



Our Mobile Planet: Argentina

Cómo entender a los usuarios
de celulares

Mayo de 2013



Ipsos 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 31% de la población, y sus propietarios dependen cada vez más de sus dispositivos. El 60% de estos usuarios accede a Internet todos los días desde su teléfono inteligente, y el 68% nunca sale de su casa sin llevarlo. **Implicación:** las empresas que incluyan tecnologías móviles como una parte central de su estrategia 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 90% de las personas usa el teléfono mientras hace otras cosas, por ejemplo, escuchar música (63%). **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.

Resulta fundamental que las empresas locales aparezcan en los teléfonos inteligentes. El 86% de los usuarios de teléfonos inteligentes busca información local en su teléfono, y el 86% 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 85% 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 84% de los anuncios para celulares. Los teléfonos inteligentes además son un componente fundamental de la publicidad tradicional, dado que el 82% 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 thinkwithgoogle.com/mobileplanet 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?

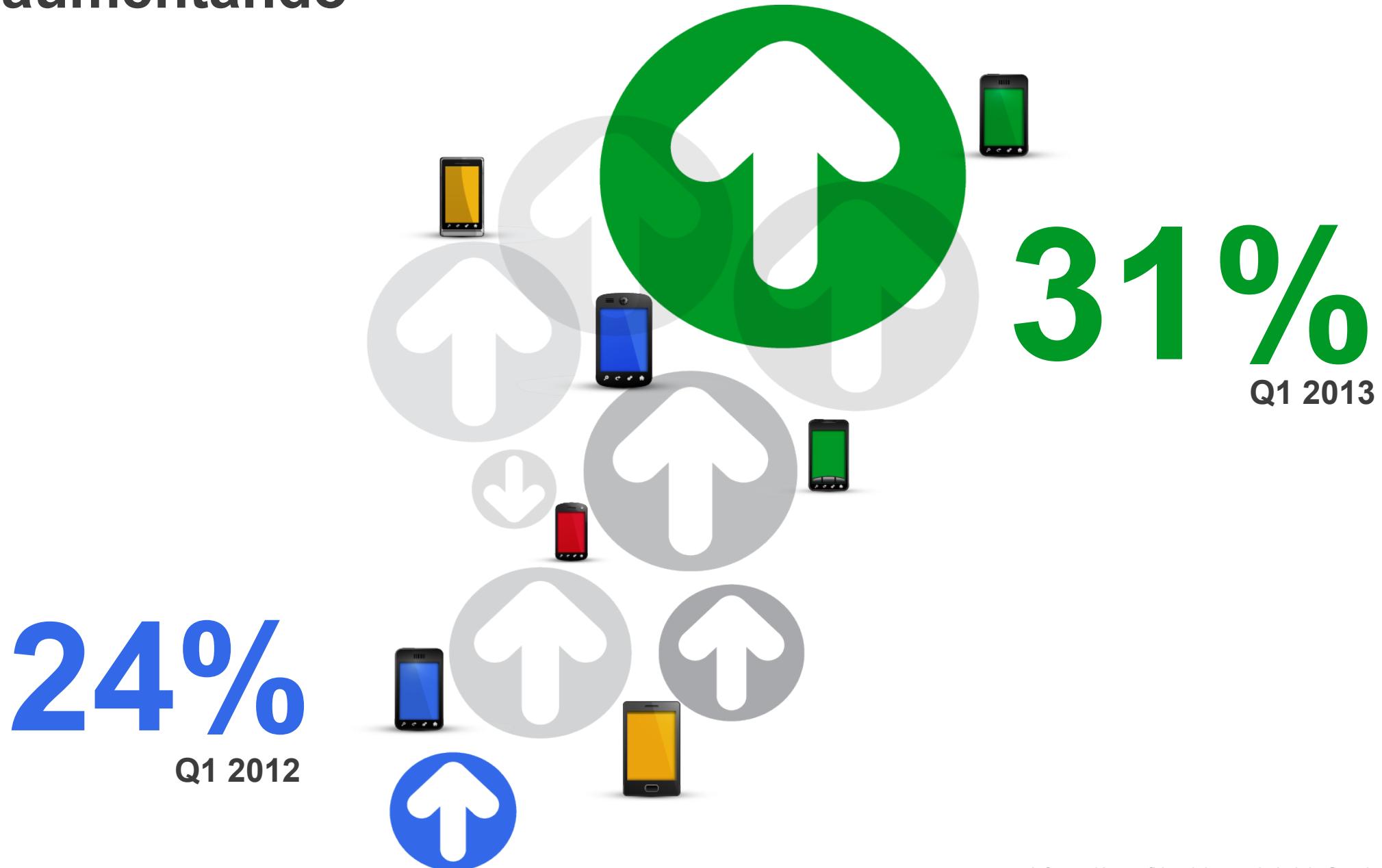
Contenido

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

LOS TELÉFONOS
INTELIGENTES
SON
INDISPENSABLES
EN NUESTRA VIDA
COTIDIANA



La penetración de los teléfonos inteligentes está aumentando



Los teléfonos inteligentes son una parte central de nuestra vida cotidiana

60%

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= 1.000
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

68%
no sale de su casa sin
llevar su dispositivo

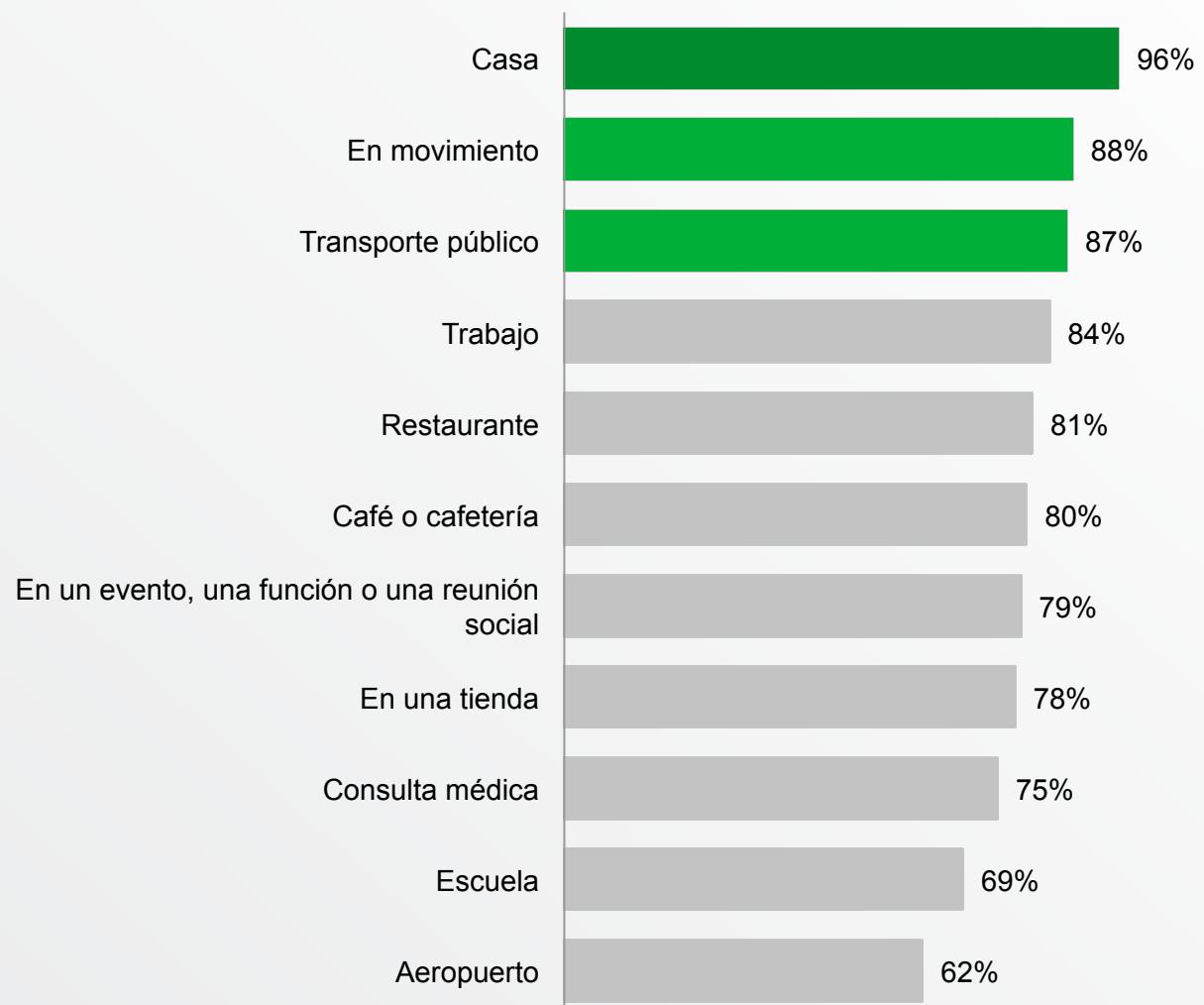


Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general; teléfonos inteligentes n= 1.000

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".

Información confidencial y propiedad de Google

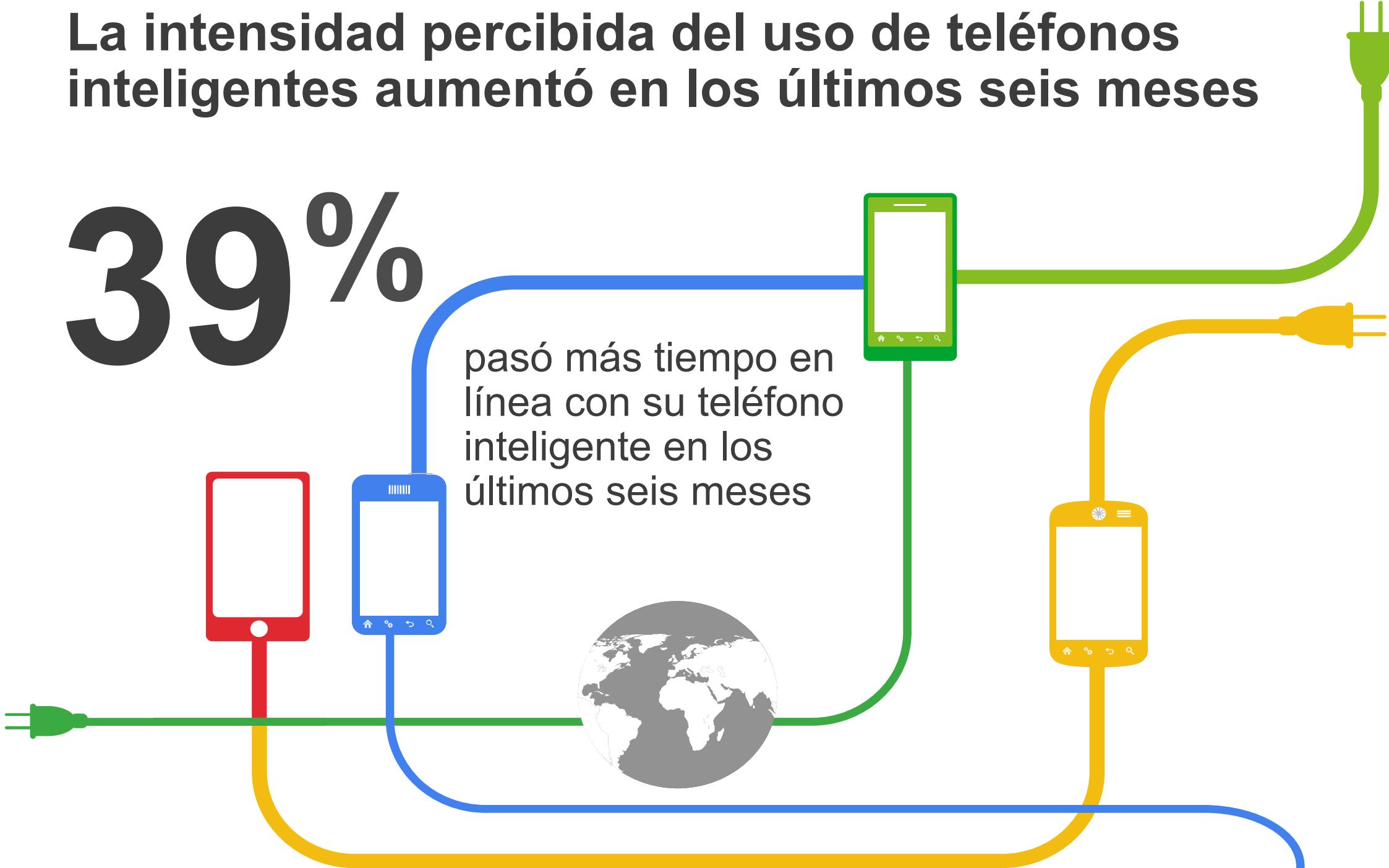
Los teléfonos inteligentes se usan en todas partes



La intensidad percibida del uso de teléfonos inteligentes aumentó en los últimos seis meses

39%

pasó más tiempo en línea con su teléfono inteligente en los últimos seis meses



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

30%
preferiría dejar de ver
televisión antes de dejar de
usar su teléfono inteligente



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). Preferiría dejar de ver televisión, antes de dejar de usar mi teléfono inteligente. "Prefiero dejar de ver televisión o de usar la computadora de escritorio, antes de dejar de usar mi teléfono inteligente".

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



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



65%

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



88%
Comunicación

Accedió a una red social (p. ej., actualizó un mensaje de estado, revisó mensajes o la página de un amigo) **81%**

Usó el correo electrónico (envió o leyó mensajes) **80%**



79%
Información

Revisó sitios web, blogs o paneles de mensajes **69%**

Leyó las noticias en portales de noticias o revistas **68%**



95%
Entretenimiento

Navegó por Internet **83%**

Escuchó música **82%**

Jugó **73%**

Vio videos en un sitio web de uso compartido de videos (p. ej., YouTube.com) **66%**

Las aplicaciones son omnipresentes



17

aplicaciones
instaladas
en promedio

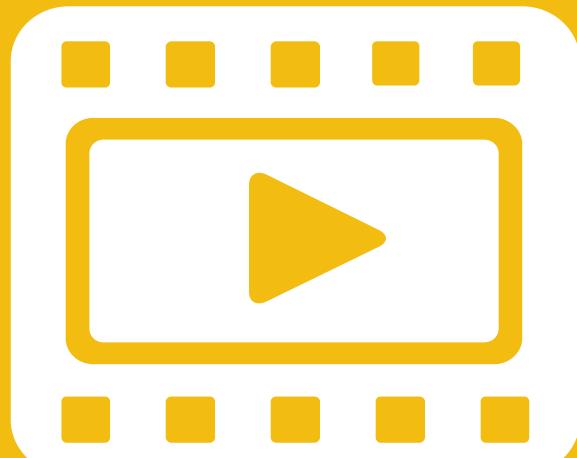
8

aplicaciones
utilizadas en los
últimos 30 días

2

aplicaciones pagas
instaladas
en promedio

Los usuarios de teléfonos inteligentes son grandes consumidores de videos



CLICK TO WATCH VIDEO

76%

mira videos

30%

mira videos una vez por día,
como mínimo

Los usuarios de teléfonos inteligentes participan habitualmente en las redes sociales

92%

visita
las redes
sociales

69%

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 teléfono inteligente?



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





86%

de los usuarios de
teléfonos inteligentes
buscó información local

86%

realizó alguna acción
posteriormente

Base: Private smartphone users who use the internet in general, Smartphone n= 1.000

Q33: How often do you look for information about local businesses or services on your smartphone? (Ever)

Base: Private smartphone users who use the internet in general and who look at least less than once a month for information on their smartphone, Smartphone n= 864 Q34 Which of the following actions have you taken after having looked up this type of information (business or services close to your location)?

Los usuarios habitualmente buscan información local en sus teléfonos inteligentes



70%
busca información local
una vez a la semana,
como mínimo



42%
busca información local
todos los días

Los usuarios que buscan información local realizan acciones posteriores

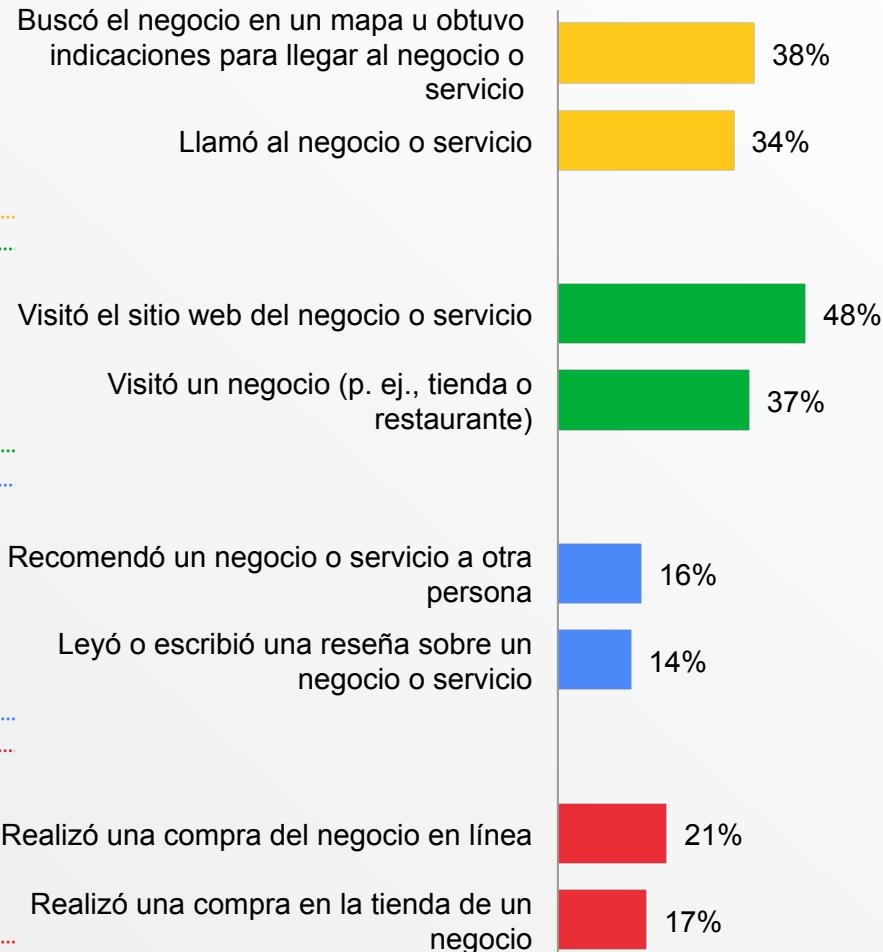


54%
se comunicó con la empresa

64%
visitó la empresa

25%
se lo comentó a otras personas

29%
realizó una compra



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= 864

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

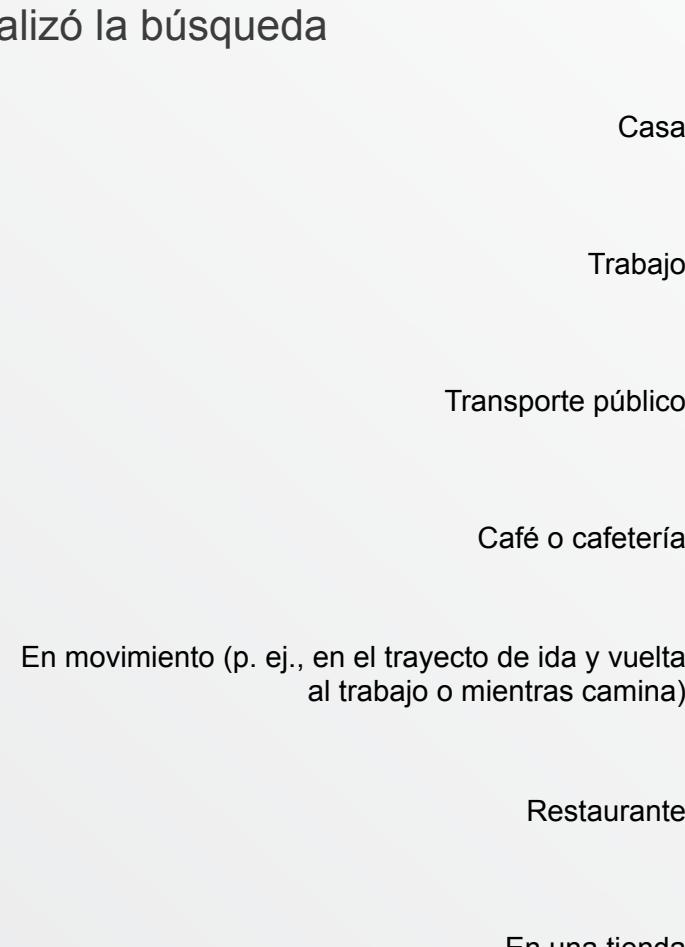
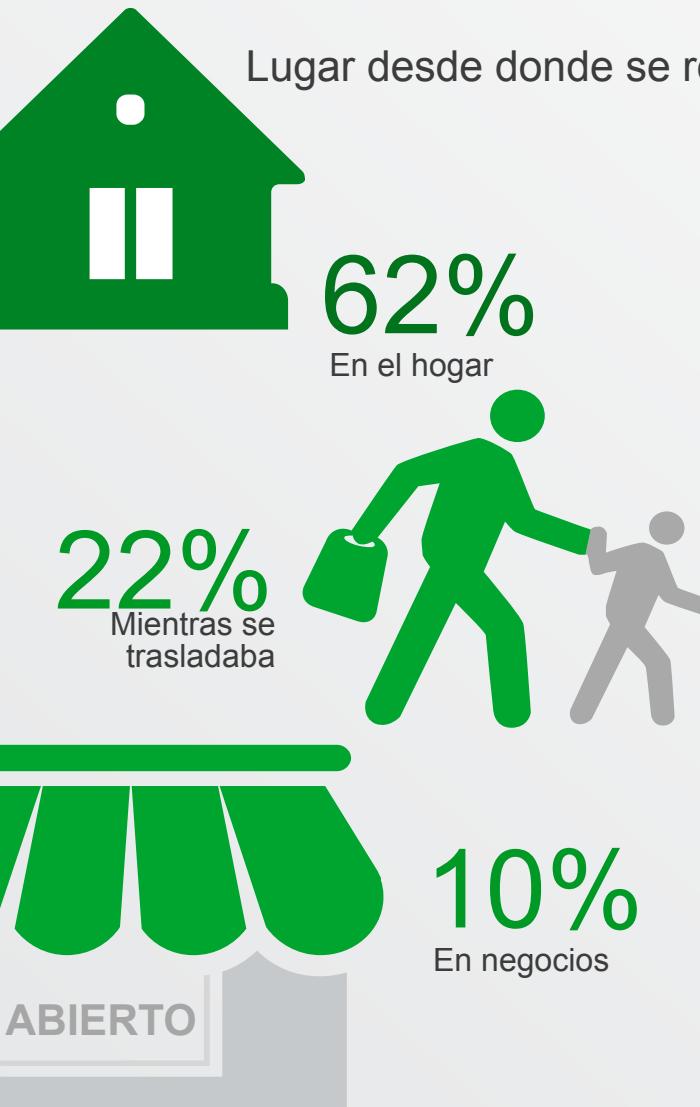
Información confidencial y propiedad de Google

23

LOS TELÉFONOS
INTELIGENTES
**HAN MODIFICADO LA FORMA
DE COMPRAR DE LOS
CONSUMIDORES**



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



85%

investigó
un producto o servicio
desde su teléfono



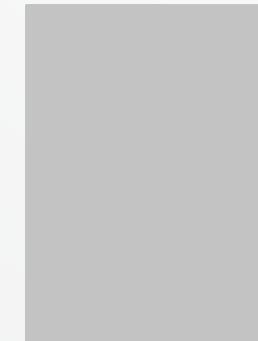
Los teléfonos inteligentes son nuestros principales complementos para comprar



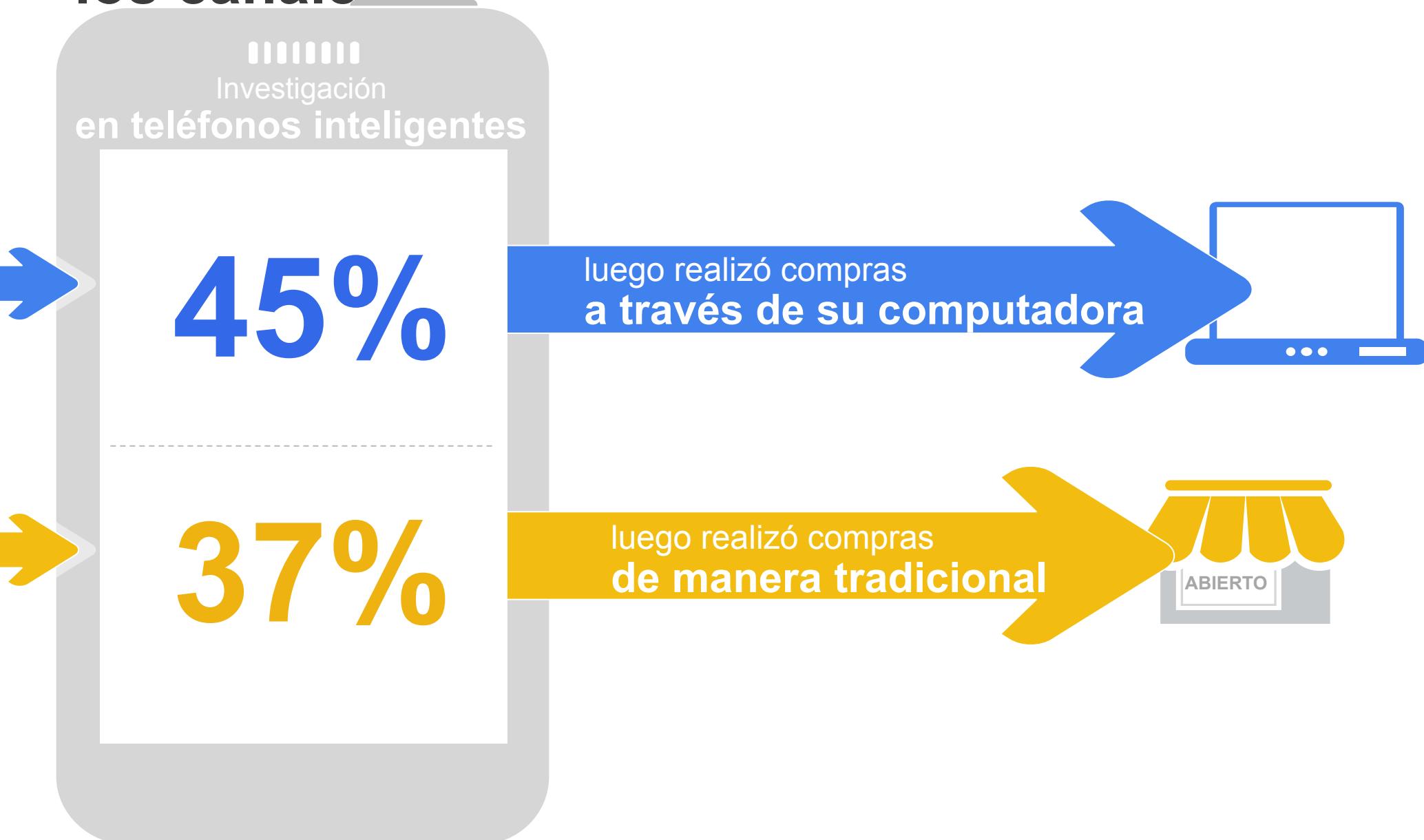
Cambié de opinión en cuanto a la compra de un producto o servicio en un negocio como resultado de la información que obtuve al usar mi teléfono inteligente.



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.



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



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

P48: A continuación, se enumeran distintos productos o servicios. Para cada uno de estos productos o servicios, indique la afirmación que se aplica en su caso.

Información confidencial y propiedad de Google

28

Los teléfonos inteligentes son un punto de compra en evolución



CLICK TO PURCHASE

25%

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

48%

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

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

P44: ¿Alguna vez compró un producto o servicio por Internet desde su teléfono inteligente? Por producto o servicio, entendemos cualquier artículo que haya comprado, excepto las aplicaciones.

Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general y que realizaron compras por Internet desde su teléfono inteligente; n= 247

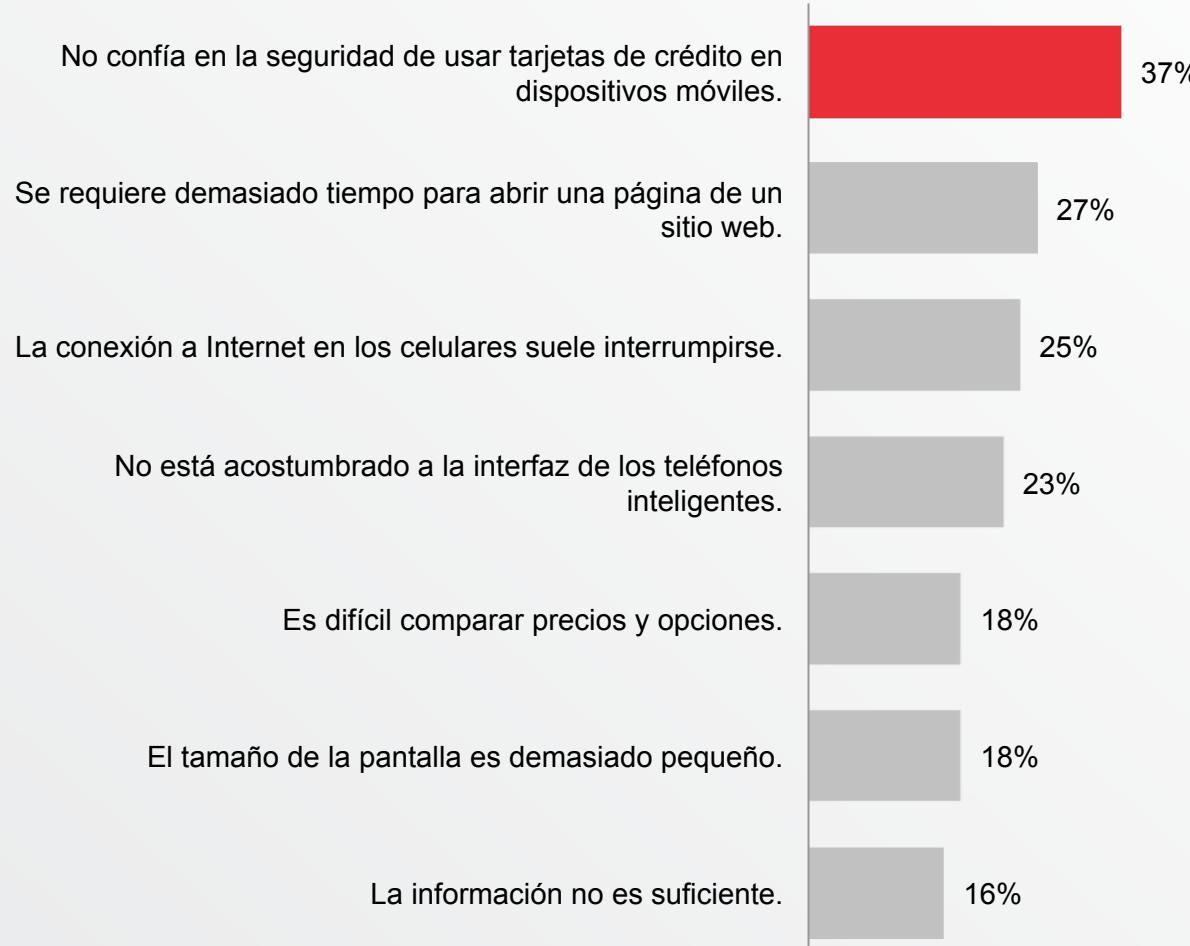
P45: ¿Realizó una compra desde su teléfono inteligente el mes pasado?

Los usuarios que utilizan teléfonos inteligentes adquieren productos frecuentemente



58%
hace compras desde sus
celulares una vez al mes,
como mínimo

Barreras que aún existen en el comercio móvil

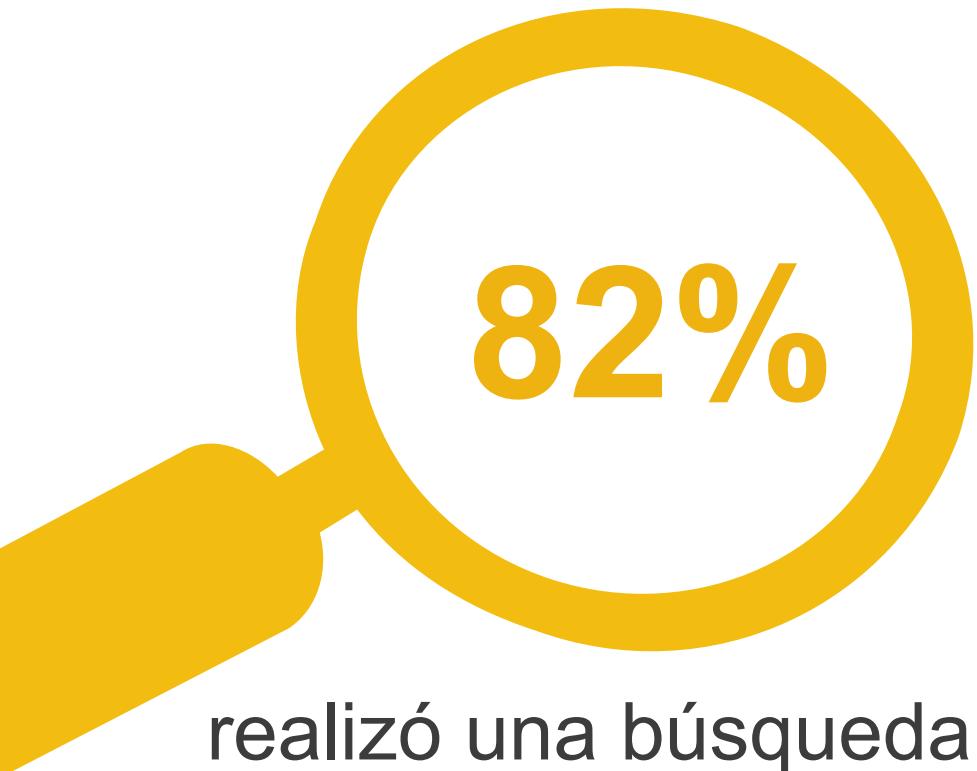


Los teléfonos
inteligentes
permiten que los
anunciantes estén en
contacto con sus clientes



Los anuncios convencionales derivan en búsquedas de información en celulares

Ubicación del anuncio



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



Televisión
75%



Tiendas o negocios
71%



Revistas
64%



Carteles o vallas publicitarias
65%



84%

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



38%

Aplicaciones

53%

Sitios web



24%

Motores de búsqueda

32%

Al mirar videos



¿En qué lugares se observan los anuncios para celulares?

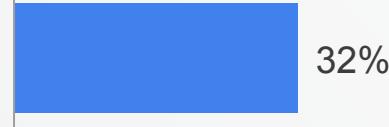
Mientras se encuentra en un sitio web



Mientras se encuentra en una aplicación



Mientras ve un video



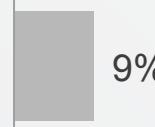
Mientras utiliza un motor de búsqueda



Mientras se encuentra en un sitio web de videos



Mientras se encuentra en un sitio web minorista



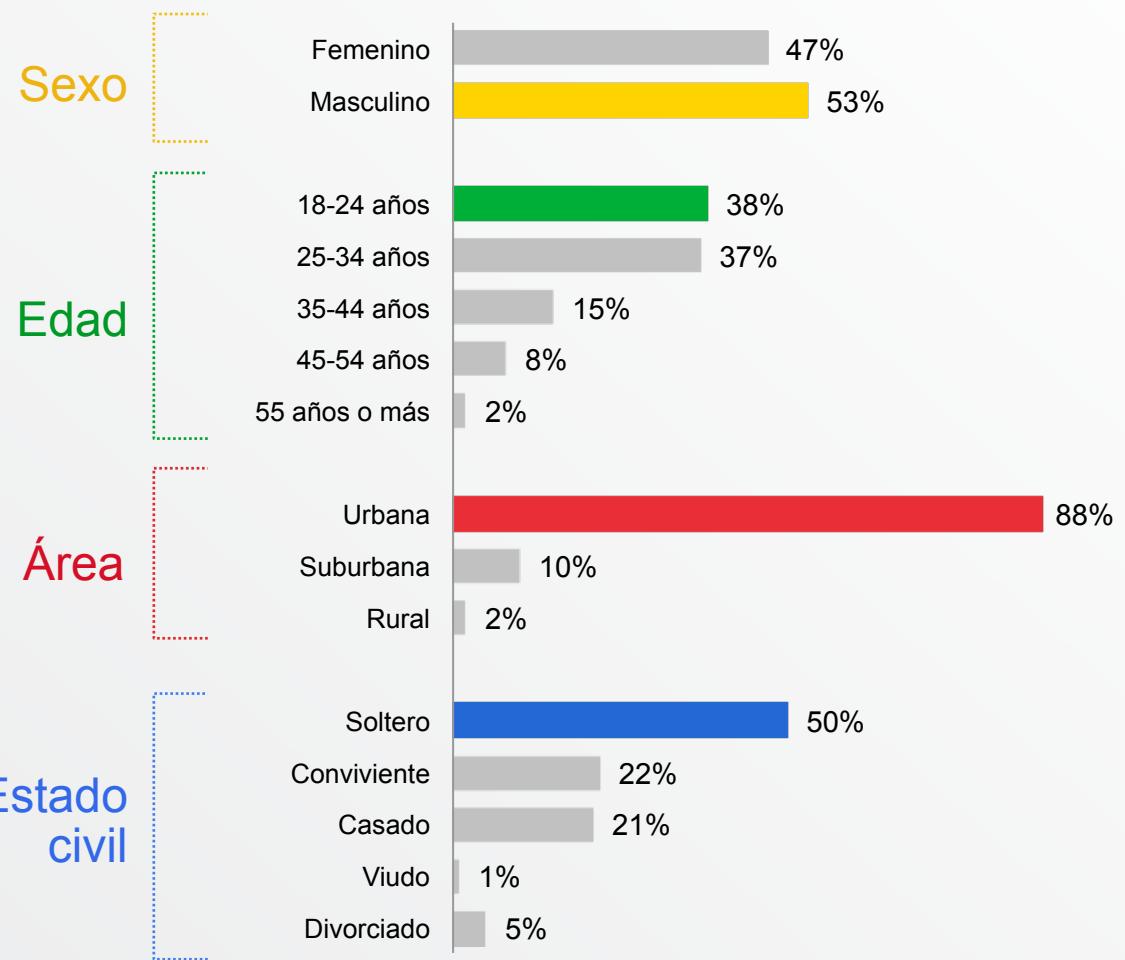
Información



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.
- La distribución se realizó según un estudio representativo local, y los datos se ponderaron en función de la edad, el sexo, la región, la marca del teléfono inteligente, la frecuencia de uso de Internet en los celulares y el uso de tablets.
- 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 2013.

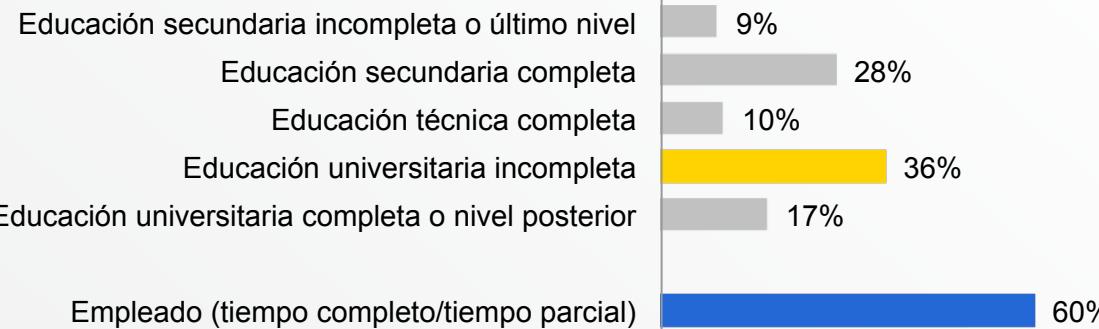
Datos demográficos



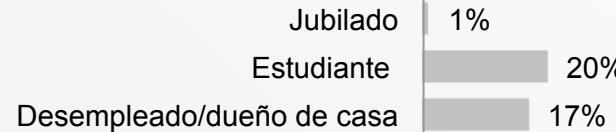
Datos demográficos



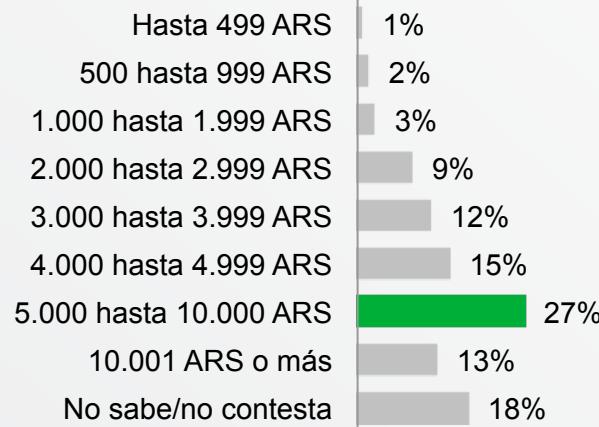
Educación



Situación laboral



Ingresos



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

D4: ¿Cuál es el nivel más alto de estudios que ha completado?

D5: ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su situación laboral?

D8: ¿Cuál de los siguientes rangos de ingresos se acerca más a los ingresos totales (anuales) del grupo familiar antes de las deducciones para el IVA, el Sistema Nacional de Seguridad Social, los aportes jubilatorios, etc.?