



# Estudio Mobile 2016

## Versión corta

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



## 1. Descripción: Objetivos y Metodología

---

### 1. Dimensionamiento del mercado

### 2. Uso de Smartphone y Tablet

### 3. Apps

### 4. Second Screen con TV

### 5. Comunicación Mobile

### 6. Smartphone en el Customer Journey

### 7. Mobile en Internet de las cosas

---

## 6. Conclusiones

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



## Objetivos

Esta es la 8ª edición que la comisión Mobile de IAB Spain lanza, con el objetivo de:

1. Identificar la evolución y tendencias de los principales indicadores de mercado
2. Entender cómo es el acceso a internet a través del dispositivo móvil (móvil y tablet)
3. Entender la dinámica de la publicidad mobile: percepción de email y display
4. Identificar qué papel juega el móvil y la tablet como second screend
5. Dibujar el perfil del comprador mCommerce

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



# Descripción del estudio

## Ficha metodológica

### Universo

- Individuos residentes en España, de 16 a 65 años de edad.

### Ámbito geográfico

- España.

### Trabajo de campo

- Septiembre 2016.

### Error muestral

- El error muestral de los datos globales es de  $\pm 2,9\%$ , con un nivel de confianza del 95,5% y  $p=q=0.5$ .

### Muestra obtenida

- Total= 1.154 entrevistas.

### Técnica

- C.A.W.I. (Entrevista auto administrada por ordenador online)

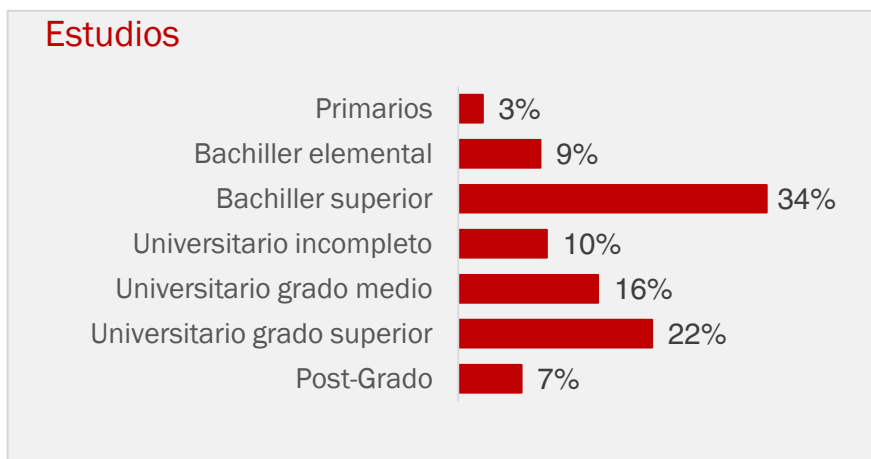
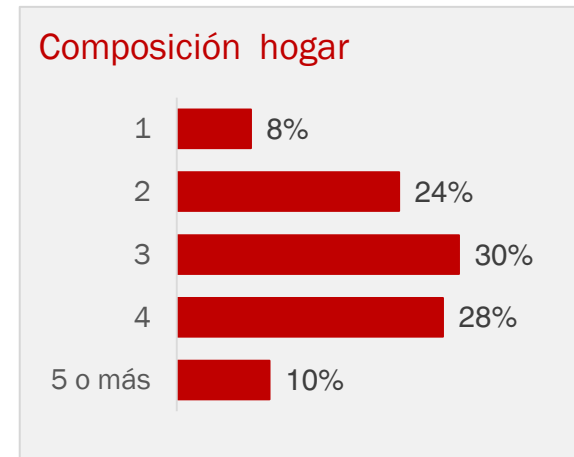
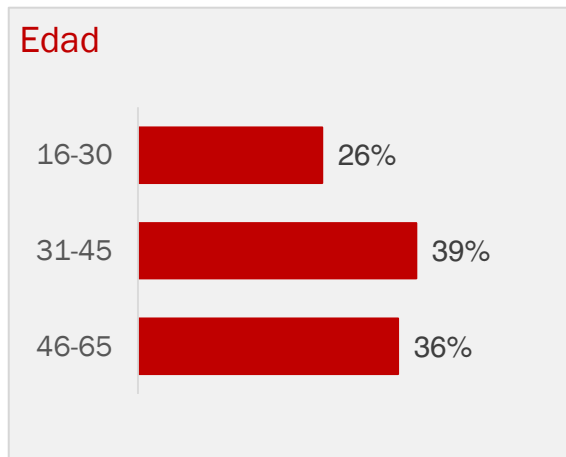
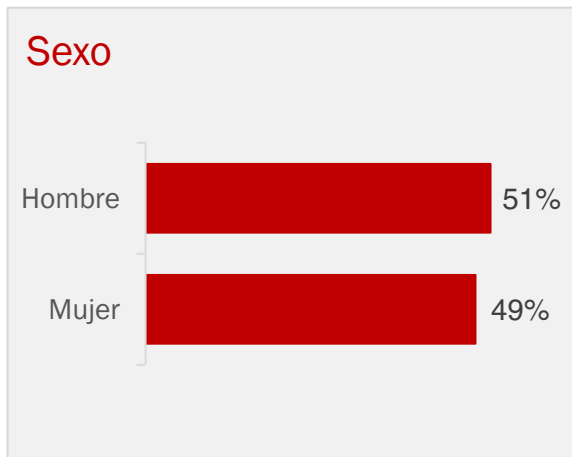
Los datos han sido ponderados para representar la distribución de la población internauta española por sexo y edad (de 16 a 65 años) según datos EGM.

PATROCINADO POR:

ELABORADO POR:

# Descripción del estudio

## Perfil de la muestra



Estudio Anual Mobile 2016

\*Los datos han sido ponderados por edad para representar la distribución de la población internauta española de 16 a 65 años.

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



---

# Dimensionamiento del mercado

---

PATROCINADO POR:



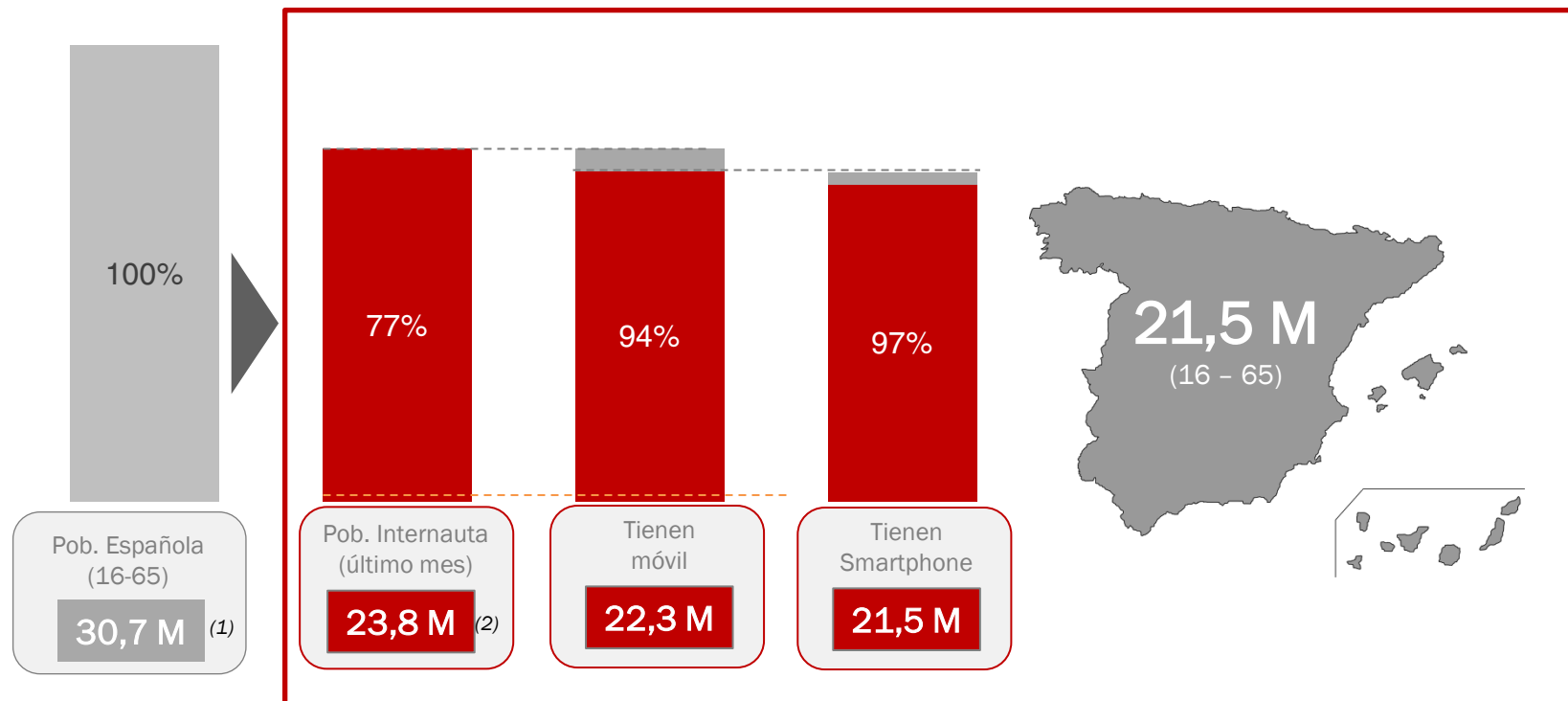
ELABORADO POR:



# Dimensionamiento del mercado

## Dimensionamiento del mercado

La penetración de móvil entre los 16-65 años alcanza un 94%, de estos la gran mayoría usa ya Smartphone, lo que representa una población de 21 millones y medio de individuos.



(1) Fuente: INE. Población a 01/01/2016

(2) Fuente: EGM (Abril/Mayo 2016)

PATROCINADO POR:



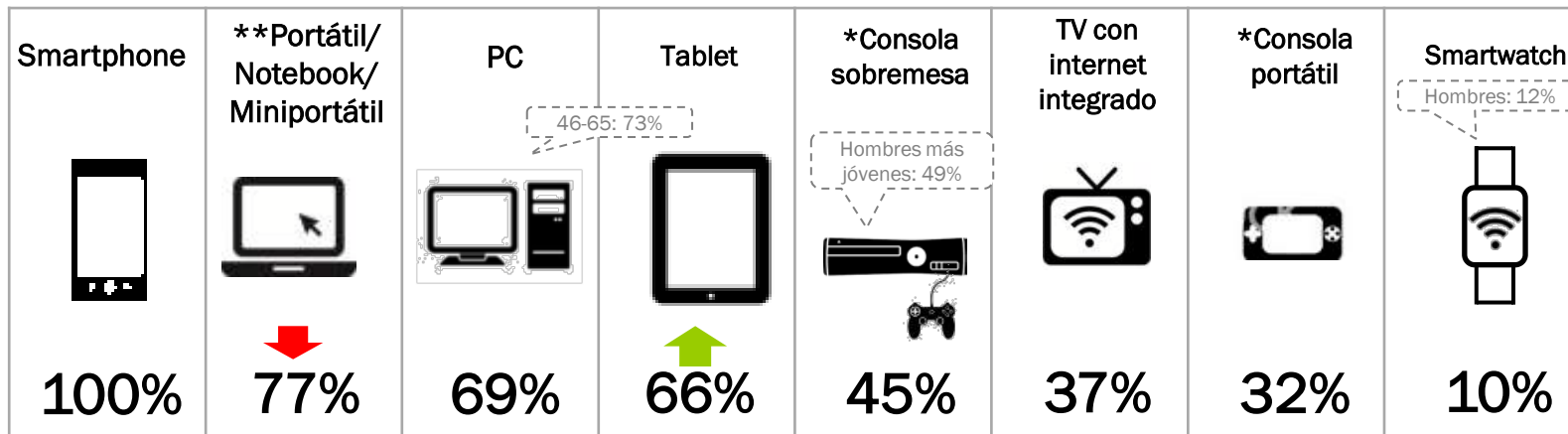
ELABORADO POR:



## Evolución penetración: dispositivos de conexión

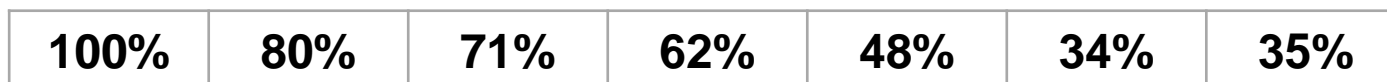
Entre la población con móvil, el ordenador es el siguiente dispositivo con mayor presencia. La Tablet es el otro dispositivo con mayor penetración.

**2016**  
Base: 1154

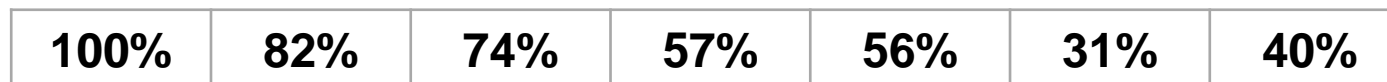


Estudio Anual Mobile 2016

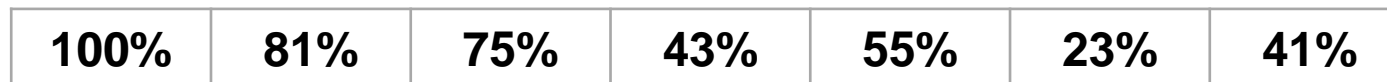
**2015**  
Base: 1134



**2014**  
Base: 1044

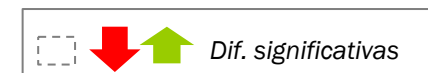


**2013**  
Base: 1048



\* El Tramo de 18 a 55 años: consola sobremesa 49%, consola portátil 35%.

\*\*El año anterior se mostraron por separado Portátil y Notebook/ Miniportátil, consiguiendo estos dos últimos un 22%



Base 1.154

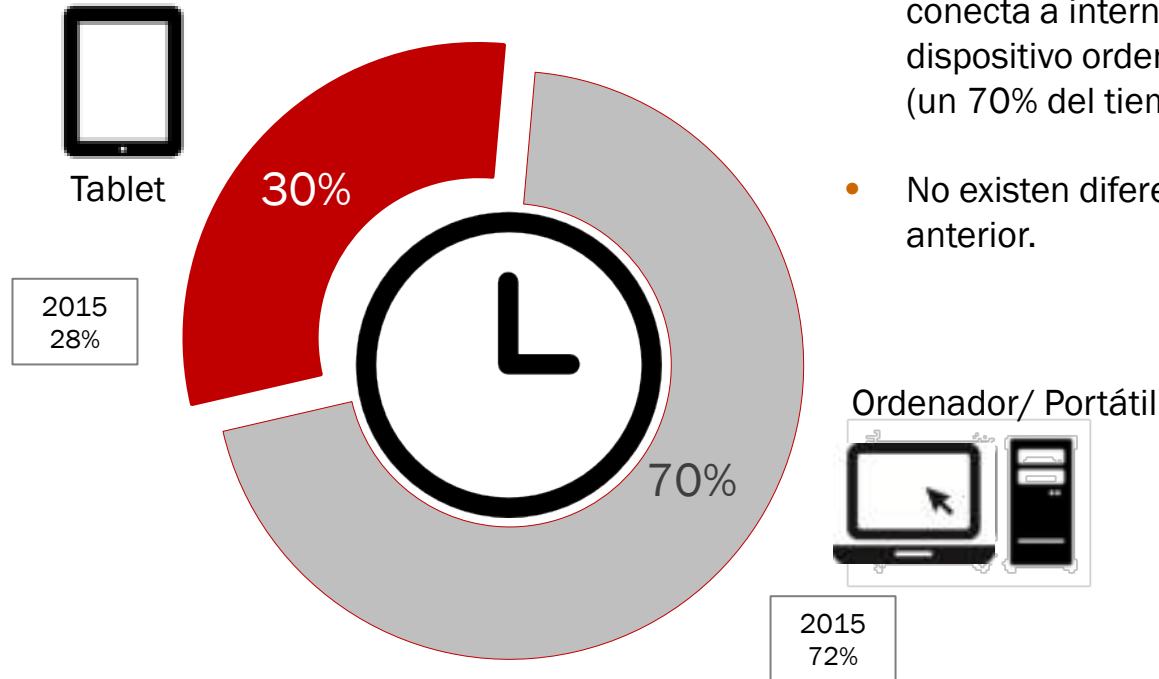
- Selecciona los dispositivos de los que dispones:

PATROCINADO POR:

ELABORADO POR:



## Acceso a internet: convivencia Tablet y ordenador



- Pensando en el tiempo que el usuario se conecta a internet con Tablet y ordenador, el dispositivo ordenador tiene mayor presencia (un 70% del tiempo)
- No existen diferencias significativa vs. el año anterior.

• ¿Pensando en el 100% del tiempo que te conectas a Internet con tu Tablet y con tu PC/Portátil/Miniportátil, ¿qué porcentaje del tiempo te conectas con uno u otro?

Base tienen Tablet+Ordenador/Portátil: 748

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



---

# Uso de Smartphone y Tablet

---

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



## Tiempo de conexión diario

Aunque el uso de la Tablet y el móvil sea distinto, el tener siempre el móvil con uno mismo hace que se use más para acceder a Internet. El tipo de tarifa contratada puede también influir.

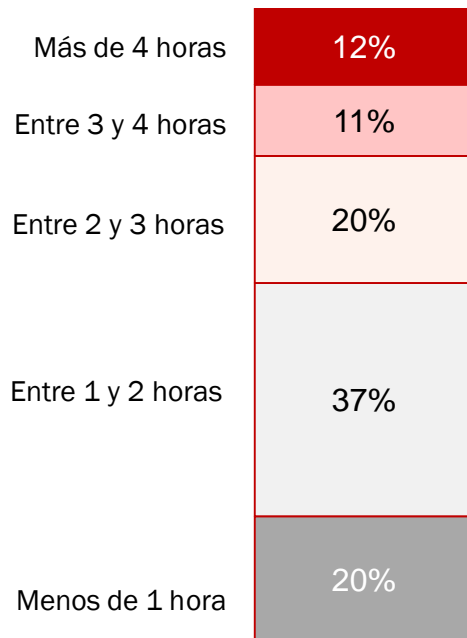


### Smartphone

Base 1.154

Media  
2h 34m

Mujeres: 2h 42min  
16-30: 3h 28min



### Tablet

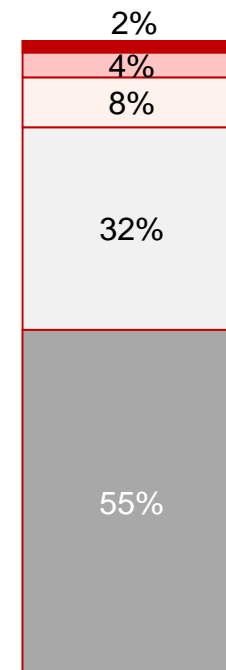
Base 770

Media  
1h 19m

Más de 4 horas  
Entre 3 y 4 horas  
Entre 2 y 3 horas

Entre 1 y 2 horas

Menos de 1 hora



- ¿Cuánto tiempo usas Internet en tu Smartphone/Tablet al día? Suma todos los momentos del día, ya sea visitando páginas, navegadores, aplicaciones, email, redes sociales,...
- Y exactamente ¿cuántas?

PATROCINADO POR:

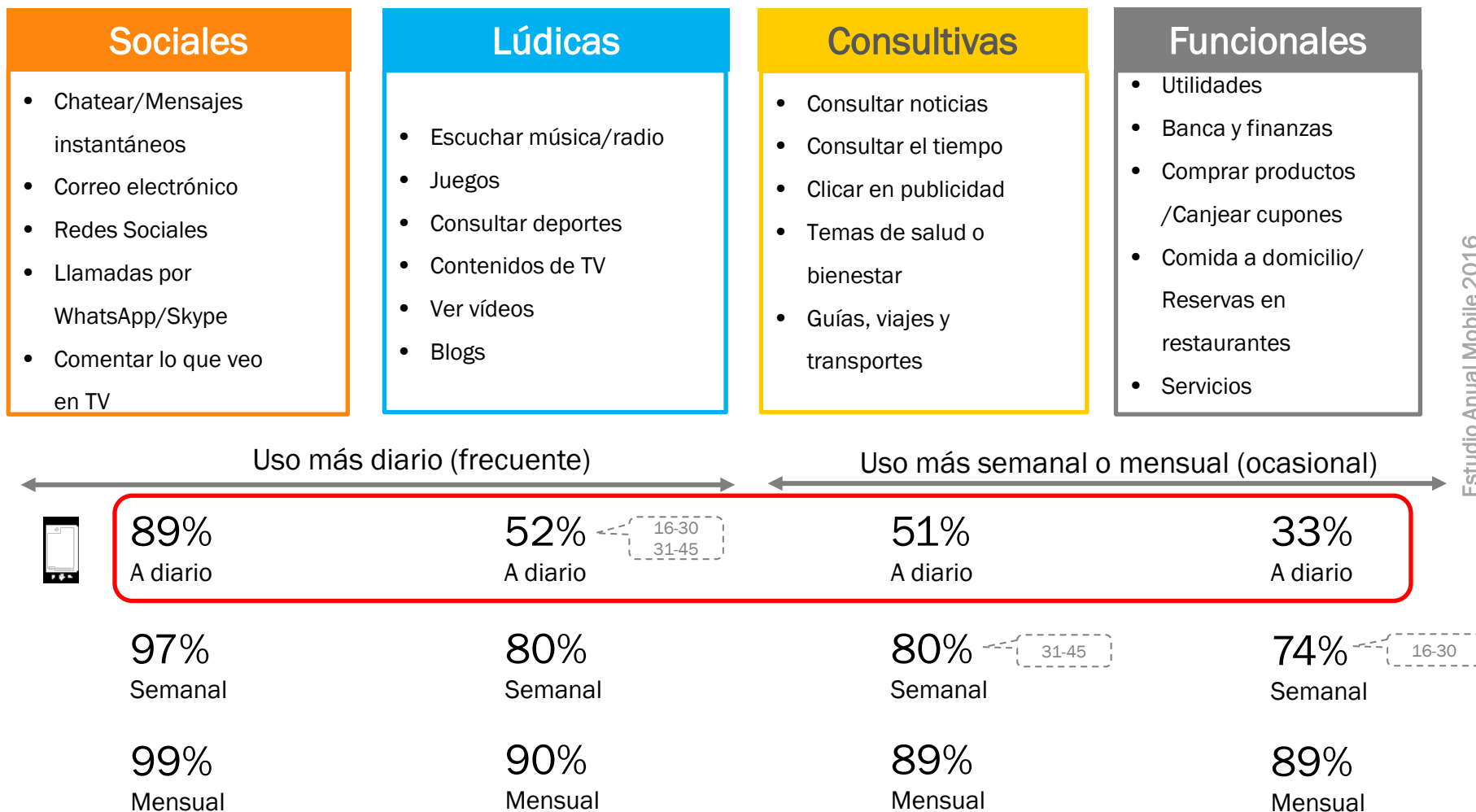


Dif. significativas

ELABORADO POR:



## Tipo de actividades realizadas | Smartphone



Estudio Anual Mobile 2016

• Con tu Smartphone, ¿con qué frecuencia lo usas para realizar las siguientes actividades a través de Internet?

   Dif. significativas

Base 1.154

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



## Tipo de actividades realizadas | Tablet

Sociales	Lúdicas	Consultivas	Funcionales
<ul style="list-style-type: none"> <li>Chatear/Mensajes instantáneos</li> <li>Correo electrónico</li> <li>Redes Sociales</li> <li>Llamadas por WhatsApp/Skype</li> <li>Comentar lo que veo en TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escuchar música/radio</li> <li>Juegos</li> <li>Consultar deportes</li> <li>Contenidos de TV</li> <li>Ver vídeos</li> <li>Blogs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consultar noticias</li> <li>Consultar el tiempo</li> <li>Clicar en publicidad</li> <li>Temas de salud o bienestar</li> <li>Guías, viajes y transportes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilidades</li> <li>Banca y finanzas</li> <li>Comprar productos /Canjear cupones</li> <li>Comida a domicilio/ Reservas en restaurantes</li> <li>Servicios</li> </ul>

Usos más diario (frecuente)

Usos más semanal o mensual (ocasional)



**33%**  
A diario

**37%**  
A diario

31-45

**23%**  
A diario

**14%**  
A diario

**59%**  
Semanal

**67%**  
Semanal

**48%**  
Semanal

**38%**  
Semanal

**70%**  
Mensual

**79%**  
Mensual

**64%**  
Mensual

**53%**  
Mensual

Estudio Anual Mobile 2016

• Con tu Tablet, ¿con qué frecuencia lo usas para realizar las siguientes actividades a través de Internet?

Dif. significativas

PATROCINADO POR:



Base 770

ELABORADO POR:



---

# Apps

---

PATROCINADO POR:

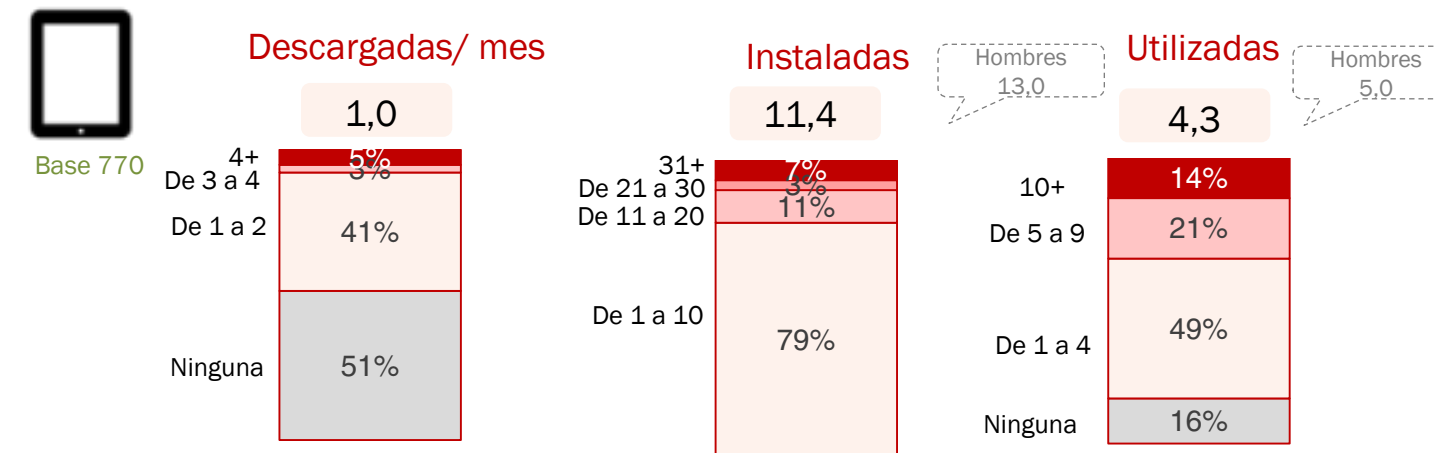
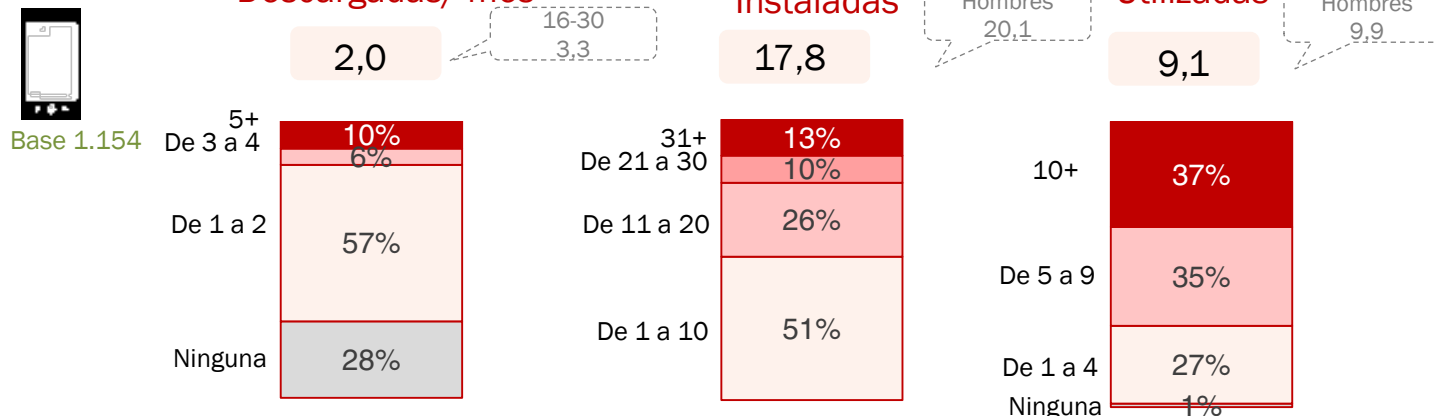


ELABORADO POR:



# Número de Apps por dispositivo

## Número de Apps



En declarativo, cada mes se instalan, en promedio, 2 Apps en el móvil y 1 en la Tablet.

El número de Apps instaladas que se recuerda son 18 en móvil y menos en Tablet, aunque se declara utilizar prácticamente la mitad.

Dif. significativas

• Aproximadamente, ¿cuántas aplicaciones tienes instaladas / te descargas al mes / utilizas en tu Smartphone/ Tablet?

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



---

# Second Screen con TV

---

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:





## Second screen con TV

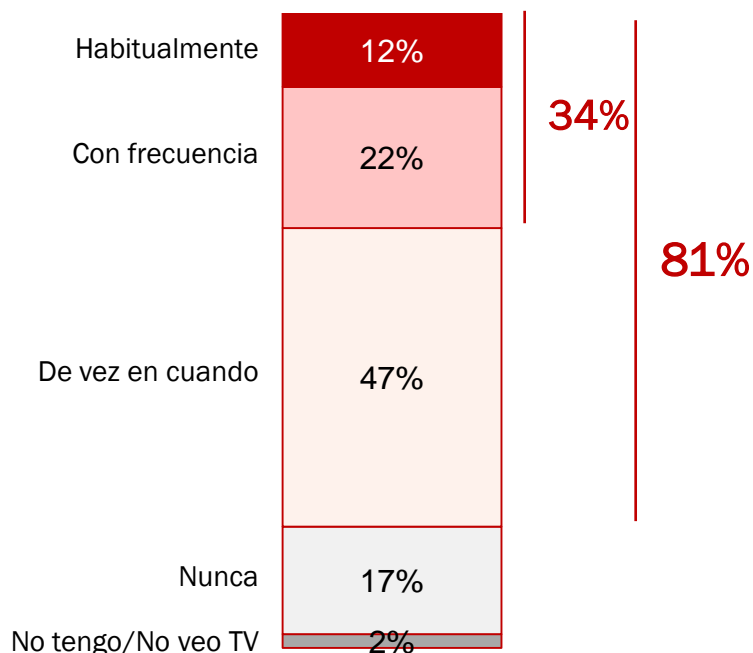
# Second screen mientras se ve TV

El móvil, como second screen, aparece de forma habitual/frecuente para un tercio de la muestra, mientras baja el uso de la Tablet.



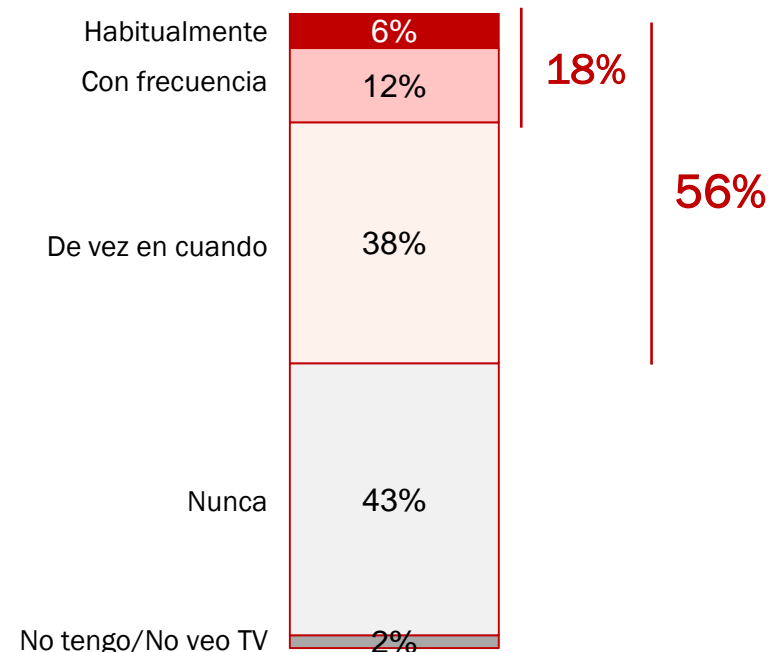
### Smartphone

Base utilizan mientras ven TV: 936



### Tablet

Base utilizan mientras ven TV: 430



- Pensado en los momentos en los que estás viendo la TV en tu casa, ¿en qué medida utilizas tu Smartphone cuando la estás viendo?

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



---

# Comunicación Mobile

---

PATROCINADO POR:



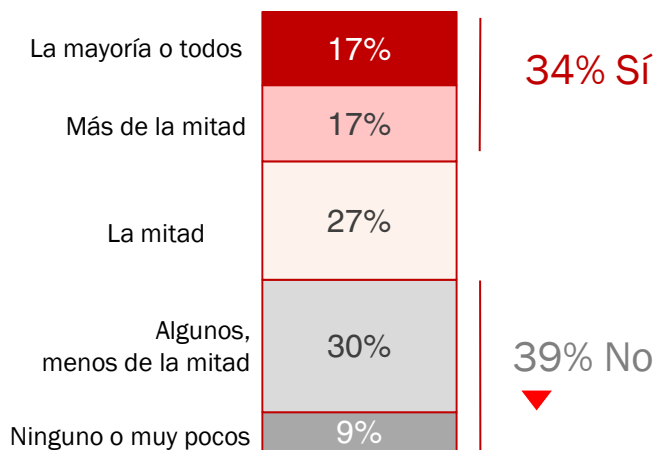
ELABORADO POR:



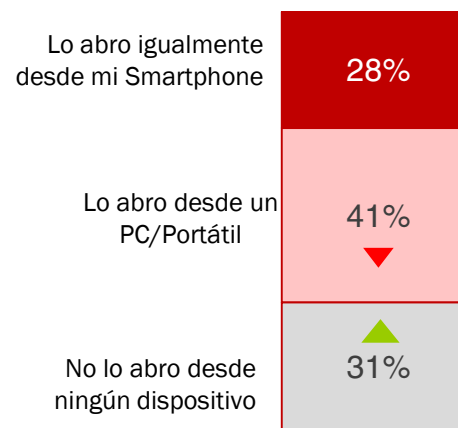
## Comunicaciones comerciales | Hábitos del uso. email

- Todavía existe un alto porcentaje de usuarios que perciben que menos de la mitad de los mails que reciben NO están adaptados.
- Aumenta la proporción de entrevistados que declara que ante un mail no adaptado al móvil no lo abre desde otro dispositivo.

### Adaptabilidad de los emails al dispositivo



### Comportamiento ante email no adaptado



- De los emails comerciales que recibes en tu Smartphone, ¿cuántos dirías que están adaptados para que se vean bien desde tu móvil?
- Cuando recibes un email comercial en tu Smartphone que no está adaptado para móvil, ¿cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a lo que haces?

Dif. significativas

Base acceden al email al menos 1 vez/ semana: 921

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



---

# Mobile en el Customer Journey

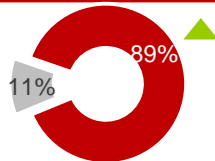
---

PATROCINADO POR:



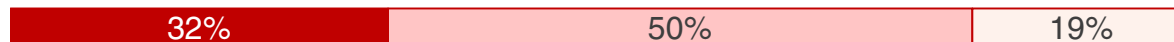
ELABORADO POR:



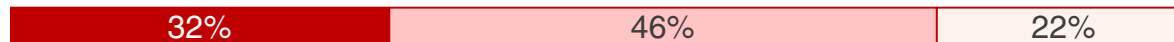


9 de cada 10 ha usado en alguna ocasión el Smartphone en el proceso de compra (especialmente entre los 16-45 años)

Buscar información sobre las **características** de lo que estoy comprando



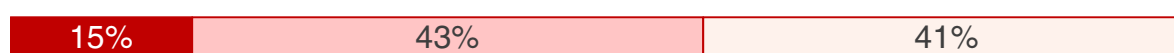
Buscar información sobre **precios** de otros productos similares



Buscar **opiniones** de otros usuarios sobre el producto



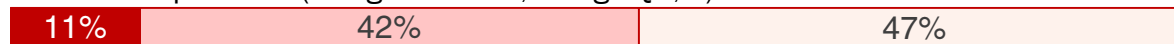
Canjear **cupones** de descuento descargados en mi Smartphone



Buscar **promociones u ofertas cercanas** a donde me encuentro



Escanear el producto (código de barra, código QR,...)



Utilizar **App con localización física** para encontrar alternativas cercanas



Hacer alguna pregunta en relación al producto en **redes sociales**



Lo hago habitualmente
  Lo he hecho en alguna ocasión
  No lo he hecho nunca

- Pensando ahora en el momento que estás decidiendo realizar una determinada compra (en la tienda, cartel publicitario, cuando te recomiendan producto, etc)/ contratar un servicio (restaurante, entrada cine o espectáculo, etc) ¿con qué frecuencia realizas estas acciones con tu Smartphone?

PATROCINADO POR:



### Lo han hecho

2016	2015
82%	81%
79%	78%
72%	72%
59%	-
58%	-
53%	53%
51%	54%
49%	50%

Estudio Anual Mobile 2016

Dif. significativas

Base 1.154

ELABORADO POR:

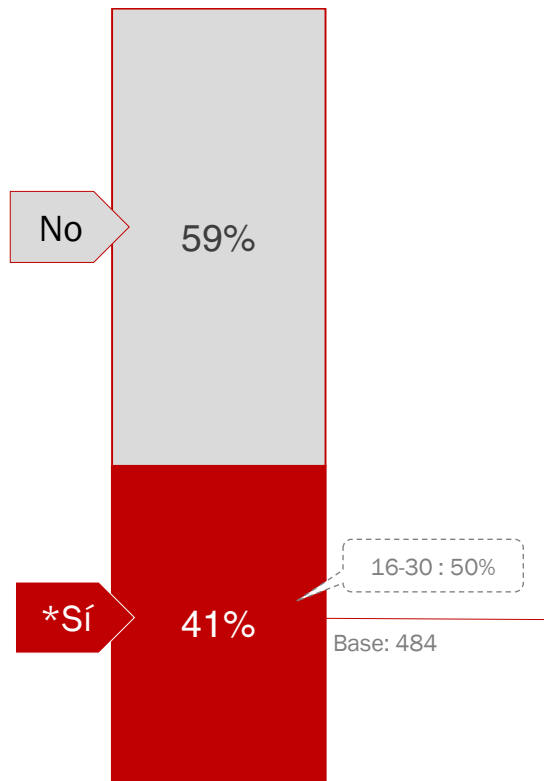


## Mobile en decisión de compra | Drivers de compra

4 de cada 10 compradores declaran haber realizado Mcommerce (más allá de comprar aplicaciones) y la explicación es facilidad/ comodidad.

¿Has realizado compras desde tu móvil alguna vez? (exc. Apps)

**4 de cada 10 ha comprado** vía Móvil, exceptuando la compra de aplicaciones



### Drivers de compra



Estudio Anual Mobile 2016

Base 1.154

\* El Tramo de 18 a 55 años: 44% penetración

- ¿Has realizado compras desde tu móvil alguna vez? ( No tengas en cuenta la compra de aplicaciones)
- Pensando en la última compra que realizaste desde tu móvil, ¿qué es lo que te llevó a realizarla?

☐ Dif. significativas

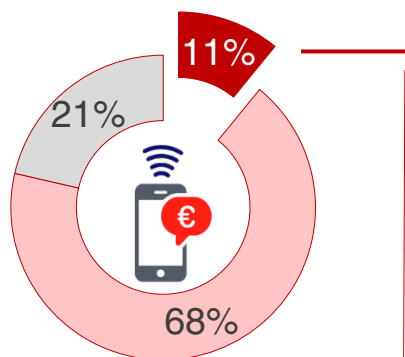
PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



Ha realizado pago con contactless con móvil



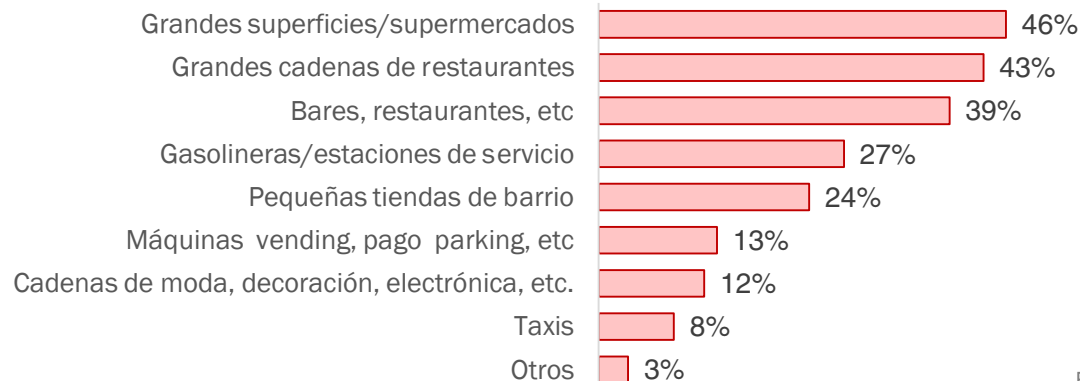
### Cuantía económica



Base: 125

- Cuando se usa Contactless con el móvil, generalmente es para pagos pequeños en grandes superficies.

### Establecimiento



Base: 125

- ¿En alguna ocasión has realizado un pago contactless con móvil?
- ¿Para qué tipo de pagos has utilizado en contactless con tu móvil?
- ¿En qué tipos de establecimientos has utilizado el pago contactless con móvil?

Base 1.154

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



---

# Mobile en el Internet de las cosas

---

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:

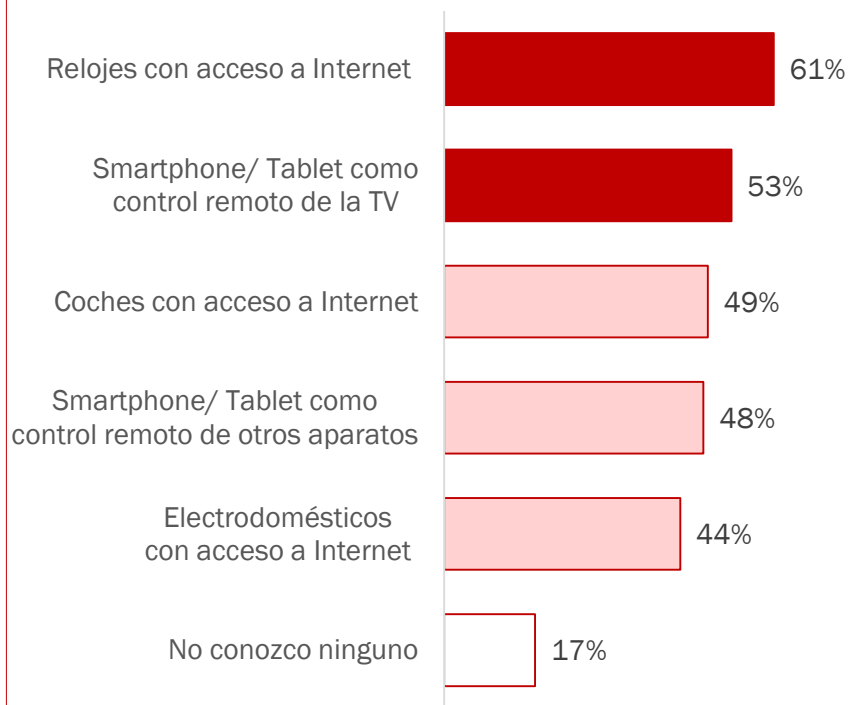




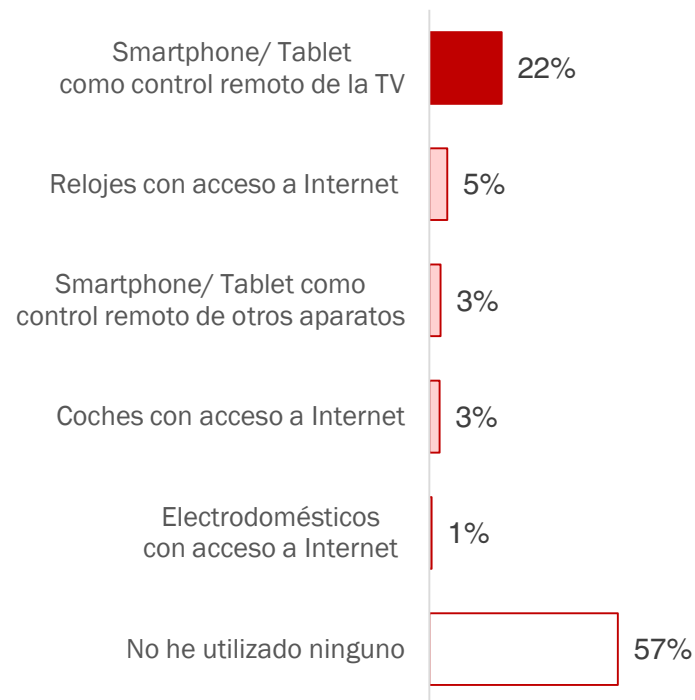
## Mobile en el Internet de las cosas

Los Smartwatch y los dispositivos móviles como control remoto son lo más conocido (con mayor conocimiento entre el target masculino), siendo éste último lo más usado.

### Conocimiento



### Uso



Estudio Anual Mobile 2016

- De las siguientes opciones que te mostramos, ¿cuáles conoces aunque sólo sea de oídas o que hayas leído sobre ello?
- Y de los que conoces, ¿has utilizado alguno? Marca todos los que hayas utilizado

Base 1.154

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



---

# Conclusiones

---

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:



# Conclusiones (versión corta)

## 1. Dimensionamiento del mercado

- **21,5 millones de individuos de 16 a 65 años usan móvil en España (94%), la mayoría de ellos: smartphone.**

## 2. Uso de Smartphone y Tablet

- **El uso del Smartphone.** Se usa 2h y 34 min al día, aproximadamente **el doble que la Tablet** (*destacando entre mujeres y más jóvenes (de 16 a 30 años)*).

## 3. Apps que utilizamos:

- **Las más destacadas:** WhatsApp y Facebook (*smartphones*), y Facebook y juegos (*tablet*).
- **Desinstalamos apps** por falta de uso (62%), no eran lo que se esperaba (46%) o porque ocupaban demasiado espacio (39%).

## 4. Second Screen con TV

- Un 34% usa el smartphone habitualmente o con frecuencia mientras mira la TV (**secondscreen**). Un 18% con la tablet.

## 5. Comunicación Mobile

- **Un tercio de los entrevistados percibe** que los mails que recibe **no son adaptados** al móvil *(y esto hace que no lo abran en otro dispositivo: 31%)*.

## 6. Mobile en el customer journey

- **9 de cada 10 entrevistados han usado** en alguna ocasión el smartphone en el proceso de compra *(destacan 16-45 años)*.
- **Un 41% ha realizado compras desde su Smartphone** *(alguna vez sin incluir compra de apps)*. Las categorías más compradas: **moda, ocio, viajes y electrónica** *(con matices por sexo)*.
- **Frenos a la compra por móvil: preferir pantalla más grande (61%) o por falta de confianza (33%)**. *(Un 58% piensa que lo hará en un futuro)*.
- **El Contactless es aún poco usado** *(para pequeños pagos (<20€) en grandes superficies)*. **Pagar a través de un App es algo más habitual** *(se usa en restaurantes, supermercados y parquímetros)*.



**Belén Acebes Arribas**

Directora de Marketing e Investigación - IAB Spain

[belen@iabspain.net](mailto:belen@iabspain.net)

**Paco Anes**

Responsable Mobile & New Media - IAB Spain

[paco@iabspain.net](mailto:paco@iabspain.net)



**Ramon Montanera Mateu**

Market Intelligence Director – Elogia

[ramon.montanera@elogia.net](mailto:ramon.montanera@elogia.net)

PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:

