

# REDES SOCIAIS



# METODOLOGIA



# 1ª ETAPA

## METODOLOGIA

Chatbot com roteiro adaptado à ferramenta:

**45** perguntas abertas

**13** perguntas fechadas

## PÚBLICO-ALVO

De 16 anos ou mais

Classes ABC

Usuários de pelo menos 2 das 3 redes sociais (Facebook, Instagram e YouTube)

Acessam as redes mais de 1 vez na semana

## COLETA DE DADOS

ENTRE **23 E 28 DE**  
JANEIRO DE 2019

## AMOSTRA

**86** ENTREVISTADOS



Utilizamos o chatbot para subsidiar o relatório analítico quali-quantitativo: as citações serão provenientes desta metodologia.

# COMO FUNCIONA O CHATBOT?

A partir de um questionário com perguntas de caráter qualitativo e **segundo um roteiro previamente estruturado**, o Chatbot posta perguntas em uma entrevista individual online.

**O avanço é automático**, a partir da resposta da questão anterior pelo entrevistado.



# 2ª

# ETAPA

Pesquisa quantitativa online, realizada pelo painel QualiBest.  
1.943 casos - Questionário de autopreenchimento

## PÚBLICO-ALVO



Homens e mulheres



15 anos ou mais



Classes ABCDE  
(Critério BR 2015);



Acessam ao menos 2  
redes sociais (Instagram,  
Youtube ou Facebook)

## COLETA DE DADOS

14/março a 18/abril - 2019



Margem de erro: 2,3  
pontos percentuais



Testes estatísticos a  
95% de margem de  
confiança



Abrangência  
Nacional



qualibest



# 88%

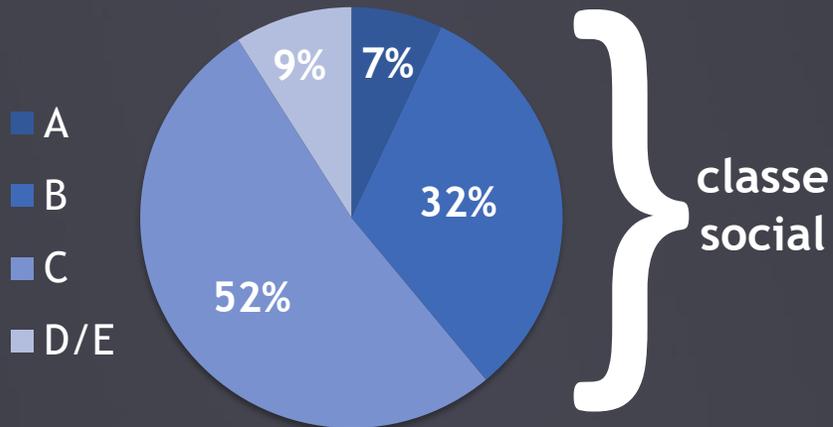
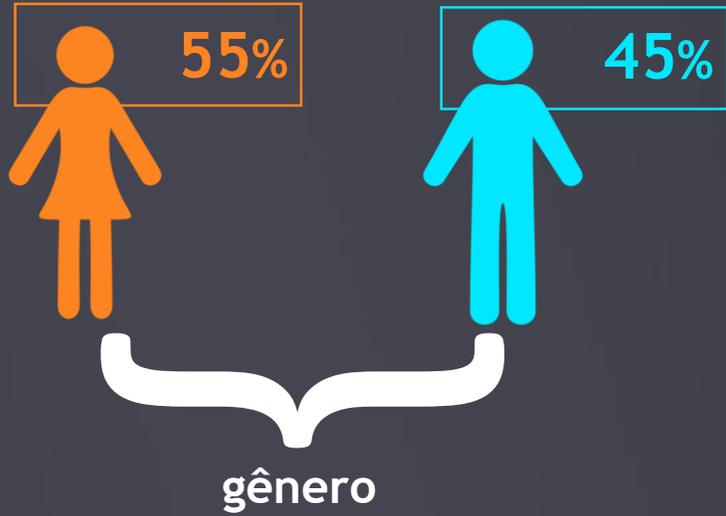
DOS PAINELISTAS TÊM, AO MENOS

# 2 REDES SOCIAIS

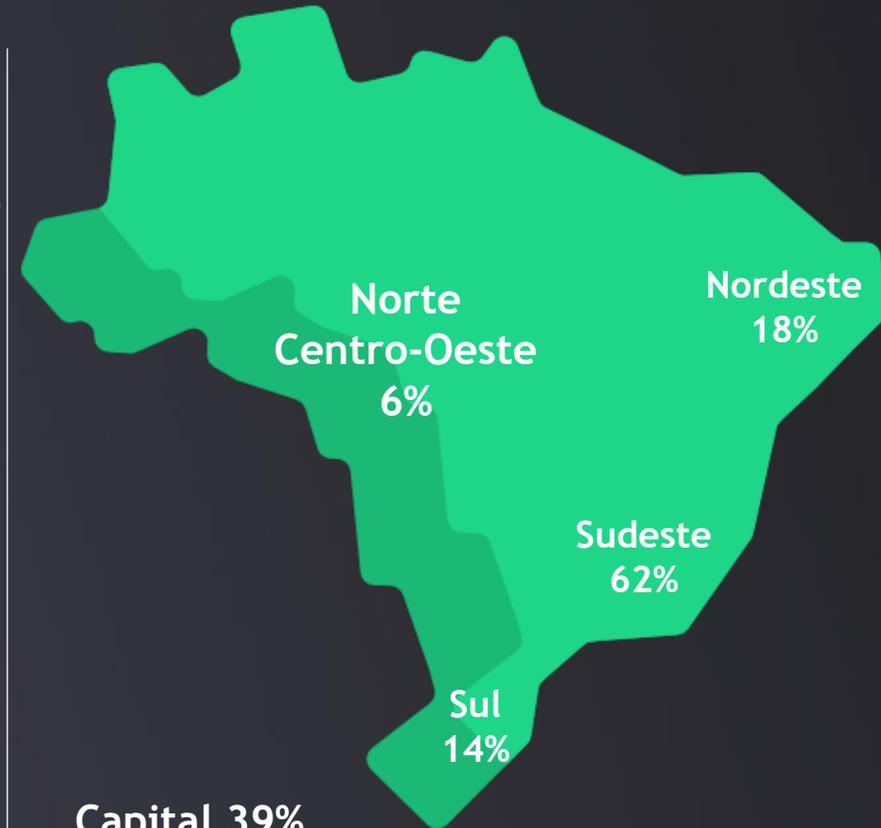
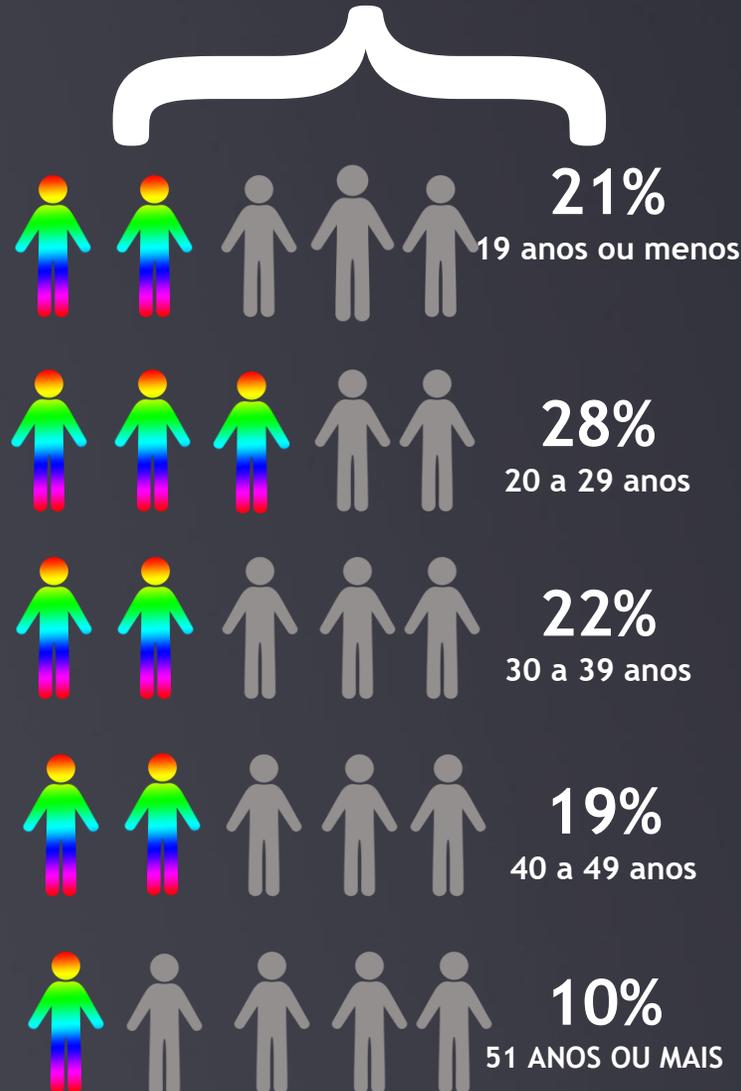


997 likes

# COM QUEM FALAMOS NA ETAPA QUANTITATIVA



## faixa etária (média 32 anos)



Capital 39%

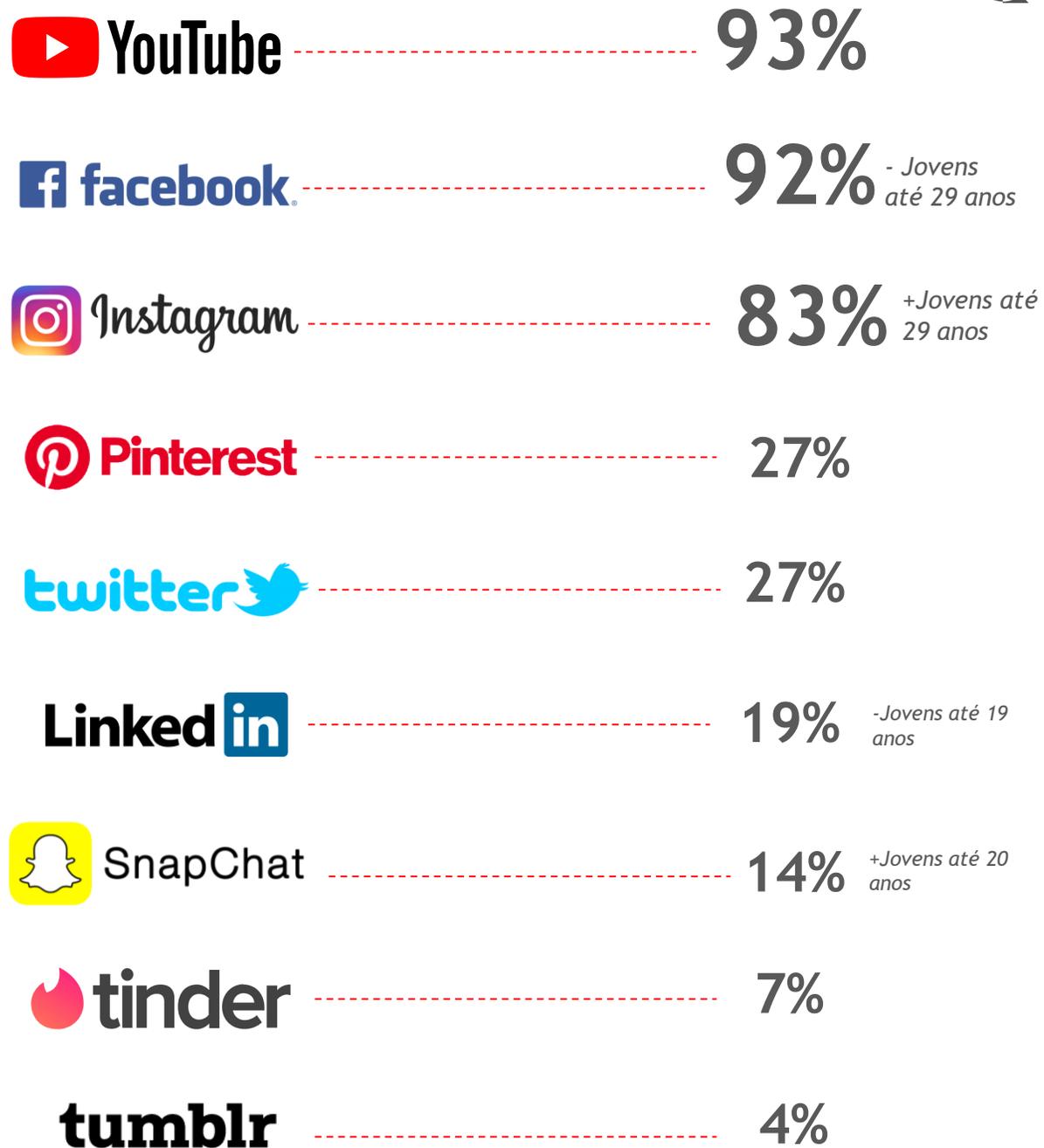
Região metropolitana 30%

Interior 31%

# AS REDES MAIS USADAS



Em média 4 redes por usuário



As duas redes mais acessadas são fortes entre  
*homens e mulheres*

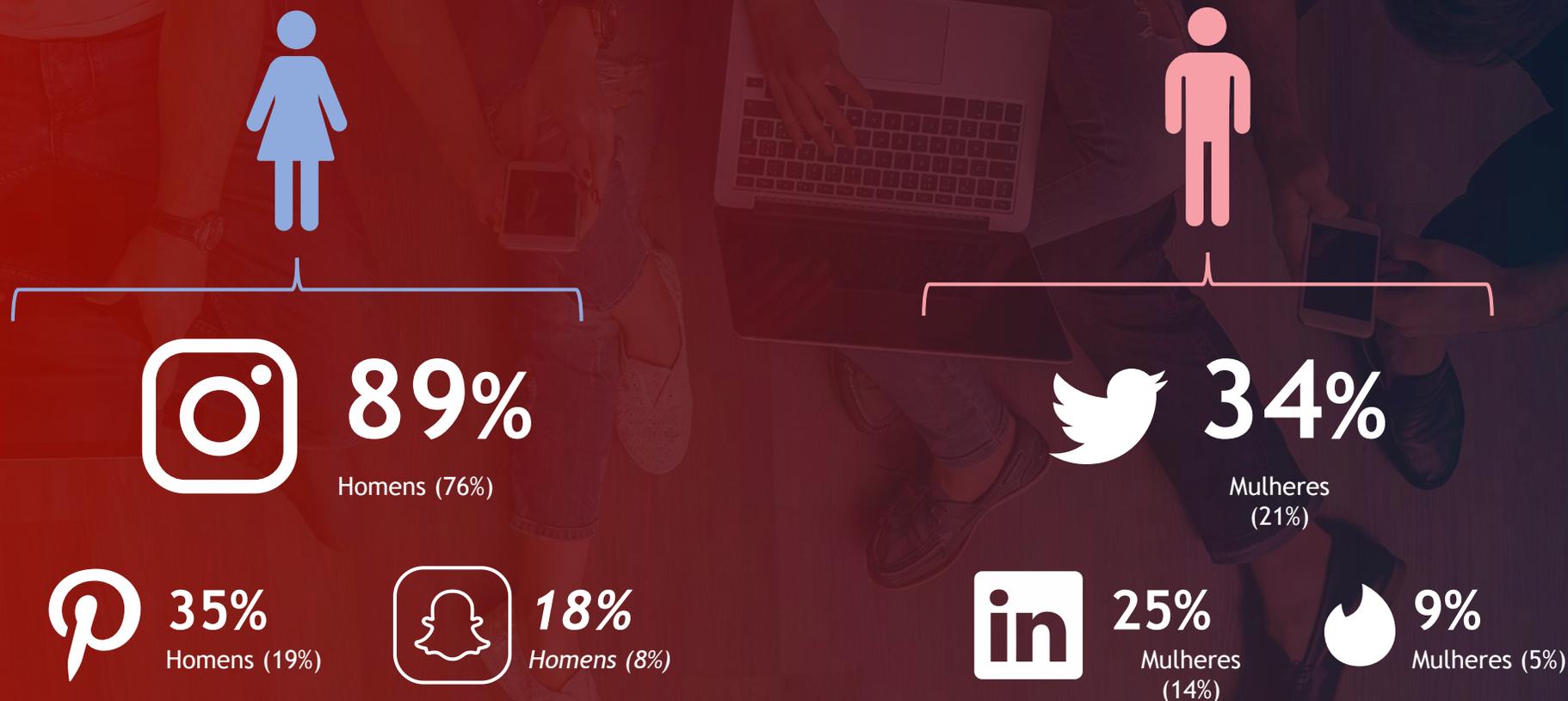


94% mulheres  
93% homens



93% mulheres  
91% homens

# Em outras redes o engajamento é **diferenciado**



Todos estão conectados a  
qualquer hora, em qualquer  
lugar:



44%

declaram que aproveitam as  
idas ao banheiro para se  
atualizar nas redes sociais.

56%

afirmam que a primeira coisa  
que fazem assim que acordam  
é olhar as redes sociais

39%

declaram que olham as  
redes sociais quando  
acordam de madrugada

Essas práticas são ainda  
mais comuns entre as  
mulheres, e entre  
internautas da Classe A

# Ocasões que costumam entrar no **Facebook, Instagram...**

“Ao acordar sempre. E aos poucos durante o dia. Na hora do trabalho não posso, mas depois do trabalho já dá para acessar.”

Mulher, 31 anos, classe B

“de manhã, sempre que alguém curte uma foto”

Mulher, 33 anos, classe C

“À noite, antes de dormir, depois do Face, dou uma passada no Instagram”

Mulher, 53 anos, classe B



## E no Youtube...

“Durante os intervalos  
entre as atividades do  
dia a dia”

**Homem, 24 anos, classe  
C**

“Quando quero rir, ou  
tenho dificuldade de algo,  
vejo um vídeo tutorial”

**Mulher, 26 anos, classe C**

“TODA HORA”

**Homem, 30 anos, classe B**

“Tarde/Noite onde fico mais  
tempo pesquisando  
assuntos e vendo flash  
back de alguns programas”

**Mulher, 38 anos, classe B**



# ACESSAM ATÉ NA **HORA DE COMER**

64%

tem o uso do celular liberado  
nas refeições

mas apenas

32%

usam neste momento

+ classe A (46%)



Independente da ocasião, o fato é que costumam utilizar as redes **muitas horas por dia**

**f** **3,7 horas** por dia  
Usado em média há  
**8 ANOS**

 **3,1 horas** por dia  
Usado em média há  
**7 ANOS**

 **3,4 horas** por dia  
Usado em média há  
**4 ANOS**

A classe C está entrando agora nesta rede, 30% usa há menos de 1 ano

# AS MULHERES

DEDICAM MAIS TEMPO  
ÀS REDES SOCIAIS



**8 horas nas redes sociais?**

É possível que as usuárias não consigam separar as horas dedicadas ao Facebook e Instagram, mas, **mais de 4 horas** certamente ficam.



**4,1 horas**  
por dia



**3,9 horas**  
por dia



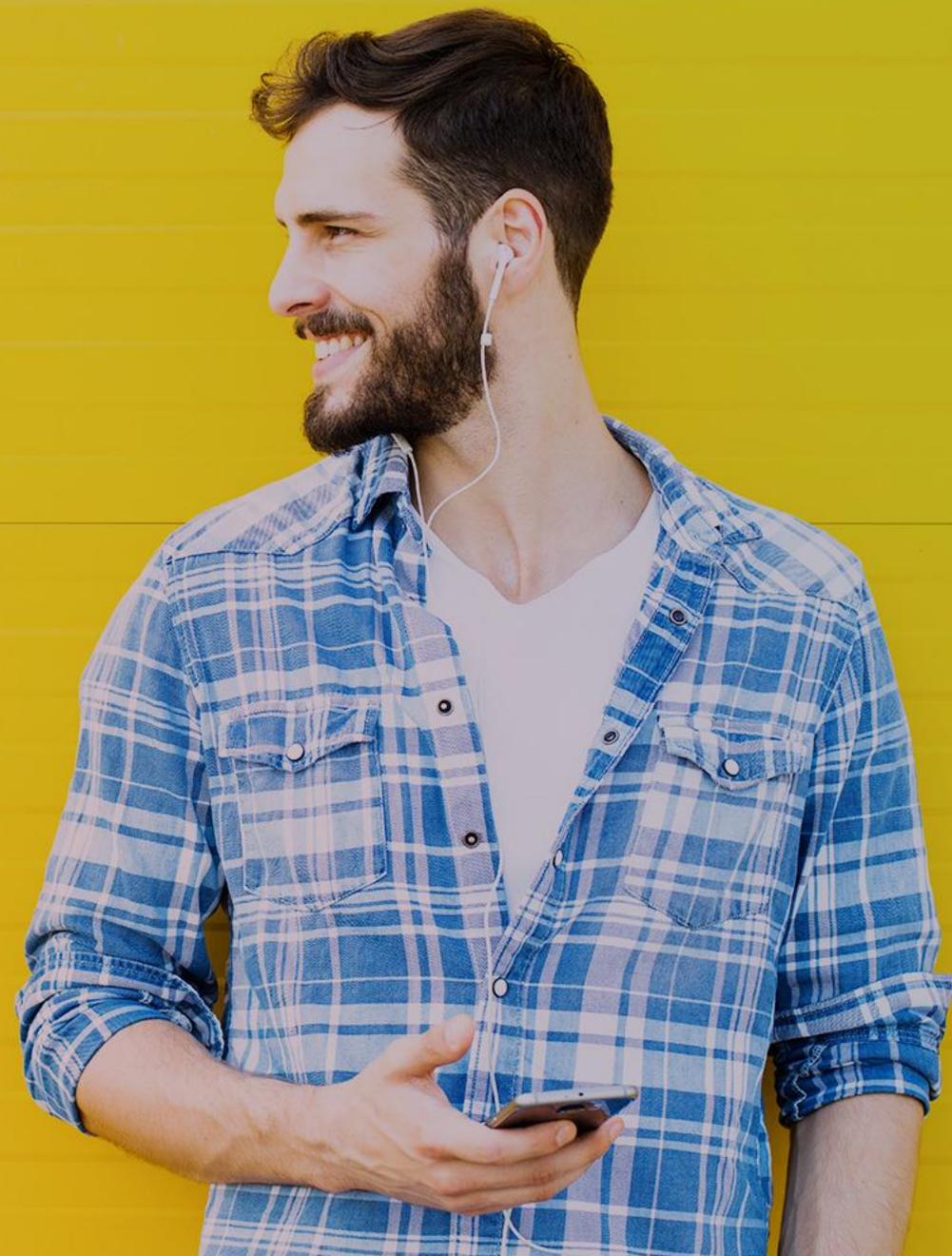
# NO YOUTUBE

OS HOMENS DEDICAM MAIS HORAS



**3,4 horas** por dia

E acessam há mais  
tempo, em média,  
**7,6 ANOS**





E O QUE ATRAI  
**EM CADA**  
**REDE?**

O que  
atrai  
no Insta?

36%

Base: 1943

PREFEREM O  
INSTAGRAM

Tem muitas informações do  
meu interesse, me mantenho  
informado e atualizado

24%

Gosto de ver,  
postar fotos

16%

Gosto pessoal, tenho mais  
interesse, passo mais  
tempo

13%

Posso bater papo, me  
relacionar, interagir com  
amigos, conhecidos e  
parentes

11%

# 35%

Base: 1943

PREFEREM O FACEBOOK

## E no Face?

Posso bater papo, me relacionar, interagir com amigos, conhecidos e parentes

29%

Tem muitas informações do meu interesse, me mantenho informado e atualizado

28%

Tenho mais contatos/ amigos

19%

Gosto pessoal, tenho mais interesse, passo mais tempo

12%

Base: 438

(Preferem Facebook)

Já no Youtube...

**23%** PREFEREM O YOUTUBE

Base: 1943

Tem muitas informações do meu interesse, me mantenho informado e atualizado ..... **52%**

Gosto de ver, postar vídeos ..... **41%**

É mais divertida, tem entretenimentos ..... **13%**

NAS REDES SOCIAIS O

**CUIDADO**

COM O

**PERFIL**

TAMBÉM É

**DIFERENTE**



4k



5k



11



Em que rede acha que é **MAIS CRITERIOSO?**

no <i>Facebook</i>	40%
nas duas redes	39% +Velhos
no Instagram	15%
em nenhuma	6%

Os usuários no **facebook** são mais **critériosos** para aceitar amigos.



No Instagram as  
pessoas são menos  
preocupadas com  
a privacidade.

70%

dos entrevistados  
aceitam ser seguidos  
por desconhecidos no  
Instagram, enquanto  
apenas

42%



aceitam  
solicitação de  
desconhecidos  
no Facebook



Os **homens** são  
ainda mais **despreocupados...**



60%

têm perfil público

*Mulheres (53%)*

74%

aceitam ser seguidos  
por **desconhecidos**

*Mulheres (67%)*

f 49%

aceitam ser seguidos  
por **desconhecidos**

*Mulheres (36%)*



Algumas pessoas também usam as redes para o  
**lado profissional**

**f** 40%

usam o Facebook

 33%

usam o Instagram

16%

tem mais de  
um perfil no



47% Um é para uso pessoal,  
outro para uso profissional

25% Perfis diferentes para diferentes  
públicos ou assunto

13% Teve problemas de  
acesso com um dos perfis

(perfil raqueado, esqueceu a senha, não consigo apagar o anterior)

Base: 255 (Tem mais de 1 perfil no Instagram)

15%

tem mais de  
um perfil no



32% Um é para uso pessoal,  
outro para uso profissional

26% Teve problemas de  
acesso com um dos perfis

(perfil raqueado, esqueceu a senha, não consigo apagar o anterior)

26% Perfis diferentes para diferentes  
públicos ou assunto

Base: 272 (Tem mais de 1 perfil no Facebook)

E como fica o uso de

# ***INSTAGRAM*** e ***FACEBOOK***

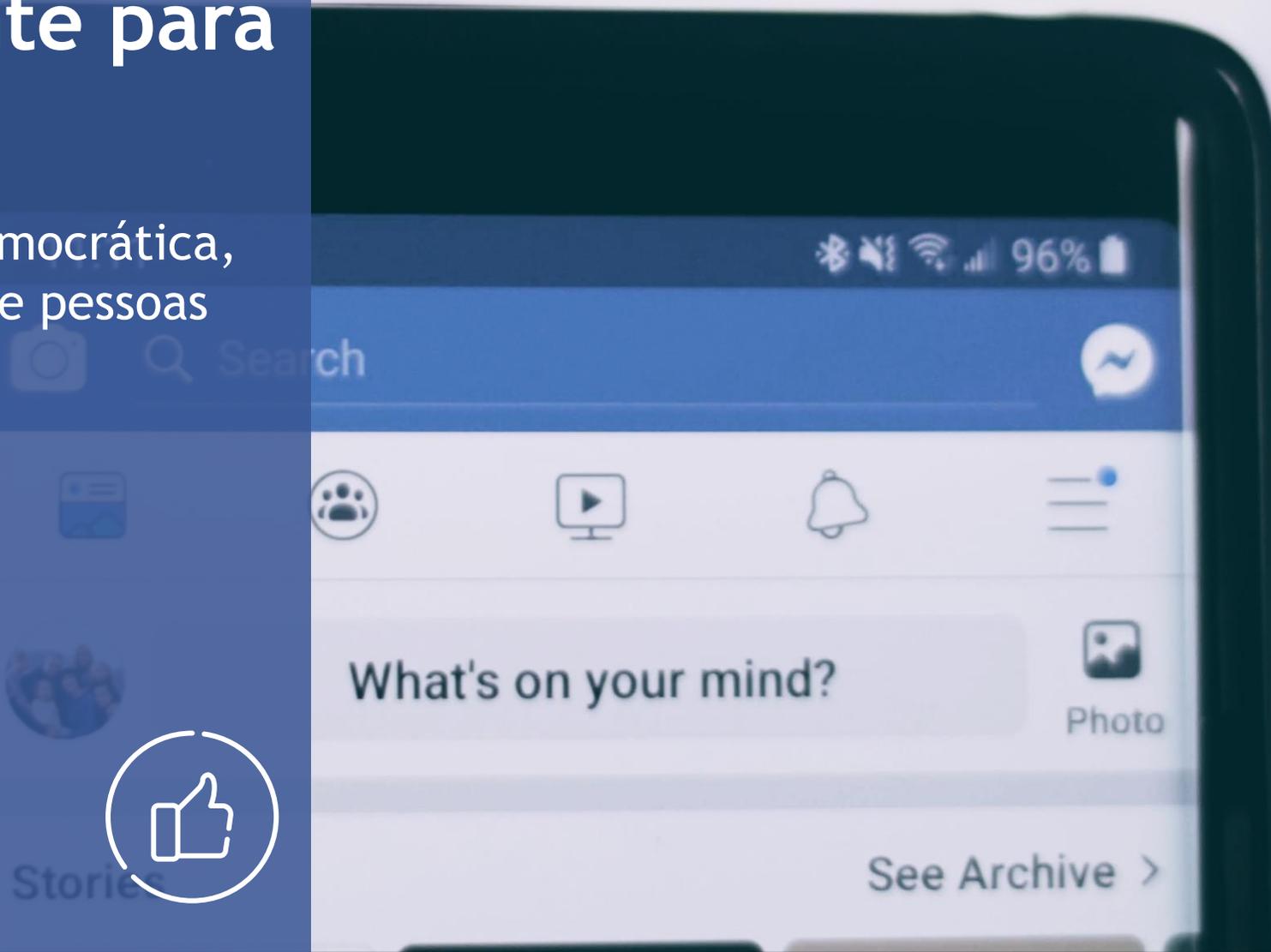
As redes têm usos  
e personalidades *diferentes?*

# A etapa *Qualitativa* mostrou que a percepção dos seguidores é diferente para cada rede

*Facebook* é uma rede mais democrática, tem de tudo e todos os tipos de pessoas

“Acho o Instagram mais glamouroso as pessoas gostam mais de publicações de festas de muita coisa bonita e eu sou mais povão gosto de coisas simples e o Face é bem mais parecido comigo”

Mulher, 53 anos, Classe B



*Instagram* é uma rede onde prevalecem mulheres e mais jovens.

É uma rede que, pelas próprias funcionalidades privilegia o que é belo.

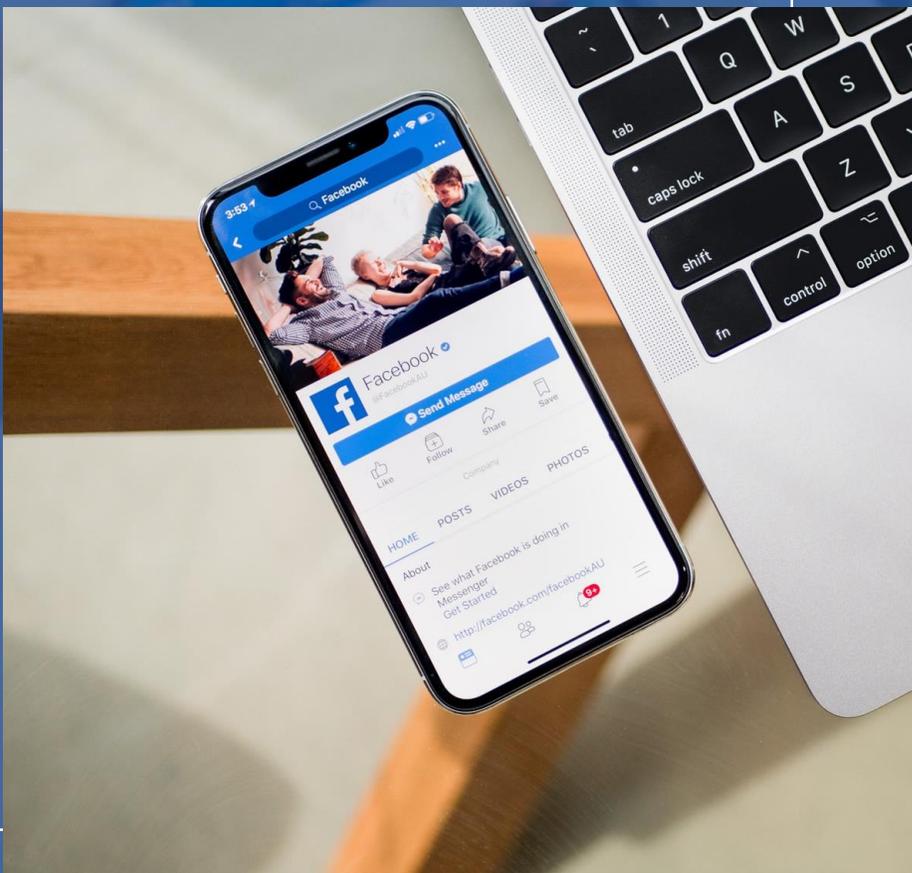
“O insta é mais direto, com imagens e links caso você queira acessar algum site. Isso evita debates e deixa mais divertido a rede social”  
Homem, 32 anos, classe A

“(Instagram)  
É um aplicativo de status”  
Homem, 17 anos, classe B





# FALANDO EM RECURSOS <sup>E</sup> FUNCIONALIDADES



# 60%

afirma que o Facebook  
é a rede que tem **MAIS**  
recursos e funcionalidades

*Essa percepção é menor entre os  
jovens e **MAIOR** entre os homens*



E ela retrata a realidade:  
**o Facebook tem funcionalidades muito  
usadas e valorizadas.**

**Participar de grupos  
é uma pratica muito comum  
entre seus usuários (87%).**

**E também é onde  
consultam...**

**Datas de aniversários (66%)**

**Marketplace (50%)**

**Informações sobre eventos (45%)**

**Criam eventos (18%)**



## Entre alguns conteúdos comuns, o uso nas duas redes se aproxima...



**80%**

Publicações de amigos e familiares



**83%**

**77%**

Informações de assuntos interessantes

**74%**

**57%**

Páginas de Humor

**61%**

**54%**

Perfis destinados a promoções

**54%**

**47%**

Perfis de série, filmes e programas de TV

**48%**

# E em outros se distanciam.



**Stories (80%)**

**Perfis de marcas (63%)**

**Celebridades (53%)**

**Influenciadores digitais (45%)**

**recursos de edição  
de fotos e vídeos (46%)**



**(72%) Chat Privado**

**(65%) Notícias**

## O usuário também se percebe mais ativo no Facebook



**70%**

**Reage às postagens e conteúdos**



**82%**

**50%**

**Compartilha postagens e conteúdos**

**78%**

**58%**

**Comenta postagens e conteúdos**

**77%**

**52%**

**Cria postagens e conteúdos próprio**

**59%**

# No Instagram a interação muda de acordo com o perfil.

	TOTAL		 Classe A	
Reage às postagens e conteúdos	70%	79%	84%	87%
Compartilha postagens e conteúdos	50%	57%	70%	74%
Comenta postagens e conteúdos	58%	66%	72%	79%
Cria postagens e conteúdos próprios	52%	58%	69%	70%



# O *Facebook* privilegia a *interação*

O *Facebook* é a rede para se comunicar com os amigos (74%)



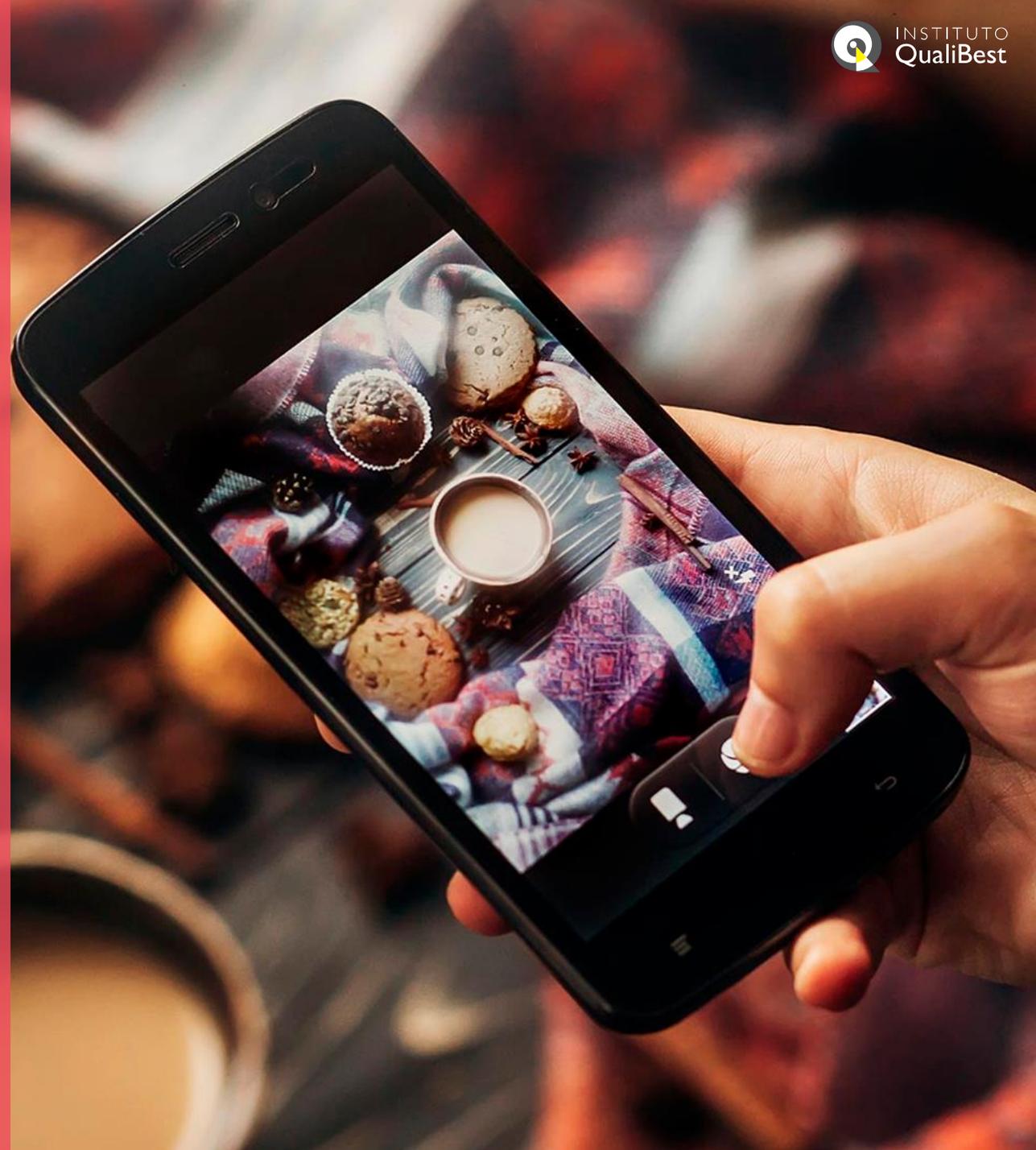
“Encontrei parentes distantes e nos mantemos informados pelo Facebook”  
Mulher, 25 anos,  
classe C

“Conheci pessoas novas num grupo novo em que entrei, isso acabou me fazendo entrar mais para poder falar com as pessoas.”  
Mulher, 17 anos,  
classe B

# Já o Instagram a exposição

Instagram é a melhor rede  
para postar fotos (85%)

“Acho legal as funções de câmera e  
filtros e edição que  
o app possui”  
Mulher, 17 anos, classe A



# Facebook sem dúvida é uma rede que traz mais profundidade



é onde as pessoas mais expõem  
seu estilo de vida (77%)



é a mais usada para expor o que  
se pensa (81%)

“O Instagram é mais divertido, você  
consegue compartilhar os stories de  
modo mais fácil, não tem taaantos  
textos como no fb”  
Homem, 32 anos, classe A

“ferramenta para saber das novidades e ficar  
por dentro do que esta acontecendo no  
mundo”. Homem, 33 anos, classe A

**Mas... 50% dos seus usuários  
acha que é a rede que tem  
mais postagens chatas**

# Apesar da percepção ser diferente...

**55%** posta a maioria das coisas no Facebook e Instagram ao mesmo tempo.

Esse hábito é **MAIS** frequente entre os que preferem o Facebook (68%), mas é menos frequente entre os jovens (35%)

E O

# Youtube?



# Youtube é onde se tem **mais diversão** (67%)

E tem menos participação ativa dos usuários: **ele é mais expectador**

	TOTAL	
Reage às postagens e conteúdos	47%	54%
Compartilha postagens e conteúdos	25%	30%
Comenta postagens e conteúdos	31%	38%
Cria postagens e conteúdos próprio	11%	16%

Os **homens** afirmam que é a rede onde **mais se divertem** (76%)

# Para o usuário é uma *rede essencial*

A conexão é algo pessoal e profundo, que diz respeito aos assuntos realmente importantes para o usuário. É a nova TV, porém, customizada de acordo com o interesse do usuário.

“(YOUTUBE) A MELHOR FERRAMENTA DO MUNDO”

**Homem, 30 anos, classe B**

“é a melhor rede social que existe”

**Mulher, 17 anos, classe B**

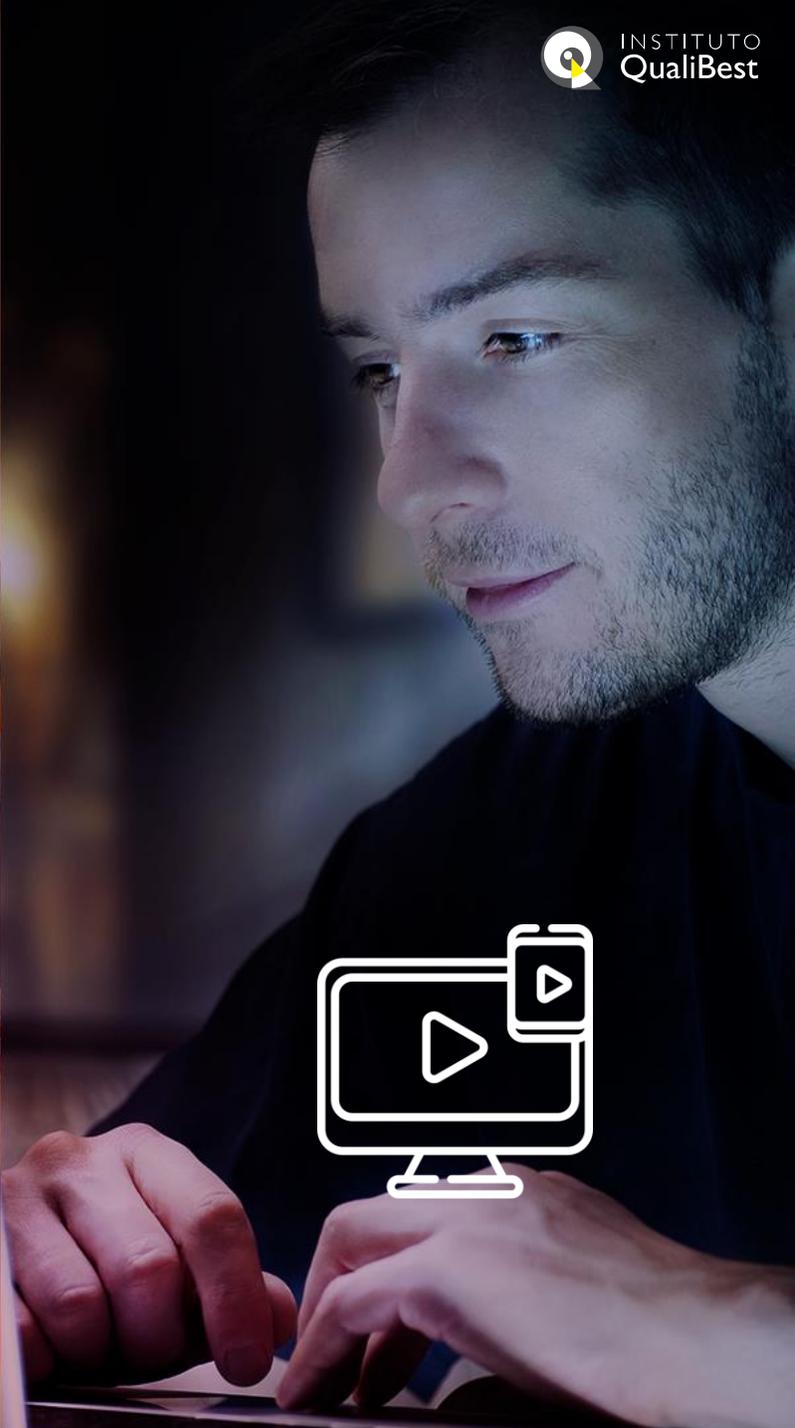
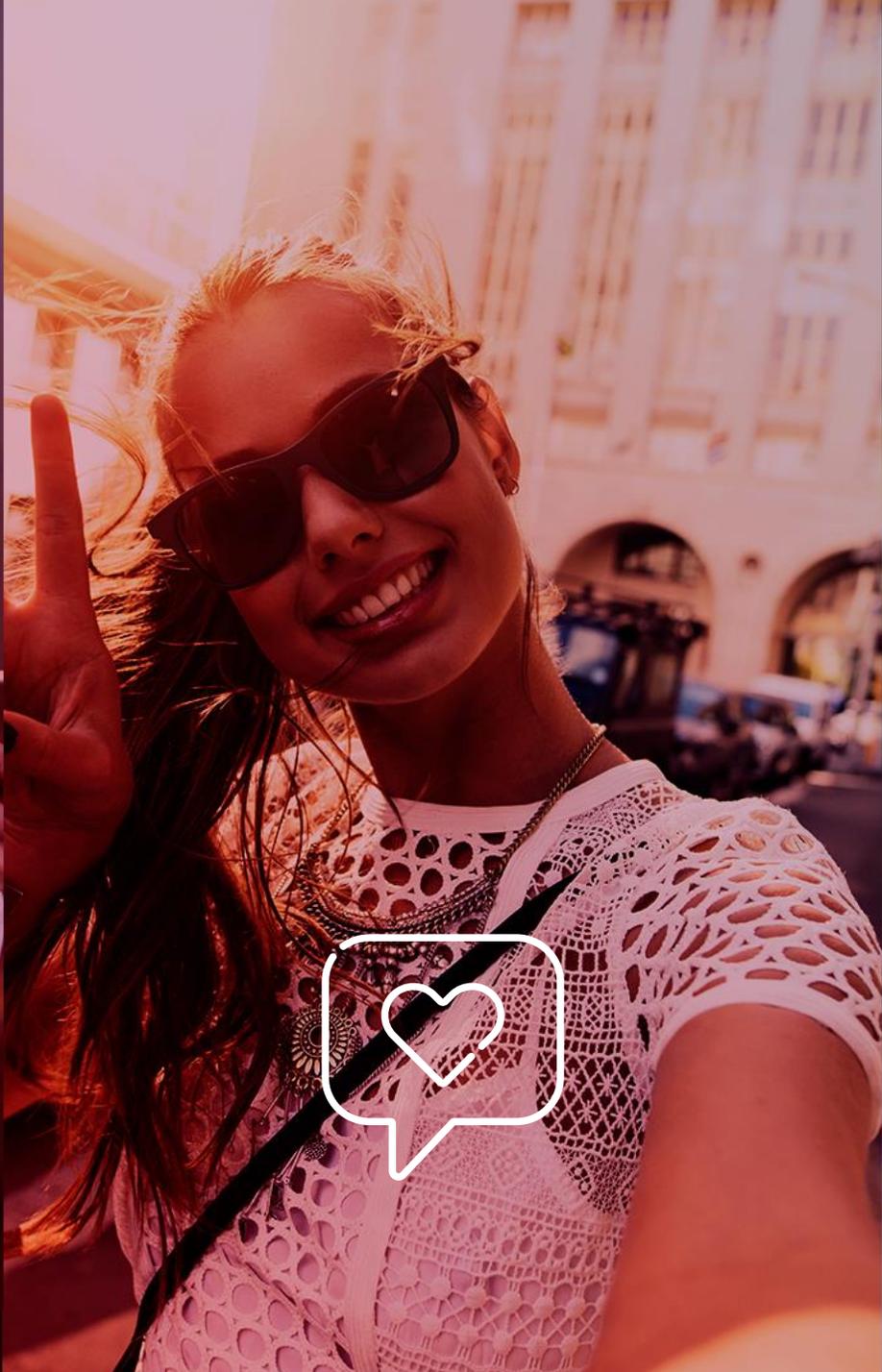
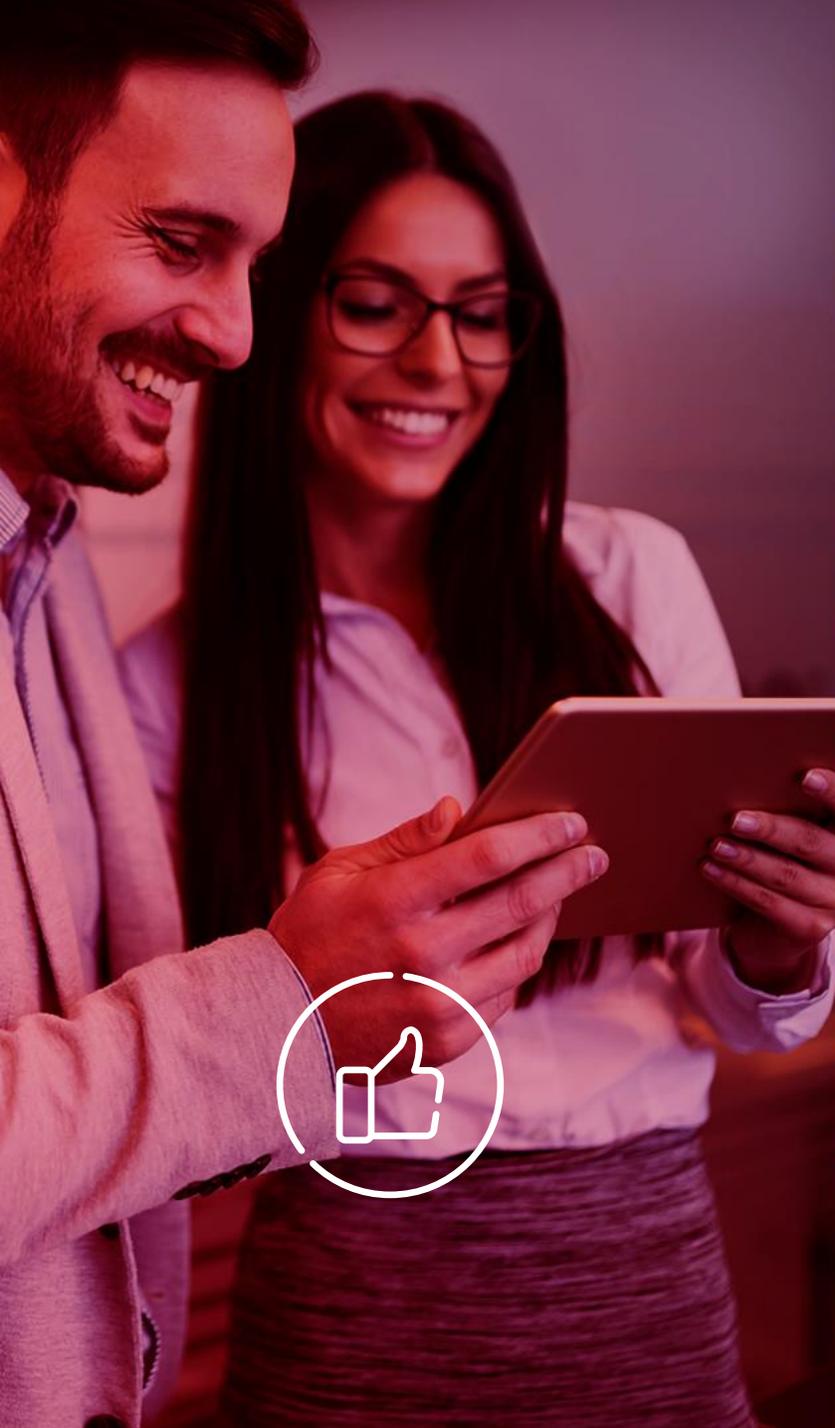
“É essencial pra mim”

**Mulher, 45 anos, classe C**



A close-up photograph of two young women with long hair, wearing round sunglasses and holding surfboards. They have wide-eyed, open-mouthed expressions of surprise or excitement. The woman on the left is wearing a white t-shirt and holding an orange surfboard. The woman on the right is wearing a white shirt with a dark floral pattern and holding a red surfboard. The background is a bright, slightly blurred outdoor setting, possibly a beach or boardwalk. The entire image has a soft, warm color cast.

Enfim...



# Enquanto YouTube e Instagram tendem a crescer, *Facebook é a que mais perde em frequência*

	Aumentou	Manteve	Diminuiu
	<b>28%</b>	<b>26%</b>	<b>46%</b>
	<b>52%</b>	<b>24%</b>	<b>24%</b>
	<b>44%</b>	<b>29%</b>	<b>27%</b>



# A diminuição ou evasão do Facebook se dá principalmente por:



Afinal, vale a pena  
divulgar minha marca no



**FACE** e no  
**INSTA?**



# SIM!!! Vale super a pena.



## 89%

seguem perfis de empresas e  
marcas de produtos.

Sendo que quase todas as pessoas de 20 a 29  
anos têm esse comportamento (97%).

## 88%

aceitam ser seguidos por  
marcas e pessoas que querem  
divulgar seu trabalho ou  
serviço.

Usar artistas, pessoas públicas e famosas é  
um bom caminho para divulgação no  
Insta, pois 83% dos respondentes seguem  
perfil de celebridades.





Levemente mais restritivo, Facebook também é um bom meio para divulgar produtos e serviços

**80%**

segue perfis de empresas e marcas de produtos.

Mas jovens de 20 a 29 anos têm esse comportamento também no Facebook (88%).

**78%**

aceitam ser seguidos por marcas e pessoas que querem divulgar seu trabalho ou serviço.

No Facebook a divulgação por celebridades não é a primeira opção. É menor a quantidade de pessoas que seguem artistas, pessoas públicas e famosas (61%).



Para uma parte dos entrevistados, as *propagandas nas redes sociais* são uma forma *de se manterem atualizados*.

Propagandas nas redes sociais são uma forma de se manter atualizado sobre tendências ou lançamentos

39%

Concordam

35%

Não concordam,  
nem discordam

26%

Não concordam

Entre as mulheres isso é mais forte, 42% concordam.

43% FACEBOOK



32% INSTAGRAM



32% YOUTUBE



10% NENHUMA

Facebook é a rede que apresenta **anúncios mais interessantes.**

**MAS...**  
**61%**

dos entrevistados  
concordam que as redes  
sociais estão *exagerando*  
*na quantidade de anúncios.*

# Anúncios Publicados

	Odeiam	Indiferente	Adoram os anúncios
	<b>74%</b>	<b>18%</b>	<b>8%</b>
	<b>55%</b>	<b>33%</b>	<b>12%</b>
	<b>46%</b>	<b>39%</b>	<b>15%</b>

# As propagandas no Youtube são as *mais indesejadas*.

E os que ficam no meio do vídeo são os que mais incomodam, e percebem que o conteúdo *não está* “conectado” com seus interesses.

“(Que anúncio chama atenção no YouTube?) Nenhum...atrapalha ver os filmes”

**Homem, 58 anos, classe B**



**62%** dos entrevistados já  
compraram a partir de rede social.

*Compraram de...*

Grupos específicos  
para compra e venda

**44%**

Propaganda de uma  
marca na timeline ou  
feed

**25%**

Página de uma marca  
ou pessoa que vende  
produtos e serviços

**20%**

Anúncio de um  
influenciador digital

**12%**



## Instituto QualiBest

Fundado em 2000, o Instituto QualiBest é pioneiro no segmento de pesquisa digital no Brasil e realiza, por meio do painel com 250mil cadastrados e outras diversas fontes de dados, estudos qualitativos e quantitativos com técnicas inovadoras e tecnologia de ponta. Com uma equipe multidisciplinar, a empresa já desenvolveu mais de 5 mil estudos, atendendo a mais de 400 clientes em diferentes setores. Para saber mais, acesse:

[www.institutoqualibest.com.br](http://www.institutoqualibest.com.br)