

Más del 40% de los internautas compra vía móvil

Los jóvenes (entre 16 y 30 años) se conectan una hora más de media que el resto de los internautas (3:5 hrs). Lo que más valora el 41% de los usuarios es la facilidad y comodidad en la compra m-commerce. Las categorías más compradas vía móvil son moda (47%), ocio (37%), viajes (35%) y electrónica (34%)

IAB Spain, la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España, ha presentado hoy el VIII Estudio Anual de Mobile Marketing, realizado en colaboración con la agencia de marketing digital, Elogia.

Hoy a las 10 de la mañana se celebró la presentación de los datos del estudio por parte de Antonio Traugott, director de IAB Spain, Ramon Montanera, director de Market Intelligence de Elogia, y los dos patrocinadores: Kwanko y Adgage.

Dimensionamiento del mercado

La penetración del móvil entre los 16 y los 65 años alcanza un 94%. De estos, la gran mayoría usa ya smartphone, lo que representa una población de 21,5 millones de individuos. En penetración de smartphones destaca el liderazgo de Samsung con un 33% frente a Iphone con un 11%, seguidos del 10% Huawei y el 8% BQ. En cuanto a sistemas operativos, Android supone el 83% del mercado frente al 11% de iOS y el 4% de Windows. Sin embargo, en tablet, destacan Samsung con un 36% de penetración, seguido del 20% de Apple. Por su parte, el sistema operativo Android es el líder con un 73%, seguido de iOS con 18%.

Actividades Internet móvil

El smartphone es el dispositivo con el que más se accede a Internet, con un 85% diario, en detrimento del ordenador de sobremesa con un 63%, o la tablet, con un 37%.

Los jóvenes de 16 a 30 años se conectan vía smartphone casi una hora más al día (3 horas y 28 minutos) más que la media de conexión diaria general (2 horas y 34 minutos). Sin embargo, el uso en tablet cae respecto a 2015, situándose en 1 hora y 19 minutos a diario. Las actividades más realizadas son sociales y lúdicas; a diario en smartphone y semanales en tablet.

Apps

Los usuarios tienen 18 apps por smartphone y una media de 2 descargas por mes. En tablet se tienen 11 apps de media y se suele descargar una app al mes.

Respecto al pago por app, dos tercios de la muestra dicen pagar por apps, dato que aumenta respecto a 2015. El modelo de contratación preferido es el acceso gratuito a cambio de publicidad. Entre los que han pagado por una app, gana relevancia el pagar lo que cueste o el concepto freemium.

Second screen

El móvil, como second screen, aparece de forma habitual y frecuente para un tercio de la muestra, mientras baja el uso de la tablet (a un 18%). Mientras se ve la televisión, se usa el móvil para chatear (55%), usar redes sociales (45%) o revisar el correo (41%); y la tablet para revisar el correo (38%), que pasa a ocupar el primer lugar y, en segunda instancia, juegos (35%) y redes sociales (33%).

Comunicación Mobile

Todavía existe un alto porcentaje de usuarios que perciben que menos de la mitad de los mails recibidos, un 39%, no están adaptados a dispositivos móviles. Aumenta la proporción de entrevistados (un 41%) que declara que ante un mail no adaptado al móvil lo abre desde otro dispositivo.

Para el 38% de los encuestados, las comunicaciones comerciales recibidas, no se perciben como que aporten información relevante, además, al 47% le gustaría que fueran más personalizadas.

Actualmente a través del canal mail reciben información de los servicios contratados o a los que están suscritos (70%), mientras que los SMS son utilizados, además de por los operadores telefónicos (42%), sobre todo para pedidos (41%) o envíos (38%).

Publicidad móvil

En campañas de display, el click, debe llevar a la web de la marca anunciada (62% en smartphone y 61% en tablet) o a descuentos (43% en Smartphone y 37% en tablet). La publicidad más clickada es sobre tecnología (40%), viajes y turismo (39%) y cine, series y TV (35%).

El móvil en el proceso de compra

Nueve de cada diez usuarios usa el smartphone en el proceso de compra, principalmente, para buscar información del producto (82%), búsqueda y comparativa de precio (79%) y para ver opiniones (72%).

Cuatro de cada diez internautas declara haber realizado alguna compra a través de móvil (m-commerce) y, el 41%, declara gran grado de facilidad y comodidad.

El 41% de los encuestados ha comprado alguna vez por móvil y las categorías más compradas son moda (47%), ocio (37%), viajes (35%) y electrónica (34%).

Realizar pagos a través de un app, se convierte en un proceso cada día más extendido (23%), y se realiza para restaurantes, supermercados y parquímetros.

Mobile en el Internet de las cosas

El smartwatch o reloj con acceso a Internet es conocido por el 61% de los encuestados, aunque su uso es más limitado (22%). El uso del móvil para domótica es lo más conocido como mobile en IoT (53%) y utilizado sólo por el 3%, principalmente como mando de la TV y para activar la alarma del hogar.

En palabras de Antonio Traugott, Director General de IAB Spain, “el avance del mobile es incuestionable, ya no sólo para la publicidad o para herramientas de marketing que facilitan la vida a las personas, sino como una herramienta cada vez más utilizada para la compra online. El dato del 40% de usuarios que compra vía móvil es muy clarificador”.

Para descargar el estudio en la web: <http://www.iabspain.net/mobile-marketing/>

Más información sobre las empresas encargadas del estudio:

IAB Spain

IAB Spain (Interactive Advertising Bureau) es la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España. Su objetivo principal es la promoción del negocio digital. IAB Spain pertenece a la red internacional de IAB's con presencia en los 45 países.

Elogia

Elogia es una agencia digital especializada en Digital Commerce Marketing perteneciente al Grupo VIKO (www.viko.net) experta en entender, atraer y retener clientes on line. Con servicios de Market Intelligence, Outbound e Inbound. Ganadora del premio eAwards como Mejor Agencia de Marketing Digital Full Service de España 2014, 2015 y 2016. Poseemos más de 15 años de experiencia y un equipo de más de 70 personas en Barcelona, Madrid, Vigo y Ciudad de México. Ofrecemos servicios de Social Media, SEO, planificación online y consultoría estratégica online.

Datos de contacto:

Iria Casal
CMO Grupo VIKO

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>