

EL CONSUMO DE REDES SOCIALES Y USO DE INTERNET EN ARGENTINA



Mar del Plata, Agosto 2024

EL CONSUMO DE REDES SOCIALES Y USO DE INTERNET EN ARGENTINA

Mar del Plata, Agosto 2024

Coordinación

Mg. Ing. Lorena Elizabeth CARBALLO

Investigación y análisis

Lic. María Luján CAZENABE

Esp. Ing. María Fernanda ROSALES

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las redes sociales son esenciales en la vida diaria de las personas, influyendo en comunicación, educación, trabajo y negocios en Argentina. Son herramientas clave para empresas y profesionales independientes, ampliando el alcance del marketing, permitiendo segmentar mercados y mejorar la interacción con clientes.

Este contexto motiva la necesidad de medir el consumo de redes sociales y el uso de Internet en Argentina. El proyecto "El consumo de Redes Sociales y uso de Internet en Argentina" tiene como objetivo analizar el comportamiento de los usuarios en las redes y en Internet, considerando variables como perfiles, horarios, días, zonas geográficas y edades.

Dado que estos datos no están abiertamente disponibles en Argentina, este proyecto busca posicionar a la Universidad FASTA como una fuente de información de referencia. Participan estudiantes de Licenciatura en Administración de Empresas y Licenciatura en Desarrollo de Negocios Digitales, quienes, a través de actividades de aprendizaje, actúan como encuestadores, vinculando los datos recolectados con sus materias y mejorando su formación profesional.

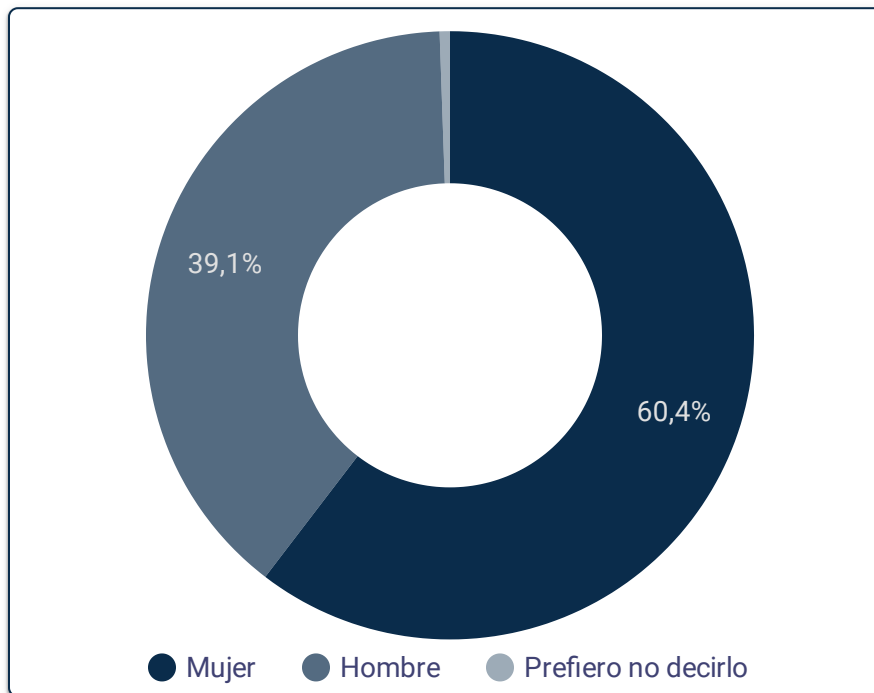
El proyecto integra extensión y docencia, promoviendo un aprendizaje colaborativo y relevante, mejorando el desarrollo profesional de los estudiantes y reforzando el papel de la universidad como generadora y difusora de conocimiento útil para la sociedad.



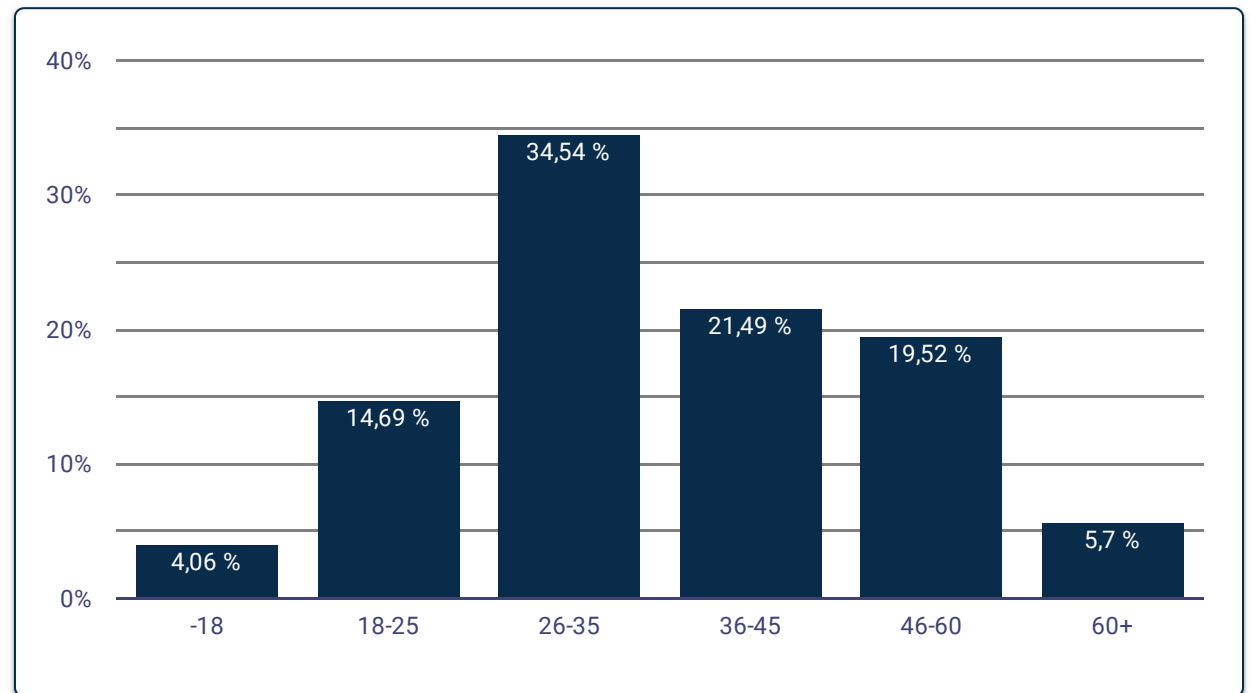
PERFIL DE LA MUESTRA

Encuestas
914

¿Qué género colocó en su red social?



Edad



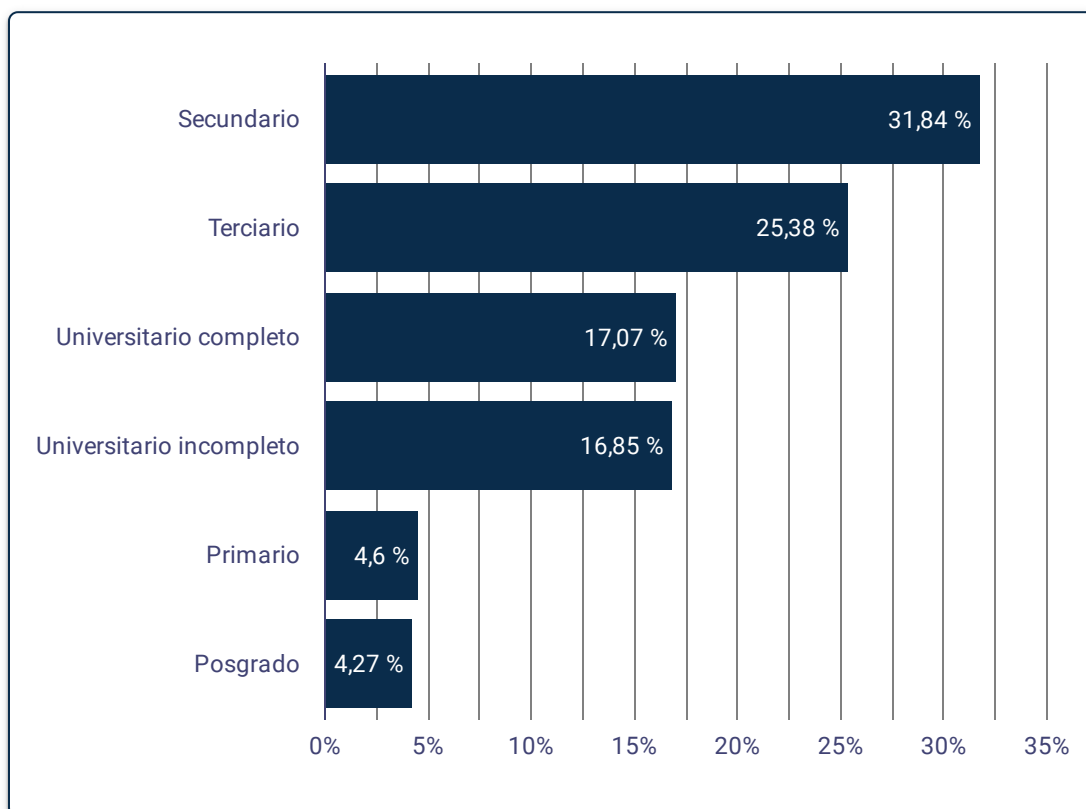
El perfil de la muestra analizada en el estudio revela una mayoría femenina (60,4%) frente a un 39,1% de hombres, con una pequeña proporción que prefirió no revelar su género.

La distribución etaria muestra que la mayoría de los encuestados se encuentran en el rango de 26 a 35 años (34,54%), seguidos por aquellos entre 36 y 45 años (21,49%).

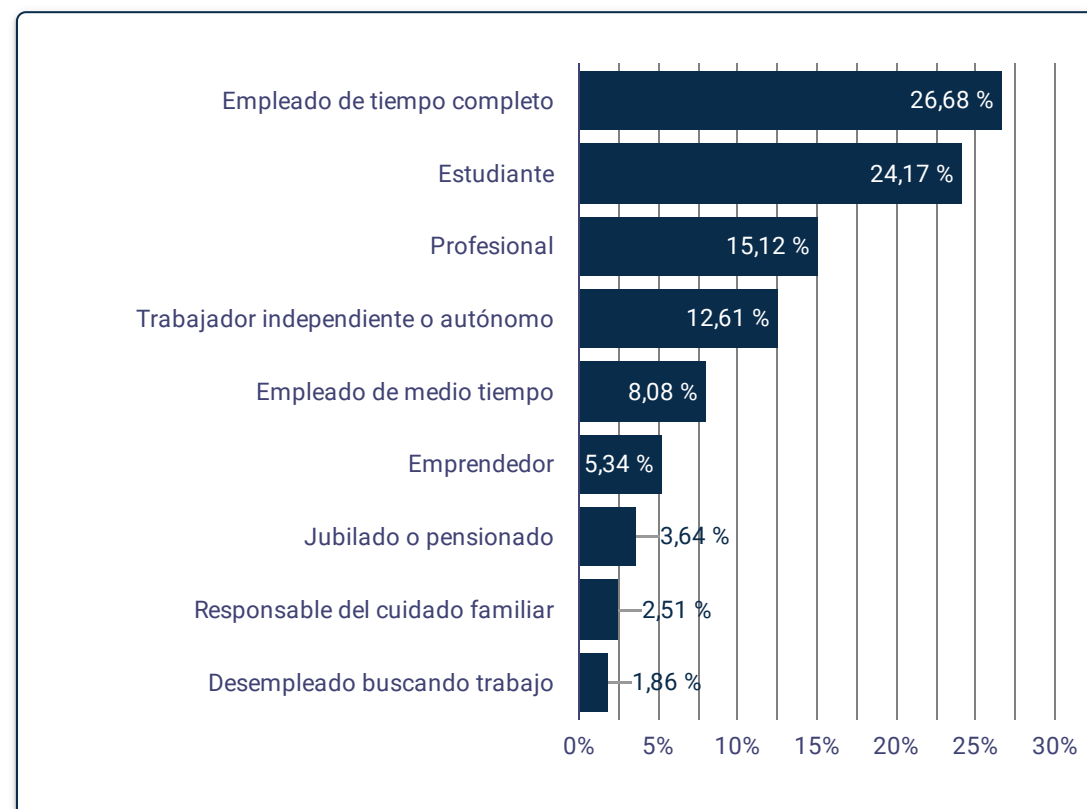
PERFIL DE LA MUESTRA

Encuestas
914

Mayor nivel educativo alcanzado



Ocupación



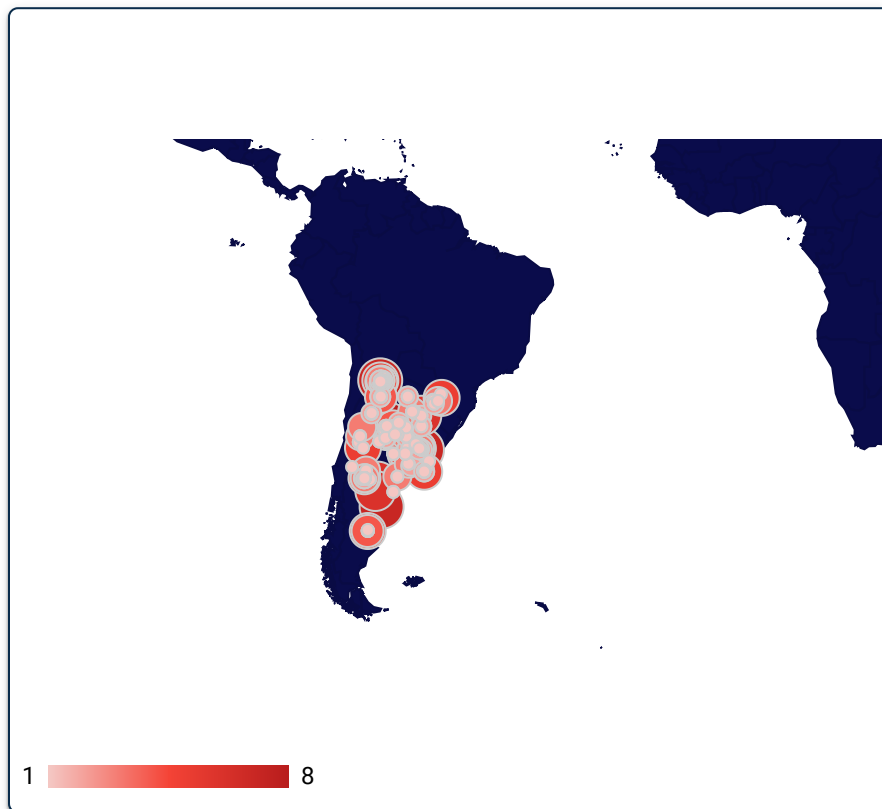
La mayoría de los encuestados tienen un nivel educativo secundario (31,84%) o terciario (25,38%), con una significativa proporción de universitarios completos e incompletos.

En cuanto a la ocupación, predominan los empleados de tiempo completo (26,68%) y los estudiantes (24,17%)

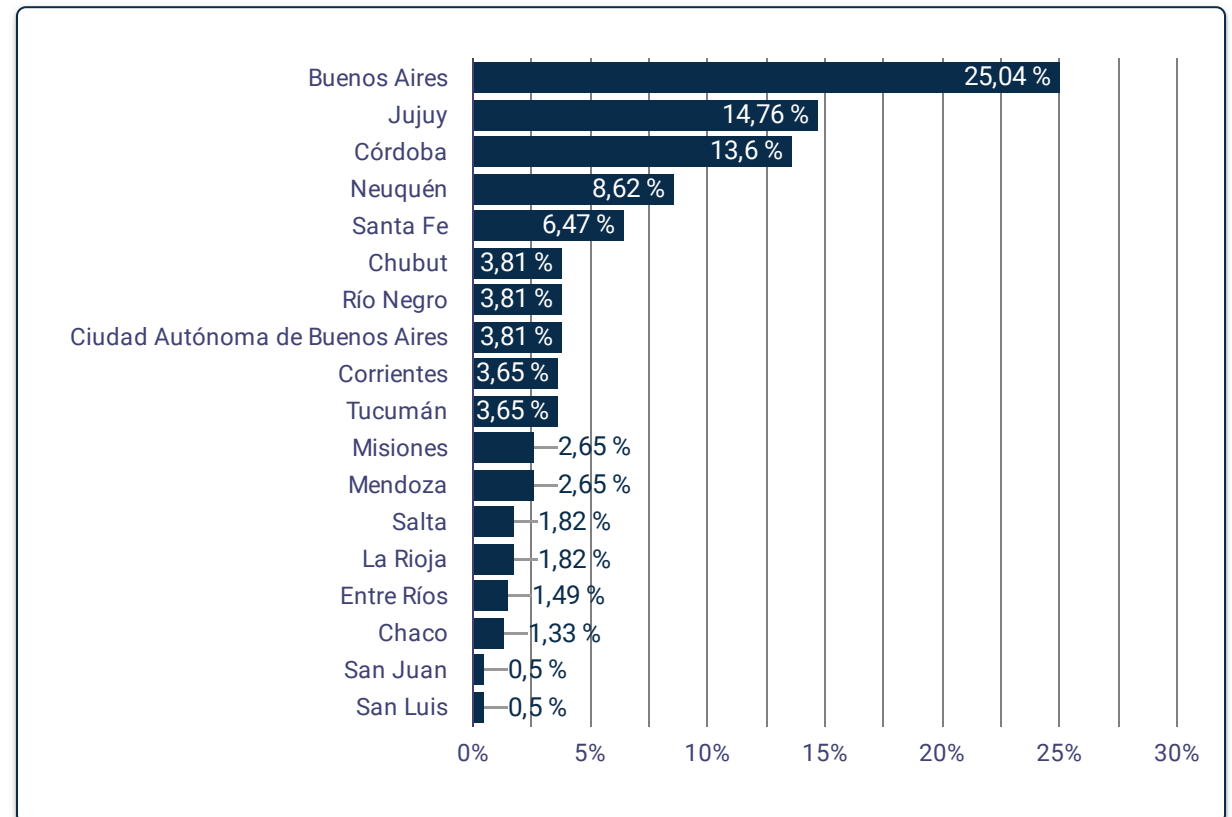
PERFIL DE LA MUESTRA

Encuestas Geolocalizadas
603

Localización



Provincias Argentinas



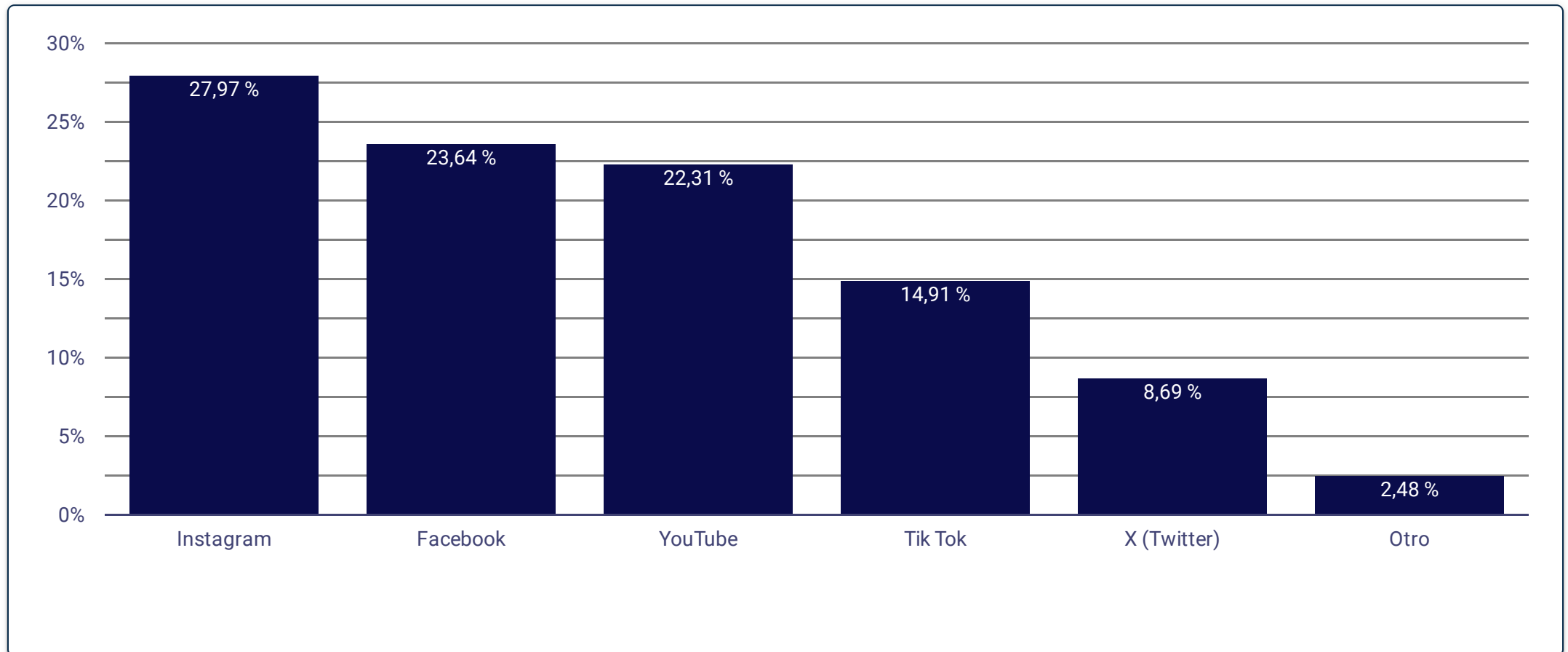
La distribución geográfica de los encuestados indica una mayor concentración en la provincia de Buenos Aires (25,04%), seguida por Jujuy (14,76%) y Córdoba (13,6%).

USO DE REDES SOCIALES

¿Qué redes sociales utiliza?

Encuestas

914



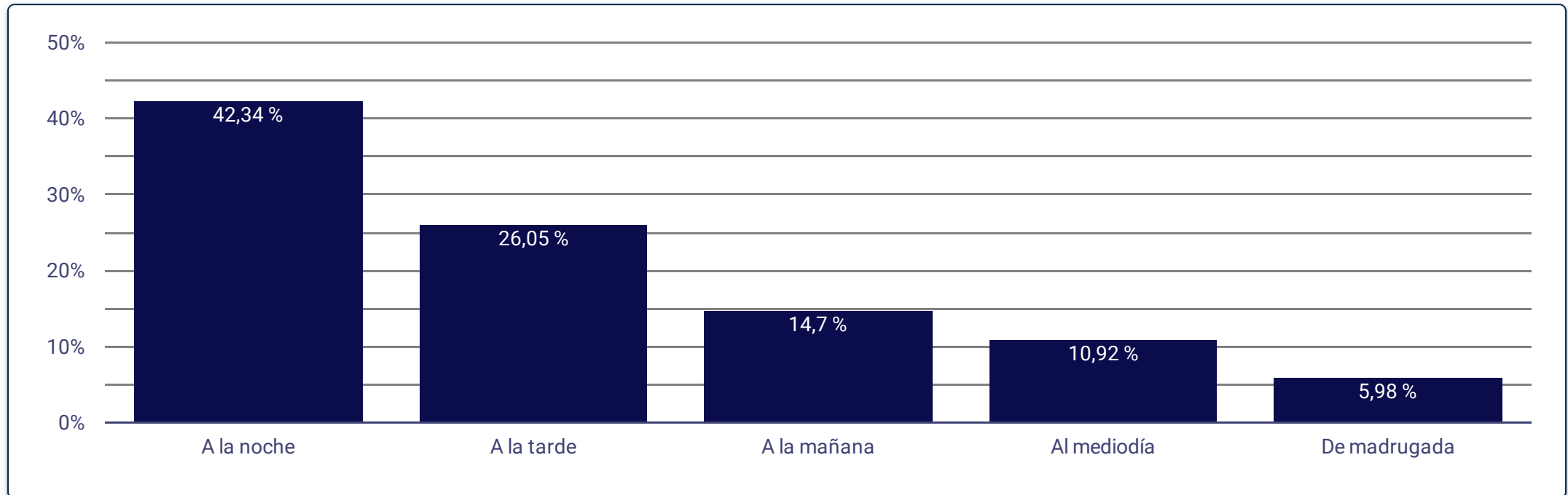
En cuanto a las plataformas más utilizadas, Instagram lidera con un 27,97% de preferencia, seguida por Facebook (23,64%) y YouTube (22,31%). TikTok, aunque menos utilizada, también muestra una presencia significativa (14,91%).

USO DE REDES SOCIALES

Encuestas

914

¿En qué momento o momentos del día utiliza más las redes sociales?



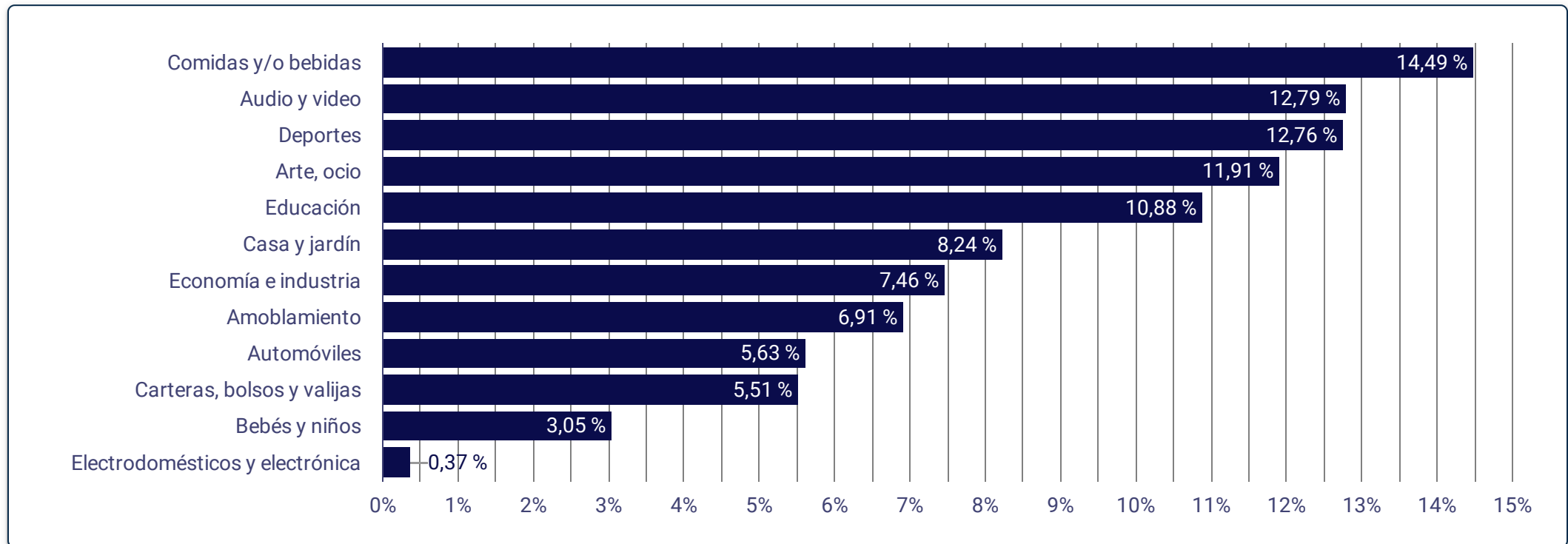
El informe revela que la mayoría de los usuarios prefieren utilizar las redes sociales por la noche (42,34%), seguidos por la tarde (26,05%) y la mañana (14,7%).

USO DE REDES SOCIALES

Encuestas

914

¿Sobre qué temas busca o visualiza en sus redes sociales?



Los temas más buscados en redes sociales incluyen comida y bebida (14,49%), audio y video (12,79%), y deportes (12,76%).

USO DE REDES SOCIALES

¿Cuánto tiempo está conectado? (Hs promedio por día)

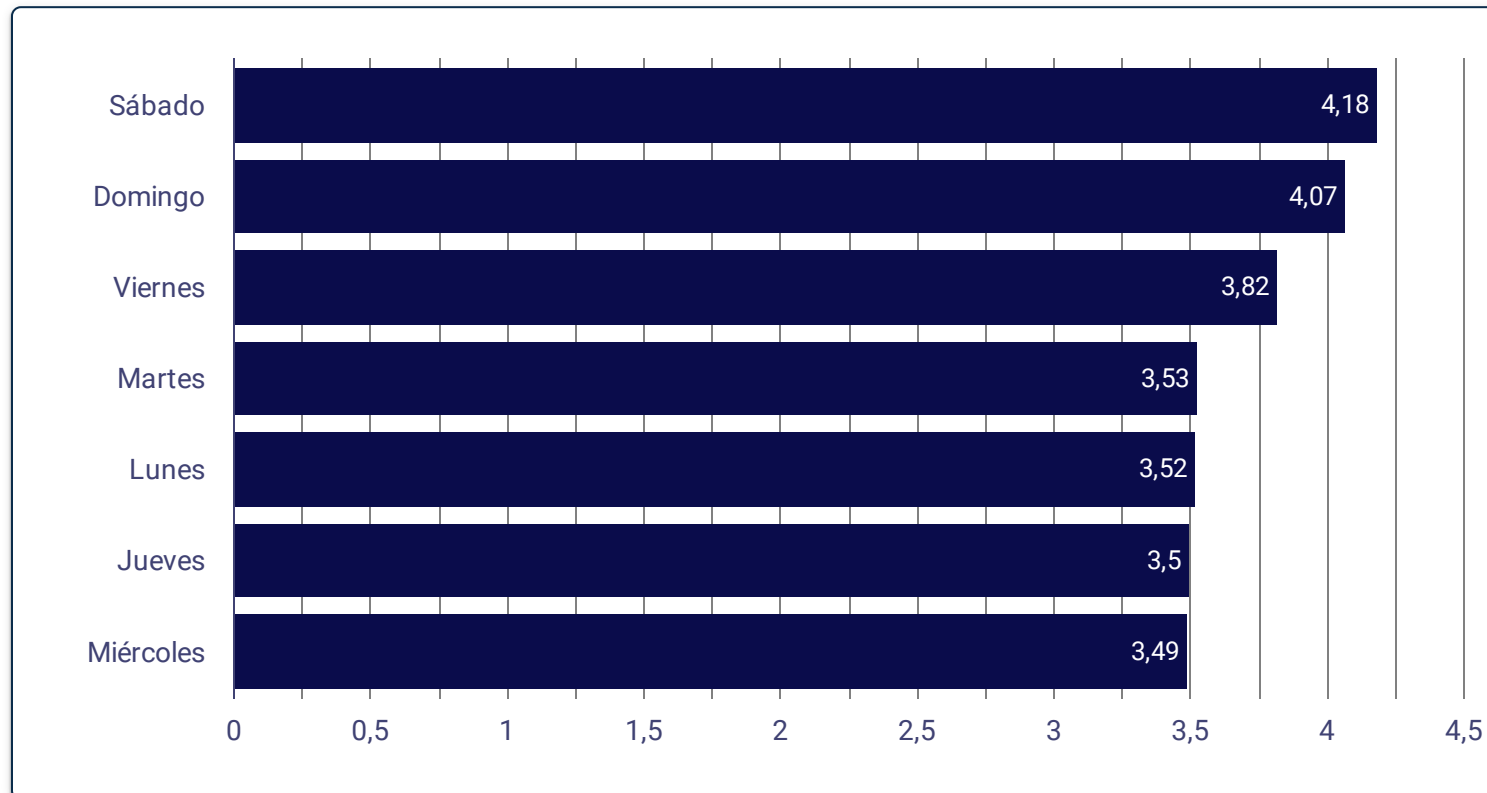
Encuestas

914

Nota: Los valores decimales indican fracciones de horas

Hs Promedio por día

3,73



El estudio señala que los usuarios argentinos pasan en promedio 3,73 horas, (3 horas y 44 minutos) conectados a las redes sociales por día, con un ligero incremento durante los fines de semana, alcanzando un máximo de 4,18 horas (4 horas y 11 minutos) los sábados.

CONCLUSIÓN

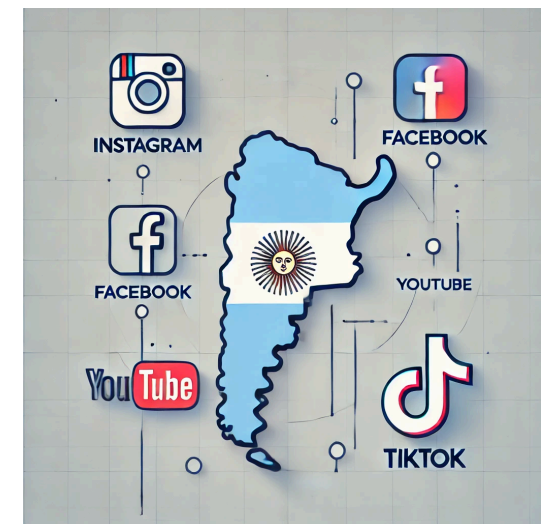
El estudio sobre el consumo de redes sociales y uso de Internet en Argentina ofrece una visión detallada de las preferencias de los usuarios en cuanto a las plataformas digitales que utilizan.

Según los datos recopilados, Instagram, Facebook y YouTube emergen como las redes sociales más populares entre los encuestados. La preferencia por estas plataformas refleja tendencias globales, donde el contenido visual y multimedia tiene un papel central en la interacción diaria. Instagram, con su enfoque en imágenes y videos cortos, se destaca como la plataforma preferida, lo que sugiere una inclinación hacia el consumo de contenido visual de manera rápida y accesible.

Facebook, aunque ha visto una disminución en popularidad globalmente, sigue siendo una plataforma importante en Argentina, especialmente entre grupos demográficos que pueden estar más acostumbrados a su uso desde hace años. YouTube, por su parte, sigue siendo un recurso clave para el consumo de videos de mayor duración, tutoriales, entretenimiento y educación, lo que demuestra la diversidad en el tipo de contenido que los usuarios buscan.

Además, TikTok, a pesar de ser relativamente nueva en comparación con otras plataformas, muestra una presencia significativa, lo que indica su creciente popularidad, especialmente entre los usuarios más jóvenes que buscan contenido breve y entretenido. Esto resalta una tendencia hacia la microentretenimiento, donde los usuarios prefieren contenido rápido y dinámico, alineado con los patrones de consumo de la generación más joven.

En conclusión, las redes sociales más utilizadas en Argentina reflejan una diversidad en las preferencias de los usuarios, con una clara inclinación hacia plataformas que ofrecen contenido visual y accesible. Esta información es crucial para las marcas y creadores de contenido que buscan capturar la atención de sus audiencias, ya que indica dónde concentrar sus esfuerzos y qué tipo de contenido es más efectivo. Además, la popularidad de plataformas emergentes como TikTok sugiere un cambio en los hábitos de consumo, lo que debe ser considerado en cualquier estrategia digital futura.



El consumo de Redes Sociales y uso de Internet en Argentina

Encuesta

Escaneando el código podrás participar de la encuesta, no te tomará más de 5 minutos.
Es completamente anónima y confidencial.



<https://sites.google.com/ufasta.edu.ar/internetyredesociales/encuesta>

Tu opinión es muy valiosa para nosotros y contribuirá significativamente a nuestro entendimiento de cómo las personas utilizan las redes sociales e Internet en su vida diaria.



Observatorio Universitario de la Ciudad

 www.ufasta.edu.ar/observatorio

 observatorio@ufasta.edu.ar

 [observatorioUFASTA](https://www.facebook.com/observatorioUFASTA)

 [@observatoriofas](https://twitter.com/observatoriofas)