



Relatório de Resultados

Redes Sociais em Portugal

Dezembro de 2009

Com quase 10 anos de actividade, a Netsonda foi a primeira empresa em Portugal a operar na área de estudos de mercado através de plataformas tecnológicas como a Internet, oferecendo rapidez, segurança e qualidade dos resultados.

Hoje, a Netsonda posiciona-se como uma empresa de soluções, tendo alargado as suas áreas de acção aos outros meios e metodologias. Desta forma, a empresa oferece aos seus clientes um leque variado de soluções, que vão desde os métodos tradicionais para estudos quantitativos e qualitativos, até estudos de clima empresarial ou estudos realizados sobre o Painel Netsonda, o maior painel online em Portugal, com mais de 50.000 membros.

A Netsonda conta com mais de 100 clientes nas áreas das telecomunicações, media, banca e seguros, consultoria, entre outras, fruto da constante inovação e serviço desenvolvido através da sua equipa de profissionais credenciados e formados nas áreas das ciências sociais, estatística e das tecnologias da informação.



A Netsonda Network Research apresenta-se como empresa credível e eficaz para a realização de Estudos de Mercado Quantitativos e Qualitativos

Redes Sociais em Portugal

Objectivos e Metodologia

Slide 4

Estrutura da amostra e Quadro Resumo

Slide 6

Relatório de Resultados

Slide 7

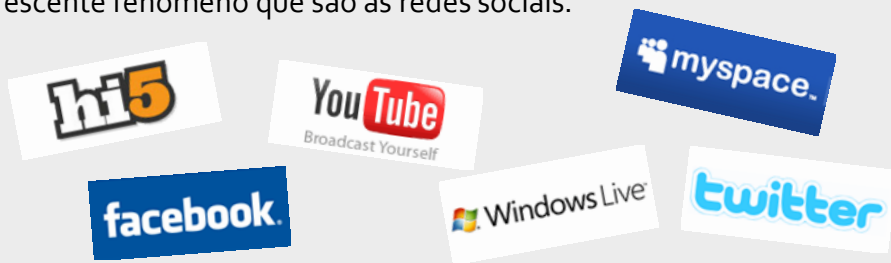


Objectivos

O estudo Redes Sociais em Portugal tem como objectivo conhecer os hábitos e atitudes dos portugueses relativamente ao fenómeno das redes sociais.

Com este estudo pretende-se ainda compreender a relação dos portugueses relativamente a estas plataformas, em questões como as suas preferências, as suas motivações, as suas actividades, a relação com a publicidade ou o conhecimento e notoriedade das redes sociais, entre outros.

Pretende ainda aprofundar-se estes temas por escalão etário e sexo, aferindo as diferenças entre gerações ou géneros nos principais pontos referidos em cima, para uma melhor compreensão do crescente fenómeno que são as redes sociais.



Metodologia

O estudo foi realizado junto de 402 indivíduos que utilizam redes sociais.

A amostra foi obtida junto do painel da Netsonda constituído por mais de 50 mil membros, registados voluntariamente ao longo dos últimos 9 anos, através de campanhas de recrutamento diversificadas.


A recolha de informação foi realizada via Entrevista na Internet (CAWI).


Foi realizada a análise descritiva dos resultados recolhidos ao longo do estudo.


Os resultados foram também cruzados pelas variáveis género e escalão etário. Este dados foram ainda sujeitos a testes de significância estatística a um nível de 95%. e devidamente assinalados.

Conceitos

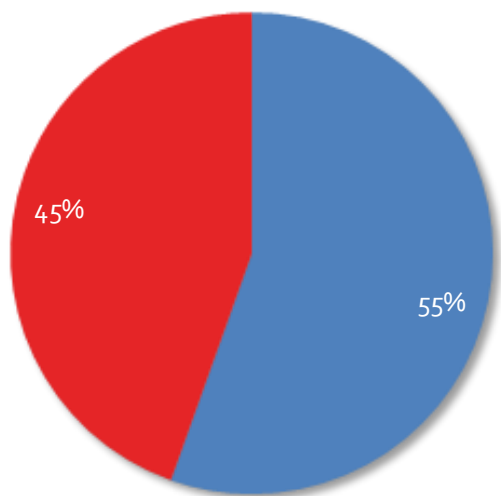
Ao longo do relatório são utilizados os seguintes conceitos:

 **Média** – A média aritmética é o valor que pode substituir todos os valores da variável. Ou seja, é o valor que a variável assumiria se fosse constante. Representa, por isso, o valor se apenas houvesse um indivíduo no mercado.

 **Top2Box** – A soma dos 2 valores mais elevados da escala.

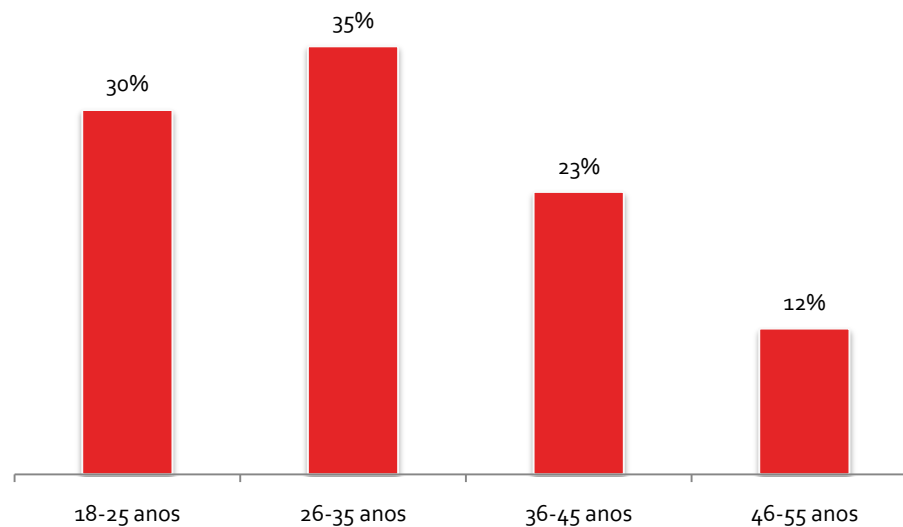
 **Top3Box** – A soma dos 3 valores mais elevados da escala.

Género



■ Masculino ■ Feminino

Escalão etário



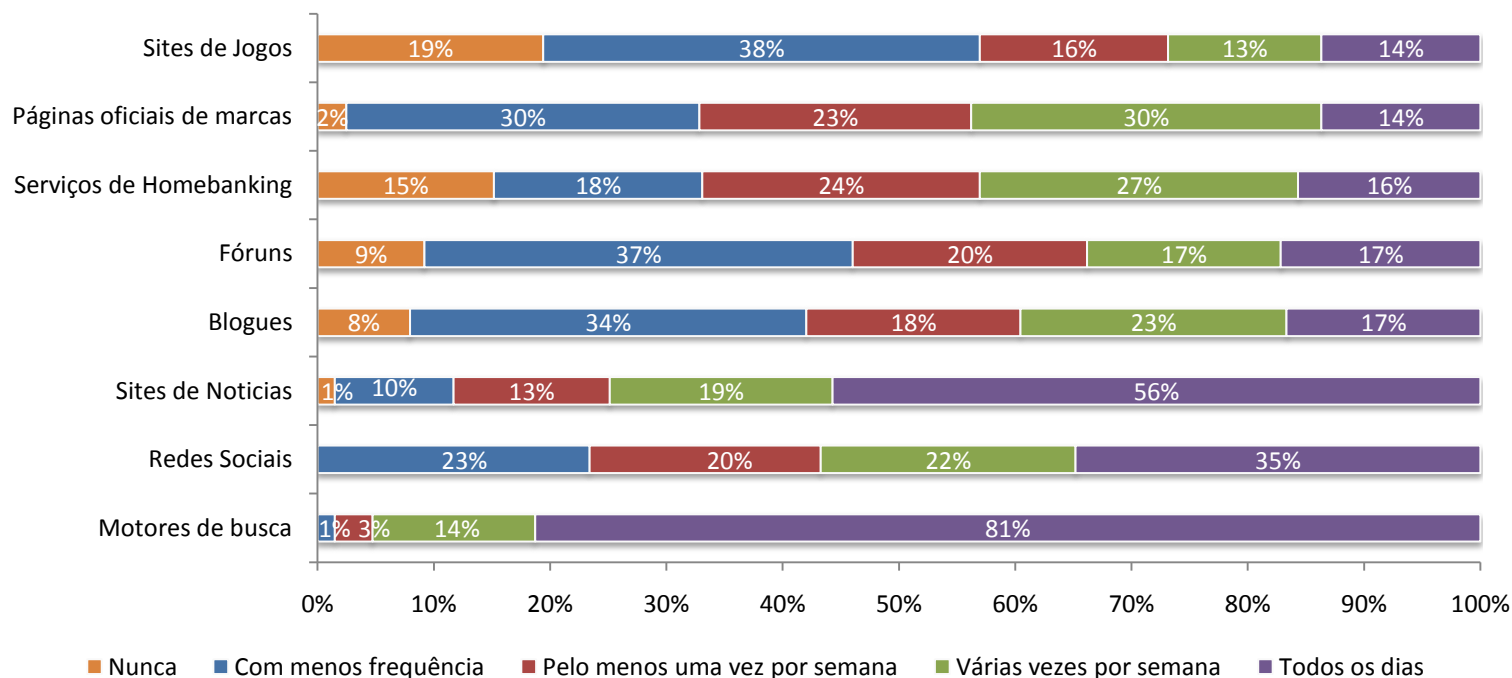
n=402

Redes Sociais em Portugal

Utilização de Redes Sociais



Com que frequência consulta os seguintes serviços disponíveis na internet?

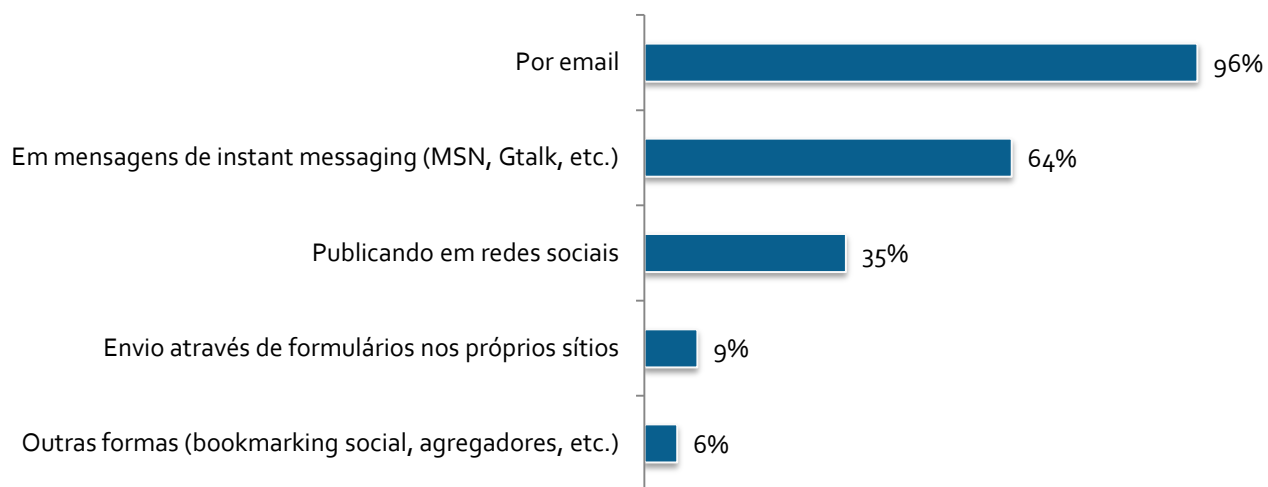


Nota: para efeitos de análise, não foram consideradas as respostas dos 42 inquiridos que indicaram Nunca consultar Redes Sociais na Internet.

n=402

35% dos inquiridos refere utilizar redes sociais diariamente e 22% refere usar as mesmas várias vezes por semana. A consulta de redes sociais é a terceira actividade mais frequente na internet, logo a seguir a motores de busca e consulta de sites de notícias.

Como costuma partilhar conteúdos com os seus amigos através da internet?



n=402

O email é o canal mais usado na partilha de conteúdos com os amigos através da internet, tendo sido referido por 96% dos inquiridos, seguido por Mensagens de *instant messaging* com 64%. Mais de um terço recorre também às redes sociais para o mesmo efeito.

Redes Sociais em Portugal

Hábitos de Utilização



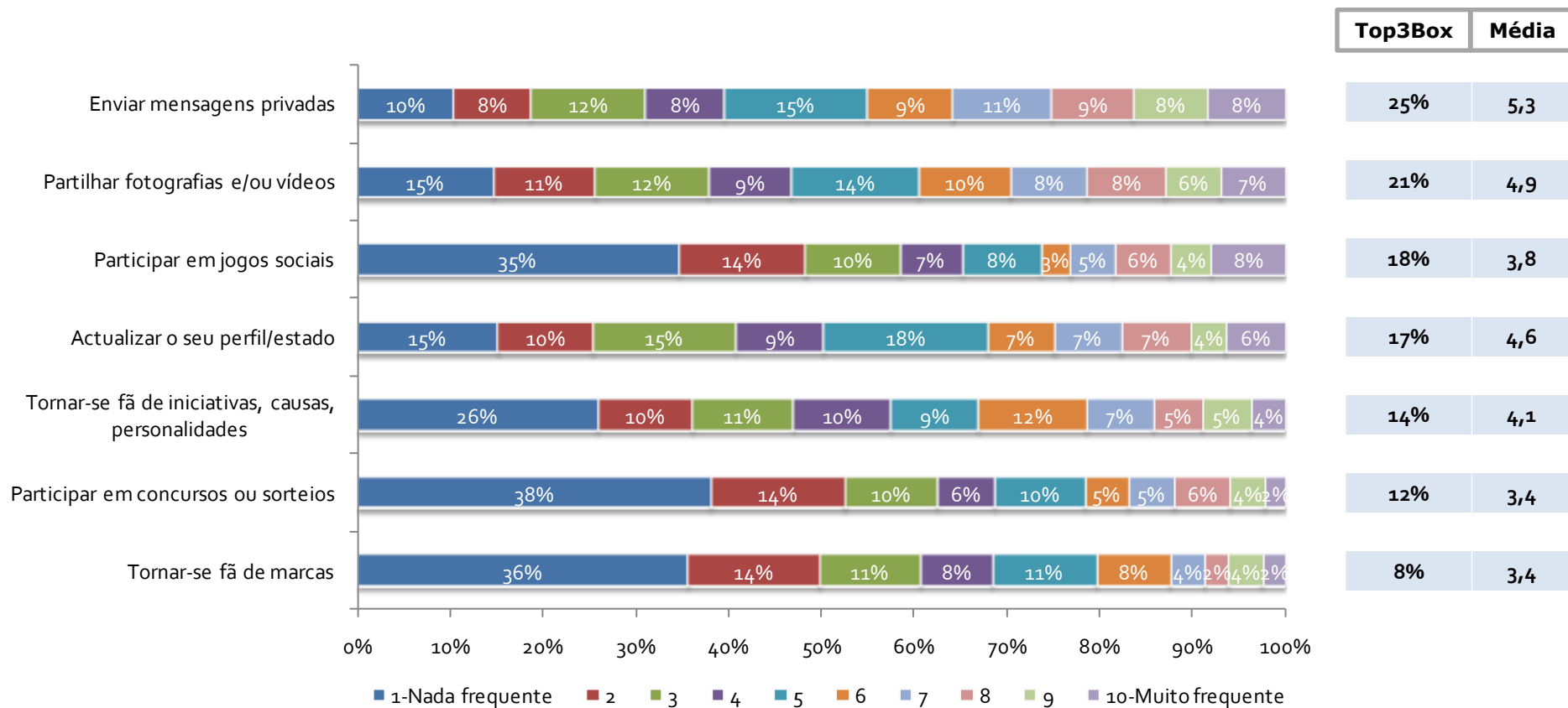
Quais são os motivos porque utiliza Redes Sociais?



n=402

Mais de metade dos inquiridos referiu "Para encontrar amigos" como a razão para usar redes sociais. Outra das razões mais seleccionadas são "Procurar informação sobre amigos", "Relacionar-se com pessoas com temas de interesse em comum" e para "relações profissionais".

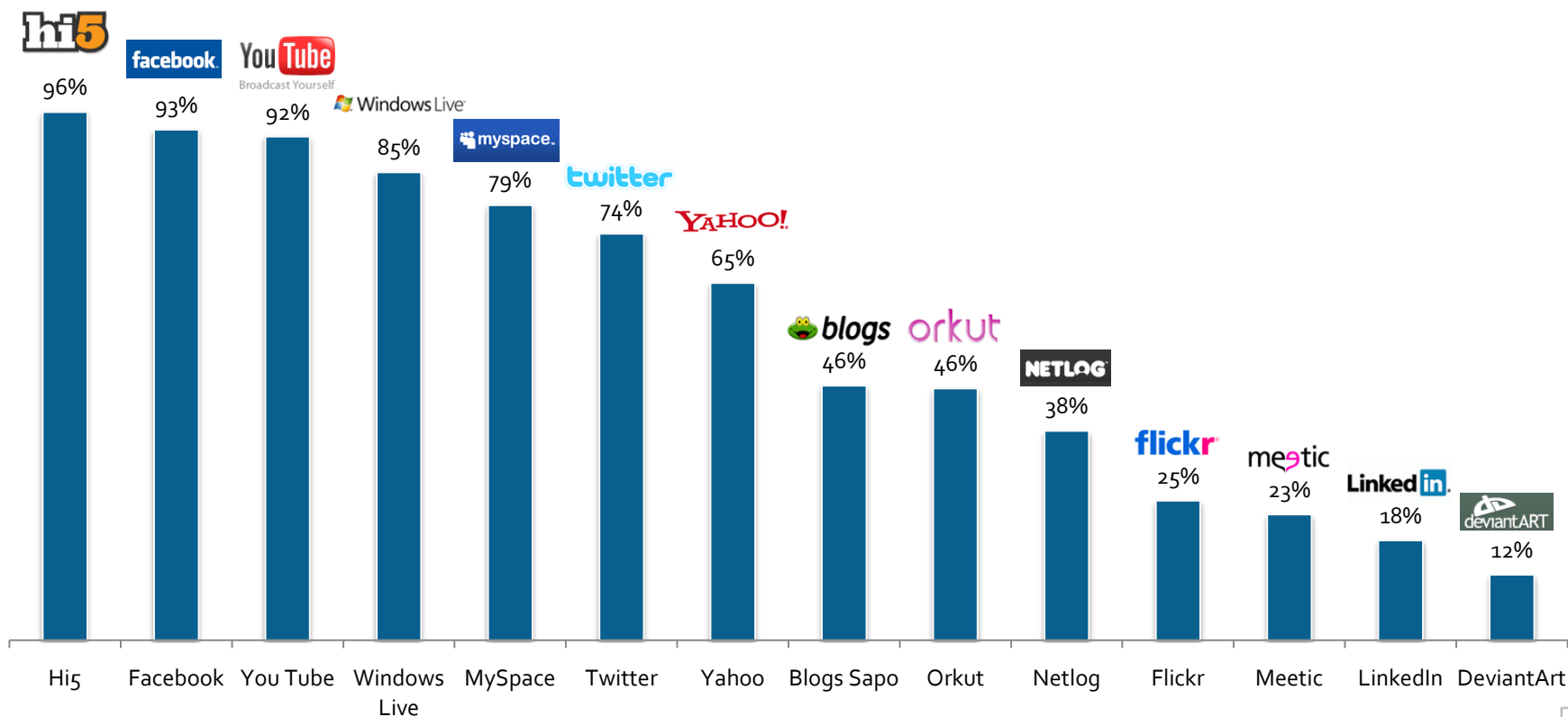
Com que frequência realiza as seguintes actividades em Redes Sociais?



n=402

Enviar mensagens privadas e partilhar fotografias e/ou vídeos são as actividades realizadas com mais frequência nas redes sociais, seguidas por participação em jogos sociais e actualização do estado/perfil.

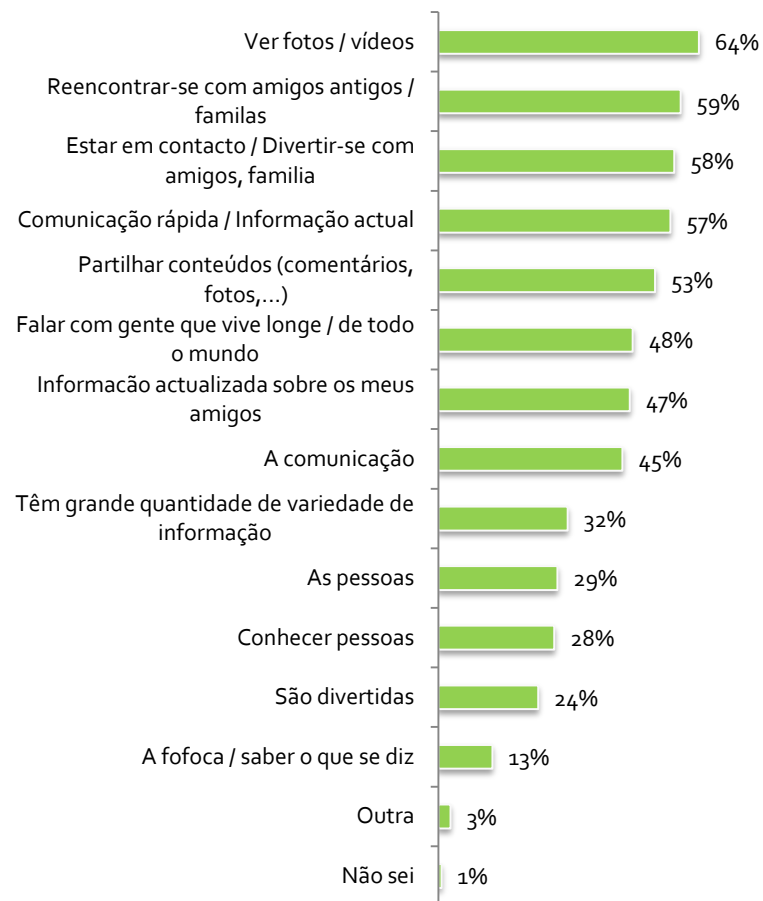
Quais das seguintes plataformas de media social conhece?



n=402

A plataforma de media social mais conhecida é o Hi5, tendo sido reconhecida por 96% dos inquiridos, seguida pelo Facebook (93%), YouTube (92%) e WindowsLive (85%). A plataforma portuguesa Sapo Blogs é reconhecida por 46% dos inquiridos.

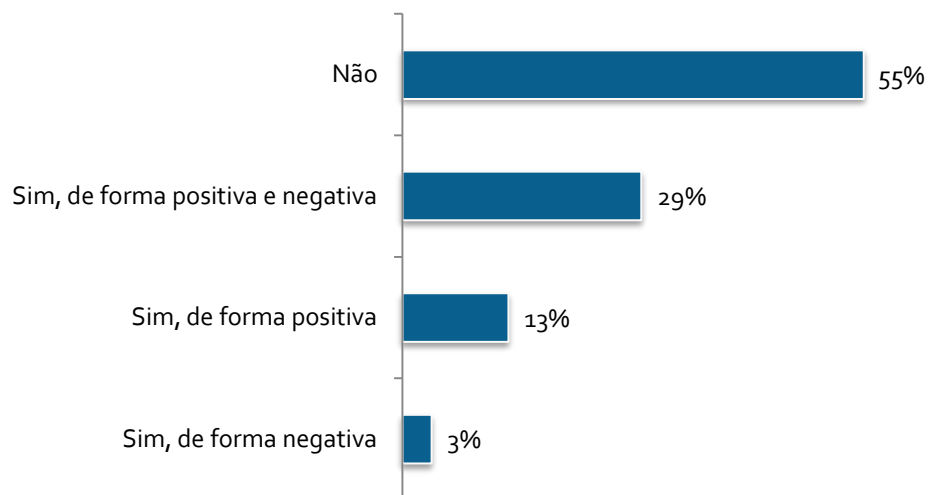
Indique por favor o que mais gosta nas Redes Sociais:



n=402

Os pontos positivos das redes sociais são poder ver fotos/vídeos, reencontrar-se e estar em contacto com amigos e familiares e a comunicação rápida/informação actual.

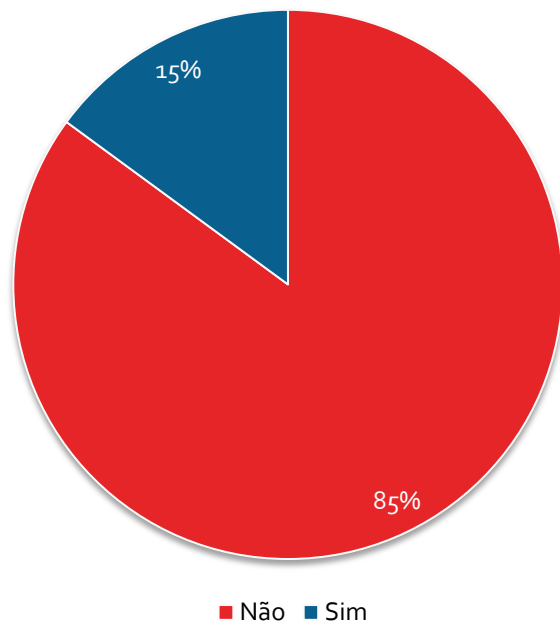
Já alguma vez utilizou uma Rede Social para manifestar a sua opinião (positiva ou negativa) sobre uma marca, produto ou serviço?



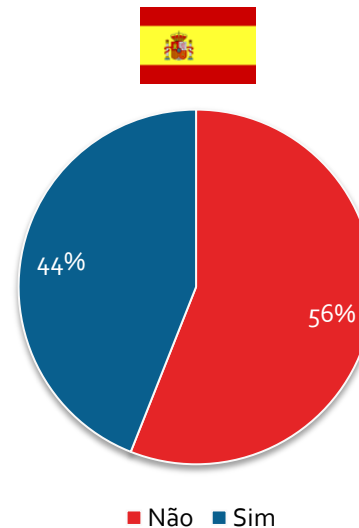
n=402

Quando perguntado se já alguma vez utilizaram redes sociais para se manifestarem sobre uma marca, produto ou serviço, 45% dos inquiridos refere que sim.

É fã ou segue alguma marca nas Redes Sociais?



n=402



n=503 | Fonte: Elogia (Novembro 2009)

15% dos inquiridos afirmam serem fãs ou seguir uma marca nas redes sociais. De acordo com os dados do “Estudio sobre Redes Sociales en Internet”, realizado pela Elogia a 503 indivíduos em Espanha, esta percentagem é quase três vezes superior no país vizinho.



Full service. **Full research.**

Para adquirir o Relatório de Resultados completo com todas as questões do estudo e respectivas conclusões, assim como os cruzamentos de dados, por favor contacte a Netsonda através do telefone 213 429 318 ou pelo email sales@netsonda.pt.