



Our Mobile Planet: México

Cómo comprender a los usuarios
de celulares

Mayo de 2013



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 37% de la población y sus propietarios dependen cada vez más de sus dispositivos. El 73% 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 94% de las personas usa el teléfono mientras hace otras cosas; por ejemplo, escuchar música (66%). **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 95% 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 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 de los consumidores. Los teléfonos inteligentes constituyen herramientas fundamentales de compra, dado que el 91% de los usuarios 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 39% 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 86% 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 thinkwithgoogle.com/mobileplanet 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 de los consumidores

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

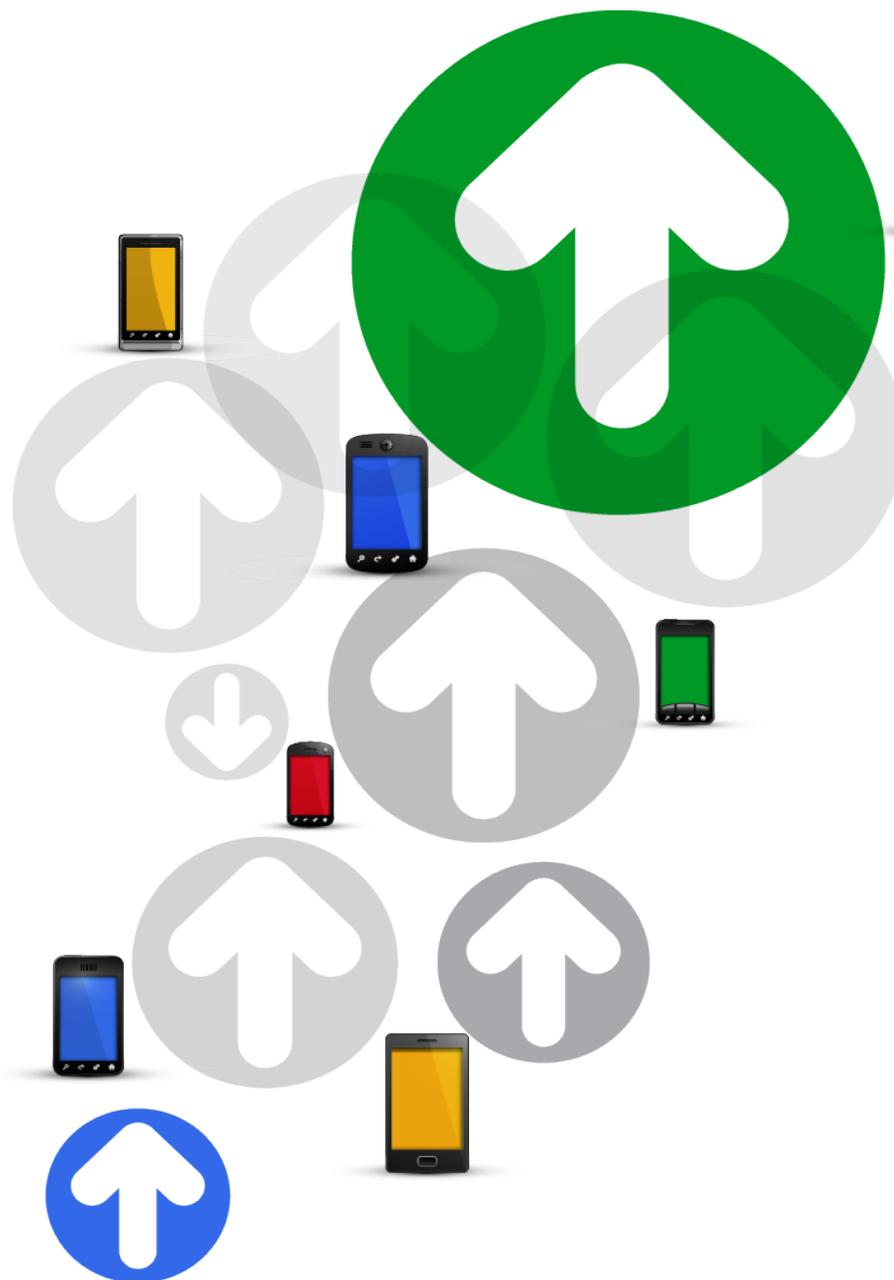
LOS TELÉFONOS
INTELIGENTES SON
INDISPENSABLES
EN LA VIDA COTIDIANA



La penetración de los teléfonos inteligentes está aumentando

20%
Q1 2012

37%
Q1 2013



Los teléfonos inteligentes son una parte central de la vida cotidiana

El 73%

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 conectado en línea con...?

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



El 74%

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".

Los teléfonos inteligentes se usan en todas partes



Lugares de uso

96%
En el hogar

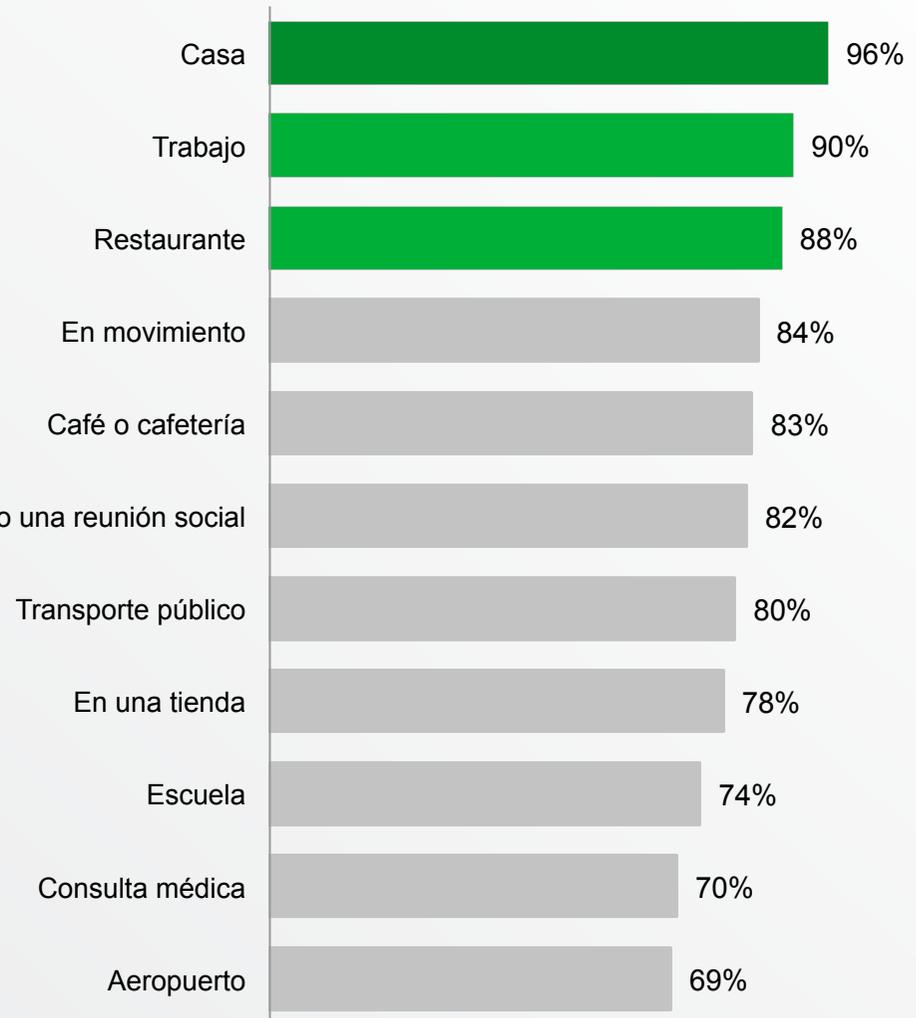


84%
Esté donde esté

En un evento, una función o una reunión social



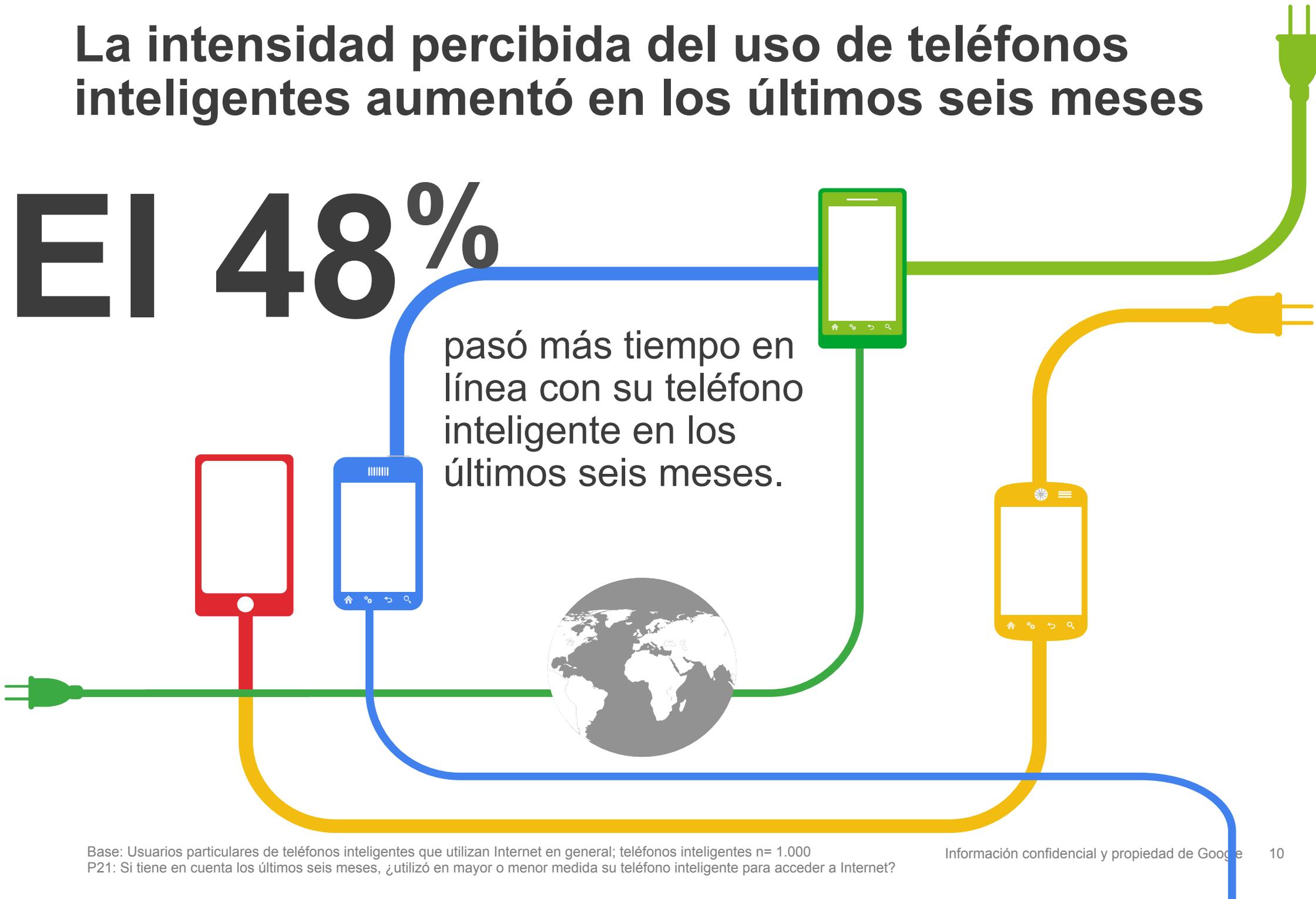
78%
En tiendas



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

El 48%

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...

El 40%

preferiría dejar de ver **televisión** antes de dejar de usar el 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. "Preferiría dejar de ver televisión o 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 de los principales puntos de acceso para realizar búsquedas



El 75%

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



92%
Comunicación



81%
Información



96%
Entretenimiento



Las aplicaciones son omnipresentes



21

aplicaciones
instaladas
en promedio

10

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

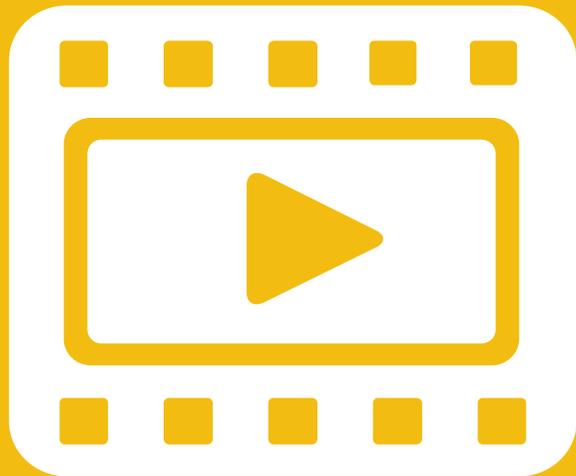
P24: ¿Cuántas aplicaciones tiene actualmente en su teléfono inteligente?

Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general y que tienen, como mínimo, una aplicación en su teléfono inteligente n= 1000

P25: Con respecto a las aplicaciones que actualmente tiene instaladas en su teléfono inteligente, ¿cuántas usó activamente en 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 plataforma de distribución de aplicaciones?

Los usuarios de teléfonos inteligentes son grandes consumidores de videos



CLICK TO WATCH VIDEO

El 93%

mira videos

El 48%

mira videos
una vez por día, como mínimo

Los usuarios de teléfonos inteligentes participan habitualmente en las redes sociales

El 97%

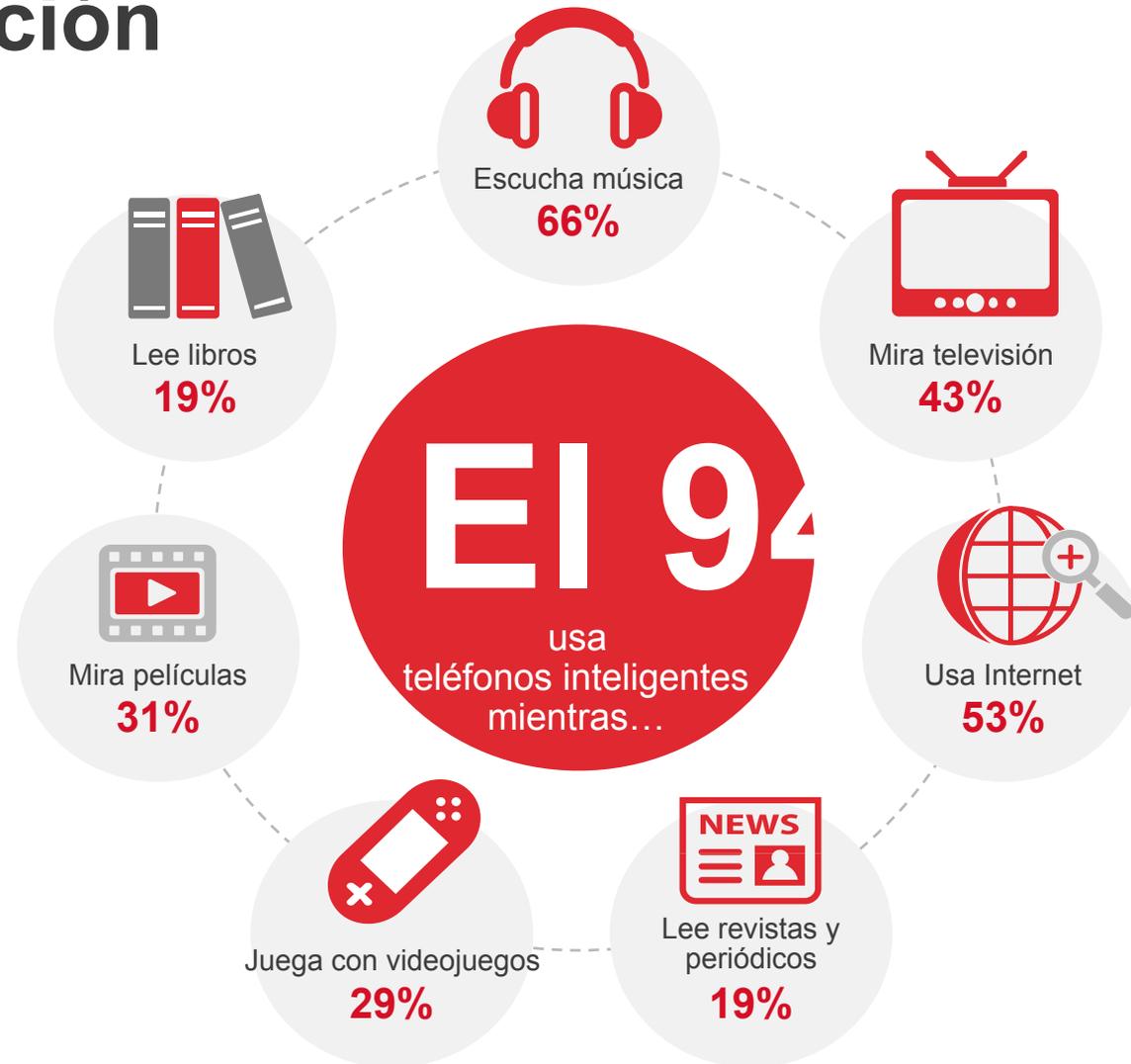
de los usuarios visita las redes sociales

El 82%

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 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**





El 95%

de los usuarios de
teléfonos inteligentes
buscó información local

El 89%

realizó alguna acción
posteriormente

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

P33: ¿Con qué frecuencia busca información sobre empresas o servicios locales en su teléfono inteligente? (si corresponde)

Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general y que buscan información en su teléfono inteligente una vez al mes, como mínimo; teléfonos inteligentes n= 949 P34: ¿Cuáles de las siguientes acciones llevó a cabo luego de buscar este tipo de información (empresas o servicios cercanos a su ubicación)?

Los usuarios habitualmente buscan información local en sus teléfonos inteligentes



El 74%
busca información local
una vez a la semana,
como mínimo



El 42%
busca información local
todos los días

Los usuarios que buscan información local realizan acciones posteriormente



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

Lugar desde donde se realizó la búsqueda



62%

En el hogar



24%

Esté donde esté



15%

En tiendas



El 91%

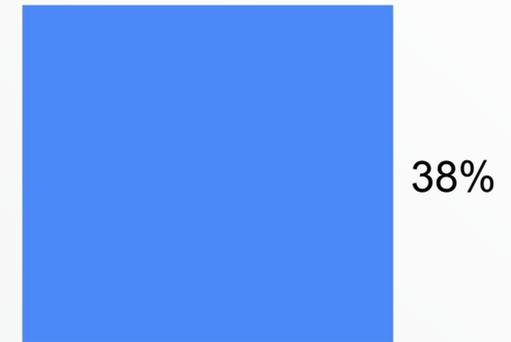
buscó un producto
o servicio desde
su teléfono



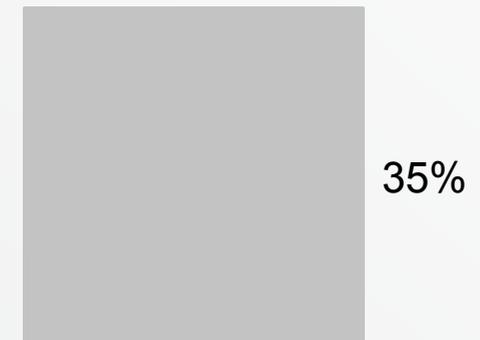
Los teléfonos inteligentes son nuestros principales complementos de compras



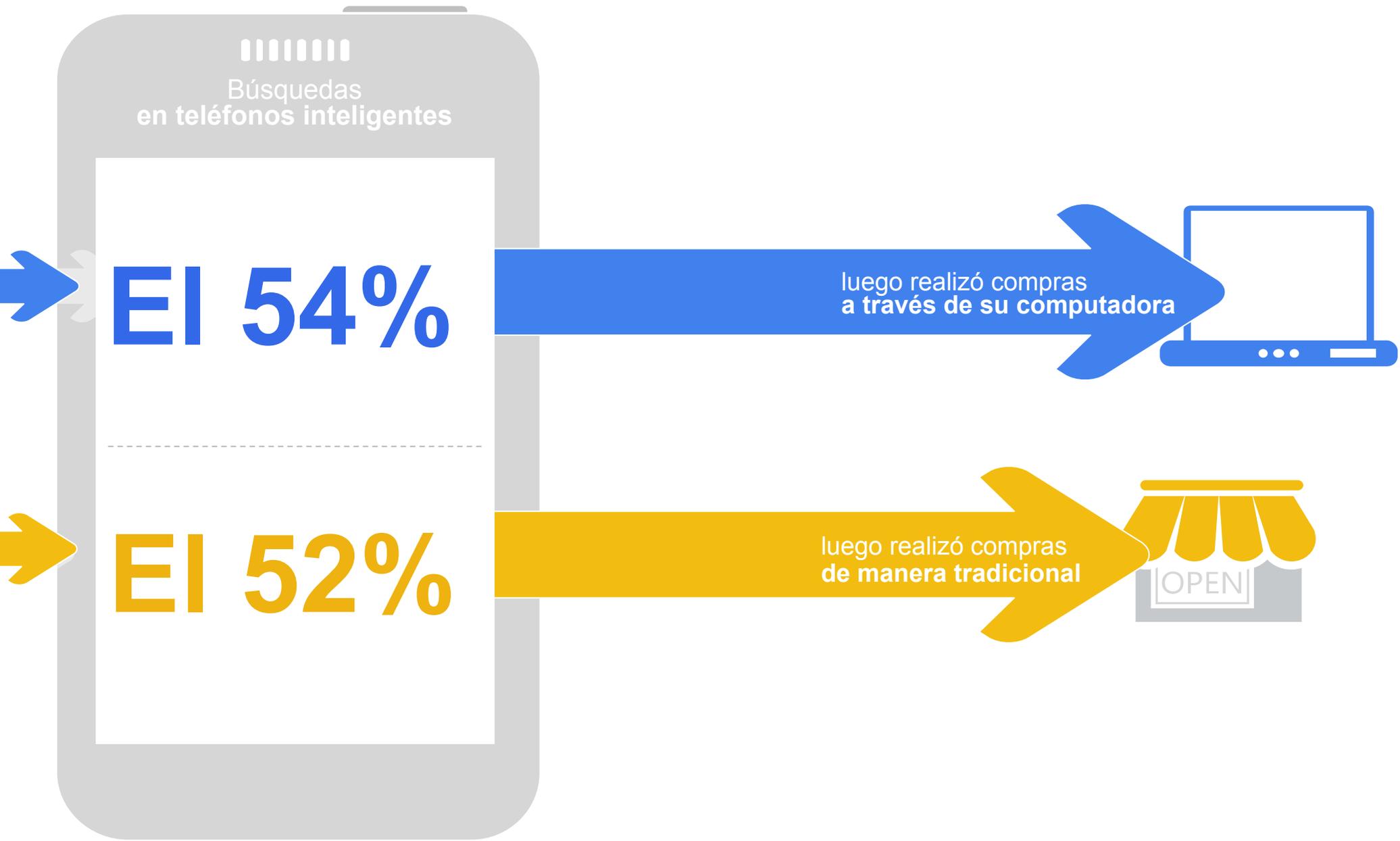
Cambié de opinión en cuanto a la compra de un producto o servicio en un negocio como resultado de la información que obtuve al usar mi teléfono inteligente.



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



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

Los teléfonos inteligentes son un punto de compra en evolución



El 39%

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

El 61%

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

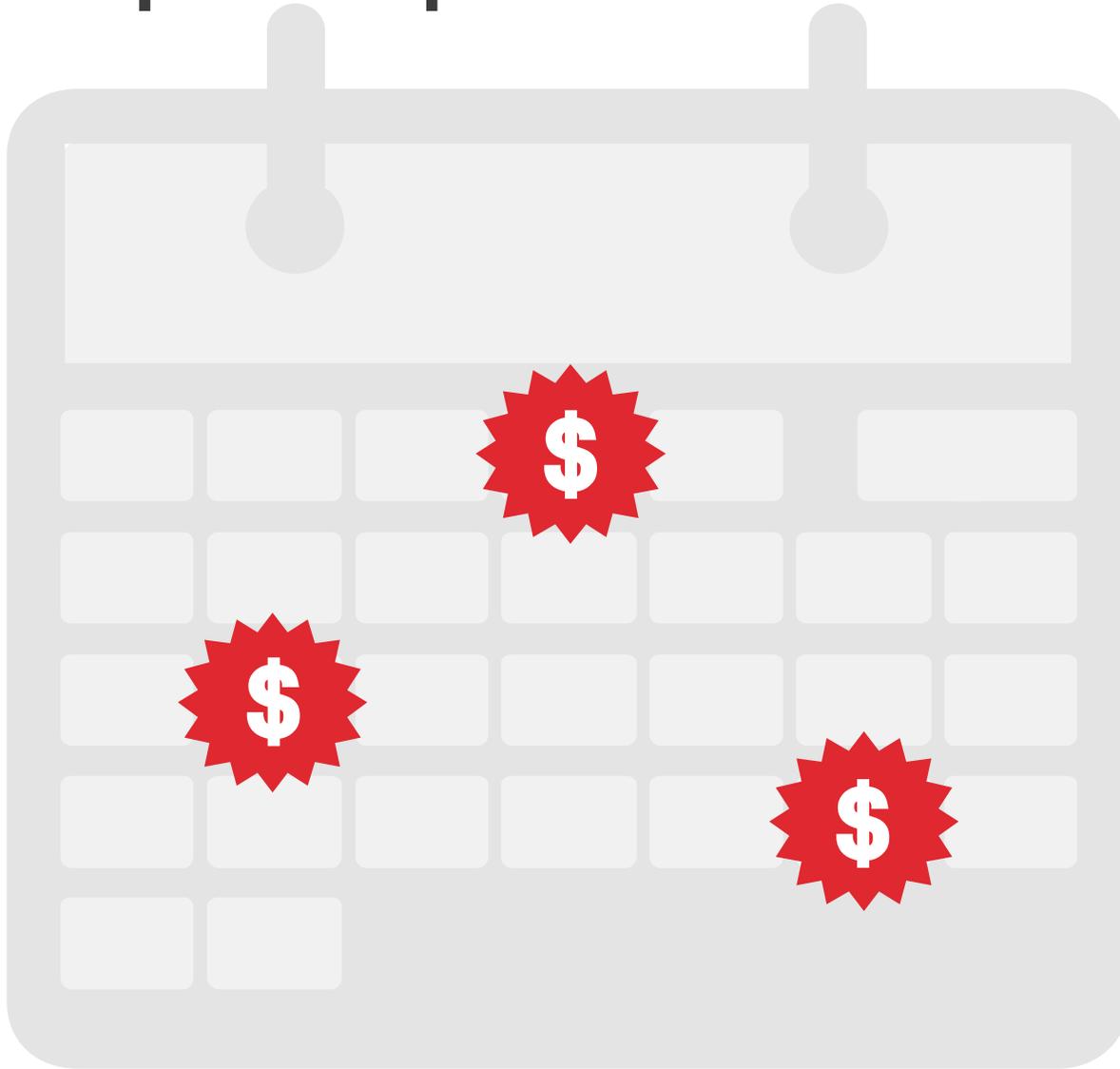
Base: Usuarios particulares de teléfonos inteligentes que utilizan Internet en general; teléfonos inteligentes n= 1.000

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= 390

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

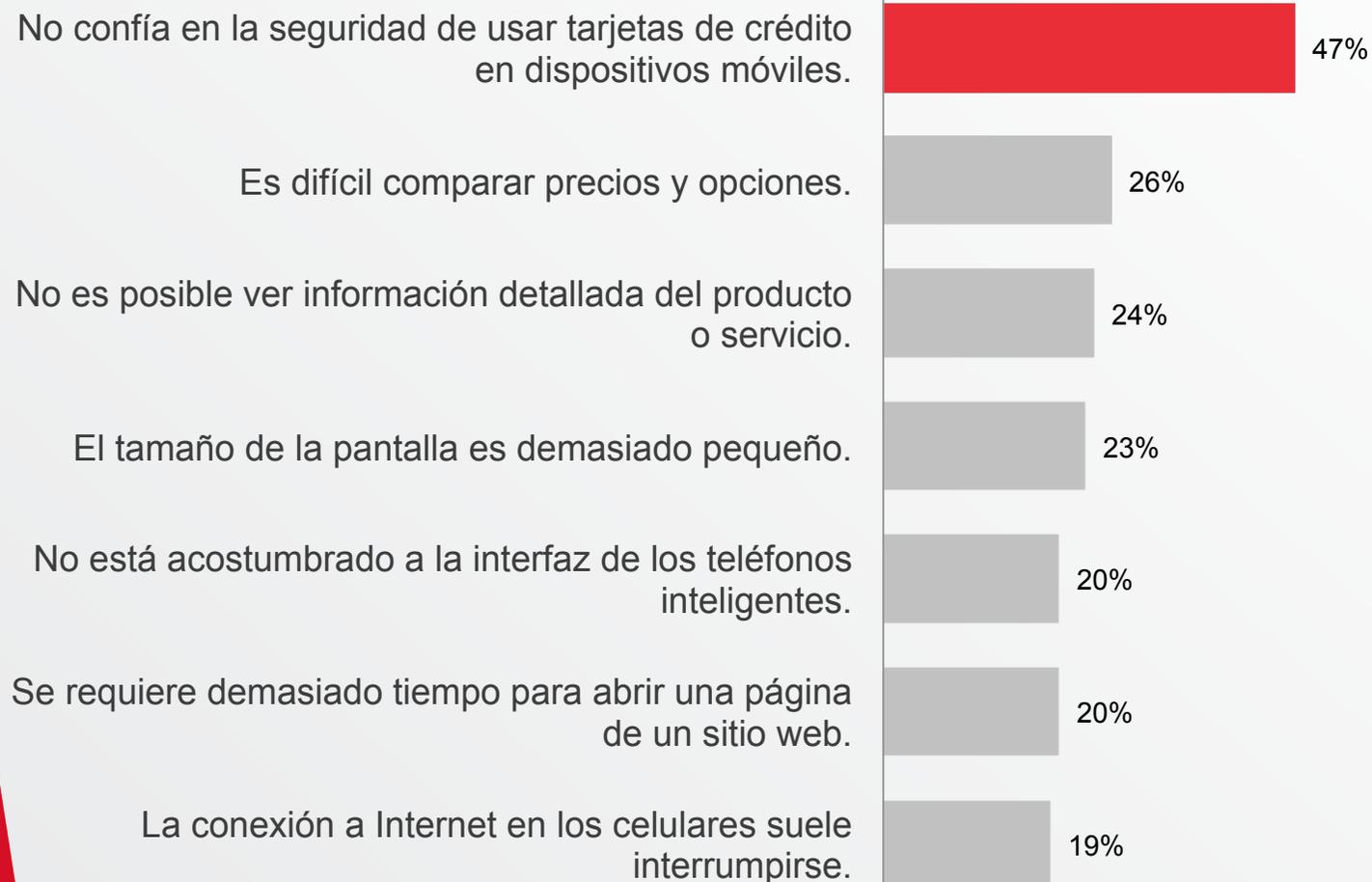
Los usuarios que utilizan teléfonos inteligentes adquieren productos frecuentemente



El 71%

hace compras por celular una vez al mes, como mínimo

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 86%

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



Televisión
78%



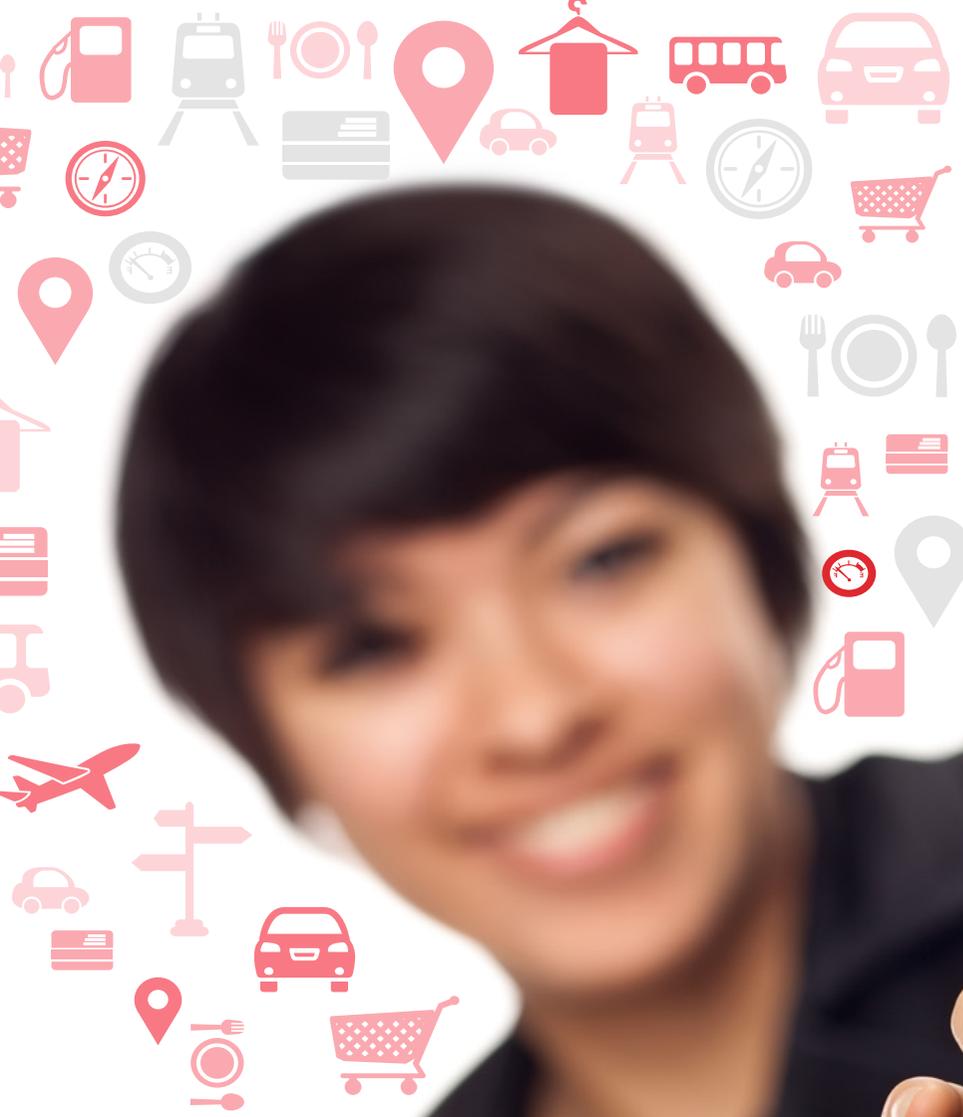
Tiendas o empresas
76%



Revistas
70%



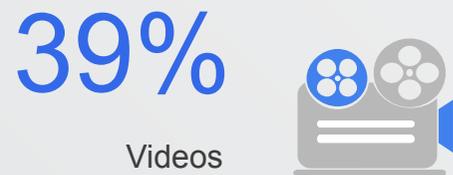
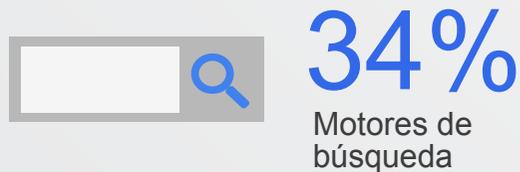
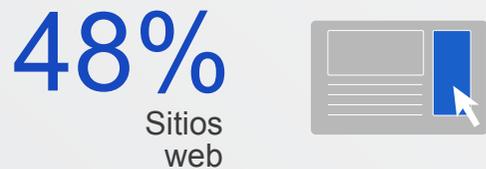
Carteles o vallas publicitarias
72%



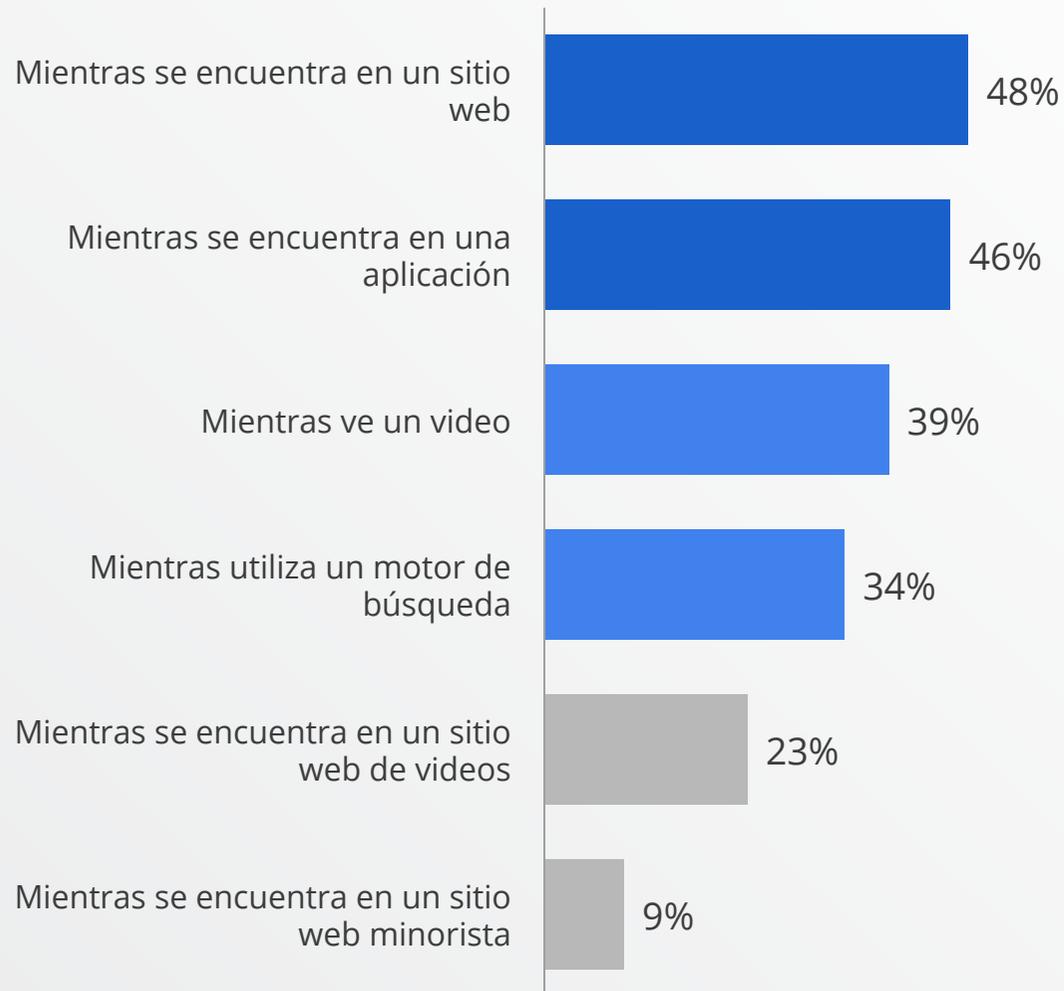
El 93%

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.
- 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, 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 2013.

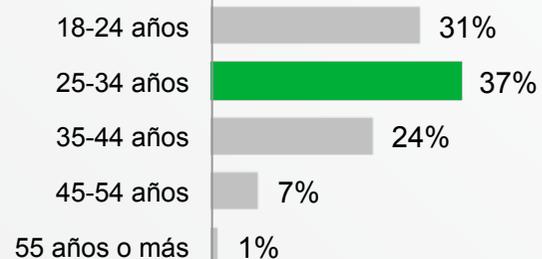
Datos demográficos



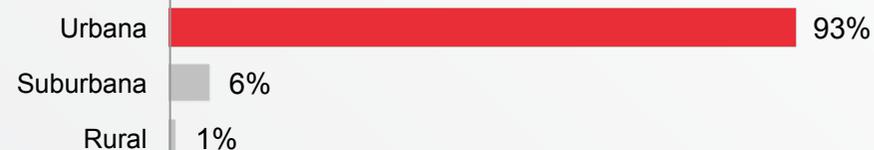
Sexo



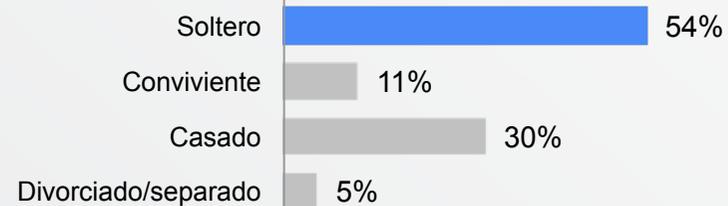
Edad



Área



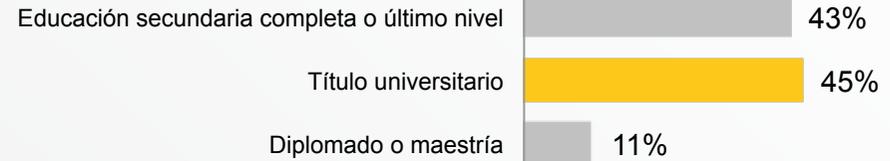
Estado civil



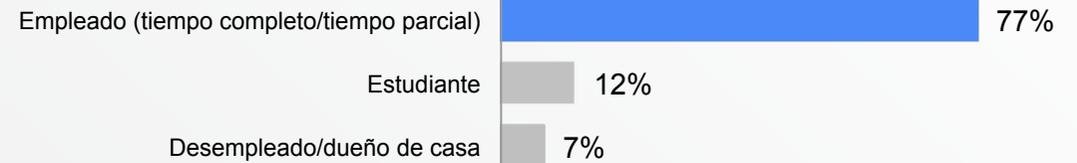
Datos demográficos



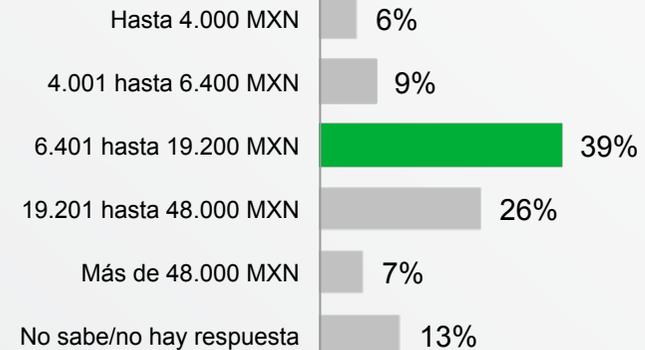
Educación



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? Información confidencial y propiedad de Google

¿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.?