



# Our Mobile Planet: España

Conoce mejor al consumidor móvil

Mayo de 2013



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

# Resumen



## Los smartphones se han convertido en un elemento indispensable de nuestra vida cotidiana.

La penetración de smartphones ha llegado al 55% de la población, y los propietarios de estos dispositivos dependen cada vez más de ellos. El 72% accede a Internet cada día desde su smartphone y nunca sale de casa sin él. **Implicación:** las empresas que conviertan la tecnología móvil en una parte esencial de su estrategia se beneficiarán de la oportunidad de interactuar con el nuevo consumidor, que está conectado constantemente.



**Los smartphones han transformado el comportamiento del consumidor.** La búsqueda para móviles, el vídeo, el uso de aplicaciones y las redes sociales están proliferando. Los usuarios de smartphones llevan a cabo varias tareas con sus medios: el 77% usa el teléfono mientras realiza otras acciones, como ver la televisión (43%). **Implicación:** la ampliación de las estrategias publicitarias para incluir los dispositivos móviles y desarrollar campañas integradas en múltiples medios puede permitir llegar a los clientes actuales de un modo más eficaz.



**Los smartphones ayudan a los usuarios a navegar por el mundo.** El hecho de aparecer en los smartphones es esencial para las empresas locales. El 89% de los usuarios de smartphones busca información local en su teléfono, y el 77% acaba realizando una acción, como efectuar una compra o ponerse en contacto con la empresa. **Implicación:** al garantizar que en los resultados locales aparezcan números de teléfono en los que se puede hacer clic y aprovechar los servicios basados en ubicación en los móviles, se facilita a los usuarios que se puedan poner en contacto directamente con las empresas.



**Los smartphones han cambiado la forma en que los consumidores realizan las compras.** Los smartphones son una herramienta de compra esencial, ya que el 80% de los consumidores ha buscado un producto o servicio en su dispositivo. La búsqueda en los smartphones influye en las decisiones del comprador y en las compras en diferentes canales. El 25% de los usuarios de smartphones ha comprado a través de su teléfono. **Implicación:** es esencial tener un sitio optimizado para móviles y se precisa una estrategia multicanal para interactuar con los consumidores en múltiples rutas de compra.



**Los smartphones ayudan a los anunciantes a conectar con los consumidores.** El 83% de los usuarios de smartphones ve los anuncios para móviles. Los smartphones también constituyen un componente fundamental de la publicidad tradicional, ya que el 56% de los usuarios ha realizado una búsqueda en su smartphone después de ver un anuncio offline. **Implicación:** si los anuncios para móviles forman parte de una estrategia de marketing integrada, pueden generar una mayor implicación por parte del consumidor.

# Conoce mejor al consumidor móvil

Esta encuesta se ha diseñado para obtener datos acerca del modo en que los consumidores utilizan Internet en sus smartphones.

## Detalles:

- Hechos y cifras sobre la adopción y el uso de smartphones.
- Uso de Internet en general, búsqueda, vídeo, redes sociales, publicidad para móviles y comportamiento en el comercio móvil desde smartphones.
- Este informe de país forma parte de un estudio mundial sobre los smartphones realizado en diferentes países. Visite [thinkwithgoogle.com/mobileplanet](http://thinkwithgoogle.com/mobileplanet) para acceder a herramientas y datos adicionales.



¿Cómo se usan los smartphones en la **vida cotidiana**?



¿Cómo realizan los consumidores **varias tareas a la vez** en sus smartphones?



¿Qué **actividades** realizan los consumidores en sus smartphones?



¿Qué función desempeñan los smartphones en el proceso de **compra**?



¿Cómo responden los consumidores a los **anuncios**, tanto offline como en dispositivos móviles?

# Contenido

- 1** Los smartphones son indispensables en la vida diaria

---

- 2** Los smartphones han transformado el comportamiento del consumidor

---

- 3** Los smartphones ayudan a los usuarios a navegar por el mundo

---

- 4** Los smartphones cambian la forma en que los consumidores realizan las compras

---

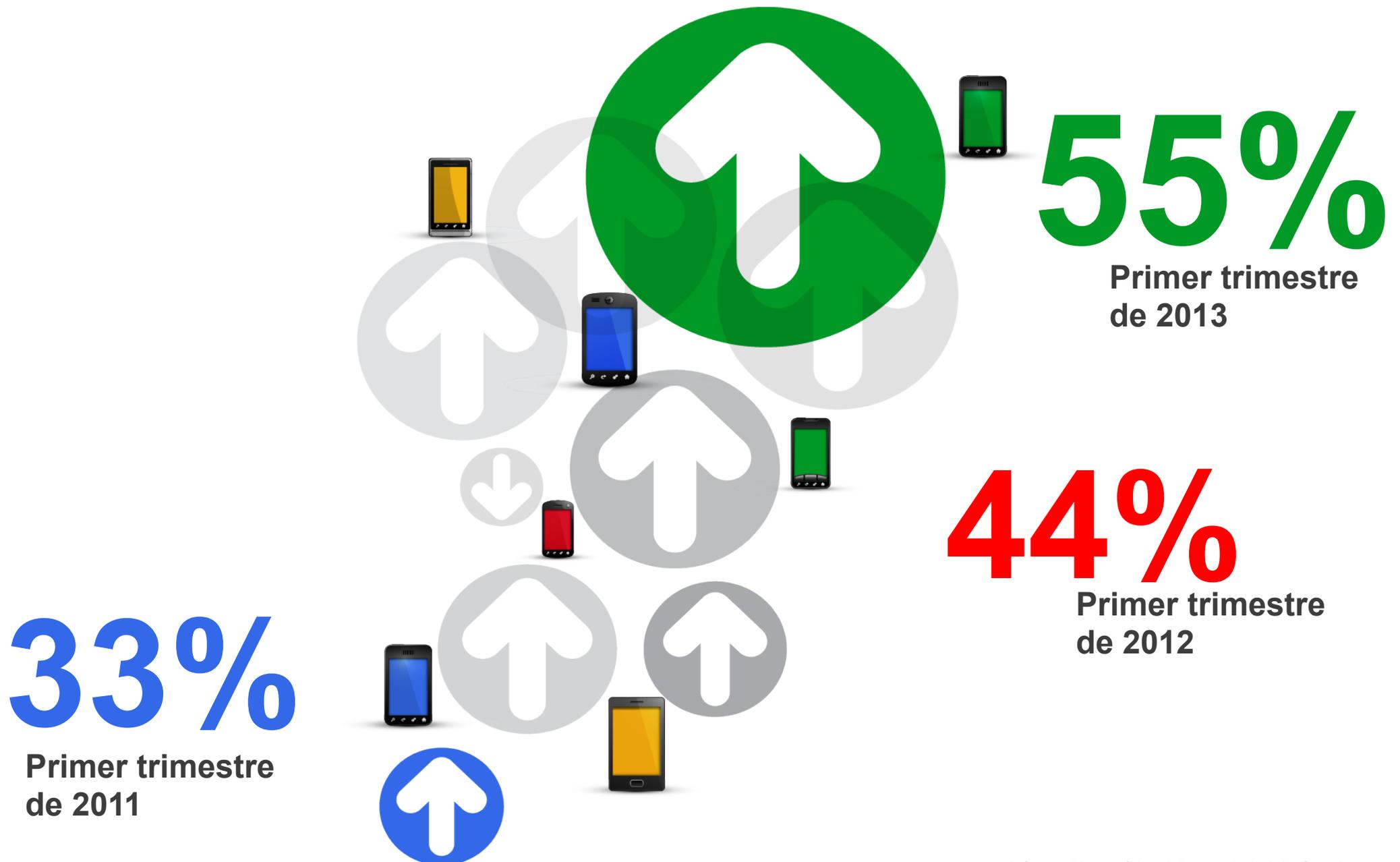
- 5** Los smartphones ayudan a los anunciantes a conectar con los clientes

---

LOS SMARTPHONES  
SON INDISPENSABLES  
EN LA VIDA DIARIA



# La penetración de los smartphones está en auge



Base: Población representativa nacional mayor de 16 años, n= 1.000  
Pregunta 1: ¿Cuáles de los siguientes dispositivos utiliza actualmente?

**Los smartphones se han convertido en un elemento indispensable de nuestra vida cotidiana**

**72%**

ha usado sus smartphones cada día en los últimos 7 días

Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general, smartphone n= 1.000.  
Pregunta 18: En los últimos siete días, ¿cuántos días se ha conectado a Internet con...?

# Los smartphones siempre están encendidos, siempre se llevan encima



# 71%

no sale de casa sin  
su dispositivo

# Los smartphones se usan en todas partes



Lugar de uso

96%

En casa



80%

En los desplazamientos



71%

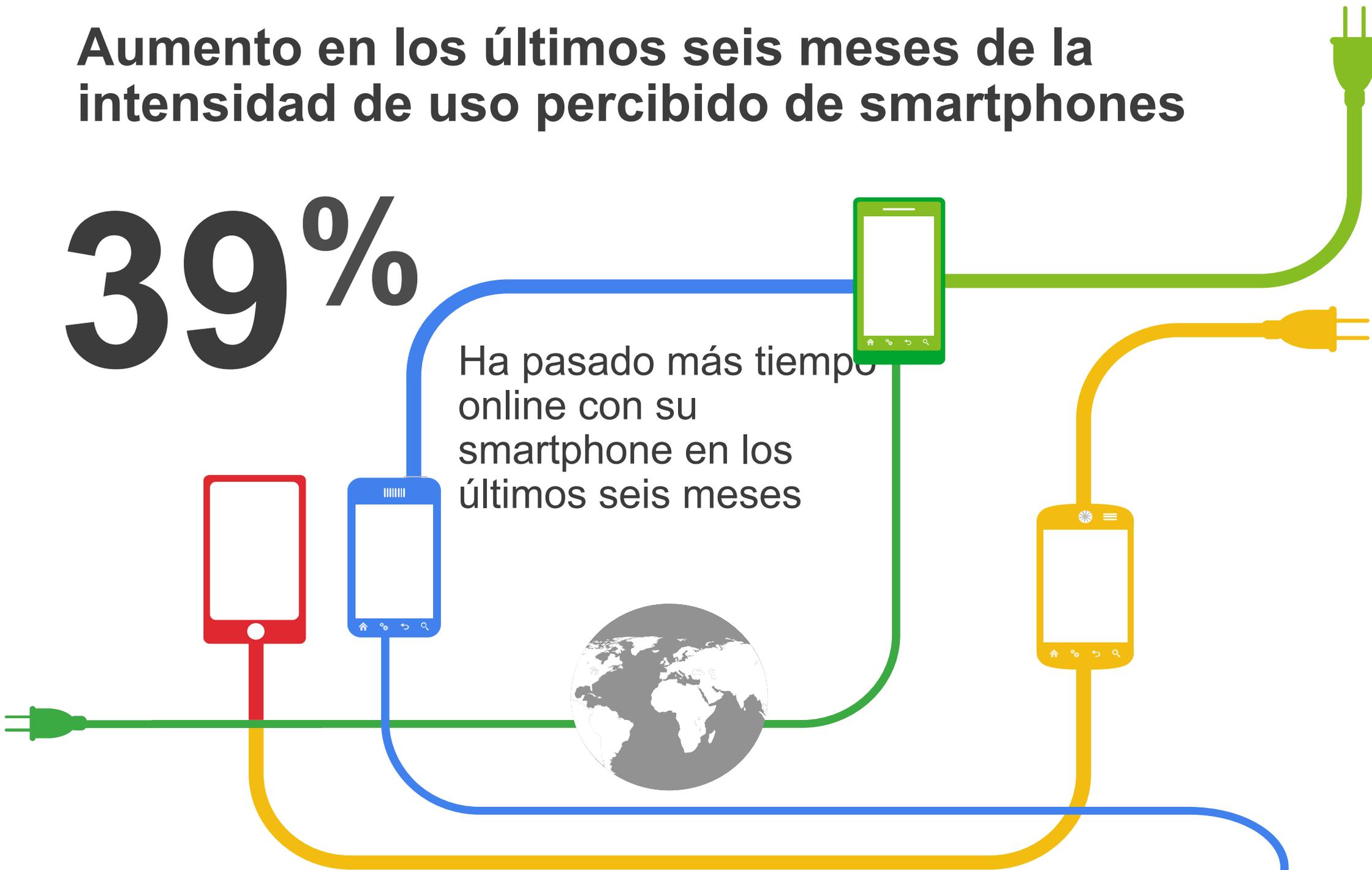
En una tienda



# Aumento en los últimos seis meses de la intensidad de uso percibido de smartphones

# 39%

Ha pasado más tiempo online con su smartphone en los últimos seis meses



Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general, smartphone n= 1.000.  
Pregunta 21: En cuanto a los últimos seis meses, ¿ha utilizado su smartphone para acceder a Internet con más o menos frecuencia que antes?

# Los smartphones son tan importantes para los consumidores que...

# 30%

renunciaría a la **televisión** antes que al smartphone



Base: Usuarios particulares de smartphones que usan internet en general, smartphone n= 1.000.  
Pregunta 52: ¿En qué medida está de acuerdo con cada una de estas afirmaciones? Los dos casos superiores, escala de 5 (totalmente de acuerdo) a 1 (totalmente en desacuerdo). Renunciaría a la televisión antes que al smartphone  
"Renunciaría a la televisión/ordenador antes que al smartphone"

LOS SMARTPHONES  
HAN TRANSFORMADO EL  
**COMPORTAMIENTO DEL  
CONSUMIDOR**



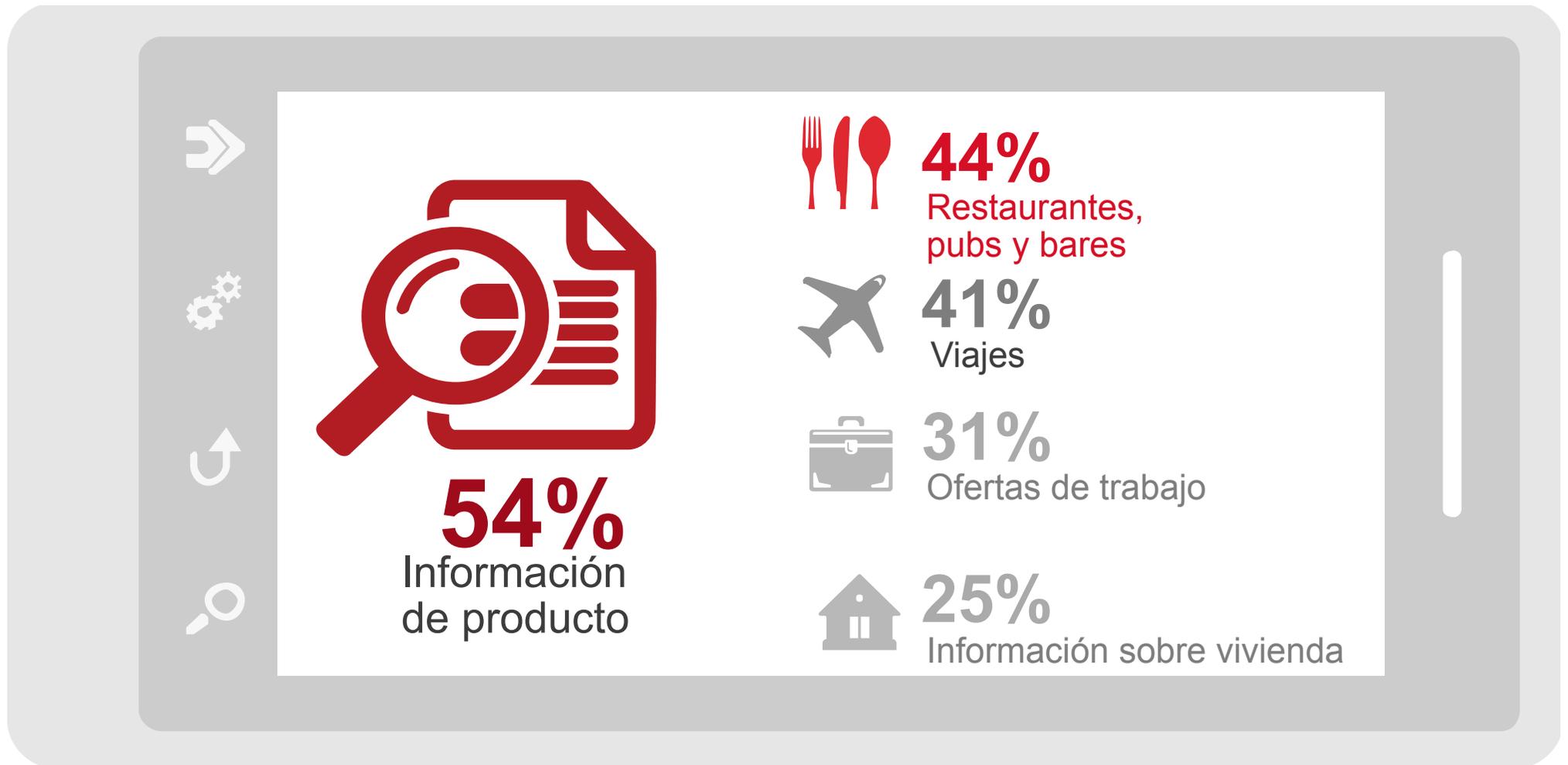
**Los smartphones  
son un punto de  
acceso principal  
para las búsquedas**



**59%**

busca en sus  
smartphones todos  
**los días**

# Los smartphones nos informan en nuestra vida diaria



# Los smartphones son un portal de múltiples actividades



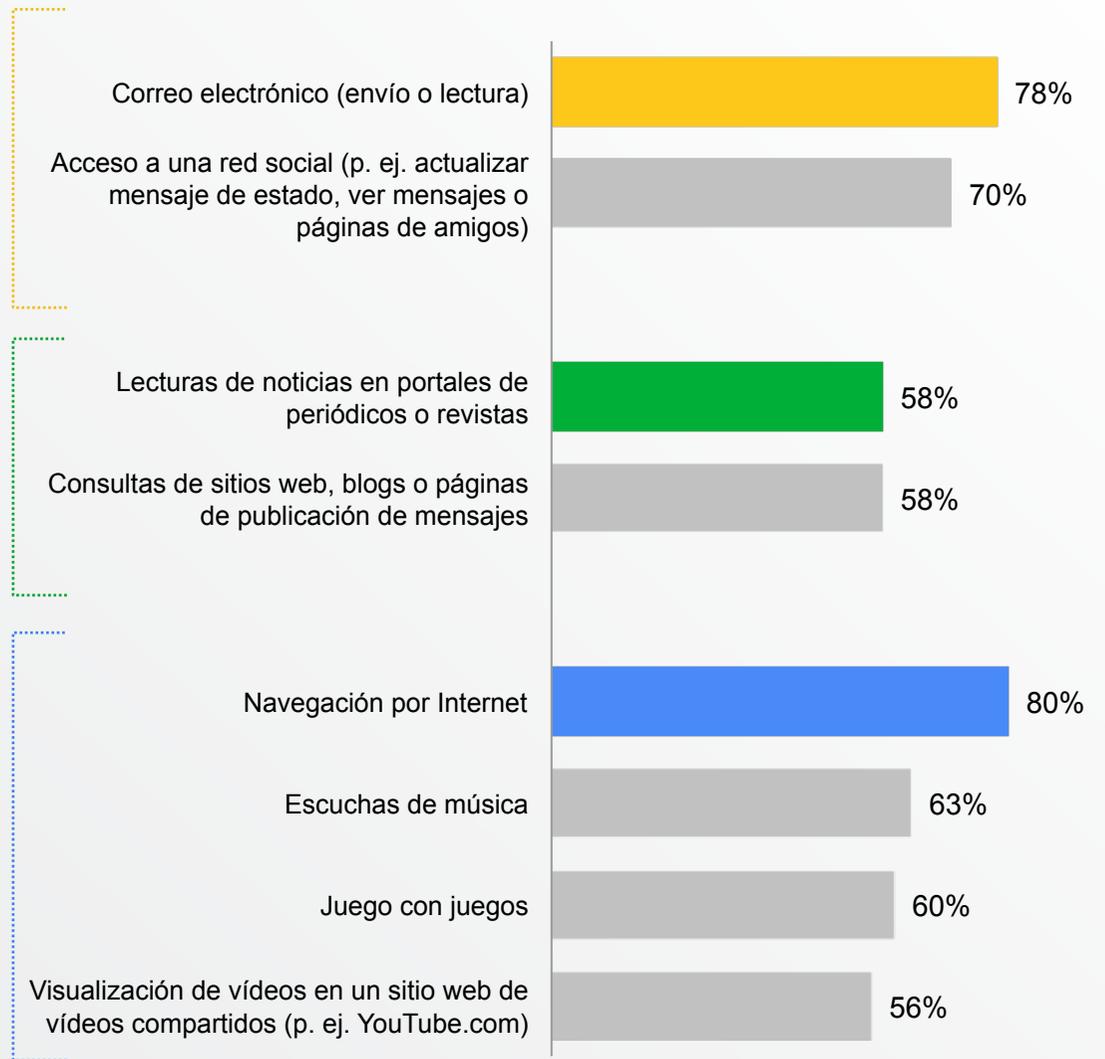
**85%**  
Comunicación



**70%**  
Información



**91%**  
Ocio



# El uso de aplicaciones es omnipresente



20

aplicaciones instaladas de media

8

aplicaciones utilizadas en los últimos 30 días

4

aplicaciones pagadas de media

Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general, smartphone n= 1.000.

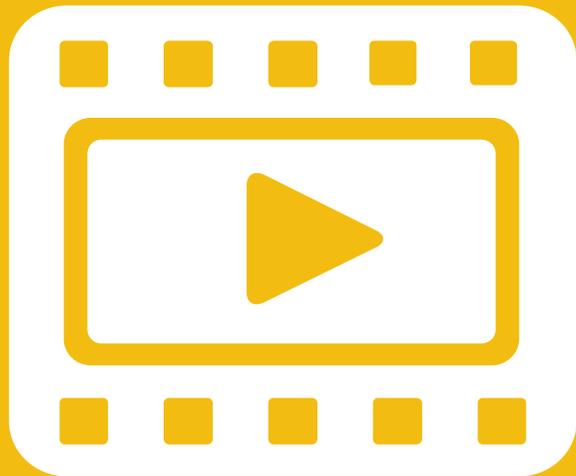
Pregunta 24: ¿Cuántas aplicaciones tiene actualmente en su smartphone?

Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general y que tienen una aplicación como mínimo en su smartphone, n= 994

Pregunta 25: Y de las aplicaciones que tiene instaladas actualmente en el smartphone, ¿cuántas ha usado activamente en los últimos 30 días?

Pregunta 26: Y de las aplicaciones que tiene instaladas actualmente en el smartphone, ¿cuántas ha comprado por una determinada cantidad en una plataforma de distribución de aplicaciones?

# Los usuarios de smartphones son ávidos consumidores de vídeo



HAGA CLIC PARA VER EL VÍDEO

80%

ve vídeo

25%

usa el vídeo al menos una vez al día

# Los usuarios de smartphones son habituales de las redes sociales

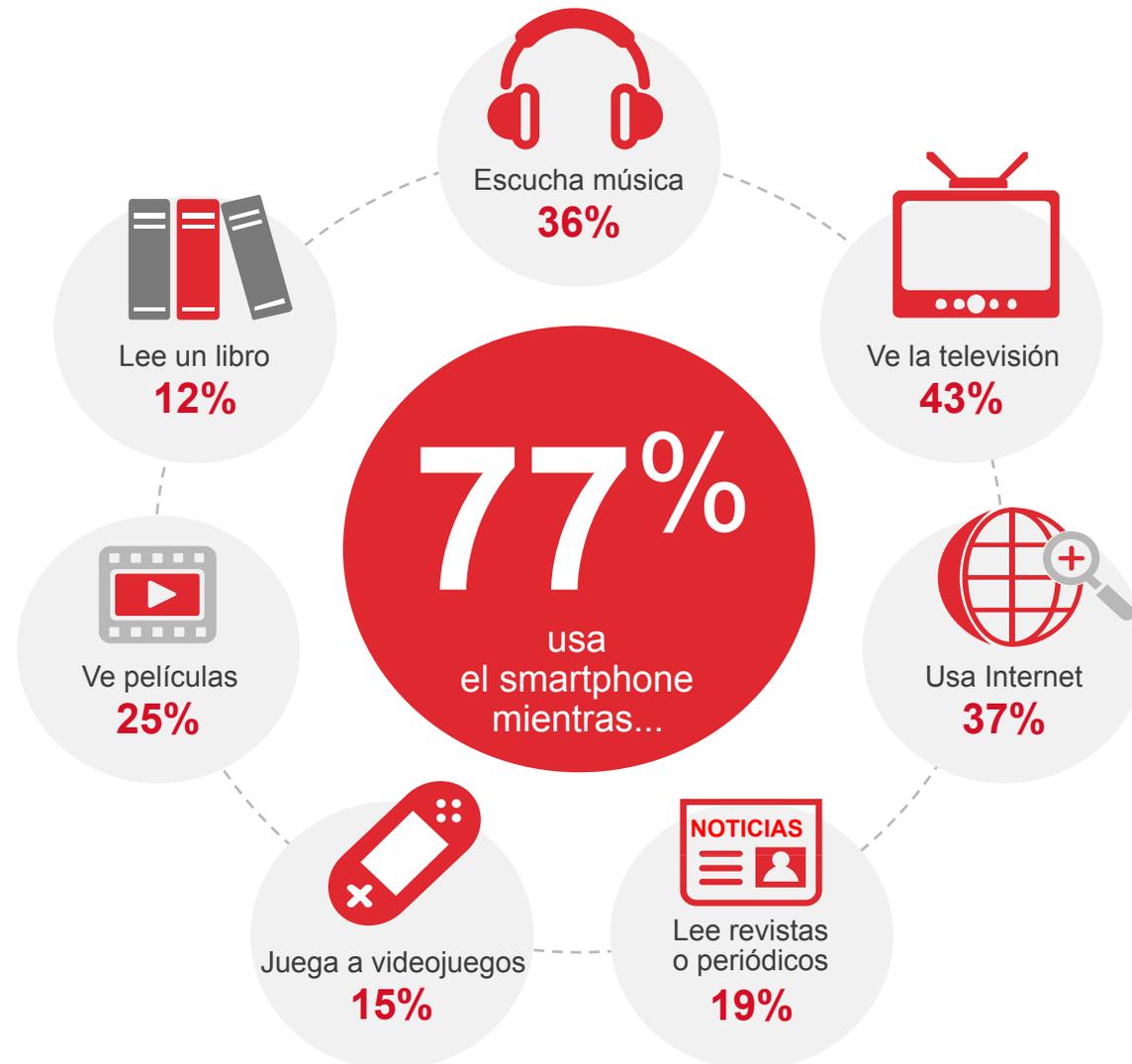
**El 86%**

visita redes sociales

**El 58%**

las visita una vez al día como mínimo

# Los smartphones se usan mientras se interactúa con otros medios



Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general y que estuvieron conectados el día anterior con su smartphone, n= 1000  
Pregunta 22: Cuando usa Internet en su smartphone, ¿cuáles de las siguientes actividades realiza normalmente al mismo tiempo?

LOS  
SMARTPHONES  
AYUDAN A LOS  
USUARIOS A  
NAVEGAR POR EL MUNDO  
QUE LES RODEA





# 89%

de los usuarios de smartphones ha buscado información local

# 77%

ha realizado una acción como resultado de la búsqueda

Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general, smartphone n= 1.000.

Pregunta 33: ¿Con qué frecuencia busca información sobre empresas o servicios locales en su smartphone? (Alguna vez)

Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general y que hace menos de un mes que han buscado información en su smartphone, smartphone n= 891

Pregunta 34: ¿Cuáles de las siguientes acciones ha realizado después de haber buscado este tipo de información (empresas o servicios cerca de su ubicación)?

# La búsqueda de información local es una actividad frecuente en los smartphones



**60%**

Busca información local al menos **una vez a la semana**



**29%**

Busca información local **diariamente**

# Los usuarios que buscan información local realizan una acción



**51%**  
se ha puesto en  
contacto con la  
empresa

Búsqueda de la empresa o servicio en un mapa, u obtención de indicaciones para ir a una empresa o servicio

41%

Llamada a la empresa o el servicio

27%



**52%**  
ha visitado la  
empresa

Visita al sitio web de la empresa o el servicio

38%

Visita a un establecimiento (p. ej. tienda o restaurante)

32%



**20%**  
habla a otras  
personas de él

Consulta o redacción de una reseña sobre una empresa o un servicio

13%

Recomendación de una empresa o servicio a otra persona

10%



**25%**  
ha realizado  
una compra

Compra en una empresa online

18%

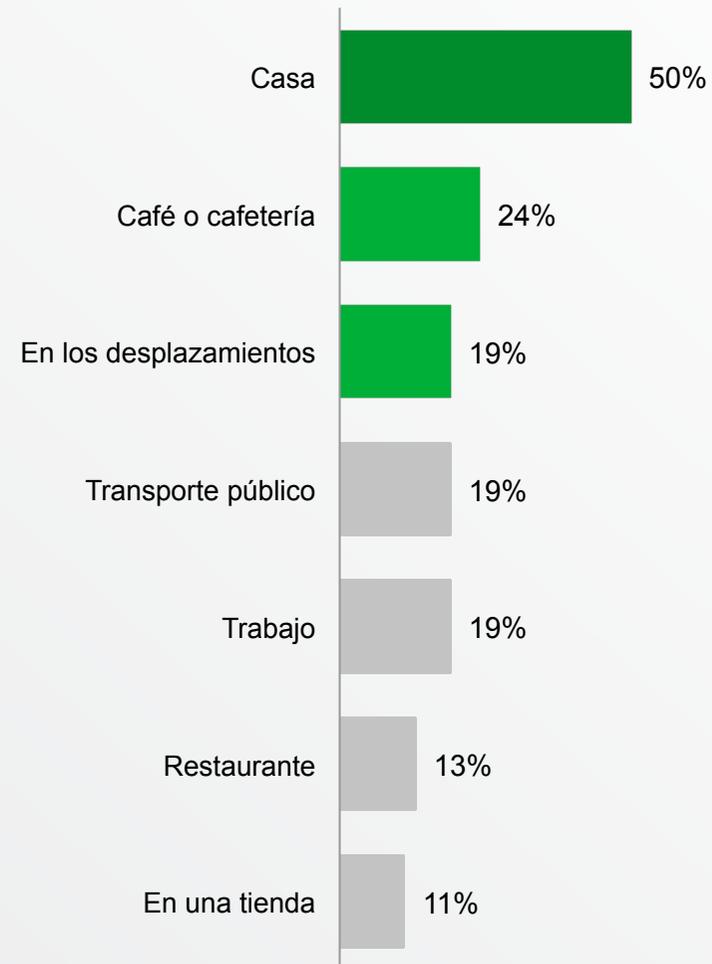
Compra en la tienda de una empresa

13%

LOS SMARTPHONES  
CAMBIAN LA FORMA EN QUE  
LOS CONSUMIDORES  
REALIZAN LAS COMPRAS

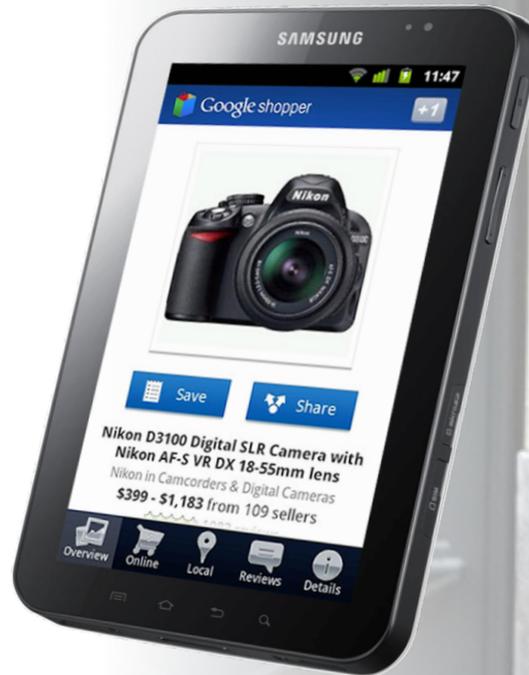


# Los smartphones permiten a los usuarios investigar los productos en cualquier momento y lugar



# 80%

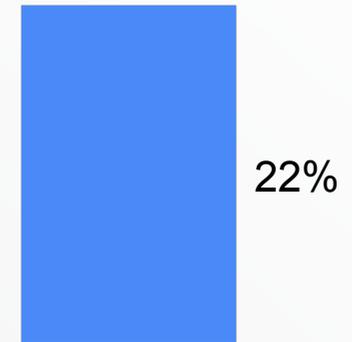
ha buscado  
un producto o servicio  
en su teléfono



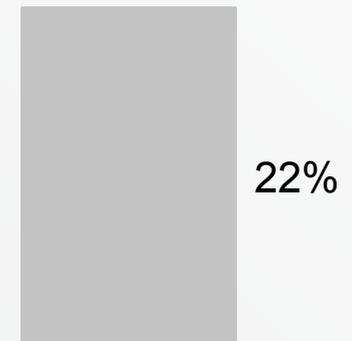
# Los smartphones se han convertido en nuestro principal compañero de compras



**He cambiado de idea sobre la compra de un producto o servicio online** después de ver la información que he buscado con mi smartphone. Actitud hacia la publicidad para móviles.

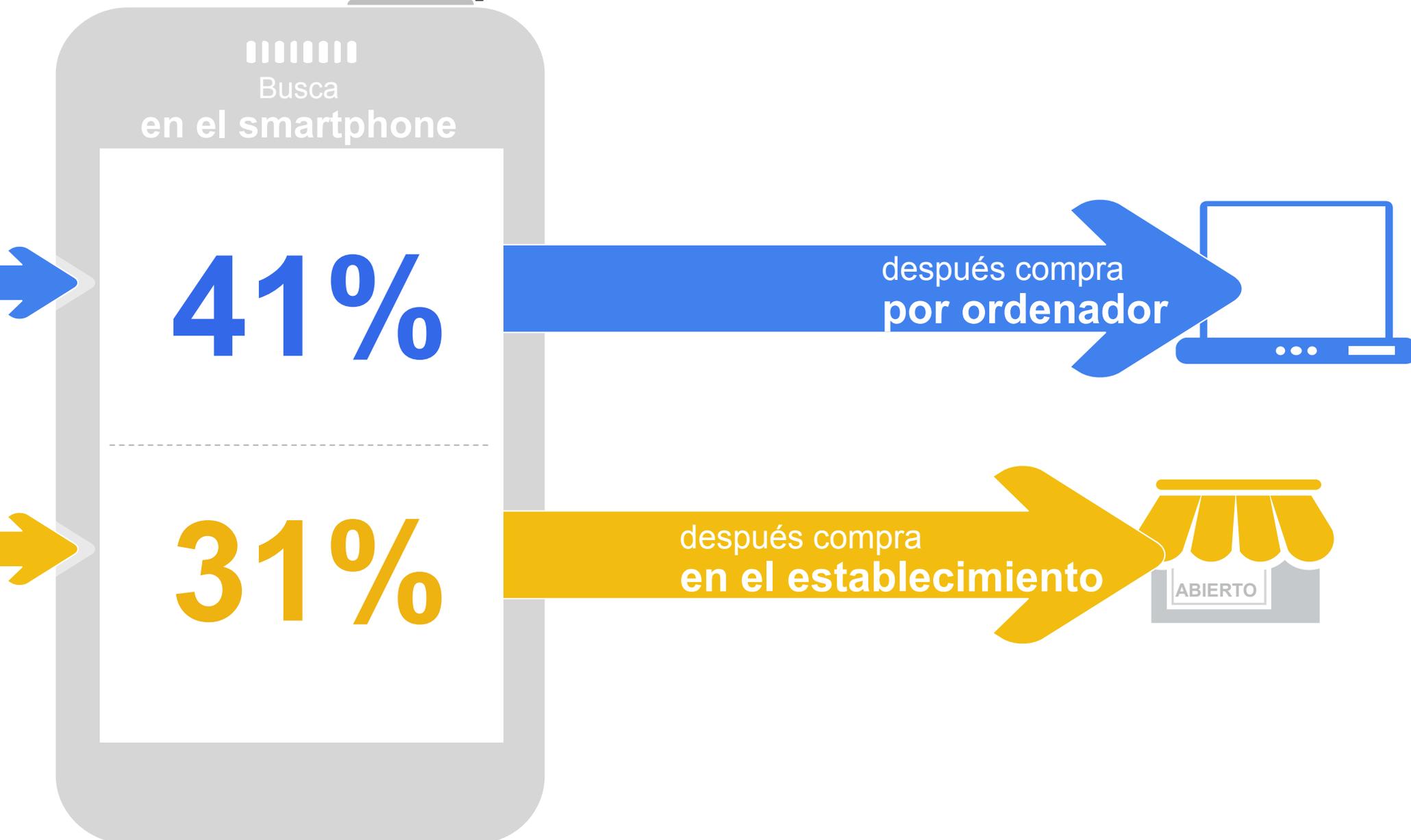


**He cambiado de idea sobre la compra de un producto o servicio en la tienda** después de ver la información que he buscado con mi smartphone.



Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general, smartphone n= 1.000  
Pregunta 52: ¿En qué medida está de acuerdo con cada una de estas afirmaciones? Responda en una escala de 1 a 5. Un "1" significa que está completamente en desacuerdo con la afirmación y un "5" significa que está completamente de acuerdo con la afirmación.

# La búsqueda que empieza en los smartphones acaba en compras en diferentes canales



Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general, smartphone n= 1.000.  
Pregunta 48: A continuación, se enumeran varios productos o servicios. Por cada uno de estos productos o servicios, indique la afirmación que se aplica en su caso.

# Los smartphones son un punto de compra en auge



HAGA CLIC PARA COMPRAR

25%

de los usuarios de smartphones ha comprado un producto o servicio desde su smartphone

57%

de los compradores desde smartphones ha realizado una compra el mes pasado

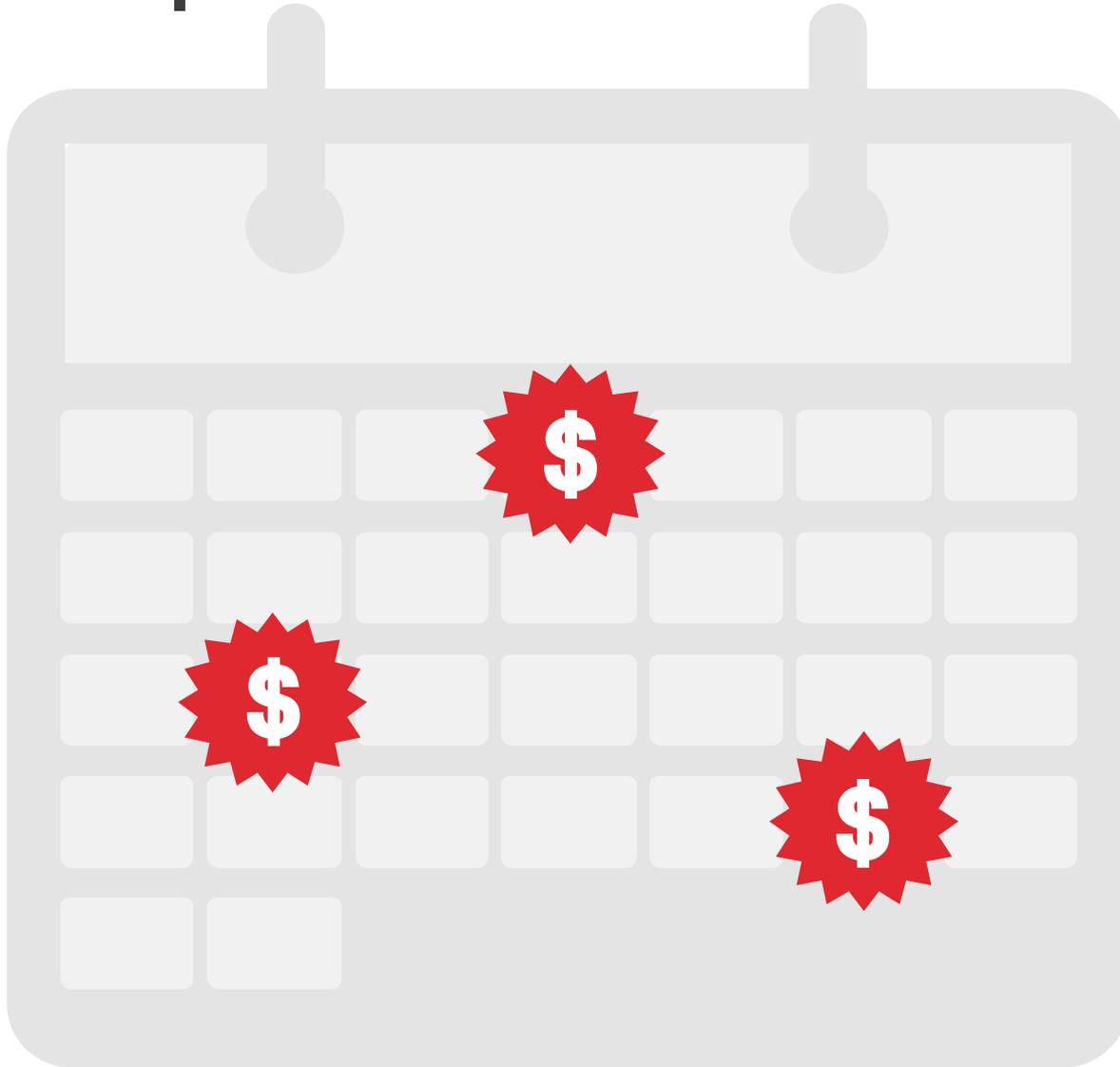
Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general, smartphone n= 1.000.

Pregunta 44: ¿Ha comprado alguna vez un producto o servicio por Internet desde su smartphone? Con producto o servicio, nos referimos a cualquier cosa que pueda comprar, menos las aplicaciones.

Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general y que han comprado por Internet desde su smartphone n= 247

Pregunta 45: ¿Ha realizado una compra desde su smartphone el mes pasado?

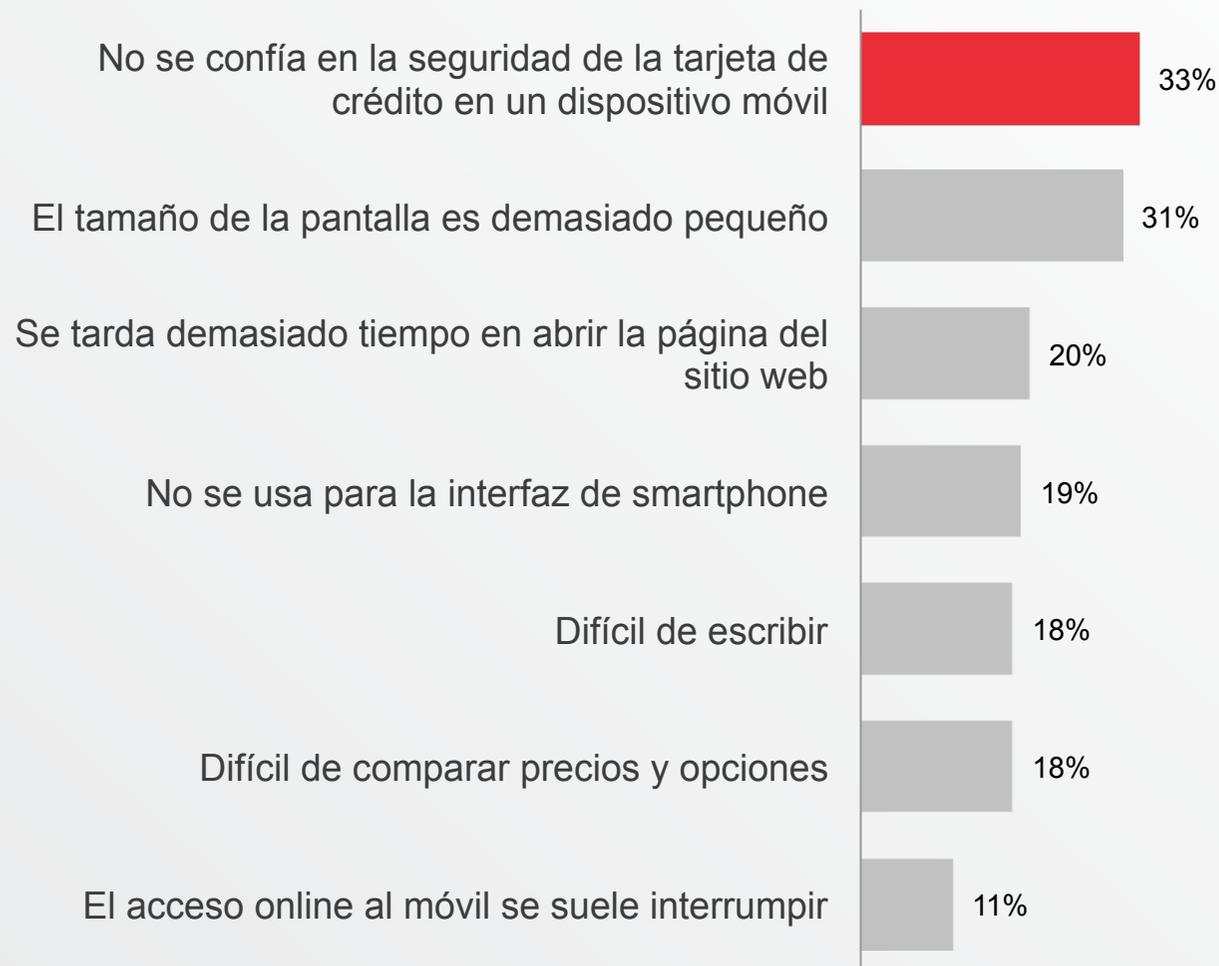
# Los compradores desde smartphones son compradores habituales



**63%**

realiza compras desde el teléfono móvil al menos una vez al mes

# Todavía existen barreras respecto al comercio móvil



Los smartphones  
ayudan a los anunciantes  
a conectar con sus clientes



# La publicidad tradicional lleva a la búsqueda desde móviles



**56%**

ha realizado una búsqueda desde un móvil después de ver un anuncio

## Ubicación del anuncio



Televisión  
**51%**



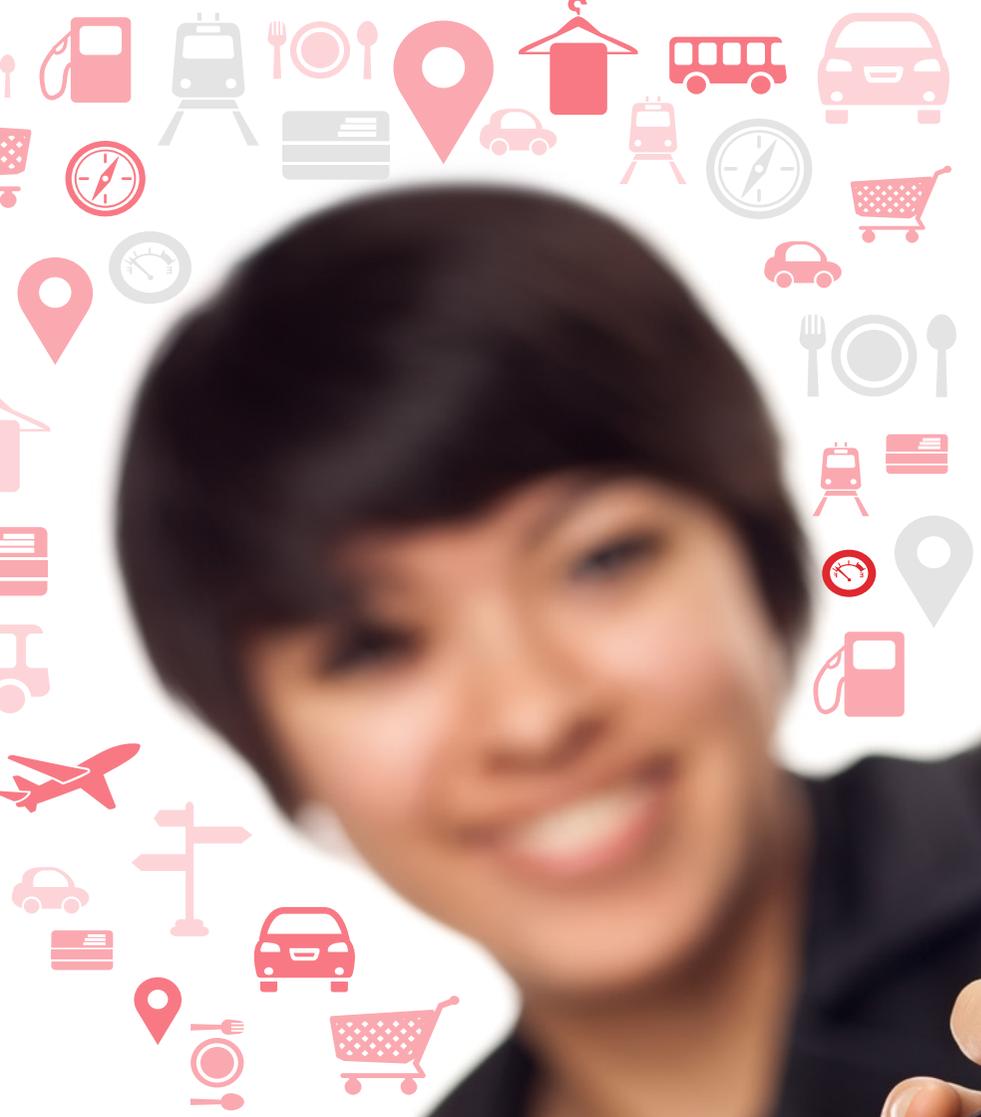
Tienda  
**46%**



Revistas  
**42%**



Carteles/vallas publicitarias  
**39%**



# 83%

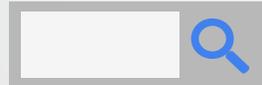
de los usuarios de smartphones **ve los anuncios para móviles**

Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general, smartphone n= 1.000.  
Pregunta 41: ¿Con qué frecuencia ve la publicidad cuando usa el navegador o una aplicación en su smartphone? (Alguna vez)

# Los anuncios para móviles causan impresión

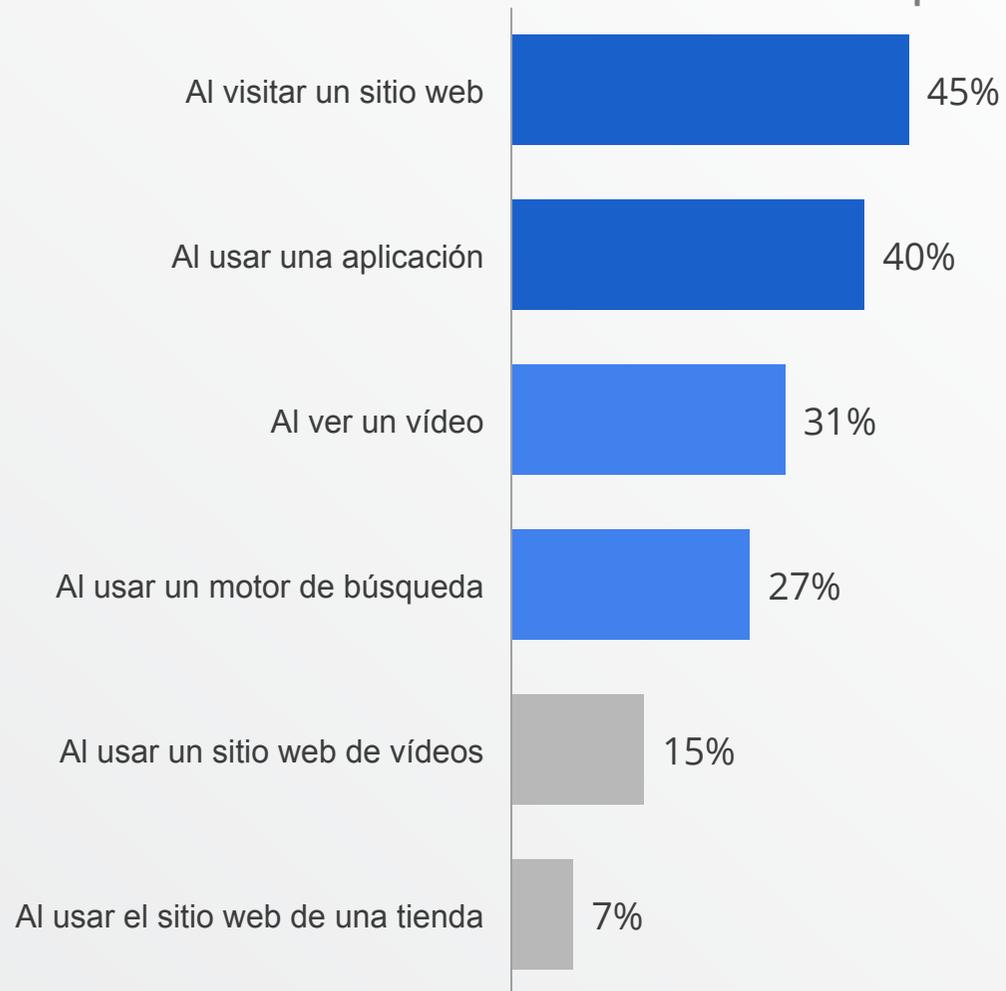
 **40%**  
En una aplicación

**45%**  
En un sitio web 

 **27%**  
Al usar un motor de búsqueda

**31%**  
Al ver un vídeo 

## Dónde se ven los anuncios para móviles



Contexto



# Metodología de investigación

- En asociación con Ipsos MediaCT, hemos entrevistado a un total de 1.000 españoles adultos (de 18 a 64 años de edad) online que se han identificado como usuarios de smartphones para acceder a Internet.
- La distribución se realiza según un estudio representativo nacional, y los datos se ponderan por edad, sexo, región, marca de smartphone, frecuencia de uso de Internet desde dispositivos móviles y uso de tablets.
- La definición de un smartphone es "un teléfono móvil que ofrece funciones avanzadas, normalmente con una capacidad parecida a la de un ordenador o la posibilidad de descargar aplicaciones".
- A los encuestados se les formuló una serie de preguntas sobre el uso de dispositivos, la búsqueda para móviles, el vídeo, las redes sociales, el comportamiento en términos de la Web y del comercio, y la publicidad para móviles.
- Las entrevistas se realizaron en el primer trimestre de 2013.

# Datos demográficos



Sexo



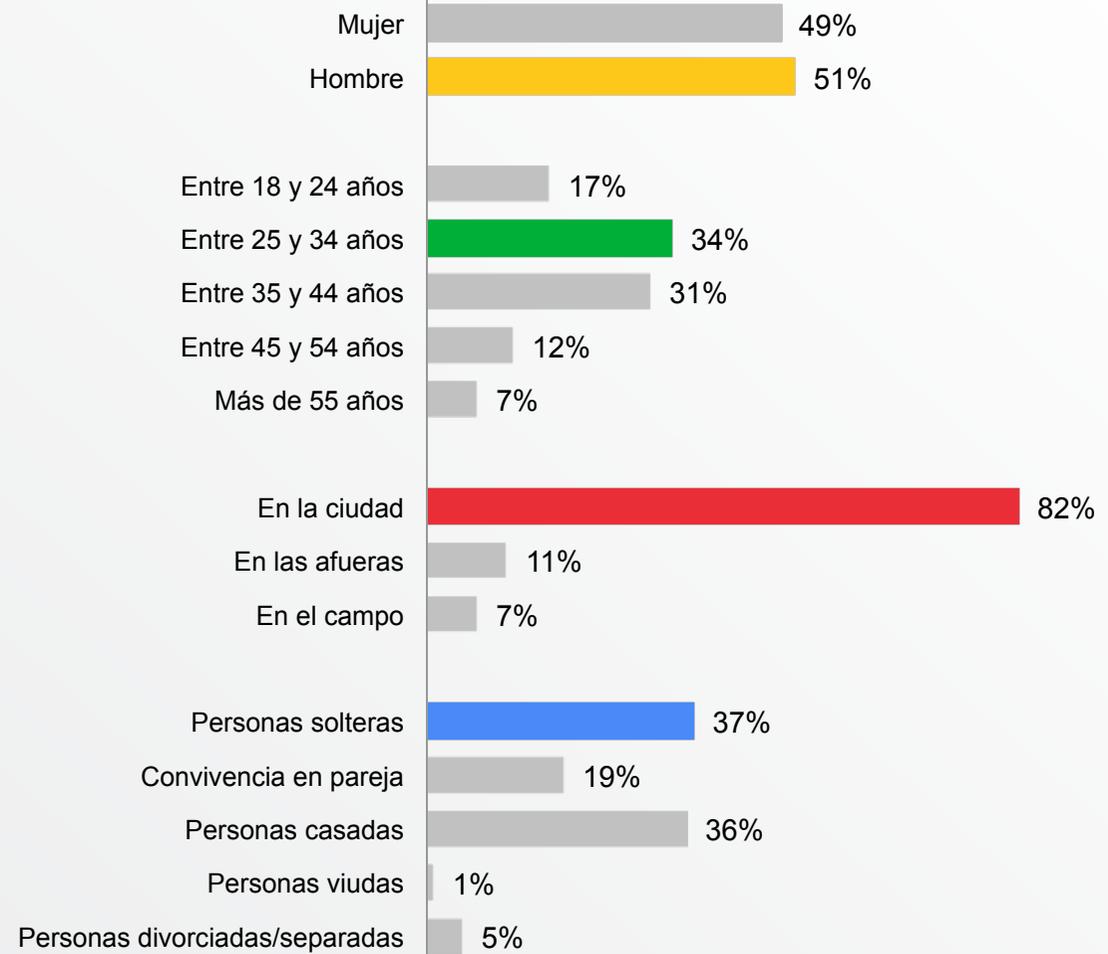
Edad



Área



Estado civil



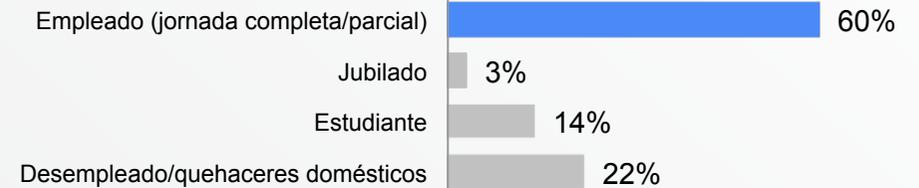
# Datos demográficos



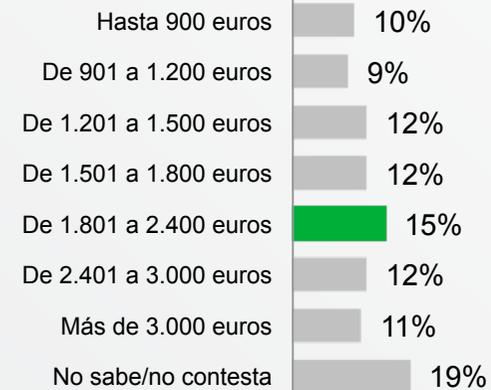
## Estudios



## Situación laboral



## Ingresos



Base: Usuarios particulares de smartphones que usan Internet en general, n= 1.000.

D4. ¿Cuál es el nivel de estudios más alto que ha terminado? D5. ¿Cuál de las afirmaciones siguientes describe mejor su situación laboral?

D8. ¿Cuál de los siguientes intervalos se aproxima a los ingresos totales (anuales) de su hogar antes de las deducciones por IVA, Seguridad Social, planes de pensiones, etc.?