



# Our Mobile Planet: Argentina

Cómo entender a los usuarios  
de celulares

Mayo de 2012



**Ipsos OTX MediaCT**  
The Media, Content and Technology Research Specialists

# Resumen ejecutivo



**Los teléfonos inteligentes se han convertido en un accesorio indispensable de nuestra vida cotidiana.** La penetración de los teléfonos inteligentes actualmente alcanza al 24% de la población, y sus propietarios dependen cada vez más de sus dispositivos. El 71% de estos usuarios accede a Internet todos los días desde su teléfono inteligente, y casi nunca sale de su casa sin llevarlo. **Implicación:** las empresas que incluyan tecnologías móviles como una parte central de su estrategia comercial se beneficiarán de la oportunidad de atraer a estos nuevos usuarios conectados en forma permanente.



**Los teléfonos inteligentes han transformado el comportamiento de los consumidores.** Las búsquedas para celulares, el video, el uso de aplicaciones y las redes sociales proliferan cada vez más. Los usuarios de teléfonos inteligentes hacen varias tareas a la vez con los medios de comunicación, dado que el 83% de las personas usa el teléfono mientras hace otras cosas, por ejemplo, mirar televisión (37%). **Implicación:** al ampliar las estrategias publicitarias para incluir tecnologías móviles y al desarrollar campañas integradas en distintos medios, es posible llegar de manera más eficaz a los consumidores actuales.



**Los teléfonos inteligentes permiten que los usuarios recorran el mundo.** Por lo tanto, resulta fundamental que las empresas locales aparezcan en los teléfonos inteligentes. El 85% de los usuarios de teléfonos inteligentes busca información local en su teléfono, y el 89% realiza alguna acción posteriormente, como adquirir productos o ponerse en contacto con la empresa. **Implicación:** al asegurarse de que aparezcan números de teléfono en los que se puede hacer clic en los resultados locales y al aprovechar los servicios para celulares basados en la ubicación, será más sencillo que los consumidores se conecten directamente con su empresa.



**Los teléfonos inteligentes han modificado la forma de comprar.** Los teléfonos inteligentes son herramientas fundamentales de compra, dado que el 82% de las personas investiga sobre productos o servicios en su dispositivo. La investigación en teléfonos inteligentes influye en las decisiones de los compradores y en las compras a través de todos los canales. El 25% de los usuarios de teléfonos inteligentes realizó una compra a través de su teléfono. **Implicación:** también resulta fundamental contar con un sitio optimizado para celulares y una estrategia que abarque distintos canales para atraer a consumidores de distinta índole y lograr ventas.



**Los teléfonos inteligentes permiten que los anunciantes estén en contacto con los consumidores.** Los usuarios de teléfonos inteligentes ven el 86% de los anuncios para celulares. Los teléfonos inteligentes además son un componente fundamental de la publicidad tradicional, dado que el 76% de las personas realizó una búsqueda en su teléfono inteligente luego de ver un anuncio convencional. **Implicación:** al incluir los anuncios para celulares como parte de una estrategia de marketing integrada, es posible atraer a más consumidores.

# Cómo entender a los usuarios de celulares

Esta encuesta se diseñó para obtener estadísticas sobre la manera en que los consumidores usan Internet en sus teléfonos inteligentes.

A continuación, presentaremos en detalle:

- Datos y estadísticas sobre la adopción y el uso de teléfonos inteligentes
- Información acerca del uso de Internet en general, las búsquedas, los videos, las redes sociales, la publicidad para celulares y el comportamiento del comercio móvil a través de los teléfonos inteligentes
- Este informe geográfico forma parte de una investigación sobre teléfonos inteligentes a nivel mundial que se llevó a cabo en varios países. Visite [OurMobilePlanet.com](http://OurMobilePlanet.com) para acceder a datos y herramientas adicionales.



¿Cómo se utilizan los teléfonos inteligentes en nuestra **vida cotidiana**?



¿De qué manera los consumidores hacen **varias tareas a la vez** en sus teléfonos inteligentes?



¿Cuáles son las **actividades** que los consumidores realizan en sus teléfonos inteligentes?



¿Cuál es la función de los teléfonos inteligentes en el proceso de **compra**?



¿Cómo responden los consumidores a los **anuncios**, ya sean anuncios convencionales o anuncios para celulares?

# Contenido

- 1** Los teléfonos inteligentes son indispensables en nuestra vida cotidiana.

---

- 2** Los teléfonos inteligentes han transformado el comportamiento de los consumidores.

---

- 3** Los teléfonos inteligentes permiten que los usuarios recorran el mundo.

---

- 4** Los teléfonos inteligentes han modificado la forma de comprar.

---

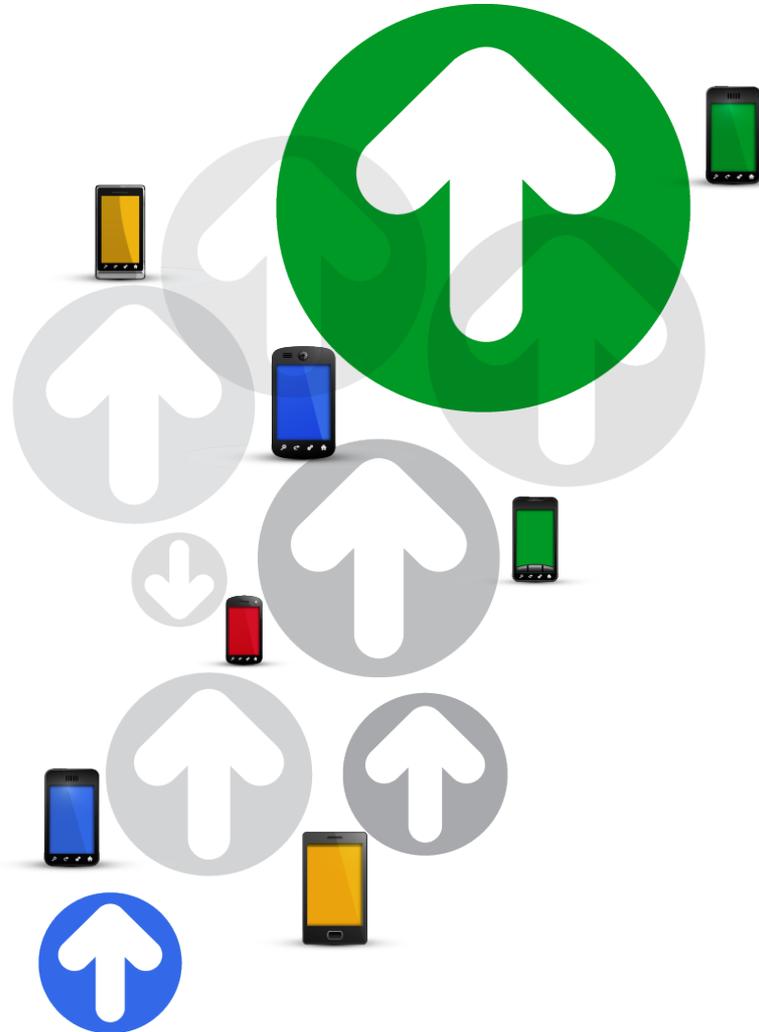
- 5** Los teléfonos inteligentes permiten que los anunciantes estén en contacto con sus clientes.

---

LOS TELÉFONOS  
INTELIGENTES  
SON  
INDISPENSABLES  
EN NUESTRA VIDA  
COTIDIANA



# Penetración de los teléfonos inteligentes en Argentina



**24%**  
de adopción

# Los teléfonos inteligentes son una parte central de nuestra vida cotidiana

# 53%

usó su teléfono inteligente todos los días, durante los últimos siete días

Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general; teléfonos inteligentes n= 1.800  
P18: Si tenemos en cuenta los últimos siete días, ¿durante cuántos días estuvo en línea con...?

# El teléfono inteligente siempre está encendido y siempre lo lleva con usted

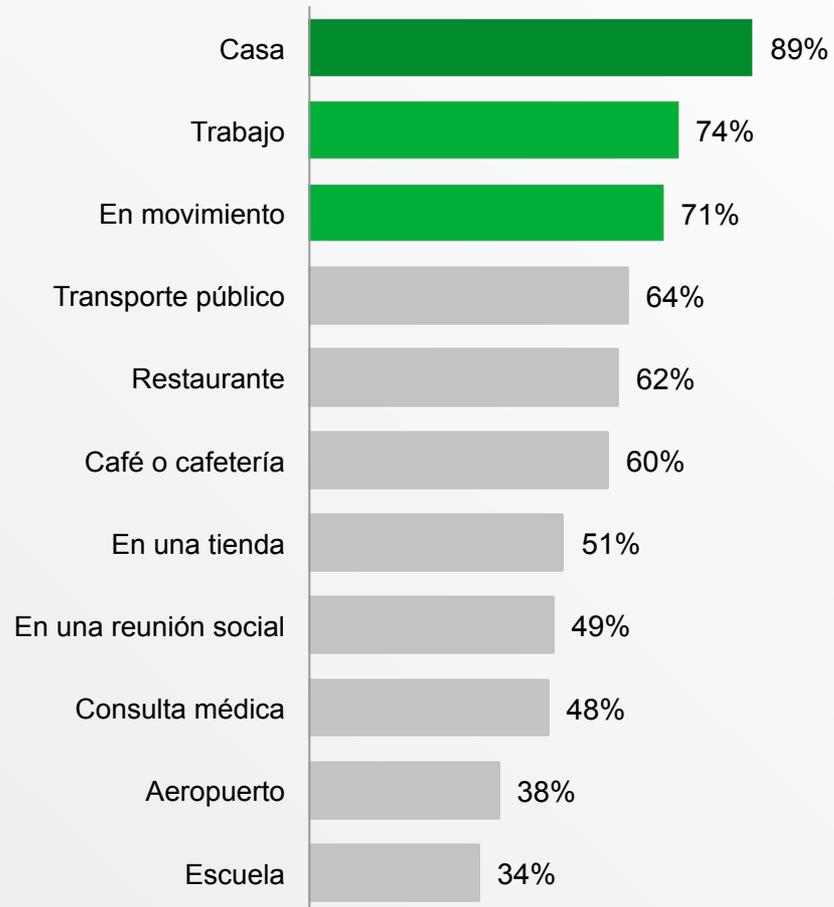
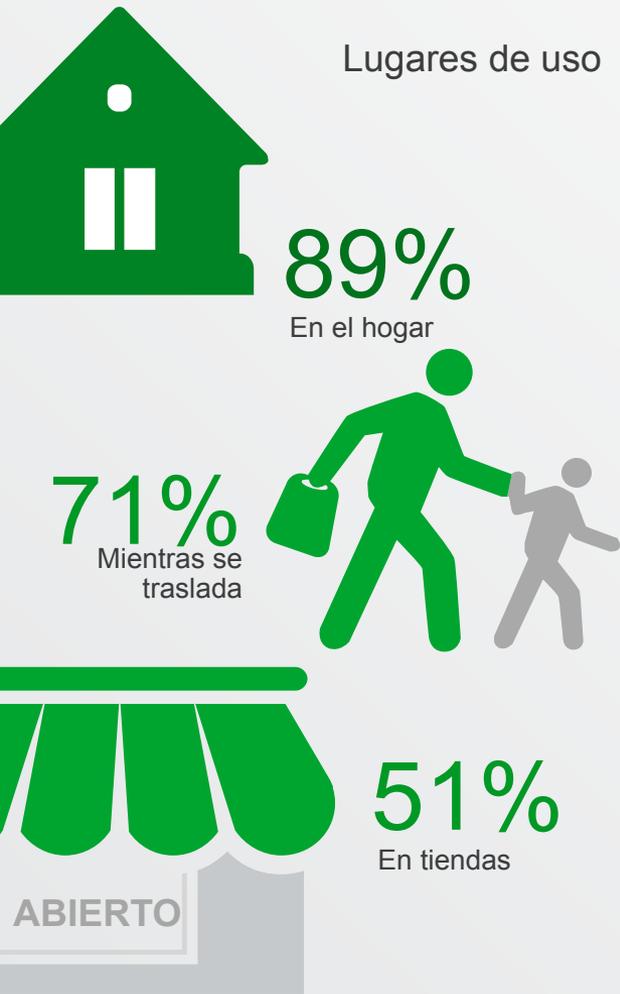


Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general; teléfonos inteligentes n= 1.000

P52: ¿Cuál es su opinión sobre las siguientes afirmaciones? Casillas principales: 2. Escala de 1

(completamente en desacuerdo) a 5 (completamente de acuerdo). "No salgo de mi casa sin llevar mi teléfono inteligente".

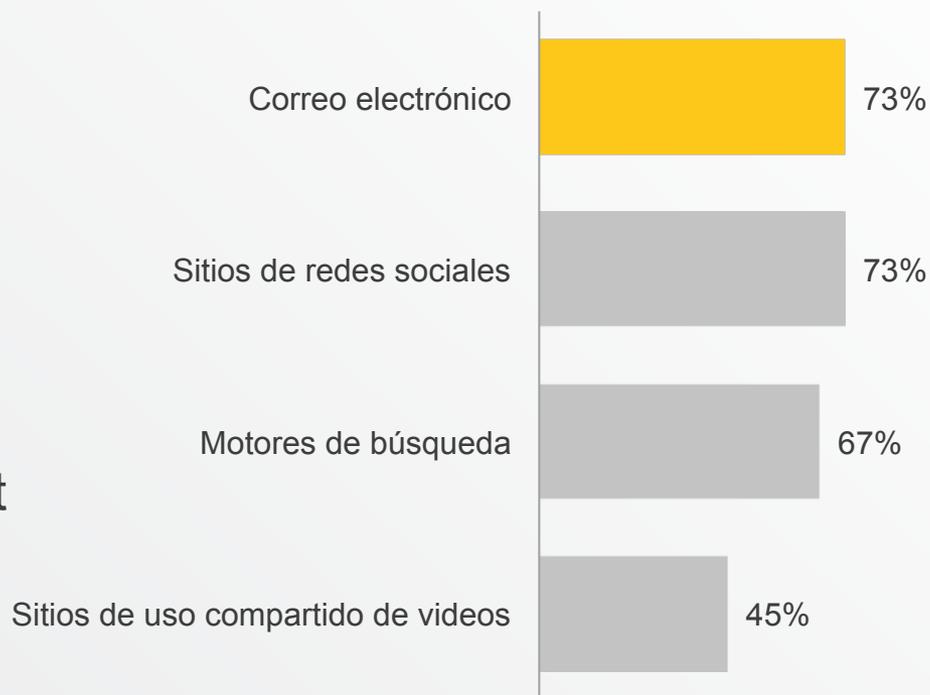
# Los teléfonos inteligentes se usan en todas partes



# Permiten que los usuarios estén conectados permanentemente



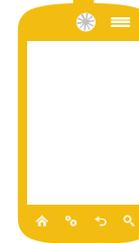
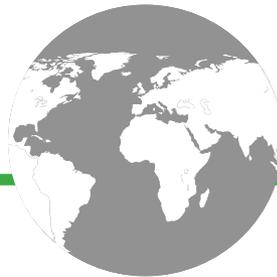
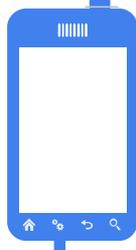
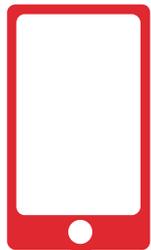
**67%**  
accede a Internet desde su teléfono inteligente una vez al día, como mínimo.



# Se espera un aumento en el uso de los teléfonos inteligentes

# 31%

espera usar todavía más su teléfono inteligente para acceder a Internet en el futuro.



# Los teléfonos inteligentes ahora son tan importantes para los usuarios que...

# 25%

preferiría dejar de ver **televisión** antes de dejar de usar su teléfono inteligente



LOS TELÉFONOS  
INTELIGENTES HAN  
TRANSFORMADO EL  
**COMPORTAMIENTO DE LOS  
CONSUMIDORES**



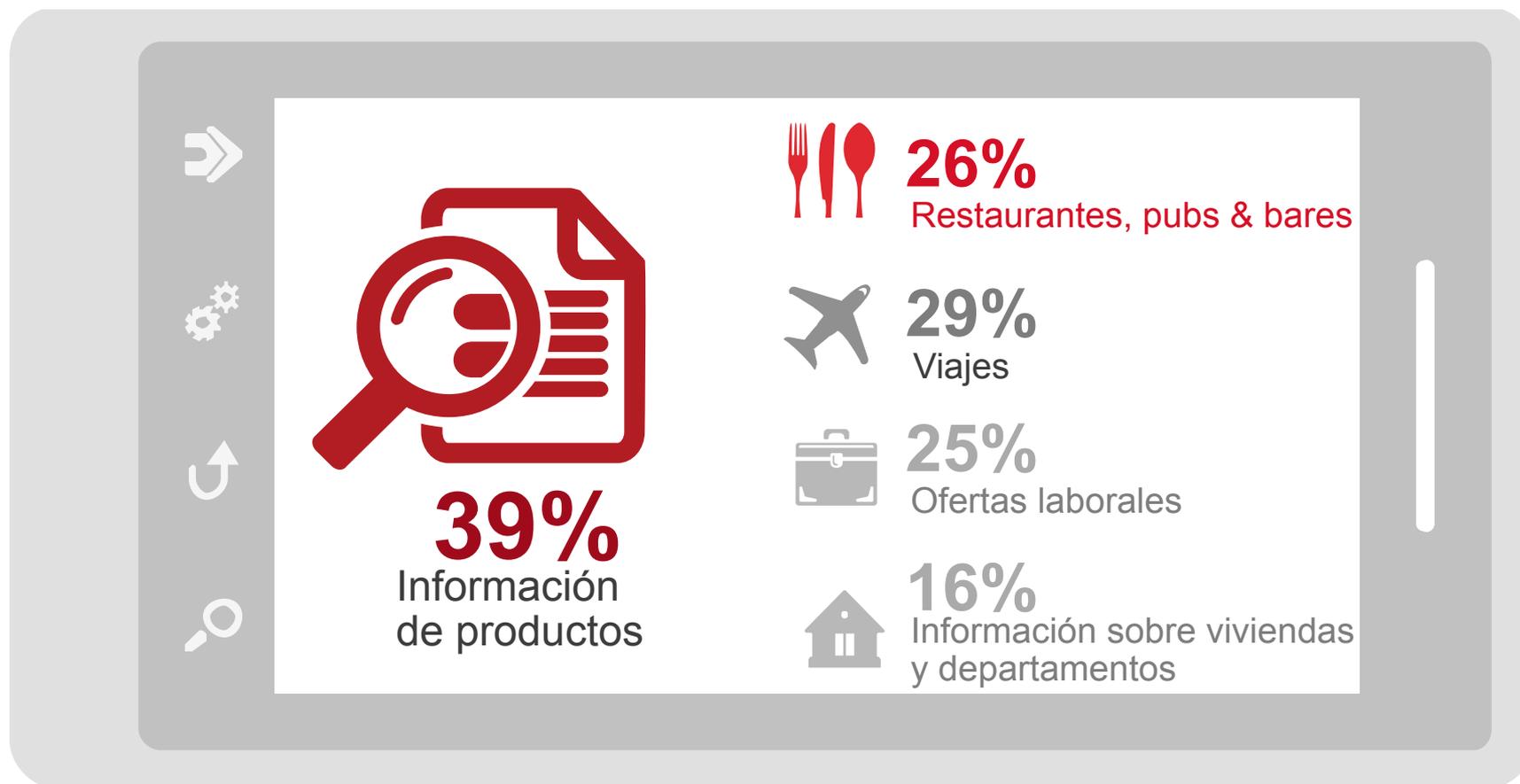
**El teléfono inteligente es uno de los principales puntos de acceso para realizar búsquedas**



**63%**

realiza búsquedas desde su teléfono inteligente **todos los días**

# Los teléfonos inteligentes nos brindan información en nuestra vida cotidiana



# Los teléfonos inteligentes son portales que permiten múltiples actividades



**86%**  
Comunicación

Usó el correo electrónico (envió o leyó mensajes)  
Accedió a una red social (p. ej., actualizó un mensaje de estado, revisó mensajes o la página de un amigo)



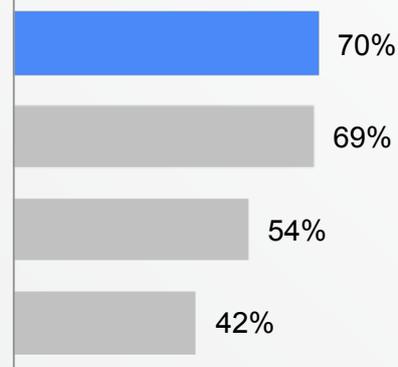
**69%**  
Información

Leyó las noticias en portales de noticias o revistas  
Revisó sitios web, blogs o paneles de mensajes



**91%**  
Entretenimiento

Navegó por Internet  
Escuchó música  
Jugó  
Vio videos en un sitio web de uso compartido de videos (p. ej., YouTube.com)



# Las aplicaciones son omnipresentes



**16** aplicaciones instaladas en promedio

**7** aplicaciones utilizadas en los últimos 30 días

**4** aplicaciones pagas instaladas en promedio

Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general; teléfonos inteligentes n= 1.000

P24: ¿Cuántas aplicaciones tiene, en este momento, en su teléfono inteligente?

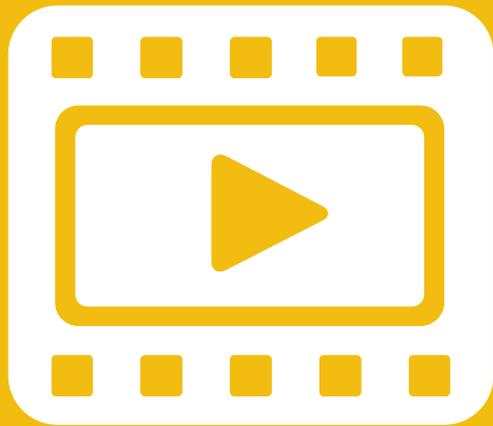
Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general y que tienen, como mínimo, una aplicación en su teléfono inteligente; n= 998

P25: Con respecto a las aplicaciones que tiene instaladas en este momento en su teléfono inteligente, ¿cuántas usó de manera activa durante los últimos 30 días?

P26: Con respecto a las aplicaciones que tiene instaladas en este momento en su teléfono inteligente, ¿cuántas compró por un importe específico en una tienda de aplicaciones?

Información confidencial y propiedad de Google

# Los usuarios de teléfonos inteligentes son grandes consumidores de videos



**CLICK TO WATCH VIDEO**

**68%**

mira videos

**21%**

mira videos una vez por día,  
como mínimo

# Los usuarios de teléfonos inteligentes participan habitualmente en las redes sociales

90%

visita  
las redes  
sociales

65%

las visita  
una vez al día,  
como mínimo

Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general; teléfonos inteligentes n= 1.000 P38: ¿Con qué frecuencia visita las redes sociales (a través de sitios web o aplicaciones) en su...?

# Los teléfonos inteligentes se utilizan mientras se llevan a cabo varias tareas con otros medios de comunicación



LOS TELÉFONOS  
INTELIGENTES  
PERMITEN QUE  
LOS USUARIOS  
**RECORRAN  
EL MUNDO**





# 85%

de los usuarios de  
teléfonos inteligentes  
buscó información local

# 89%

realizó alguna acción  
posteriormente

Base: Usuarios de internet en general. Smartphone n= 1.000  
43: ¿Cada cuánto tiempo buscas información local en tu teléfono inteligente?  
Base: Usuarios de internet en general y quienes miran al menos una vez al mes.  
44: Después de haber buscado información local en tu teléfono inteligente, ¿cuáles de las siguientes acciones has tomado?  
Base: Usuarios de internet en general y quienes miran al menos una vez al mes.

# Los usuarios habitualmente buscan información local en sus teléfonos inteligentes



**64%**

busca información local  
**una vez a la semana,**  
como mínimo



**39%**

busca información local  
**todos los días**

# Los usuarios que buscan información local realizan acciones posteriormente



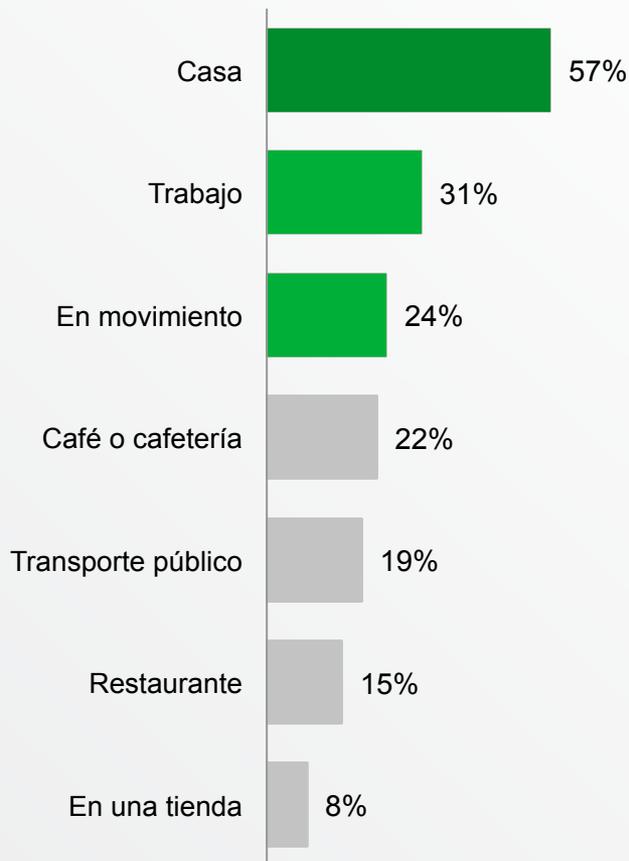
Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general y que buscan información, como mínimo, una vez al mes en sus teléfonos inteligentes; teléfonos inteligentes n= 850

P34: ¿Cuáles de las siguientes acciones llevó a cabo luego de buscar este tipo de información (empresas o servicios cercanos a su ubicación)?

LOS TELÉFONOS  
INTELIGENTES  
HAN MODIFICADO LA  
FORMA DE COMPRAR



# Los teléfonos inteligentes permiten al usuario buscar productos en cualquier momento y lugar



# 82%

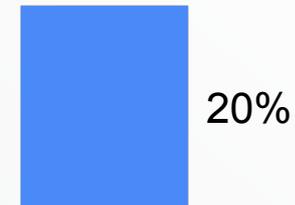
investigó  
un producto o servicio  
desde su teléfono



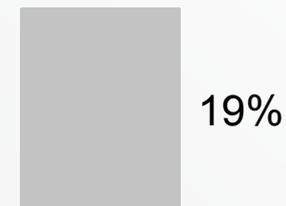
# Los teléfonos inteligentes son nuestros principales complementos para comprar



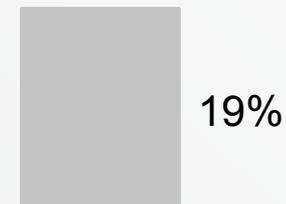
**Cambié de opinión en cuanto a la compra de un producto o servicio en una tienda** como resultado de la información que obtuve al usar mi teléfono inteligente.



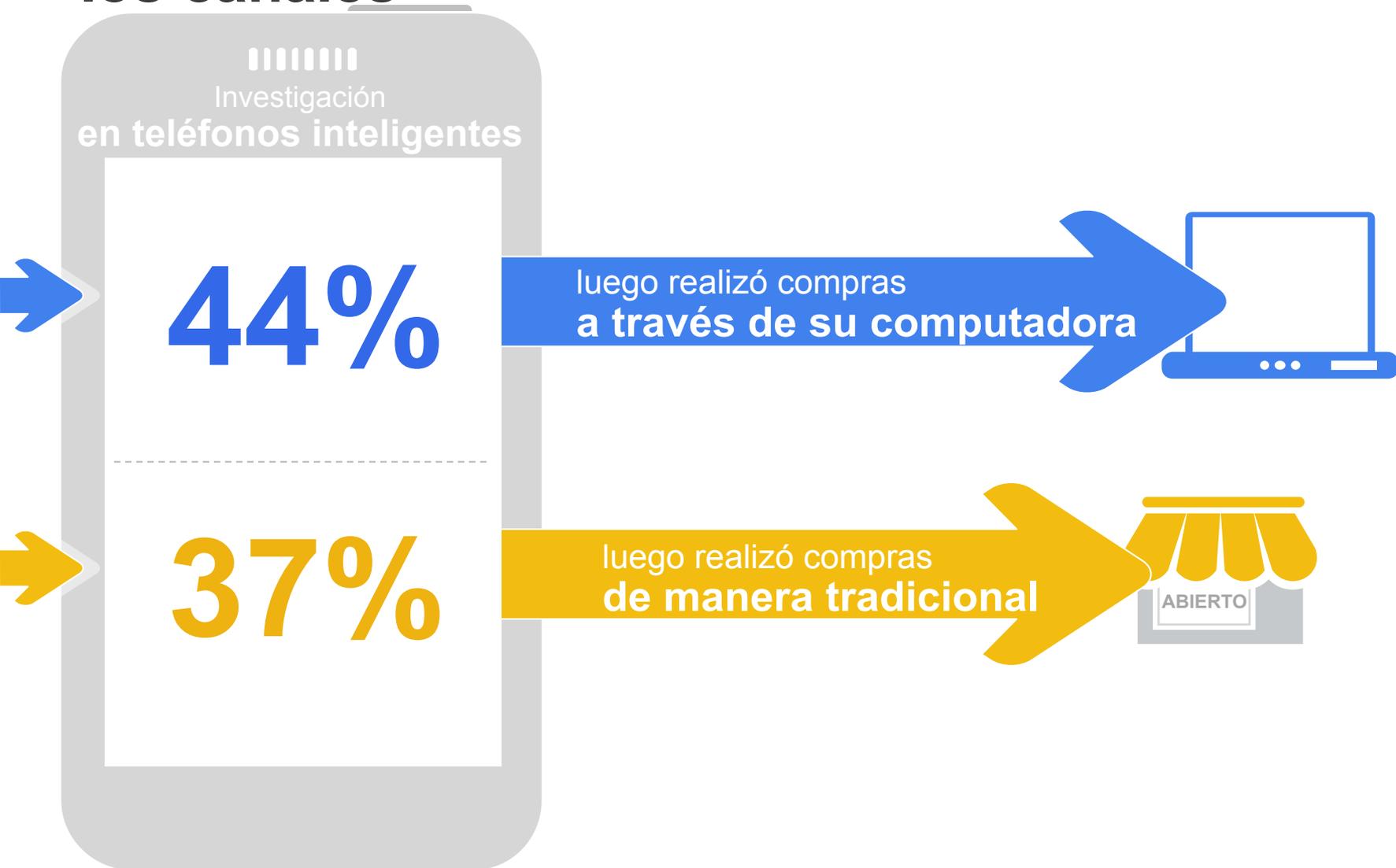
Llevo mi teléfono inteligente con la intención específica **de comparar precios y obtener información sobre los productos.**



**Cambié de opinión en cuanto a la compra de un producto o servicio en línea** como resultado de la información que obtuve al usar mi teléfono inteligente.  
Actitud hacia la publicidad en celulares



# La investigación que comienza en teléfonos inteligentes genera compras a través de todos los canales



# Los teléfonos inteligentes son un punto de compra en evolución



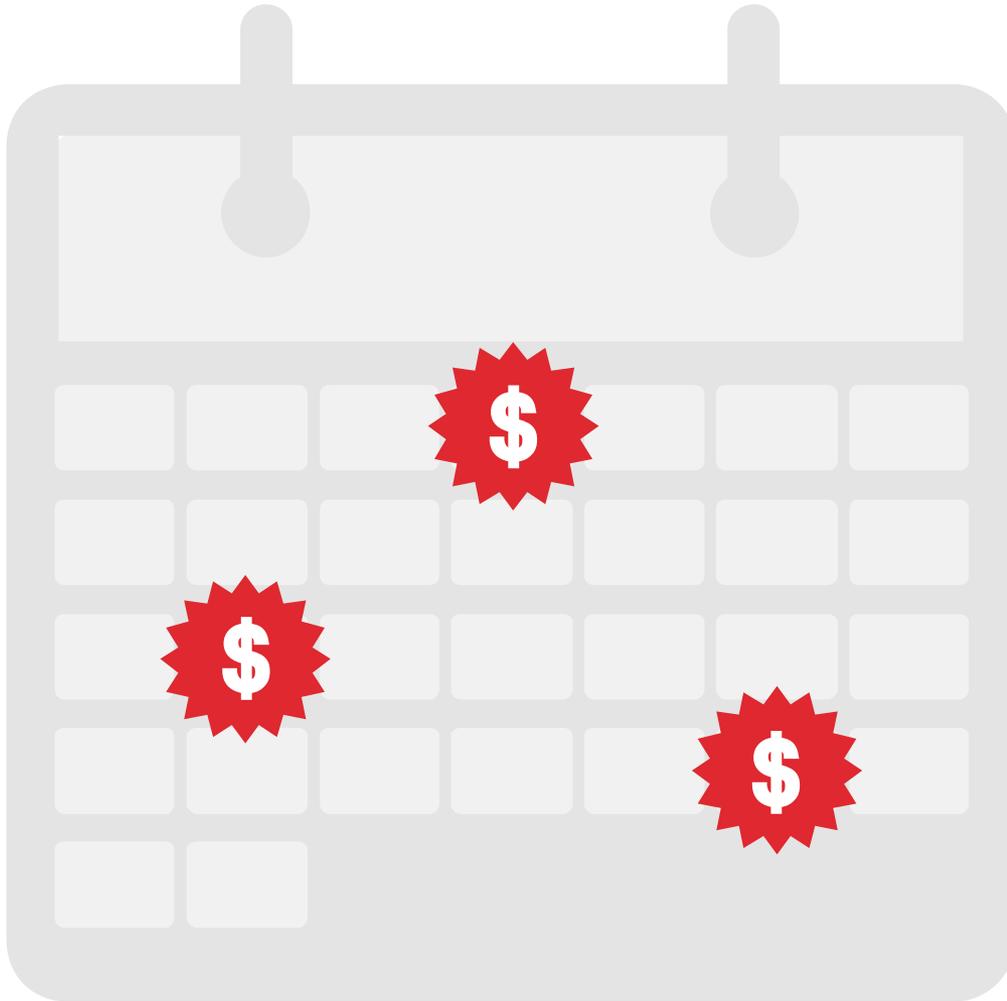
**25%**

de los usuarios de teléfonos inteligentes compró un producto o servicio desde su teléfono inteligente

**62%**

de estos compradores que usan teléfonos inteligentes realizó una compra el mes pasado

# Los usuarios que utilizan teléfonos inteligentes adquieren productos frecuentemente



**66%**  
hace compras desde sus  
celulares una vez al mes,  
como mínimo

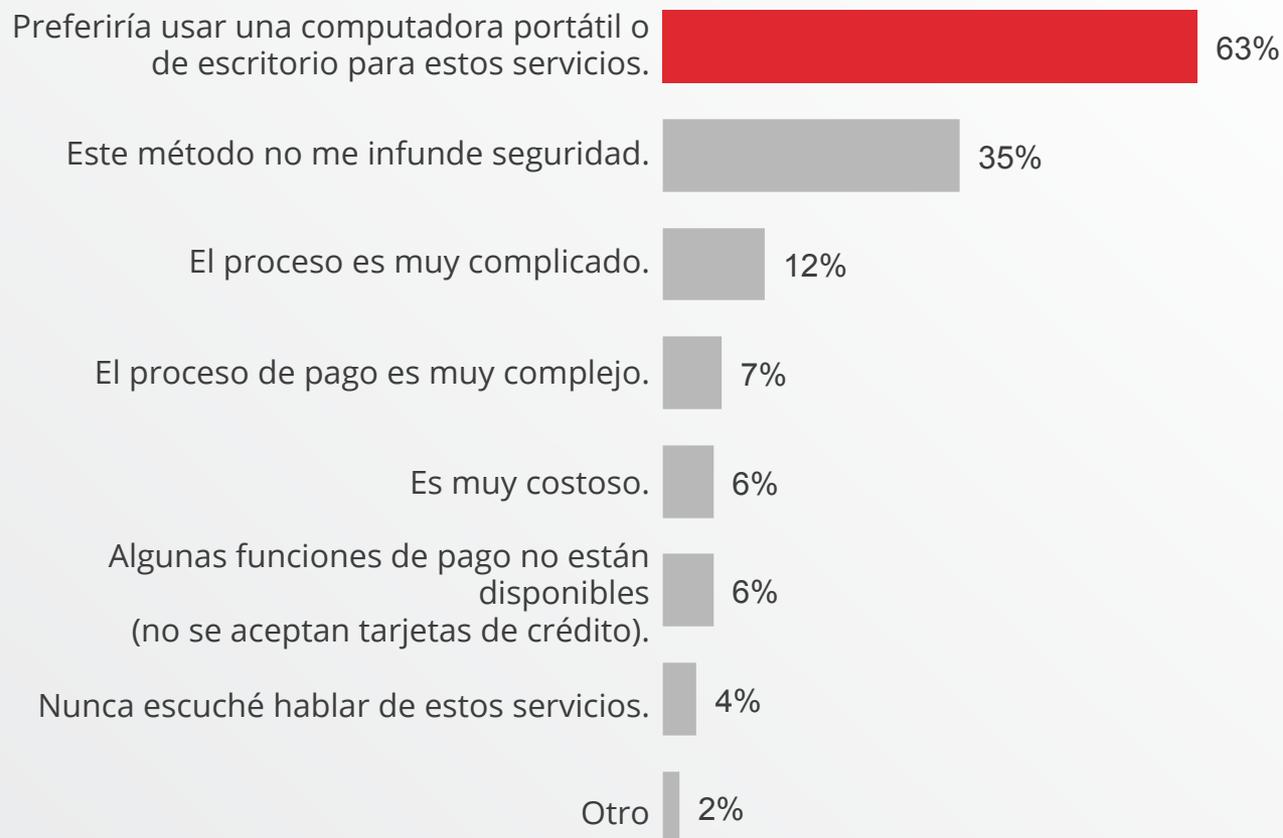
# El comercio móvil continuará creciendo



# 30%

cree que realizará **más  
compras desde su  
teléfono en el futuro**

# Barreras que aún existen en el comercio móvil



Los teléfonos  
inteligentes  
**permiten que los  
anunciantes estén en  
contacto con sus clientes**



# Los anuncios convencionales derivan en búsquedas de información en celulares

## Ubicación del anuncio



76%

realizó una búsqueda de información con su celular luego de ver un anuncio



Televisión  
65%



Tiendas o negocios  
66%



Revistas  
61%



Carteles o vallas publicitarias  
57%

Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general y que no observan los anuncios con frecuencia; n= 858

P43a: ¿Con qué frecuencia utiliza su teléfono inteligente para hacer búsquedas relacionadas con anuncios que vio en una revista, en un cartel, en televisión, en una tienda o en un negocio?

# La primera página de los resultados de la búsqueda en celulares es esencial

# 51%

solo consulta la **primera página de resultados** cuando realiza una búsqueda con su teléfono inteligente





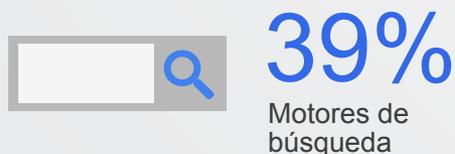
# 86%

de los usuarios de teléfonos inteligentes  
**observa los anuncios para celulares**

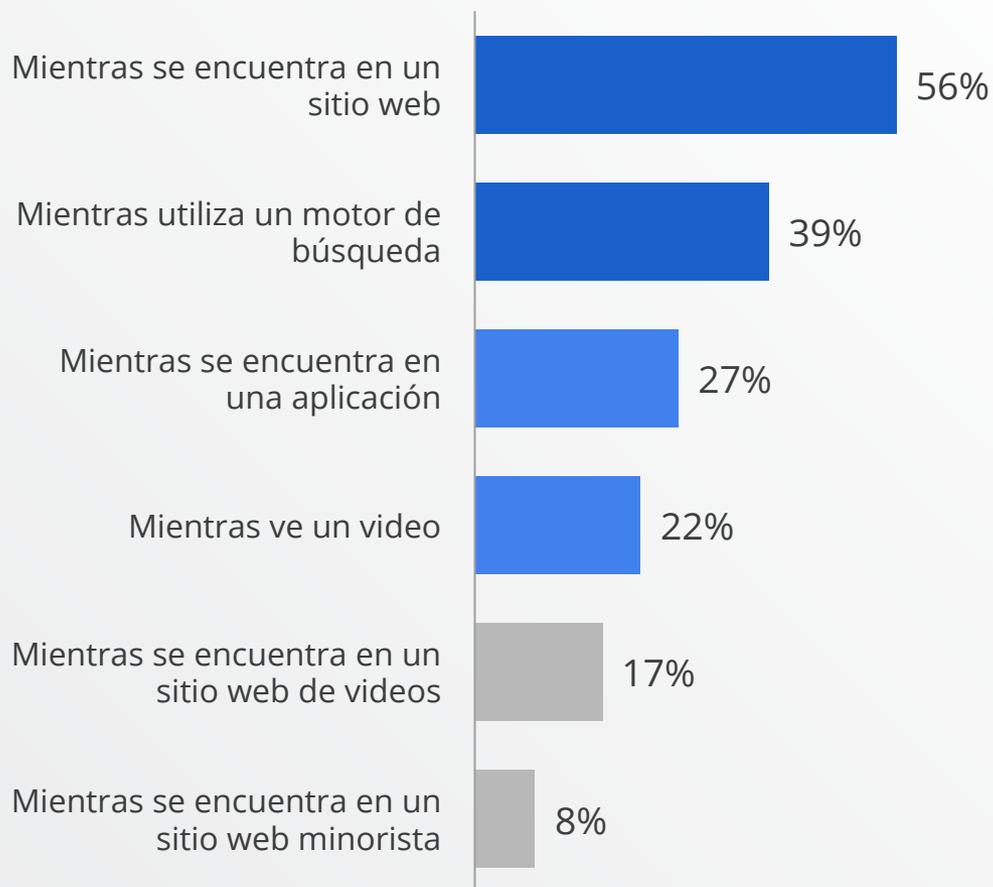
Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general; teléfonos inteligentes n= 1.000

P41: ¿Con qué frecuencia observa los anuncios al usar el navegador o una aplicación en su teléfono inteligente? (si corresponde).

# Los anuncios para celulares causan impacto



¿En qué lugares se observan los anuncios para celulares?



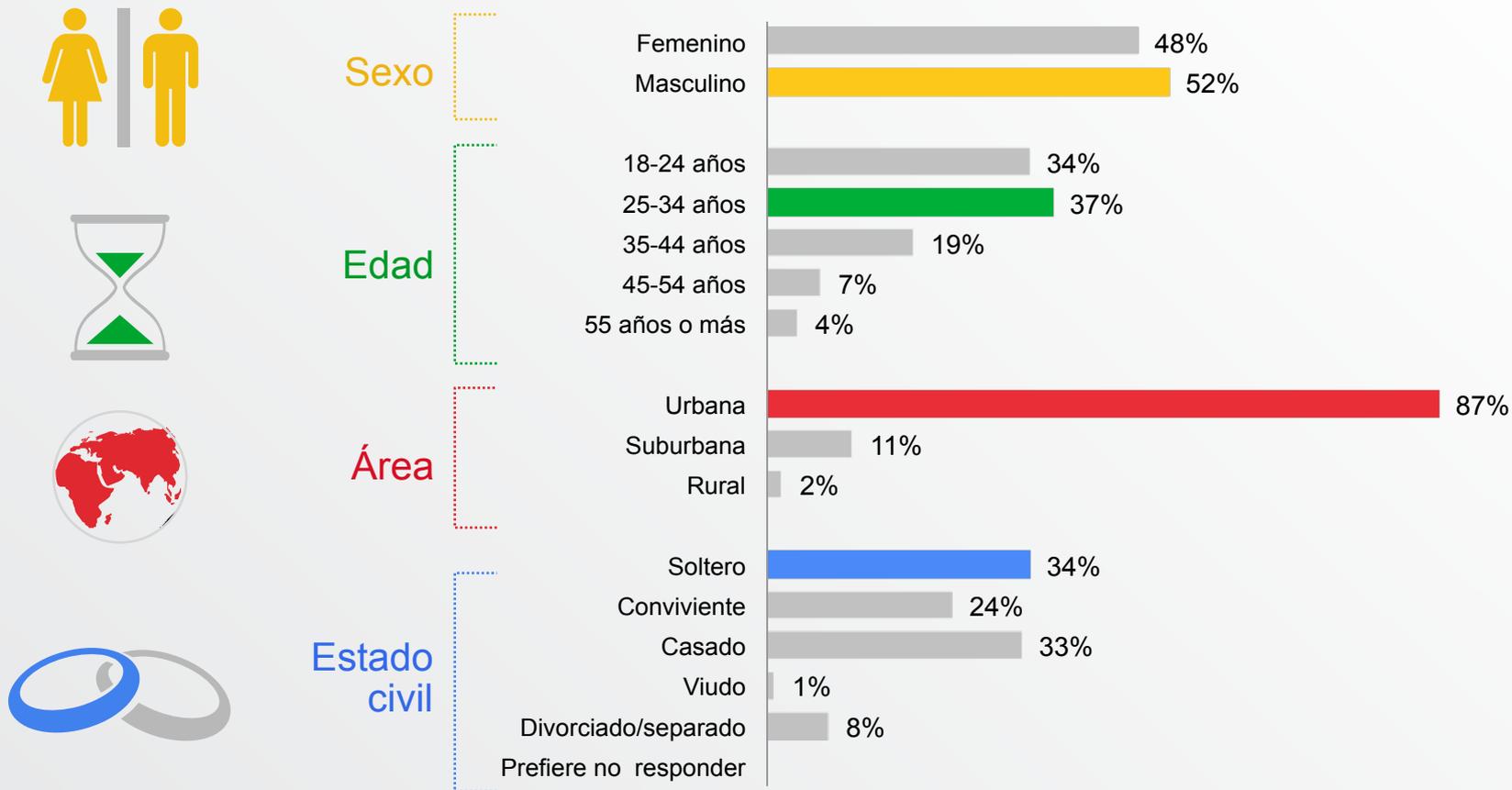
Información



# Metodología de investigación

- Con la colaboración de Ipsos MediaCT, entrevistamos a 1.000 ciudadanos argentinos mayores de edad (entre 18 y 64 años) que se autodefinían como usuarios de teléfonos inteligentes con acceso a Internet.
- Se utilizó un proceso informático de entrevistas telefónicas (CATI, Computer Aided Telephone Interviewing, por sus siglas en inglés) para la distribución del grupo representativo de la población local.
- Un teléfono inteligente se define como “un teléfono celular que ofrece funciones avanzadas, generalmente similares a las de una computadora, o la posibilidad de descargar aplicaciones”.
- Los encuestados respondieron a una serie de preguntas relacionadas con el uso de dispositivos, las búsquedas para celulares, los servicios de video, las redes sociales, la web, el comportamiento del comercio y la publicidad en celulares.
- Las entrevistas se realizaron en el primer trimestre de 2012.

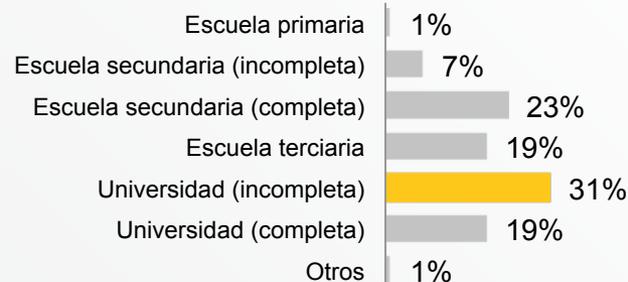
# Datos demográficos



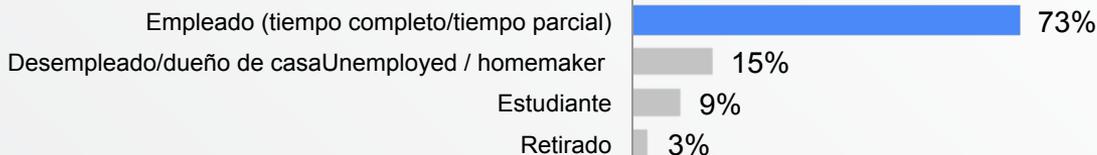
# Datos demográficos



## Educación



## Situación laboral



## Ingresos

