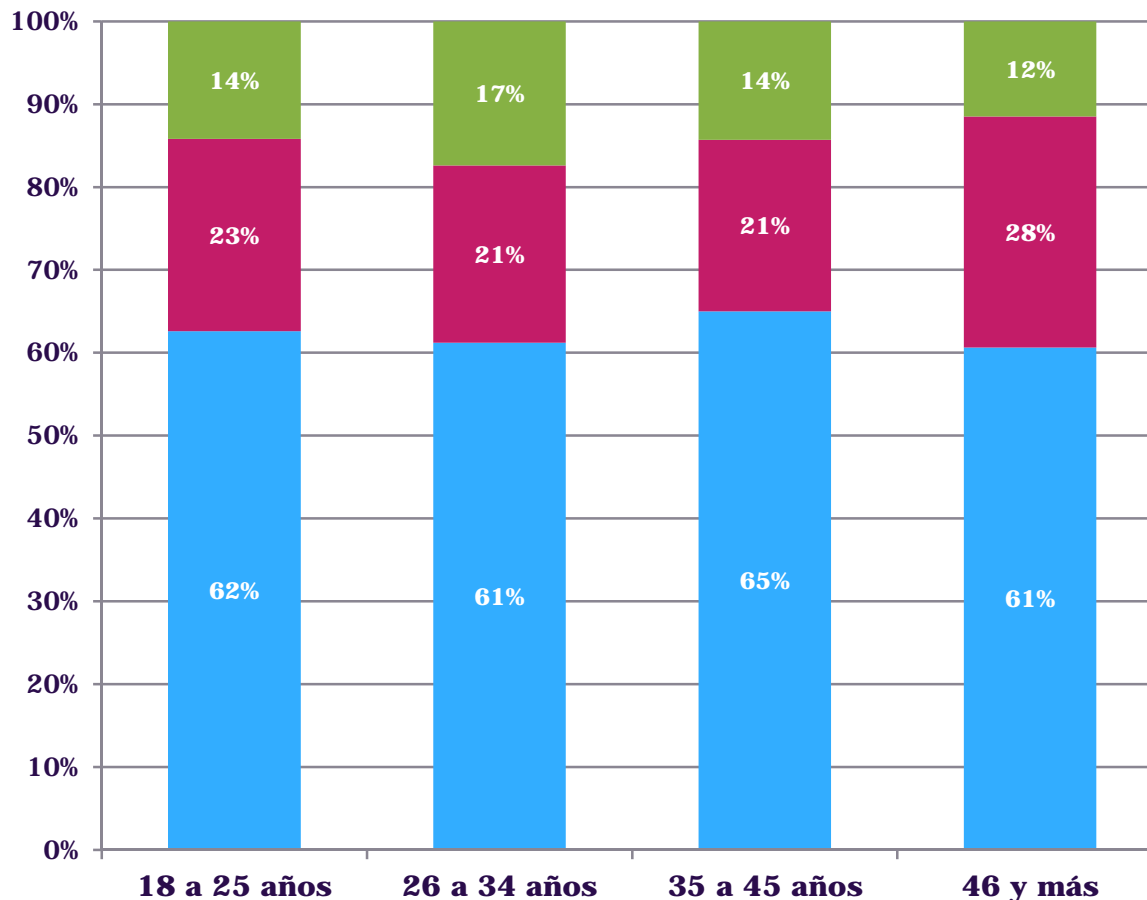
@Internet te deja expuesto a muchas fuentes de información no confiables, si bien hay muchas que sí lo son.



Mujeres



Hombres



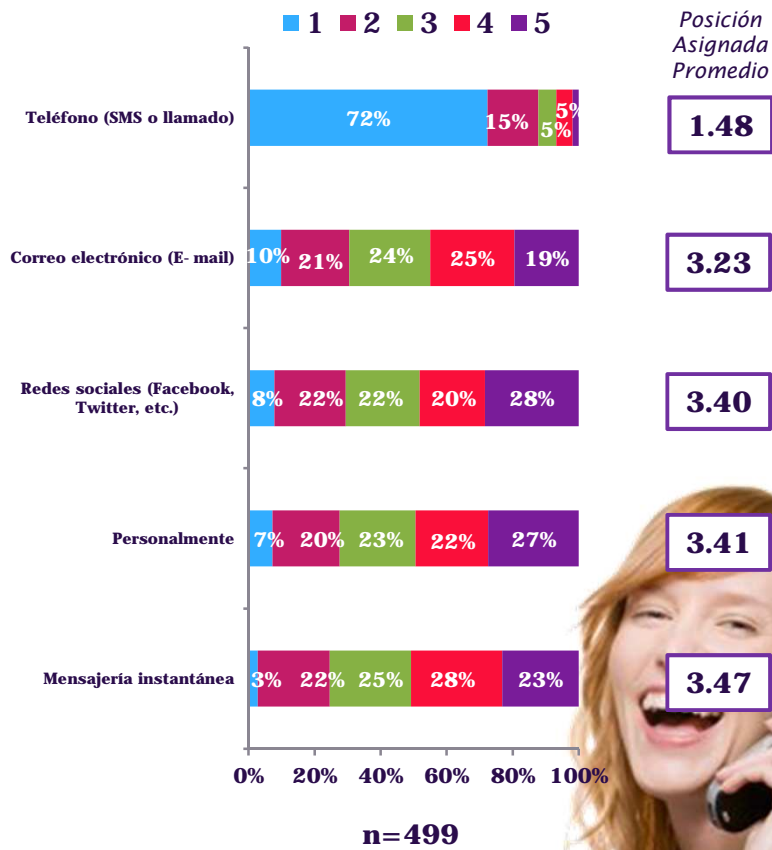
■ De acuerdo ■ Indiferente ■ En Desacuerdo

# Algunos cambios en las **relaciones sociales**

# Las Relaciones Sociales

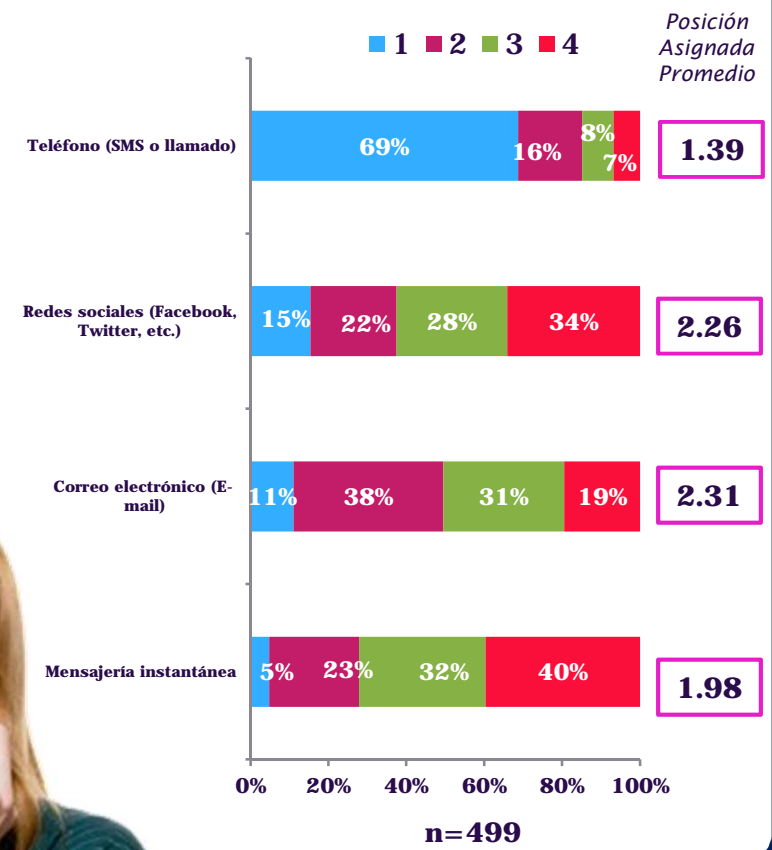
## ¿Qué medio utilizaron para organizar salidas con amigos?

Ordene los siguientes medios del 1 al 5, siendo 1 el más frecuente y 5 el que menos utiliza



## Cuando conocen a alguien ¿Qué medio utilizaron para seguir en contacto?

Ordene los siguientes medios del 1 al 4, siendo 1 el más frecuente y 4 el que menos utiliza



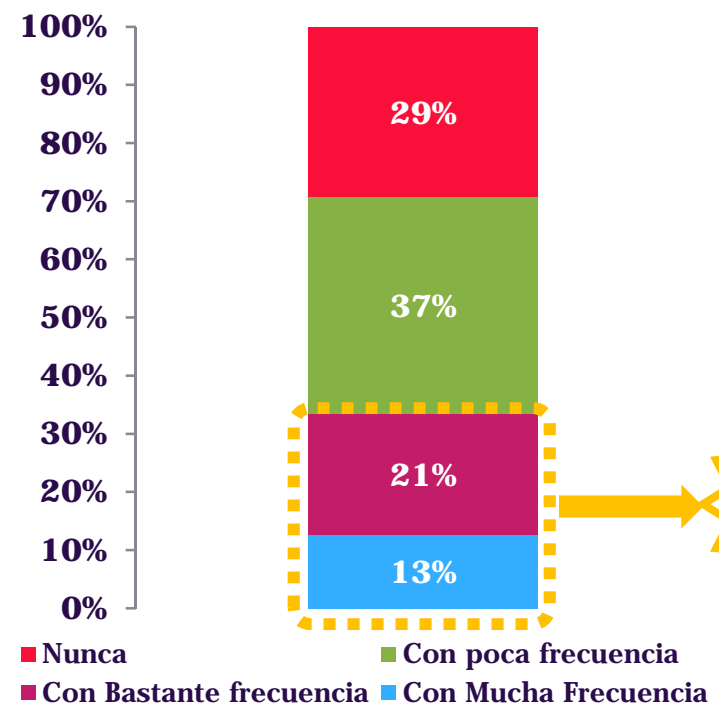
La mayoría eligió el **Teléfono** como medio para organizar las salidas con sus amigos, les brinda una respuesta inmediata. El **E-mail** es el segundo medio más importante para estas personas.

La mayoría eligió el **Teléfono** como medio para reencontrarse con personas que ha conocido, **Facebook** es fundamental para el target ya que crea un vínculo constante.

Fuente: AD- Poll Mindshare.

# Las Relaciones Sociales

@ ¿Se animaron a contar algo por Internet que no eran capaz de hacerlo personalmente?



n=499

Un 34% reconoce haberlo hecho



Fuente: AD- Poll Mindshare.

## Conclusiones

- La evolución de Internet ha repercutido en los medios Offline modificando algunas de sus plataformas según las nuevas necesidades del consumidor.
- A pesar del crecimiento exponencial de Internet, el consumidor sigue exponiéndose a medios OFFLINE para entretenerse y divertirse. Los medios que muestran la mayor caída son: Radio, Gráfica y Cine.
- Los encuestados afirman que Internet es un medio donde las relaciones se han vuelto impersonales, de igual forma piensan mucha de la información que abunda en Internet puede no ser confiable.
- Las redes sociales son fundamentales para el consumidor ya que les permiten tener una comunicación de doble vía con sus conocidos, amigos y familiares. Sin embargo, el teléfono se mantiene como el medio favorito para organizar salidas / reuniones con amigos.
- Algunas actividades en la vida diaria son reemplazadas o menos frecuentes por nuevas plataformas. (Facebook, Twitter, Películas Online, Radio Online, entre otros). Las más afectadas según los encuestados resultan el uso de enciclopedias y diccionarios, el alquiler de películas y los juegos de mesa, lo cual se corrobora observando la tendencia en los últimos 6 años.