



Our Mobile Planet: México

Cómo comprender 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 llega al 20% de la población y sus propietarios dependen cada vez más de sus dispositivos. El 53% de estos usuarios accede a Internet todos los días desde su teléfono inteligente y casi nunca salen de su casa sin llevarlo. **Implicación:** las empresas que incluyen tecnologías móviles como parte central de su estrategia comercial se beneficiarán con la oportunidad de atraer a estos nuevos usuarios conectados en forma permanente.



Los teléfonos inteligentes han transformado el comportamiento de los consumidores. La búsqueda para celulares, el video, el uso de aplicaciones y las redes sociales proliferan cada vez más. Los usuarios de teléfonos inteligentes asignan funciones multitarea a los medios de comunicación, dado que el 87% de las personas usa el teléfono mientras hace otras cosas; por ejemplo, mirar televisión (38%). **Implicación:** al ampliar las estrategias publicitarias para incluir celulares 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 91% de los usuarios de teléfonos inteligentes busca información local en su teléfono, y el 88% realiza alguna acción posteriormente, como adquirir productos o ponerse en contacto con la empresa. **Implicación:** al asegurarse de que aparezcan números de teléfono para hacer clic en los resultados locales y al aprovechar los servicios para celulares basados en la ubicación, los consumidores podrán conectarse directamente con su empresa.



Los teléfonos inteligentes han modificado la forma de comprar. Los teléfonos inteligentes constituyen herramientas fundamentales de compra, dado que el 84% de las personas busca productos o servicios en su dispositivo. Las búsquedas en teléfonos inteligentes influyen en las decisiones de los compradores y en las compras a través de canales. El 26% 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 se comuniquen con los usuarios. Los usuarios de teléfonos inteligentes ven el 93% de los anuncios para celulares. Los teléfonos inteligentes además son un componente fundamental de la publicidad tradicional, dado que el 83% 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 comprender 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 aceptación 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 para acceder a datos y herramientas adicionales.



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



¿De qué manera los consumidores asignan **funciones multitarea** a sus teléfonos inteligentes?



¿Cuáles son las **actividades** que los consumidores llevan a cabo 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 la vida cotidiana

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

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

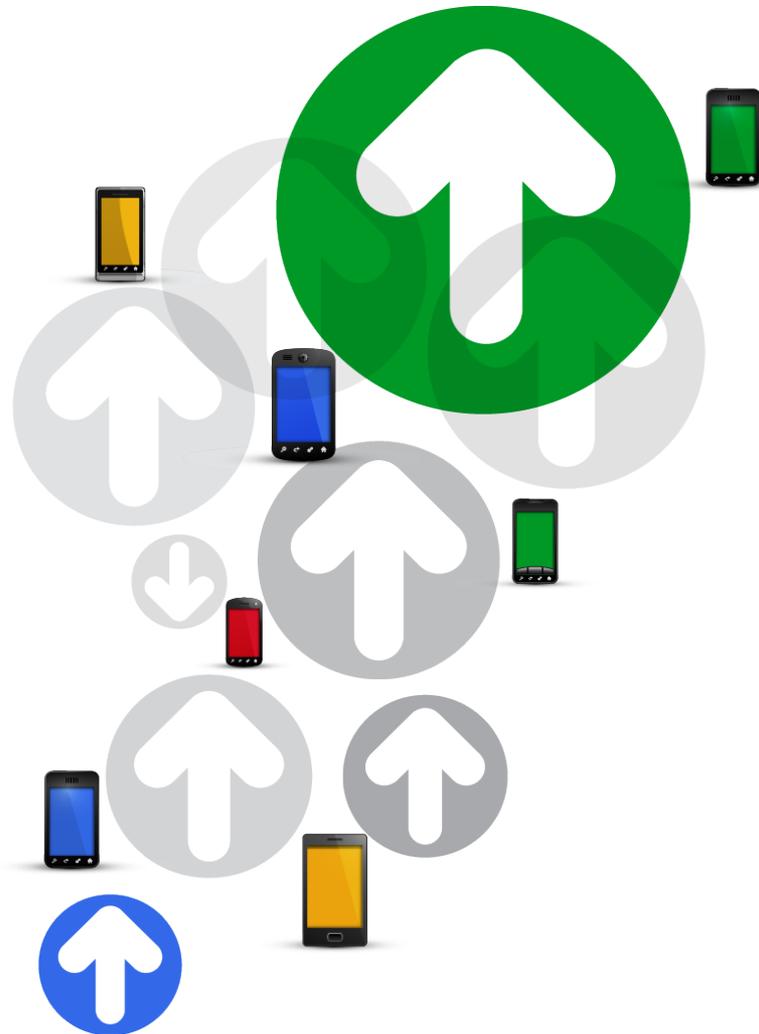
- 4** Los teléfonos inteligentes han modificado la forma de comprar

- 5** Los teléfonos inteligentes permiten que los anunciantes se comuniquen con los usuarios

LOS TELÉFONOS
INTELIGENTES SON
INDISPENSABLES
EN LA VIDA COTIDIANA



Penetración de teléfonos inteligentes en México



20%
de adopción

Los teléfonos inteligentes son una parte central de la vida cotidiana

El 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 conectado en línea con...?

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



El 72%

no sale de su casa sin llevar su dispositivo

Los teléfonos inteligentes se usan en todas partes



Lugares de uso

89%

En el hogar



64%

Esté donde esté



51%

En tiendas

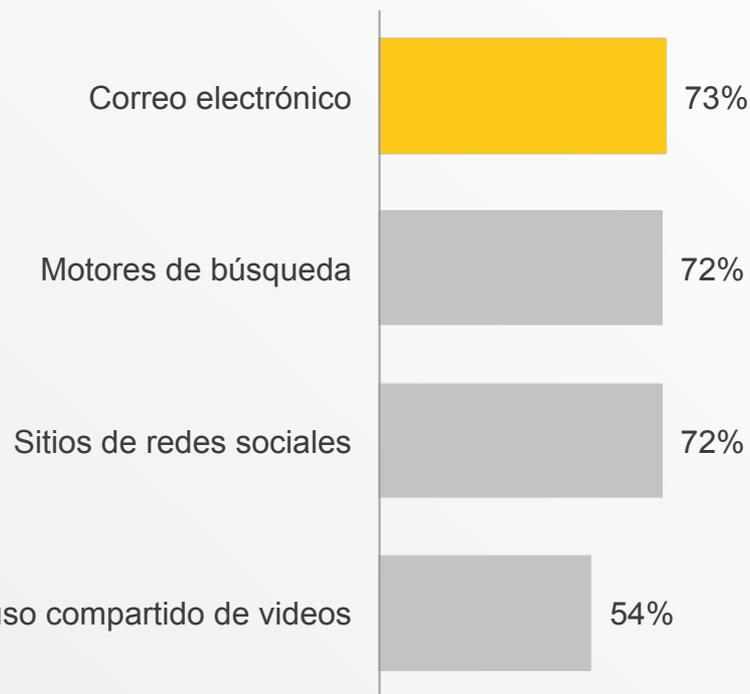


Permiten que los usuarios estén conectados permanentemente



El 66%

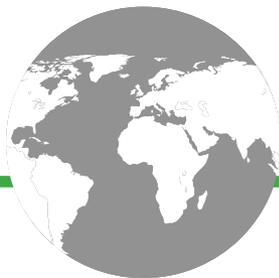
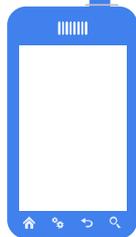
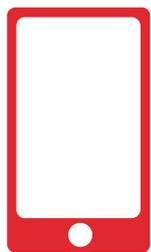
de las personas
accede a
Internet desde su
teléfono inteligente
una vez al día, como
mínimo.



Se espera un aumento en el uso de los teléfonos inteligentes

El 36%

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...

El 29%

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



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



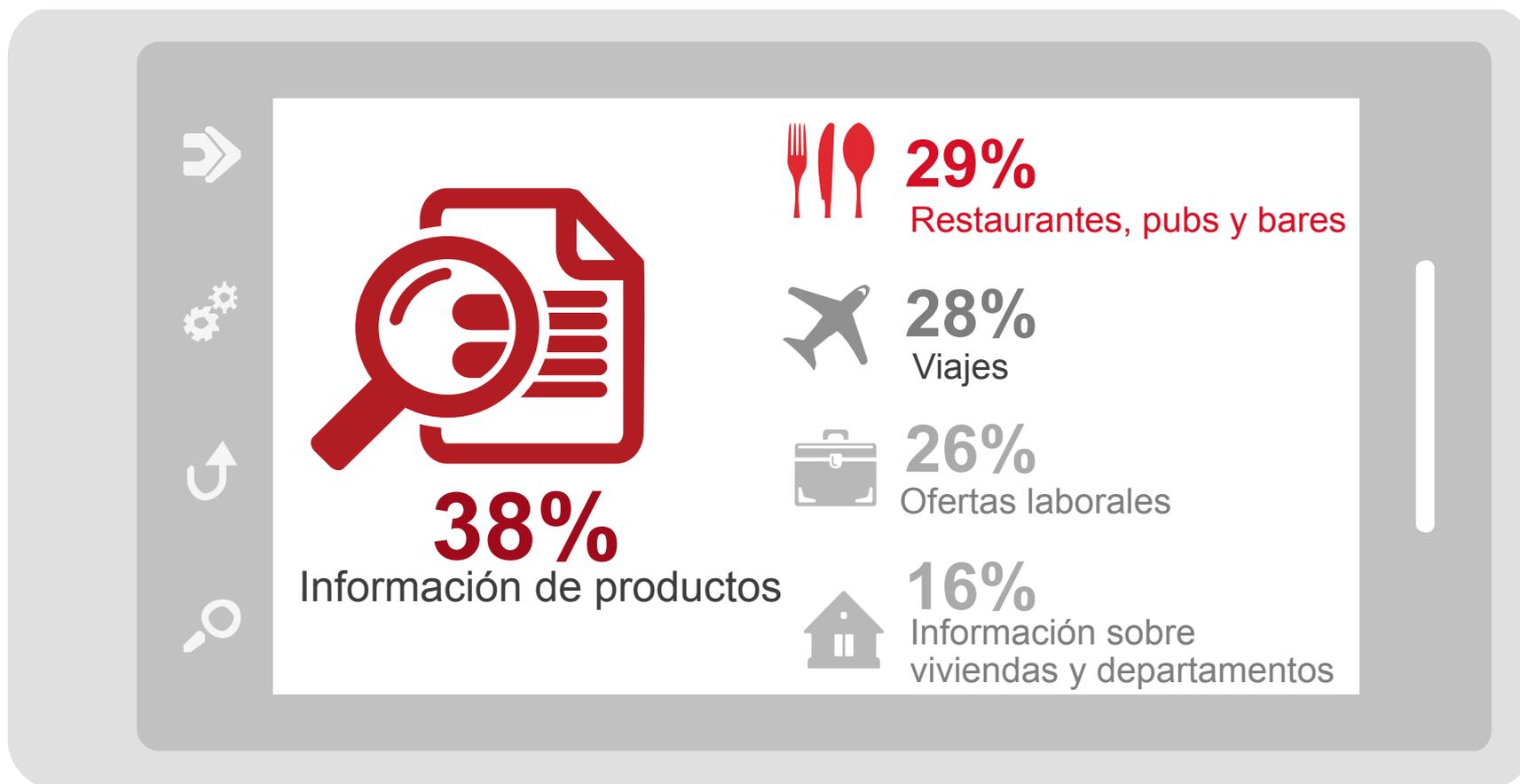
El teléfono inteligente es uno de los principales puntos de acceso para realizar búsquedas



El 65%

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

Los teléfonos inteligentes brindan información para la vida cotidiana



Los teléfonos inteligentes son portales que permiten múltiples actividades



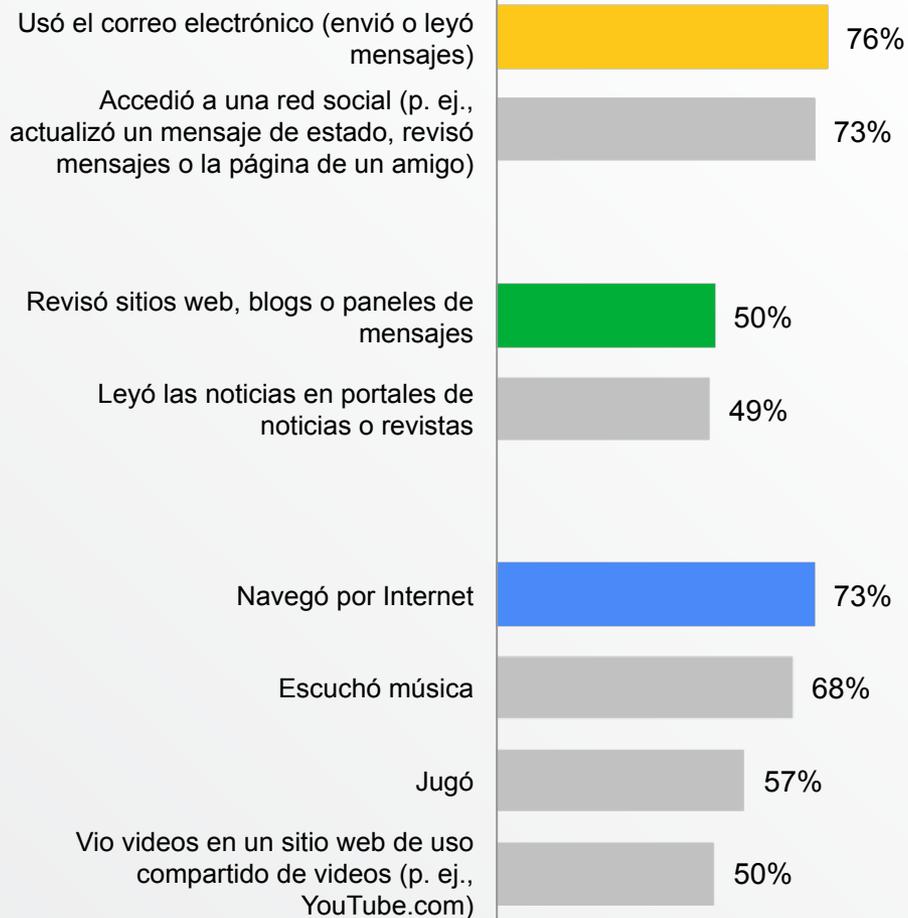
87%
Comunicación



67%
Información



91%
Entretenimiento



Las aplicaciones son omnipresentes



18 aplicaciones instaladas en promedio

8 aplicaciones utilizadas en los últimos 30 días

7 aplicaciones pagas instaladas en promedio

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

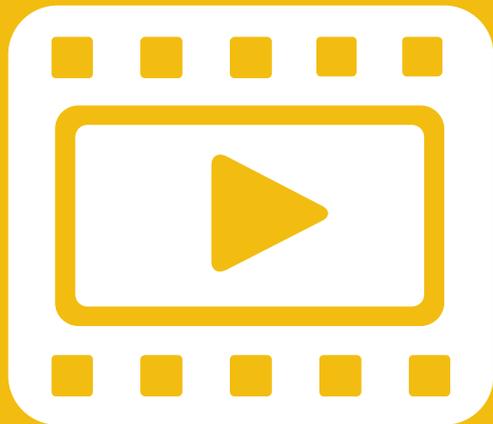
P24: ¿Cuántas aplicaciones tiene actualmente en su teléfono inteligente?

Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general y que tienen, como mínimo, una aplicación en su teléfono inteligente n= 999

P25: Con respecto a las aplicaciones que actualmente tiene instaladas en su teléfono inteligente, ¿cuántas usó activamente durante los últimos 30 días?

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

Los usuarios de teléfonos inteligentes son grandes consumidores de videos



CLICK TO WATCH VIDEO

El 81%

mira videos

El 31%

mira videos

una vez por día, como mínimo

Los usuarios de teléfonos inteligentes participan habitualmente en las redes sociales

El 90%

de los usuarios visita las redes sociales

El 67%

de las personas visita las redes sociales 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**





El 91%

de los usuarios de
teléfonos inteligentes
buscó información local

El 88%

realizó alguna acción
posteriormente

... algunas particular... de telé... es que utilizan internet en general; teléfonos inteligentes n= 1.000
... Con qué frecuen... ca... en... a servicios locales en su teléfono inteligente? (si corresponde)
... Usanza particular... utilizan internet en general y que buscan información en su teléfono
... inteligente una local me... es n= 911 P34: ¿Cuáles de las siguientes acciones llevó a cabo
... luego de buscar... cercanos a su ubicación)?

Los usuarios habitualmente buscan información local en sus teléfonos inteligentes

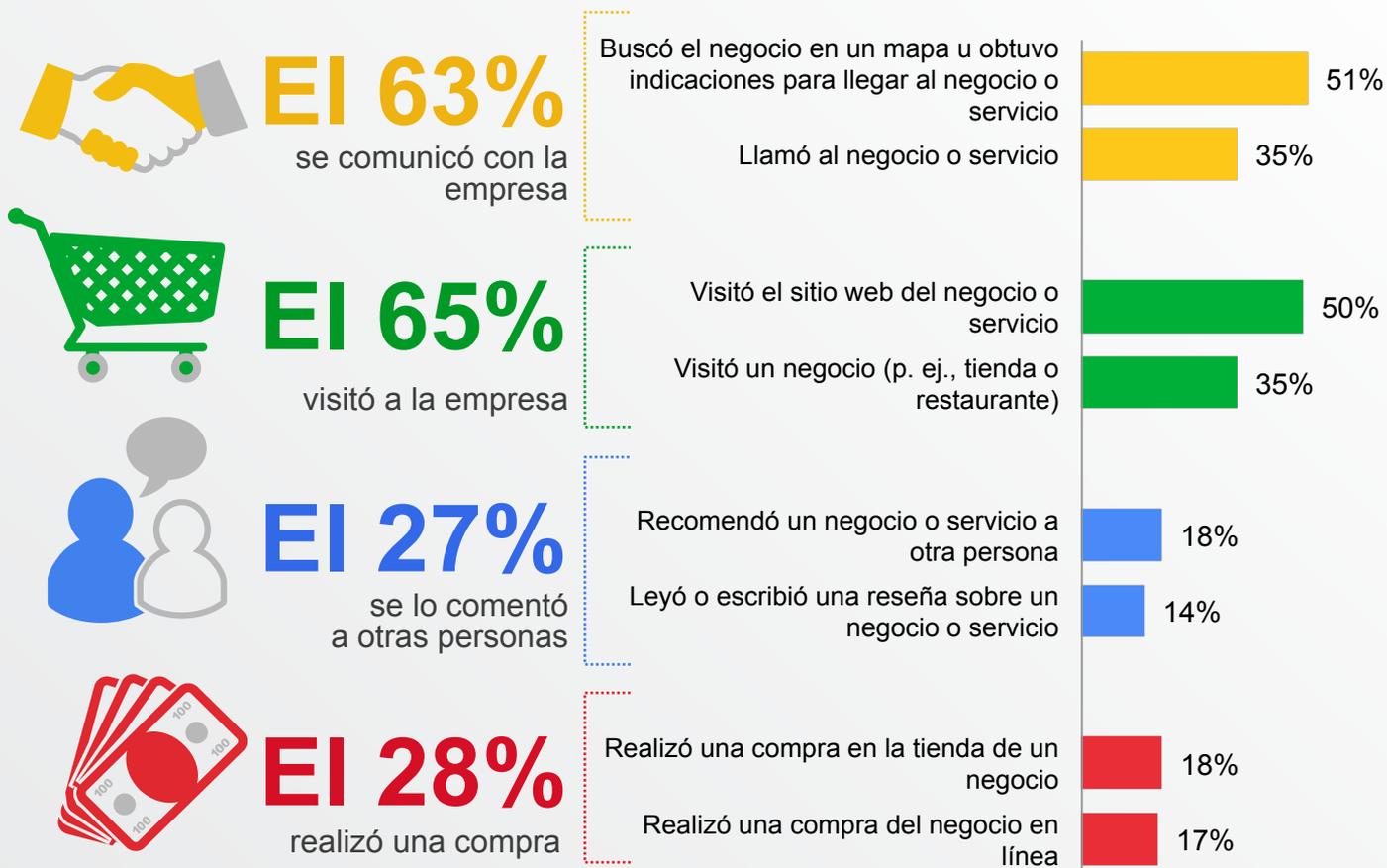


El 68%
busca información local
una vez a la semana,
como mínimo



El 38%
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= 911

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

Lugar desde donde se realizó la búsqueda



59%

En el hogar



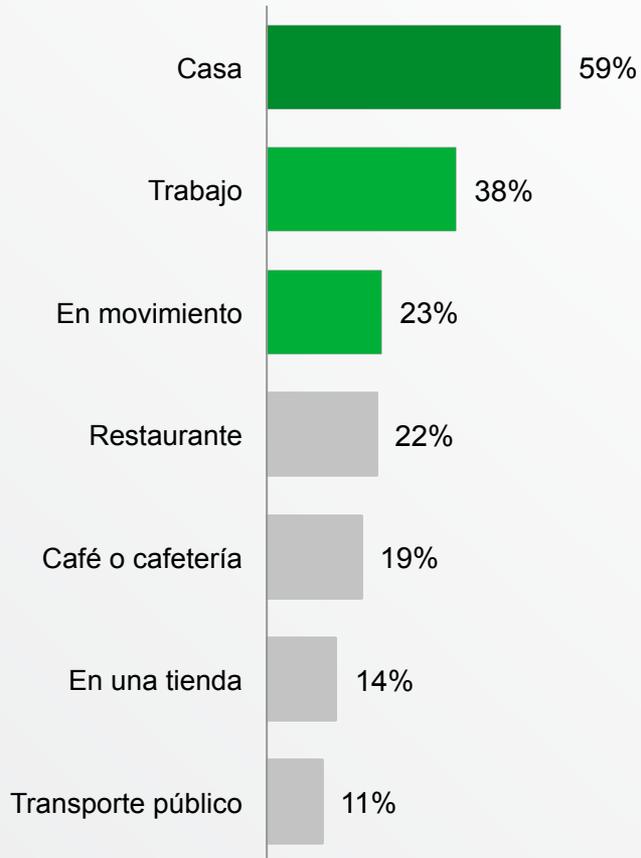
23%

Esté donde esté



14%

En tiendas



El 84%

buscó un producto
o servicio desde
su teléfono



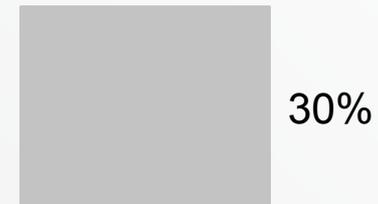
Los teléfonos inteligentes son nuestros principales complementos de compras



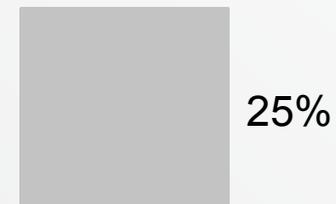
Cambié de opinión en cuanto a la compra de un producto o servicio en una tienda como resultado de la información que obtuve al usar mi teléfono inteligente.



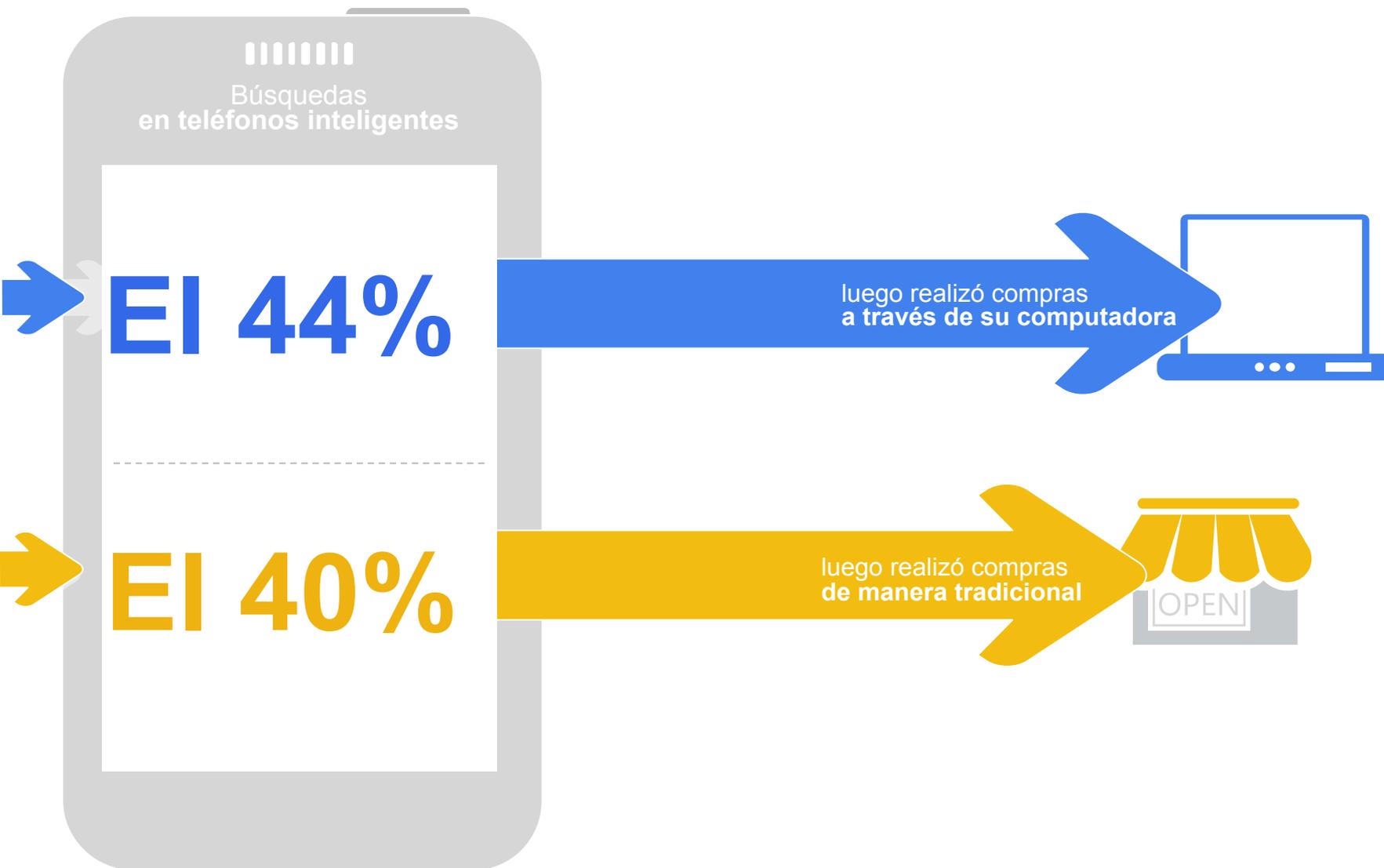
Cambié de opinión en cuanto a la compra de un producto o servicio en línea como resultado de la información que obtuve al usar mi teléfono inteligente. Actitud hacia la publicidad para celulares



Llevo mi teléfono inteligente especialmente para **comparar precios y obtener información sobre los productos.**



Las búsquedas que comienzan en teléfonos inteligentes derivan en compras a través de canales



Los teléfonos inteligentes son un punto de compra en evolución



CLICK TO PURCHASE

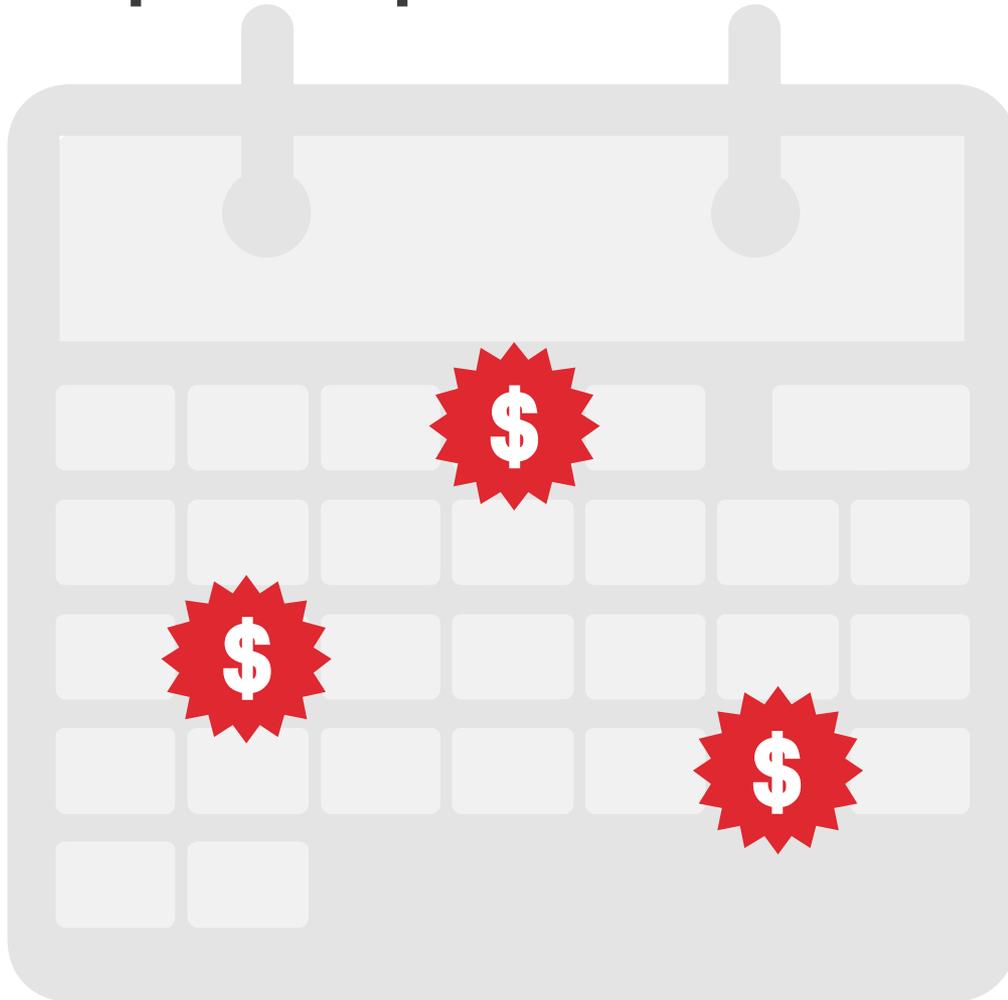
El 26

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

El 54%

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

Los usuarios que utilizan teléfonos inteligentes adquieren productos frecuentemente



El 62%

hace compras por celular una vez al mes, como mínimo

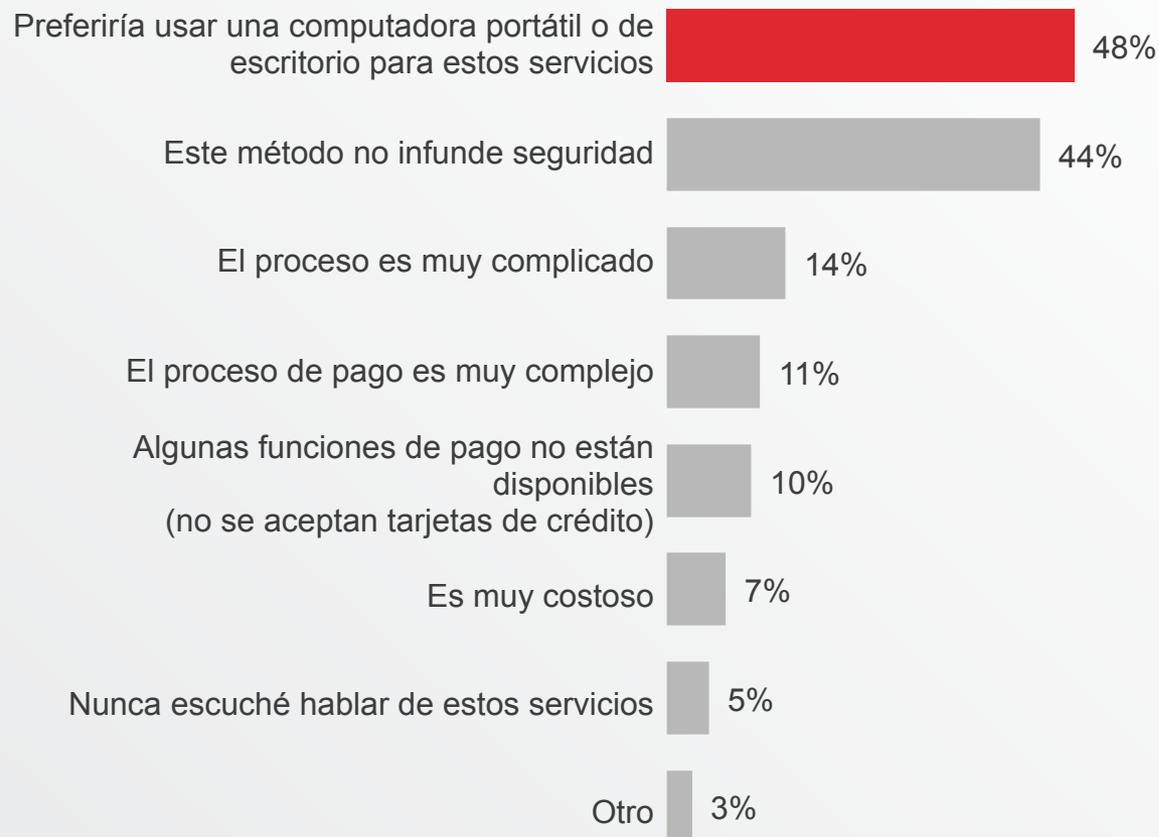
El comercio móvil continuará creciendo



El 33%

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 se
comuniquen con los usuarios



Los anuncios convencionales derivan en búsquedas de información en celulares

Ubicación del anuncio



El 83%

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



Televisión
74%



Tiendas o empresas
75%



Revistas
67%



Carteles o vallas publicitarias
64%

La primera página de los resultados de búsqueda para celulares es esencial

El 46%

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

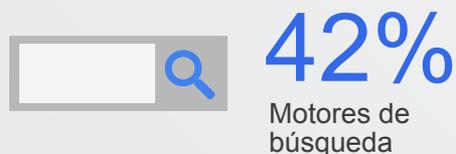




El 93%

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

Los anuncios para celulares causan impacto



¿En qué lugar se observan los anuncios para celulares?



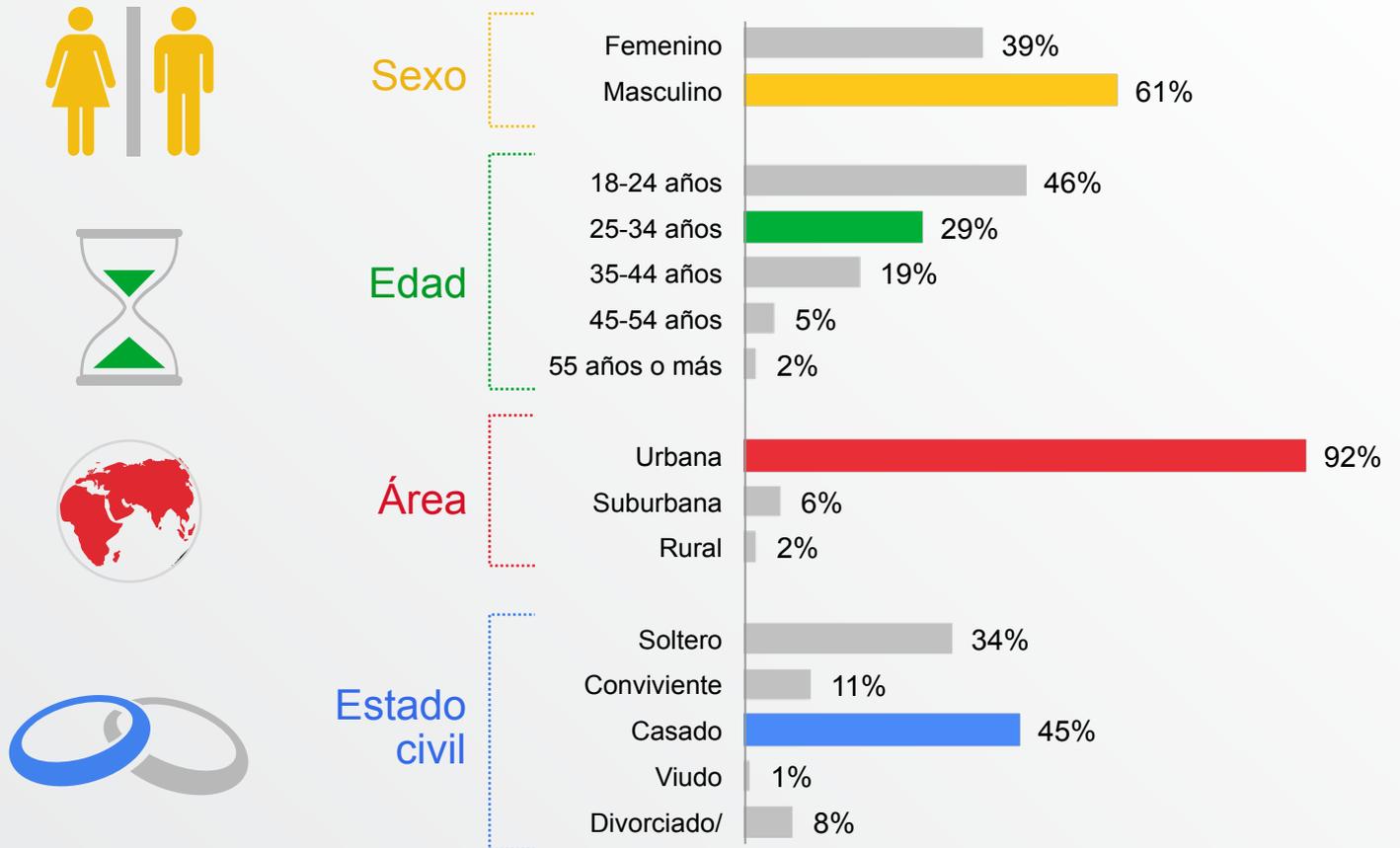
Antecedentes



Metodología de investigación

- Con la colaboración de Ipsos MediaCT, entrevistamos a 1.000 ciudadanos mexicanos en total (entre 18 y 64 años de edad) quienes se autodefinían como usuarios de teléfonos inteligentes con acceso a Internet.
- Se utilizó un proceso informático (CATI, Computer Aided Technology, 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, así como la posibilidad de descargar aplicaciones”.
- Los encuestados respondieron 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 para celulares.
- Las entrevistas se realizaron en el primer trimestre de 2012.

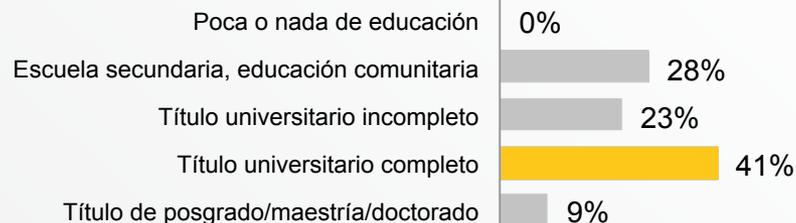
Datos demográficos



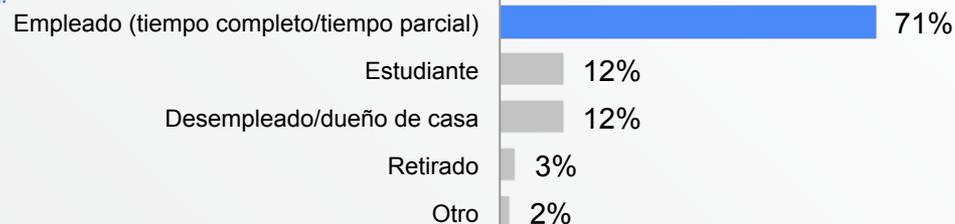
Datos demográficos



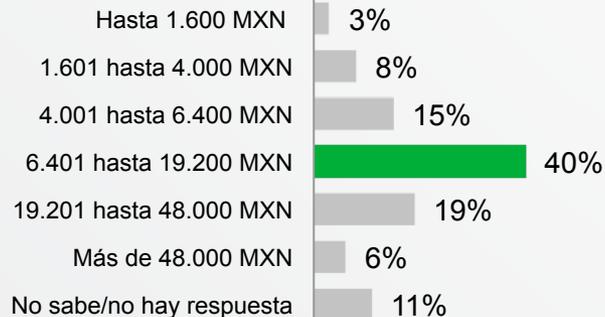
Educación



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 de impuestos para el Sistema Nacional de Seguridad Social, los aportes jubilatorios, etc.?