



Comercio Móvil + CRM Móvil

Aceptación y uso por parte del consumidor

Mayo 2010

Contenidos

Principales Hallazgos

Metodología

CRM Móvil + Otros Servicios

Comercio Móvil

Resumen

Segmentación

EMEA

Tablas de Datos por País

Principales hallazgos

El mercado de la telefonía móvil ha evolucionado notablemente en los últimos tres años y los consumidores desean que sus teléfonos ofrezcan más posibilidades. En un mercado donde la adquisición de teléfonos inteligentes muestra un enorme crecimiento, las funciones que se espera que realice un teléfono se han multiplicado. El informe sobre el uso y la aceptación por parte del consumidor a nivel mundial, realizado por Sybase 365, analiza las tendencias de los usuarios sobre el enfoque y la utilización de servicios de telefonía móvil en 16 países distintos de todo el mundo. Los resultados de la investigación reflejan que el mercado ha cambiado respecto al estudiado en 2007. En este nuevo contexto, los consumidores muestran un interés mucho mayor por utilizar servicios de telefonía móvil.

El año 2010 se presenta como el año en que las opciones de comercio móvil alcanzan su madurez; los teléfonos móviles han dejado de ser simples dispositivos de comunicación y pasan a ser cada vez más herramientas de gestión de la vida diaria, sistemas de entretenimiento y billeteros virtuales. El mayor gasto previsto en publicidad de telefonía móvil, la fusión de los dispositivos móviles y las redes sociales y el aumento de las aplicaciones (*apps*) relacionadas han servido para alimentar el interés del consumidor por obtener más y mejores servicios de telefonía móvil.

El reto de las empresas en 2010 consistirá en adaptar sus ofertas de telefonía móvil a esta mayor demanda y en buscar nuevas formas de orientar sus servicios a segmentos específicos de su base de clientes. Se trata de una clara oportunidad para que la telefonía móvil se convierta en un canal CRM (*Customer Relationship Management*, gestión de relaciones con clientes) esencial para numerosos servicios y sectores, según señala la demanda en este informe.

70%

Están interesados en servicios móviles adicionales

55%

Pagaría por servicios móviles adicionales

48%

Usan Internet móvil todas las semanas

30%

Usan servicios de banca móvil todas la semanas

Principales hallazgos

El uso de servicios de telefonía móvil alcanza su madurez

La investigación muestra que los consumidores han comenzado a contratar en gran medida servicios adicionales de pago de telefonía móvil, por lo que ya no resulta extraño que los usuarios utilicen sus móviles para llevar a cabo tareas personales sofisticadas o para buscar información. Por otro lado, la encuesta indica que la mitad de los usuarios de teléfonos móviles utilizan sus dispositivos para acceder a Internet (48%) semanalmente, y que un 30% utiliza servicios de banca móvil.

Aumento del interés por nuevos servicios

Además de utilizar en gran medida los servicios actuales, la mayoría de usuarios se plantea ampliar sus horizontes actuales. El 70% desea disfrutar de servicios adicionales como, por ejemplo, las alertas de emergencia (46%) y la banca móvil (39%).

Los usuarios están dispuestos a pagar por los servicios de telefonía móvil

Un número notorio de usuarios está dispuesto a pagar por estos servicios adicionales; normalmente, el porcentaje de usuarios interesados en un servicio y dispuestos a pagar por él oscila entre un 20% y un 40%. El mayor número de servicios en línea de calidad disponibles y el mayor número de usuarios indican que los usuarios esperan y están dispuestos a pagar precios más altos por estos servicios.

Metodología

La investigación se realizó en 16 países y se utilizó una metodología online. En cada país, participaron un mínimo de 250 usuarios de teléfonos móviles. En total, más de 4100 usuarios de móviles completaron la encuesta. Los países en los que se realizó la encuesta fueron los siguientes: Reino Unido, España, Alemania, Italia, Francia, Sudáfrica, México, Estados Unidos, Argentina, Canadá, la India, China, Singapur, Malasia, Indonesia y Australia. Sybase 365 encargó esta investigación y Loudhouse Research, una consultoría independiente de investigaciones de mercado con sede en Reino Unido, la llevó a cabo. La investigación está relacionada con dos estudios anteriores realizados por Sybase 365 y Loudhouse: por un lado, un estudio de 2007 centrado en el interés de los consumidores por la banca móvil; por otro lado, una encuesta de 2008 dirigida a los gerentes responsables de la implementación de la banca móvil. Para ofrecer una mayor claridad, los precios incluidos en este informe se muestran en euros; durante la encuesta, se presentaron precios de venta equivalentes en la divisa local de los consumidores.

CRM Móvil + Otros Servicios

Conocimiento y uso de servicios

El estudio muestra con claridad que un número abrumador de usuarios conoce las funciones adicionales de los servicios a los que se puede acceder a través de los teléfonos móviles. La mayoría de los usuarios saben que pueden acceder a Internet o enviar correos electrónicos desde un teléfono móvil (más del 90% en ambos casos) y, además, cada vez se cuenta con un mayor conocimiento de los servicios menos dominantes: aproximadamente, las dos terceras partes de los encuestados ya conocen los servicios de banca móvil.

El uso de estos servicios, cuyo porcentaje es obviamente inferior al porcentaje del conocimiento de estos servicios, es considerable. Una quinta parte aproximadamente (22%) utiliza el teléfono para comprobar su saldo bancario de forma semanal como mínimo (fig. 1). Alrededor de la mitad de usuarios acceden a Internet (48%) utilizando sus dispositivos al menos una vez a la semana; un porcentaje similar lo utiliza para escuchar música (49%) y, algunos menos, para enviar correos electrónicos (43%).

El 28% de los usuarios recibe actualizaciones de la comunidad móvil al menos semanalmente (fig. 2), mientras que un 42% utiliza la mensajería instantánea (MI) de algún modo a través de sus teléfonos. La utilización de teléfonos móviles para obtener información sobre tráfico o deportes es mucho mayor en Asia que en Europa o América. Los servicios relacionados con CRM móvil (mCRM, Mobile CRM) se utilizan predominantemente en la región de Asia Pacífico, donde los servicios sobre cupones/ofertas especiales (28%), alertas de emergencia de sitios oficiales (20%) y programas de fidelidad (17%) son los más usados hoy en día. En la encuesta, se solicitó que se seleccionasen únicamente tres servicios; los más solicitados fueron la compra de entradas de cine/teatro (24%), las alertas de emergencia de sitios oficiales (23%) y los cupones/ofertas especiales (12%).

90%

Saben que pueden acceder a Internet o enviar mails desde sus móviles

28%

Reciben actualizaciones de redes sociales o foros todas las semanas

3 Servicios

Que tienen más valor por parte de los usuarios son: compra de entradas, alertas de emergencia y recepción de cupones y alertas

CRM Móvil + Otros Servicios

Servicios de Administración Local

En general, entre un 20% y un 30% de los encuestados se mostraron interesados en recibir servicios de información del gobierno local a través de sus teléfonos móviles. A diferencia de numerosos apartados de esta encuesta, la región de Asia Pacífico no mostró un especial interés en este caso, sino que fue la región de EMEA la que mostró un mayor interés en los servicios de todas las categorías. Los mensajes Push sobre servicios de trabajos locales (69%), biblioteca (66%) y reciclaje (65%) fueron los tres servicios más valorados en general. También se observó un especial interés en que estos servicios fuesen bidireccionales, lo que permite a los usuarios interactuar con su gobierno local. El servicio más utilizado para enviar mensajes fue la recogida de residuos (51%).

Conocimiento y uso de Servicios Móviles

¿Cuáles de los siguientes servicios usas todas las semanas?

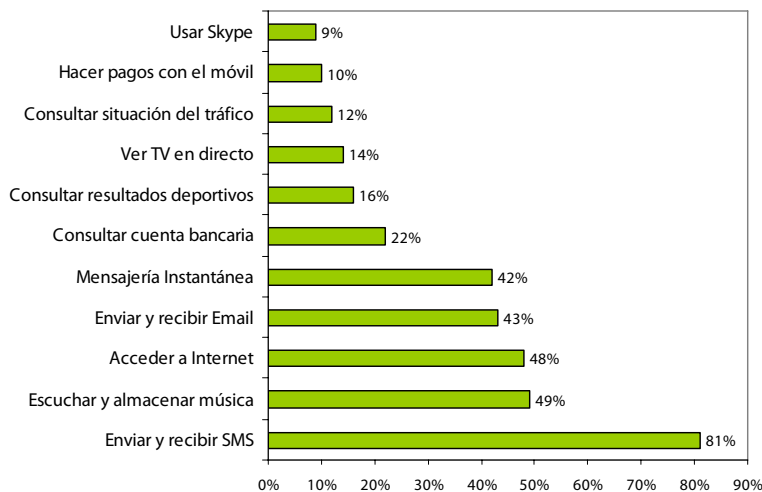


Figura 1

¿Cuáles de los siguientes servicios móviles usas todas las semanas?



Figura 2

Precio de los Servicios Móviles

Tendencia de las compras

Un porcentaje significativo de los encuestados indicó una clara disposición a adquirir servicios de telefonía móvil. El mayor conocimiento e interés por estos servicios ha derivado en un mayor número de usuarios que estén dispuestos a pagar por ellos. Los datos indican que más de la mitad de la muestra (55%) adquirirá al menos uno de los servicios planteados, y entre un 20% y un 40% de los interesados en un determinado servicio afirman que estarían dispuestos a pagar por ellos. En la encuesta, se preguntó a los usuarios de teléfonos móviles por el valor de los servicios disponibles actualmente. Los valores más altos (fig. 3) se atribuyeron a la información relacionada con valores y acciones y con la banca móvil, dos actividades eminentemente financieras.

También fue muy valorada la información sobre partidos políticos o grupos de interés, aunque un porcentaje muy pequeño del mundo de la telefonía móvil (1%, fig. 4) estaría dispuesto a pagar por estos servicios. En el otro extremo del espectro de valores, los servicios relacionados con los programas de fidelidad y con las ofertas y cupones se ven como servicios de poco valor intrínseco, incluso para los usuarios dispuestos a pagar por ellos; como se trata de elementos por lo general gratuitos, es posible que resulte complicado lograr que los consumidores paguen por estos servicios.

A pesar de ello, el número de usuarios que se plantearía pagar por los servicios de ofertas y cupones es alto (11%). Cuando se preguntó a los encuestados sobre su posible servicio favorito, los usuarios tendieron a responder que invertirían antes en un servicio de 3,45 € (41%) que en uno de 1,15 € (30%), lo que refleja que la relación entre el coste del servicio y la suscripción es compleja. Aunque uno trata de encontrar la mejor ganga (normalmente a un precio bajo), cuando se trata de los servicios de telefonía móvil, los usuarios relacionan de forma clara los servicios de calidad y la inversión requerida.

55%

Compraría por lo menos un servicio móvil que le interesara

11%

Estarían dispuestos a pagar por recibir cupones y ofertas en su móvil

Precio de los Servicios Móviles

¿Por qué servicio móvil estaría dispuesto a pagar?

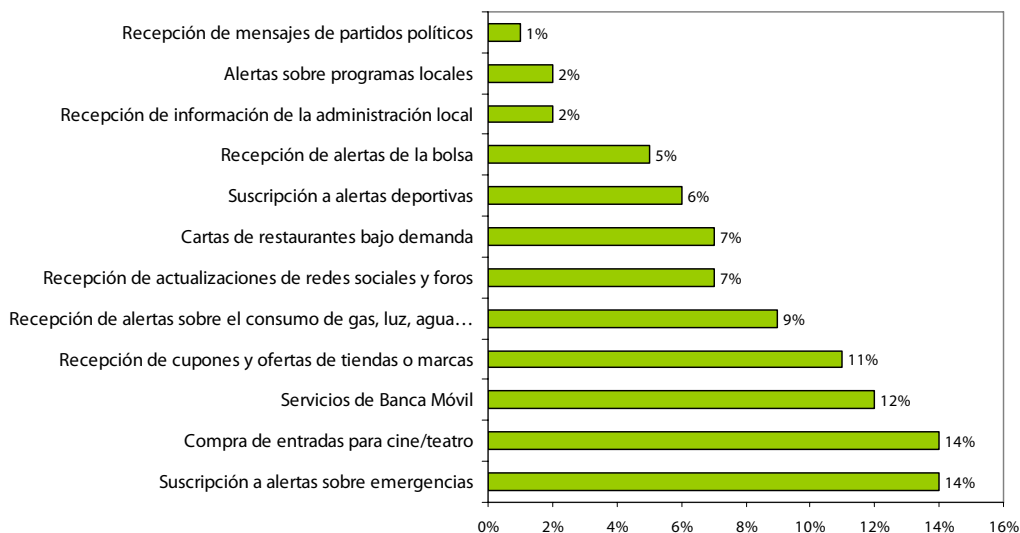


Figura 4

¿Cuánto pagarías al mes por los siguientes servicios (entre 1-5 Euros)



Figura 3

Comercio Móvil

Banca móvil

En el informe sobre banca móvil realizado en 2008 por Sybase 365, se preguntó a los gerentes del sector financiero, responsables en ofrecer banca móvil o por Internet, qué porcentaje de consumidores esperaban que utilizaran la banca móvil en 2010. En esos momentos, solo un 6% de usuarios utilizaba la banca móvil, pero estos individuos se mostraron prudentemente optimistas y estimaron que la penetración en el mercado ascendería al 16% en 2010. Tal y como refleja nuestra investigación de 2010, la demanda ha superado las expectativas y un 30% de los usuarios afirma que actualmente utiliza servicios de banca a través de su dispositivo móvil, mientras que un 24% accede a la banca móvil de forma semanal como mínimo. También se observa que la banca móvil crece en términos de adopción, donde el doble de europeos utiliza la banca móvil en comparación con 18 meses antes. Además, en la encuesta se indica que se comienzan a utilizar determinados servicios (fig. 5):

- Durante los últimos tres meses, el 88% de los usuarios de banca móvil comprobó su saldo a través del teléfono móvil (el 33% utilizó este servicio únicamente para comprobar su saldo).
- El 56% realizó el pago de una factura o el pago con tarjeta.
- El 54% recibió información sobre transacciones.

Respecto a los servicios que se considerarían de mayor valor para los usuarios de teléfonos móviles (fig. 6), la seguridad y la comodidad son las opciones más deseadas, así como un cambio hacia la aparición de un mayor número de servicios orientados a las transacciones:

- El 75% desearía recibir informes de conductas que pudieran resultar fraudulentas (por ejemplo si hacen un cargo a tu cuenta que no has autorizado)
- El 69% está interesado en consultas de saldo.
- El 65% desearía bloquear tarjetas.
- El 59% está interesado en realizar transacciones y pagar facturas o tarjetas desde el teléfono móvil.

88%

De los usuarios de banca móvil consultan sus cuentas a través de su dispositivo móvil

24%

Acceden a servicios de banca móvil todas las semanas

Uso e interés por la Banca Móvil

¿Cuál de los siguientes servicios de Banca Móvil has usado en los últimos tres meses?

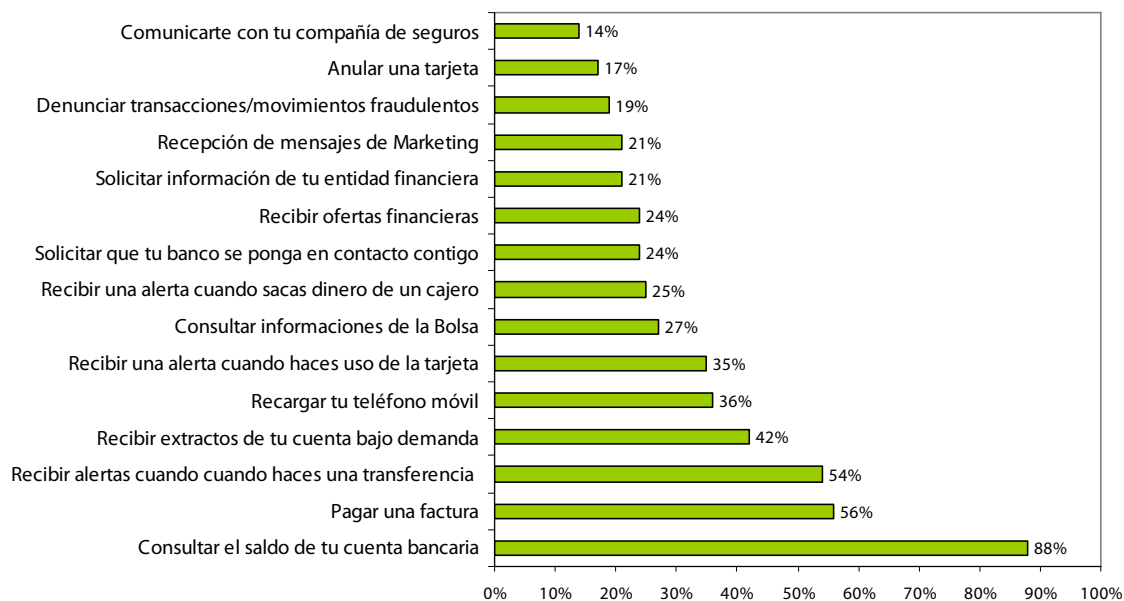


Figura 5

¿Cuál de los siguientes servicios móviles te interesan?

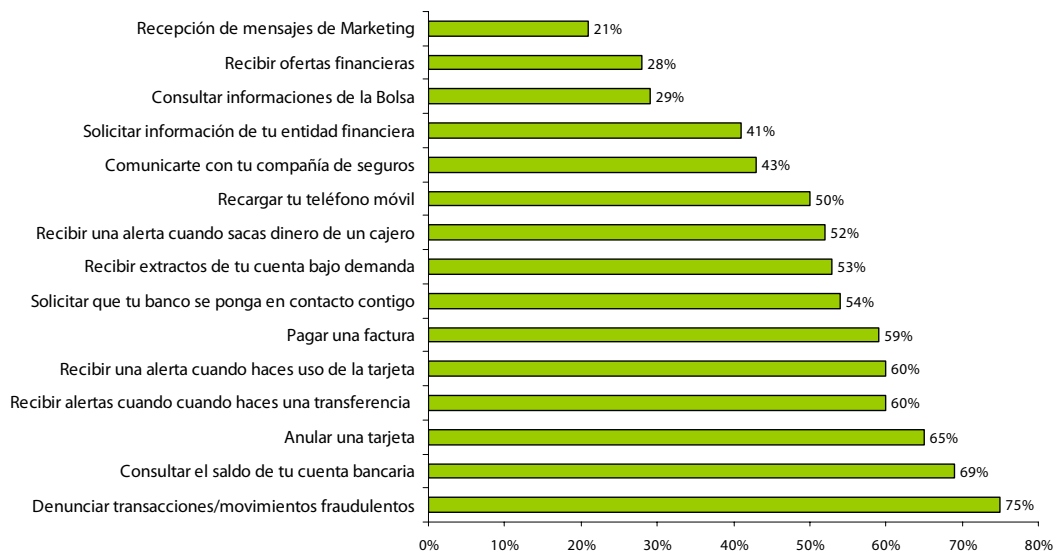


Figura 6

Uso e interés por los Pagos Móviles

La utilización del teléfono móvil para pagar productos y servicios resulta de interés a una tercera parte de los encuestados. El interés fue mayor en la región de Asia Pacífico, donde un 77% de los encuestados paga las entradas o está interesado en hacerlo a través del teléfono móvil. También se mostró una clara disposición a pagar por estos prácticos servicios. Los pagos por servicios de entretenimiento y la recepción de alertas sobre consumo de agua, gas, electricidad... fueron los más valorados.

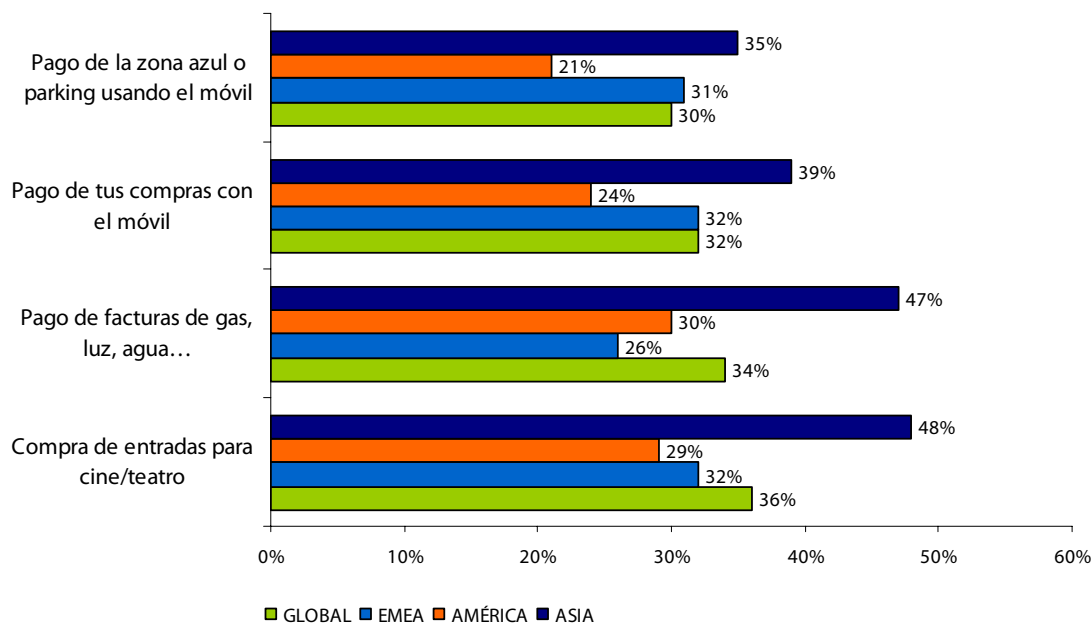
Una vez más, la región de Asia Pacífico se sitúa en primer lugar a la hora de aceptar cargos derivados de los servicios, donde un 40% está dispuesto a pagar por las prestaciones recibidas a través del teléfono móvil. Los sudafricanos están más dispuestos a pagar por los servicios que los europeos, donde un 55% está dispuesto a pagar por realizar compras (en comparación con el 27% de los europeos). Los sudafricanos también se muestran más interesados en pagar facturas (62% - 25%) y entradas (46% - 28%) que los europeos. De igual modo, los sudafricanos están dispuestos a pagar por los parquímetros.

77%

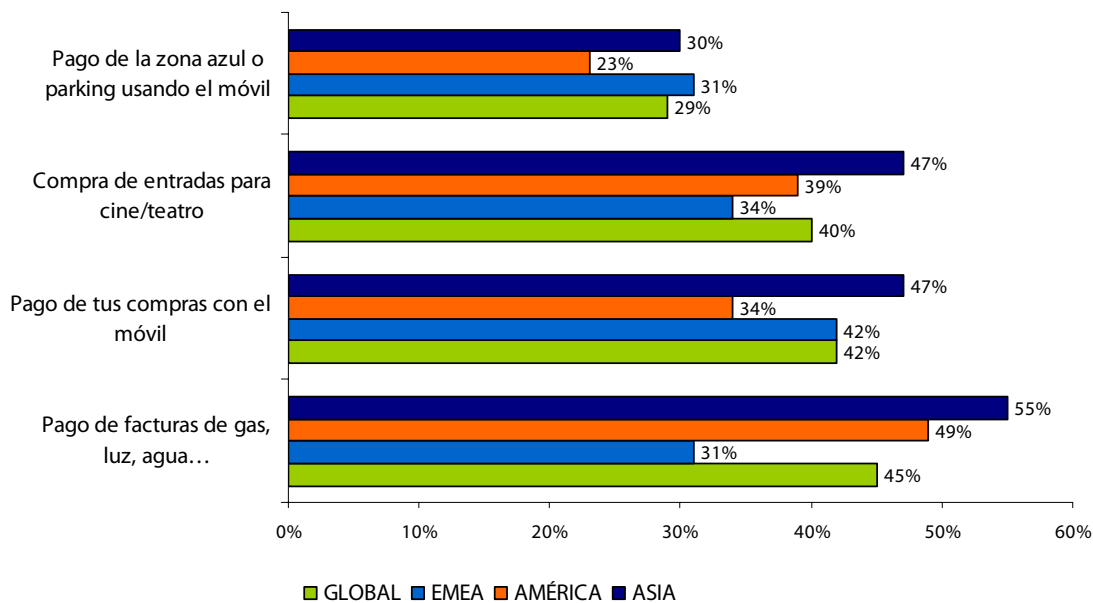
De los encuestados pagarían por entradas o estarían interesados en hacerlo en Asia

Uso e interés por los Pagos Móviles

Indica si estás interesado por los siguientes servicios móviles



Indica por qué servicio estaría dispuesto a pagar



Envío de dinero a través del móvil

Aunque un 27% de los encuestados envía dinero al extranjero, se observa una gran diferencia entre los países. Por ejemplo, el 39% de los indios estaría dispuesto a realizar esta operación, lo que contrasta con el 9% de los británicos. Cuando se preguntó sobre las tasas por transacción, la media alcanza los 4,76 € entre los que están dispuestos a pagar.

Se observó una gran diferencia en la cantidad de dinero que los encuestados estarían dispuestos a enviar a través de sus teléfonos móviles. Una media de envío máximo de 280 €, donde un 3% estaría dispuesto a enviar más de 575 € y un 1% más de 1150 €. El promedio alto se deriva de las personas que residen fuera de su lugar de trabajo; la media supera escasamente los 20 €.

27%

De los entrevistados enviarían dinero al extranjero desde su móvil

20 Euros

Es la media de dinero que se enviaría a través del teléfono móvil

3%

Están preparados para enviar más de 600 Euros

Resumen

Los dos o tres últimos años se caracterizan por haberse producido cambios sin precedentes en la sofisticación de los dispositivos móviles y de las aplicaciones relacionadas. El interés del consumidor por utilizar nuevos y mejores servicios que le entretengan, le ofrezcan más posibilidades y le faciliten la vida no ha disminuido lo más mínimo, algo que se refleja en la adquisición de servicios de telefonía móvil de pago durante los últimos años.

Para un porcentaje considerable de consumidores, la disponibilidad de determinados servicios adicionales a través del teléfono móvil se ha convertido en una parte esencial del uso de móviles, y muchos de estos consumidores están dispuestos a pagar por el valor añadido que proporcionan dichos servicios.

El interés asiático por disfrutar de nuevos servicios es superior al del resto de regiones. Se observa que un 20% más de los individuos encuestados asiáticos están interesados en servicios adicionales en comparación con la media mundial; por otro lado, un 30% más de asiáticos, en comparación con los europeos encuestados, están interesados en las actualizaciones de la comunidad móvil (50% frente al 18%) y de banca móvil (54% frente al 26%).

20%

De los encuestados en Asia están interesados en servicios adicionales por encima de la media

30%

De encuestados asiáticos están más interesados en recibir actualizaciones de redes sociales

Resumen

La mayoría de los usuarios de teléfonos móviles de todo el mundo están dispuestos a pagar por los servicios adicionales siempre que se proporcione un servicio adecuado a un justo precio. Los servicios financieros, como la banca móvil y la información sobre valores y acciones, son los más valorados. En cuanto a los servicios que se consideran valiosos, los usuarios pagarán por los productos de calidad.

El valor intrínseco no siempre se traduce en una disposición a pagar, lo que revela el reto al que se enfrentan los proveedores de telefonía móvil a medida que los servicios comienzan a madurar. La capacidad de adelantarse a las necesidades de los consumidores y de dirigirse a estos de forma adecuada es algo que se le sigue escapando a numerosas empresas que estudian la provisión de servicios de telefonía móvil por primera vez.

Los consumidores muestran una mayor sofisticación respecto al uso de sus teléfonos móviles, cuentan con un mayor conocimiento y exigen más prestaciones que nunca de sus servicios; por ejemplo, los servicios orientados a las transacciones cobran cada vez más importancia. La gestión de relaciones con clientes (CRM) se ha estudiado y aplicado al entorno de la telefonía móvil y se han obtenido diversos niveles de éxito. Conocer y satisfacer las necesidades de los clientes de forma eficaz es crucial para las empresas que deseen sacar provecho de las oportunidades actuales relacionadas con los servicios de telefonía móvil. No obstante, a medida que el interés por recibir servicios aumenta, el dinero arriesgado es mucho mayor si las necesidades de los clientes no se conocen o no se abordan correctamente.

Segmentación

Los apartados que se muestran a continuación se generaron mediante un análisis de grupos de los datos del informe sobre el uso y el conocimiento por parte del consumidor a nivel mundial realizado por Sybase 365. Nota: cada arquetipo únicamente representa al miembro más probable estadísticamente de cualquier segmento. Todos los segmentos se han generado utilizando todas las nacionalidades, edades y ambos sexos.

El entusiasta

El arquetipo "entusiasta" es un hombre chino que ronda los 25 años. Utiliza el teléfono móvil como una herramienta de gestión de su vida: banca, pagos de facturas, búsqueda de información y organización de la vida social, a la que dedica gran parte de su tiempo. Utiliza el teléfono de forma práctica y está menos interesado en futuras evoluciones; por contra, se interesa por los equipamientos actuales disponibles. Los entusiastas suponen un 26% del total de usuarios de teléfonos móviles encuestados. Si al entusiasta se le ofrece un producto de interés, existe un 70% de posibilidades de que considere su adquisición. Entre los principales productos de este segmento, se encuentran las herramientas empresariales y sociales de hoy en día (por ejemplo, guías de restaurantes, información sobre redes sociales y soporte de banca).

El informático

El arquetipo "informático" es un hombre indonesio que ronda los 30 años. Se trata de una persona pionera en el campo técnico y suele estar a la última en lo que aplicaciones más novedosas se refiere. Su dispositivo ideal sería un ordenador. Trata de tener a mano todas las funcionalidades que le ofrece su ordenador. Los informáticos suponen un 23% de la población que utiliza teléfonos móviles. Si el producto ofertado es de interés, es probable que un 45% de la población baraje su adquisición. Los principales productos para los informáticos son los servicios de próxima generación y las herramientas financieras de calidad superior.



Segmentación

El individuo social

El arquetipo "individuo social" es un hombre italiano que ronda los 35 años. Utiliza su teléfono para trabajar con rapidez y para realizar diversas conexiones, por lo que cualquier dispositivo/aplicación que le permita lograr estos fines es más que bienvenido. También desea recopilar abundante información sobre diversos estilos de vida que le ayuden a disfrutar de su vida todavía más. Los individuos sociales suponen un 19% de todos los usuarios. Si se ofrece el producto adecuado, un 30% de este segmento se planteará la opción de adquirirlo. Entre los principales productos de los individuos sociales, se encuentra la información relacionada con cupones, ofertas y redes sociales.

El sofisticado

Normalmente, se trataría de una mujer francesa que ronda los 40 años. Los "sofisticados" utilizan Internet para realizar cualquier actividad y cuentan con una gran habilidad técnica. El sofisticado utiliza el teléfono para estar al día en sus finanzas, desde las rutinarias (comprobación de saldo) hasta la comprobación de sus inversiones. No está interesado en conectarse a las redes a través de su dispositivo ya que lo considera un organizador de calidad superior. Los sofisticados suponen un 13% de todos los usuarios. Si se ofrece el producto adecuado, existe un 25% de posibilidades de que un sofisticado considere su compra. Entre los productos adecuados para este grupo, se encuentra la información sobre valores y acciones, cupones de calidad superior y banca.



Entusiastas siguen muy de cerca las tecnologías por razones de conveniencia social y están dispuestos a pagar por la misma. Están agusto con los servicios de banca móvil



Tecnológicos siguen y valoran mucho las tecnologías. Proactivos hacia los productos de próxima generación



Sociales usan la tecnología para obtener información social y sobre estilos de vida



Sofisticados les gusta hacer compras por Internet y tener un conocimiento de lo último en tecnología



Los Buscadores seguidores de asuntos políticos y gubernamentales, pero no pagarían por ellos



El Ermitaño únicamente usa el móvil para hacer llamadas y nada más

Segmentación

El investigador

El "investigador" podría ser una mujer alemana de 40 años. Es probable que utilice su teléfono como herramienta de búsqueda de información, como una alternativa a la biblioteca. Está centrado en las actividades de la comunidad y está muy interesado en todos los datos de importancia a nivel local. Los investigadores suponen un 17% de la población que utiliza teléfonos móviles. Si se ofrece el producto adecuado, existe un 5% de posibilidades de que un investigador baraje su adquisición. Entre los servicios que más le interesan a un investigador, se encuentra la información del gobierno local y las alertas de emergencia.

El ermitaño

El "ermitaño" es el segmento más antiguo y más representativo del mundo occidental. Podría tratarse de una mujer estadounidense con unos 40 o 50 años. Únicamente utiliza el dispositivo como teléfono ya que no muestra ningún interés por otros servicios, ni en pagar por ellos. Los ermitaños solo suponen un 2% de la población encuestada. No están interesados en ningún producto.

EMEA

Descripción general de las regiones

Los usuarios de móviles de la región de EMEA (Europa, Oriente Medio y África), todavía un paso por detrás de los usuarios de la región de Asia Pacífico, muestran un enorme vínculo hacia sus teléfonos móviles y utilizan funciones avanzadas a nivel tecnológico. Dos quintas partes (40%) acceden a Internet a través de sus teléfonos móviles semanalmente y prácticamente el mismo número envía y recibe correos electrónicos desde su teléfono.

Además de observarse altos índices en la adopción tecnológica, los usuarios de EMEA también muestran un gran interés por los nuevos servicios. Más de la mitad de los encuestados expresaron su interés en al menos uno de los servicios mencionados, donde un 38% se interesó por las actualizaciones de emergencia (tráfico y tiempo), y un 29%, por los cupones y las ofertas especiales.

Un porcentaje muy alto de los encuestados pagaría por estos servicios, donde al menos una tercera parte está dispuesta a pagar por cada uno de los servicios. El mayor valor de estos servicios está demostrado por el hecho de que un 35% de los usuarios de EMEA pagaría 3,45 € por su servicio favorito, y solo un 22% pagaría 1,15 €.

40%

Acceden a Internet desde sus dispositivos móviles

29%

Están interesados en la recepción de cupones y ofertas en sus móviles

CRM Móvil + Otros Servicios

EMEA: conocimiento y uso de servicios

La región de EMEA muestra de forma constante un considerable uso de los servicios de telefonía móvil, a menudo superiores a los de otras regiones del mundo. Por ejemplo, en las áreas relacionadas con la televisión en directo (64% - 61%), la comprobación de tráfico (58% - 53%) y el acceso a Skype desde un teléfono móvil (39% - 35%), EMEA lidera la clasificación en lo que respecta al conocimiento de estos servicios. En el resto de áreas, el conocimiento de estos servicios se encuentra al mismo nivel que en el resto de regiones. Nueve de cada diez (92%) usuarios de móviles de EMEA saben que pueden acceder a Internet; por otro lado, un 84% sabe que puede jugar y almacenar música. Mientras que el uso en la región de EMEA es notablemente inferior al uso en el resto de regiones, se observa una gran utilización de determinados servicios principales: un 41% ha accedido a Internet, un 34% ha utilizado la mensajería instantánea, y un 40% ha jugado y almacenado música (fig. 1).

Además, en sus vidas diarias, los usuarios de EMEA buscan abundante información práctica utilizando sus teléfonos móviles. Más de una quinta parte (21%) ha comprobado su saldo bancario la última semana, mientras que un 11% ha comprobado un informe de tráfico, y un 9% ha realizado alguna adquisición utilizando su teléfono móvil (fig. 2). Entre los datos que reflejan el crecimiento de los servicios de telefonía móvil, se observa que una quinta parte de los usuarios de teléfonos móviles de EMEA (21%) utilizan sus teléfonos móviles para realizar operaciones bancarias, más del doble en comparación con la cifra registrada 18 meses antes.

92%

De los usuarios son conscientes de que pueden acceder a Internet en

84%

De los usuarios son conscientes de que pueden escuchar y almacenar música

EMEA: Conocimiento y uso de Servicios Móviles

¿Cuáles de los siguientes servicios usas todas las semanas?

	Global	EMEA	ESPAÑA
Enviar y recibir SMS	81%	79%	90%
Escuchar y almacenar música	49%	40%	56%
Acceder a Internet	48%	41%	39%
Enviar y recibir Email	43%	38%	33%
Mensajería Instantánea	42%	34%	32%
Consultar cuenta bancaria	22%	21%	15%
Consultar resultados deportivos	16%	15%	13%
Ver TV en directo	14%	11%	10%
Consultar situación del tráfico	12%	11%	9%
Hacer pagos con el móvil	10%	9%	10%
Usar Skype	9%	8%	7%

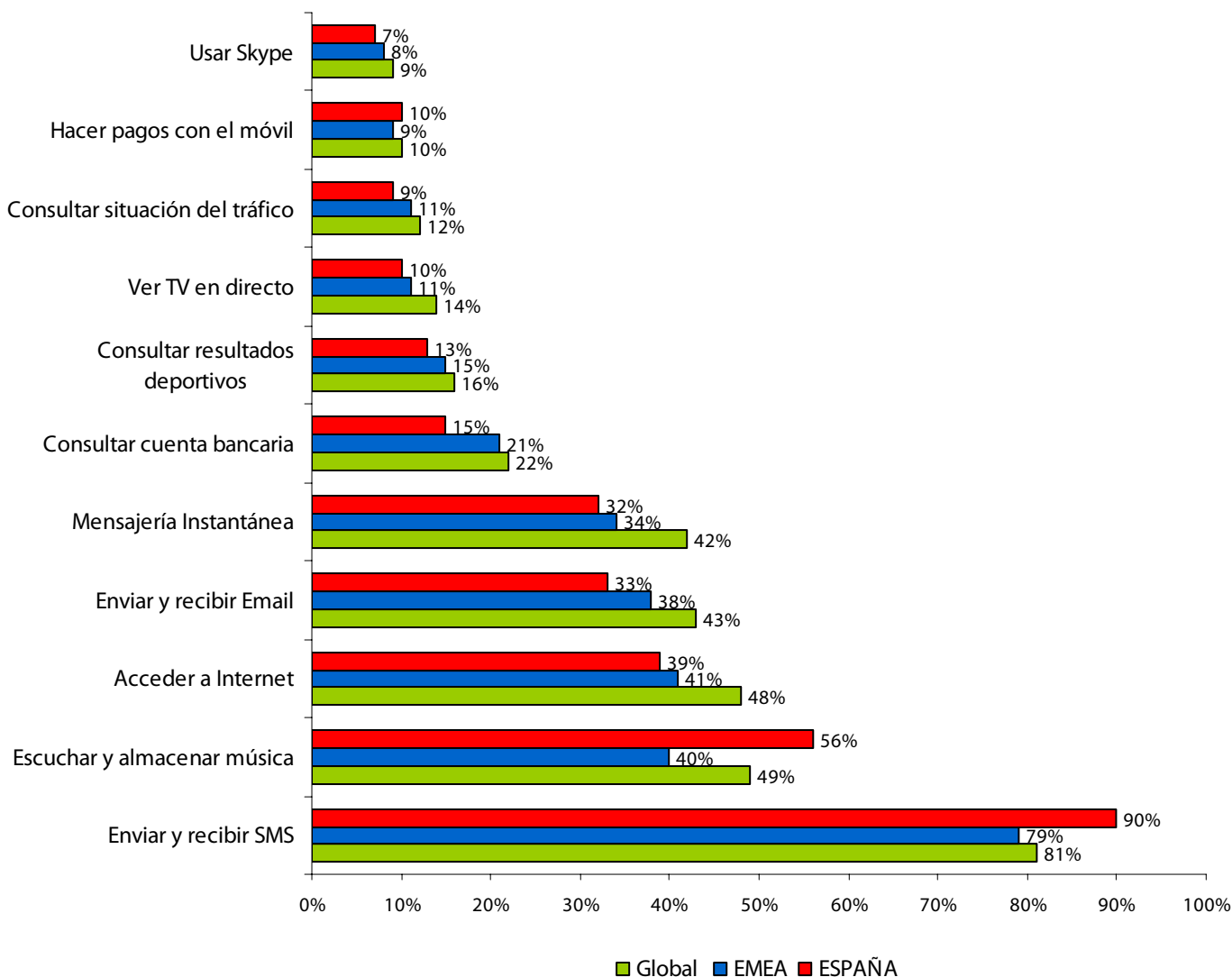
¿Cuáles de los siguientes servicios usas todas las semanas?

	Global	EMEA	ESPAÑA
Acceso a Comunidades Móviles, redes sociales (Facebook..)	28%	20%	21%
Servicios de Banca Móvil	24%	21%	18%
Suscripción a alertas deportivas	19%	16%	17%
Recepción de cupones y ofertas de tiendas o marcas	17%	11%	15%
Suscripción a alertas sobre emergencias	16%	13%	11%
Recepción de alertas de la bolsa	16%	9%	9%
Recepción de actualizaciones sobre clubs fidelidad	12%	11%	9%
Compra de entradas para cine/teatro	11%	10%	12%
Cartas de restaurantes bajo demanda	10%	8%	10%
Recepción de información de la Administración	10%	7%	8%
Recepción de alertas sobre el consumo de gas, luz, agua...	9%	7%	11%
Recepción de mensajes de partidos políticos	8%	7%	7%

EMEA: Conocimiento y uso de Servicios Móviles

¿Cuáles de los siguientes servicios usas todas las semanas?

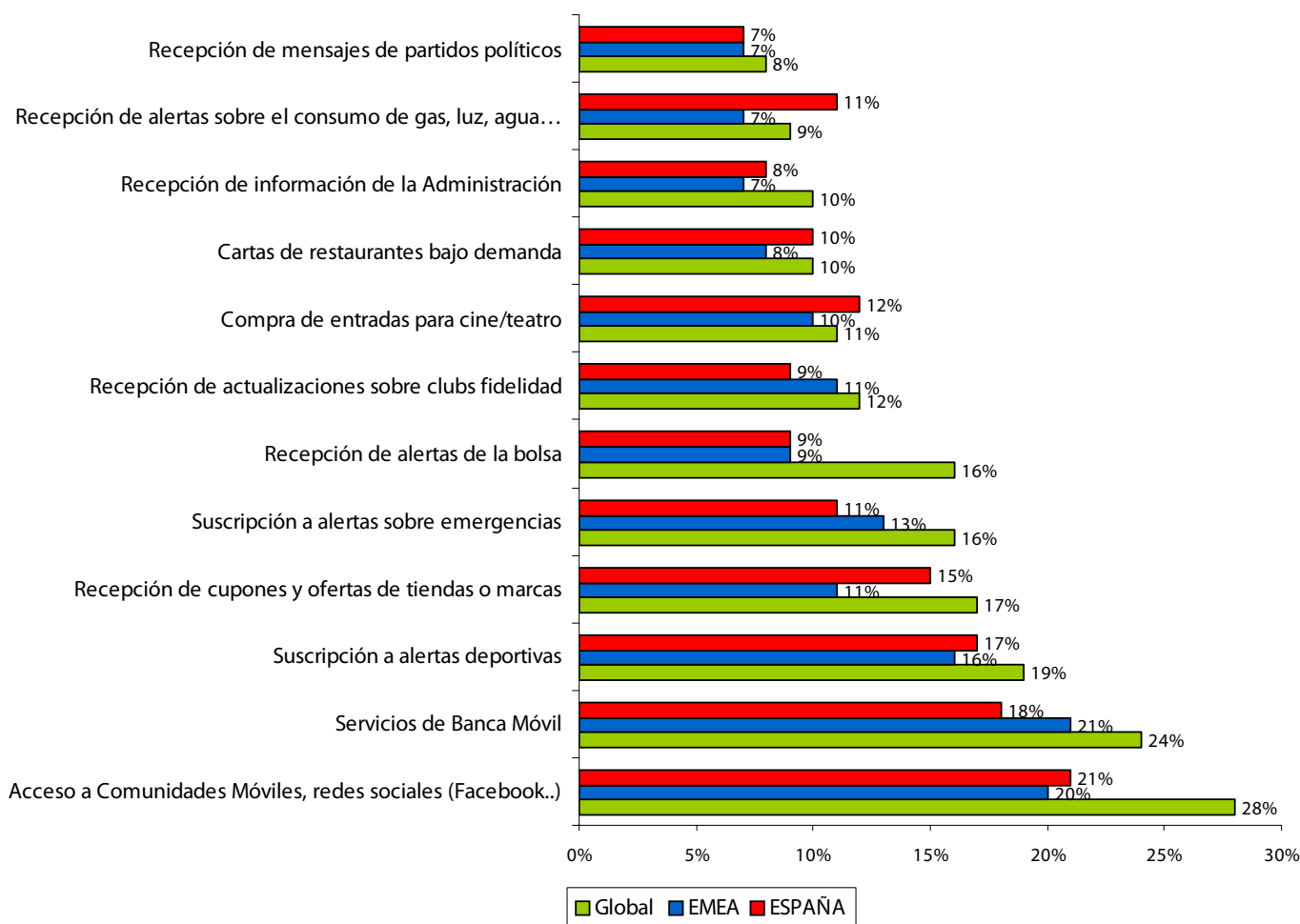
Figura 1



EMEA: Conocimiento y uso de Servicios Móviles

¿Cuáles de los siguientes servicios usas todas las semanas?

Figura 2



EMEA: Precio de los Servicios Móviles

Tendencia de las compras: un porcentaje significativo de usuarios de EMEA indicó una clara disposición a adquirir servicios de telefonía móvil. El 50% de los usuarios de la región adquiriría al menos uno de los servicios planteados, mientras que entre un 15% y un 35% de los interesados en un determinado servicio afirman que estarían dispuestos a pagar por este. Sin embargo, estos porcentajes se encuentran algo por debajo de los del resto del mundo. La posibilidad de adquirir productos suele ser un 15% superior en la región de Asia Pacífico y un 10% superior en América.

En la encuesta, se preguntó a los usuarios por los servicios que estarían interesados en adquirir. Los servicios con los niveles más altos de interés son las entradas de cine y de teatro, así como las actualizaciones de emergencia; un 11% y un 10% respectivamente afirman que estarían dispuestos a pagar mensualmente por estos servicios. La posibilidad de adquirir entradas de cine presenta un valor notablemente mayor que las actualizaciones de emergencia (más de 3,45 € en comparación con el 1,74 € por mes). No obstante, el servicio con mayor valor es el relacionado con la información sobre valores y acciones, donde se rondan los 5,06 €.

Los encuestados de Sudáfrica son los más dispuestos a pagar por estos servicios, mientras que los europeos (especialmente los de Reino Unido y Alemania) no muestran esta actitud en absoluto. El reto de las empresas que deseen proporcionar servicios adicionales de telefonía móvil en la región de EMEA consistirá en acercarse de forma eficaz a los consumidores de los países cuyo uso de Internet está más desarrollado, donde el concepto de «gratis» ha sido habitual durante años, para que acepten el valor de los servicios que se ofrecen a través del teléfono móvil. De igual modo, los servicios de próxima generación no se muestran tan atractivos como en otras regiones. No obstante, estos servicios atraen a un gran número de encuestados de la región de EMEA, donde un 41% se interesa por la mensajería instantánea entre teléfonos móviles y ordenadores, y un 35% se interesa por las llamadas de móviles a través de webcam.

50%

Pagarían por lo menos por un servicio móvil (por debajo de la media mundial: 55%)

EMEA: Precio de los Servicios Móviles

¿Por qué servicio estaría dispuesto a pagar?

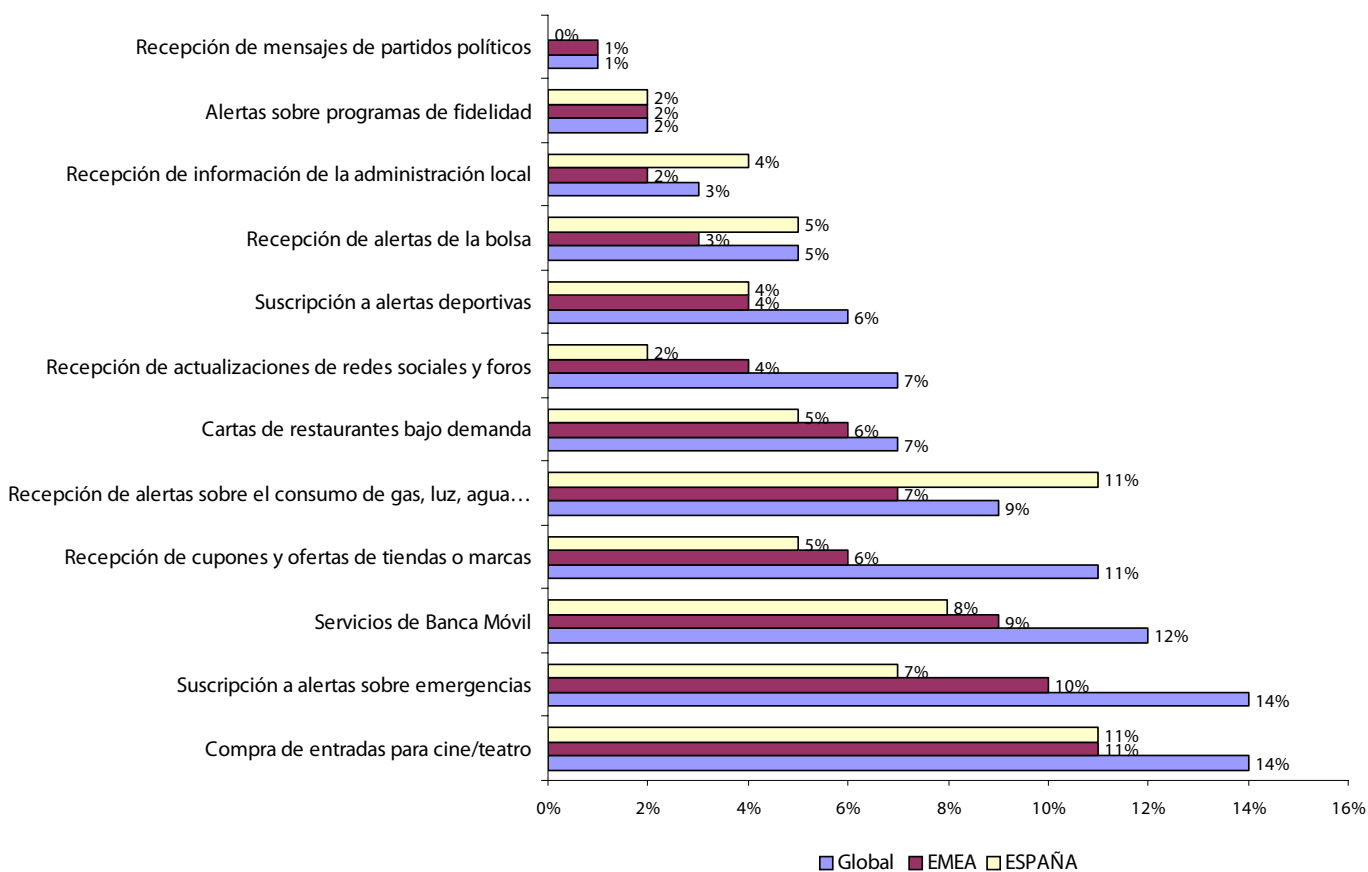
	Global	EMEA	ESPAÑA
Compra de entradas para cine/teatro	14%	11%	11%
Suscripción a alertas sobre emergencias	14%	10%	7%
Servicios de Banca Móvil	12%	9%	8%
Recepción de cupones y ofertas de tiendas o marcas	11%	6%	5%
Recepción de alertas sobre el consumo de gas, luz, agua...	9%	7%	11%
Cartas de restaurantes bajo demanda	7%	6%	5%
Recepción de actualizaciones de redes sociales y foros	7%	4%	2%
Suscripción a alertas deportivas	6%	4%	4%
Recepción de alertas de la bolsa	5%	3%	5%
Recepción de información de la administración local	3%	2%	4%
Alertas sobre programas de fidelidad	2%	2%	2%
Recepción de mensajes de partidos políticos	1%	1%	0%

¿Estaría interesado en recibir/enviar SMS de la Administración local sobre los siguientes asuntos?

Recibir Mensajes	Global	EMEA
Información sobre obras locales (cortes tráfico...)	69%	75%
Información sobre Bibliotecas	66%	71%
Servicios de reciclaje	65%	73%
Encuentros Públicos	63%	69%
Denegar cobros	60%	68%
Enviar mensajes	Global	EMEA
Denegar cobros	51%	52%
Información sobre obras locales (cortes tráfico...)	48%	49%
Información sobre Bibliotecas	47%	46%
Servicios de reciclaje	45%	43%
Encuentros Públicos	40%	38%

EMEA: Precio de los Servicios Móviles

¿Por qué servicio estaría dispuesto a pagar?



EMEA: Comercio Móvil

Más de una quinta parte de los usuarios de EMEA utiliza los servicios de banca móvil desde el teléfono móvil. La actividad que se realiza con mayor frecuencia es la comprobación de saldo, realizada por un 81% de los usuarios de banca móvil de la región (fig. 1). Para muchos usuarios (35%), se trata del único servicio que utilizan. La siguiente actividad más habitual es obtener extractos bajo petición (51%): se trata de la actividad bancaria más frecuente realizada en la región de EMEA respecto a otras regiones.

Los servicios en los que están más interesados los usuarios de EMEA son los que afianzan su seguridad de banca. En lo alto de la lista de servicios deseados se encuentra la posibilidad de bloquear una tarjeta (67% de interés) y generar informes automáticos sobre conductas que puedan resultar fraudulentas (72%). Los usuarios de la región de EMEA se muestran mucho menos interesados en recibir informaciones de marketing o sobre productos que el resto de usuarios de otras regiones, donde solo un 13% se encuentra interesado en los mensajes de marketing, y un 17%, en las ofertas financieras.

20%

De los usuarios de móviles ya están realizando servicios de banca móvil

13%

Están interesados en recibir SMS de marketing

EMEA: Comercio Móvil

¿Cuál de los siguientes métodos usas para realizar operaciones de Banca Móvil?

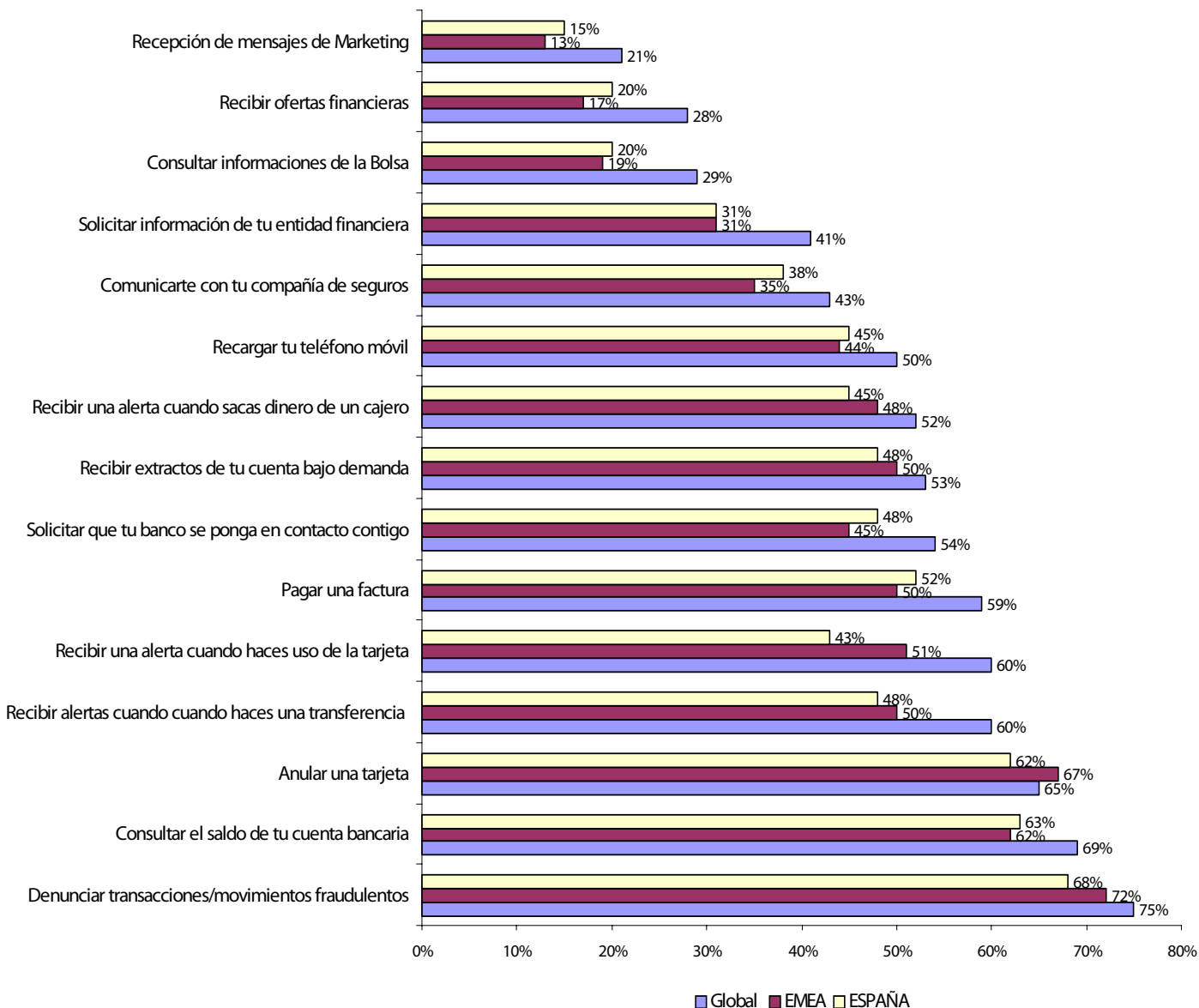
	Global	EMEA
Internet	68%	66%
SMS	56%	69%
WAP	21%	21%
USSD	40%	50%
No lo sé	20%	10%

¿Cuál de los siguientes servicios móviles te interesan?

	Global	EMEA	ESPAÑA
Denunciar transacciones/movimientos fraudulentos	75%	72%	68%
Consultar el saldo de tu cuenta bancaria	69%	62%	63%
Anular una tarjeta	65%	67%	62%
Recibir alertas cuando cuando haces una transferencia	60%	50%	48%
Recibir una alerta cuando haces uso de la tarjeta	60%	51%	43%
Pagar una factura	59%	50%	52%
Solicitar que tu banco se ponga en contacto contigo	54%	45%	48%
Recibir extractos de tu cuenta bajo demanda	53%	50%	48%
Recibir una alerta cuando sacas dinero de un cajero	52%	48%	45%
Recargar tu teléfono móvil	50%	44%	45%
Comunicarte con tu compañía de seguros	43%	35%	38%
Solicitar información de tu entidad financiera	41%	31%	31%
Consultar informaciones de la Bolsa	29%	19%	20%
Recibir ofertas financieras	28%	17%	20%
Recepción de mensajes de Marketing	21%	13%	15%

EMEA: Comercio Móvil

¿Cuál de los siguientes servicios móviles te interesan?



Tablas de datos por país

¿Cuáles de los siguientes servicios usas todas las semanas?

	Total	EMEA	UK	Sudáfrica	Francia	Alemania	España	Italia
MUESTRA	4167	1543	256	255	259	252	260	252
Enviar y recibir SMS	81%	79%	75%	94%	80%	72%	90%	64%
Escuchar y almacenar música	49%	40%	27%	42%	33%	37%	56%	43%
Acceder a Internet	48%	41%	35%	68%	38%	27%	39%	42%
Enviar y recibir Email	43%	38%	35%	55%	36%	27%	33%	41%
Mensajería Instantánea	42%	34%	20%	56%	35%	15%	32%	44%
Consultar cuenta bancaria	22%	21%	15%	40%	22%	17%	15%	20%
Consultar resultados deportivos	16%	15%	16%	15%	17%	10%	13%	16%
Ver TV en directo	14%	11%	14%	9%	16%	7%	10%	14%
Consultar situación del tráfico	12%	11%	12%	12%	12%	8%	9%	14%
Hacer pagos con el móvil	10%	9%	8%	15%	7%	6%	10%	10%
Usar Skype	9%	8%	8%	7%	5%	6%	7%	17%

¿Cuáles de los siguientes servicios usas todas las semanas?

	Total	EMEA	UK	Sudáfrica	Francia	Alemania	España	Italia
MUESTRA	4167	1543	256	255	259	252	260	252
Acceso a Comunidades Móviles, redes sociales (Facebook..)	28%	20%	14%	36%	17%	14%	21%	15%
Servicios de Banca Móvil	24%	21%	15%	38%	16%	15%	18%	26%
Suscripción a alertas deportivas	19%	16%	14%	12%	23%	12%	17%	18%
Recepción de cupones y ofertas de tiendas o marcas	17%	11%	9%	15%	12%	8%	15%	10%
Suscripción a alertas sobre emergencias	16%	13%	12%	10%	13%	15%	11%	16%
Recepción de alertas de la bolsa	16%	9%	12%	12%	5%	9%	9%	10%
Recepción de actualizaciones sobre clubs fidelidad	12%	11%	11%	18%	8%	7%	9%	12%
Compra de entradas para cine/teatro	11%	10%	10%	8%	7%	8%	12%	13%
Cartas de restaurantes bajo demanda	10%	8%	9%	6%	9%	5%	10%	10%
Recepción de información de la Administración	10%	7%	9%	4%	5%	5%	8%	11%
Recepción de alertas sobre el consumo de gas, luz, agua...	9%	7%	8%	3%	5%	5%	11%	10%
Recepción de mensajes de partidos políticos	8%	7%	9%	5%	5%	6%	7%	9%

Tablas de datos por país

¿Cuál de los siguientes servicios móviles te interesan?	Total	EMEA	UK	Sudáfrica	Francia	Alemania	España	Italia
MUESTRA	4167	1543	256	255	259	252	260	252
Suscripción a alertas sobre emergencias	46%	38%	30%	11%	54%	34%	46%	57%
Recepción de alertas sobre el consumo de gas, luz, agua...	38%	24%	15%	21%	18%	16%	36%	44%
Compra de entradas para cine/teatro	41%	29%	20%	25%	31%	19%	41%	39%
Cartas de restaurantes bajo demanda	36%	22%	9%	23%	34%	11%	22%	32%
Recepción de cupones y ofertas de tiendas o marcas	39%	29%	25%	23%	32%	25%	31%	35%
Alertas sobre programas locales	31%	23%	10%	49%	13%	10%	22%	34%
Alertas sobre clubs de fidelidad (supermercado, aviones...)	32%	21%	16%	31%	24%	13%	17%	27%
Recepción de alertas de la bolsa	30%	17%	8%	44%	11%	6%	13%	20%
Servicios de Banca Móvil	39%	26%	21%	18%	25%	15%	33%	44%
Recepción de mensajes de partidos políticos	28%	16%	5%	65%	5%	4%	9%	16%
Recepción de actualizaciones de redes sociales y foros	32%	18%	10%	36%	17%	10%	17%	24%
Suscripción a alertas deportivas	27%	19%	11%	52%	8%	11%	17%	18%

Indica cuáles de los siguientes servicios móviles te interesan	Total	EMEA	UK	Sudáfrica	Francia	Alemania	España	Italia
MUESTRA	4167	1543	256	255	259	252	260	252
Mensajes instantáneos entre el móvil y el ordenador	56%	41%	35%	7%	57%	35%	52%	61%
Mejores aplicaciones de búsqueda	53%	39%	43%	5%	56%	27%	52%	48%
Mejora de la seguridad en los buscadores	53%	40%	42%	4%	54%	30%	55%	54%
Llamadas a/y desde móviles y webcam	50%	35%	28%	13%	46%	28%	45%	53%
Desde móvil a VOIP (Skype...)	45%	31%	28%	12%	30%	25%	38%	55%

Tablas de datos por país

Indica cuáles de los siguientes servicios móviles comprarías	Total	EMEA	UK	Sudáfrica	Francia	Alemania	España	Italia
MUESTRA	4167	1543	256	255	259	252	260	252
Comprar entradas para teatro o el cine	14%	11%	6%	17%	19%	6%	11%	17%
Suscripción a alertas sobre emergencias	14%	10%	3%	26%	4%	6%	7%	12%
Actualizaciones de Banca Móvil	12%	9%	3%	21%	7%	3%	8%	8%
Cupones y ofertas de marcas y tiendas	11%	6%	3%	12%	4%	1%	5%	7%
Actualización consumo de agua, luz, gas...	9%	7%	4%	19%	4%	4%	11%	12%
Menús de restaurantes bajo demanda	7%	6%	5%	7%	8%	6%	5%	8%
Actualizaciones de redes sociales, comunidades...	7%	4%	2%	5%	4%	5%	2%	4%
Alertas deportivas	6%	4%	6%	3%	2%	1%	4%	4%
Actualizaciones de la bolsa	5%	3%	2%	8%	4%	1%	5%	2%
Actualizaciones clubs de fidelidad (supermercado...)	2%	2%	3%	0%	4%	0%	4%	0%
Información de la Administración local	2%	2%	0%	6%	1%	3%	2%	2%
SMS de partidos políticos y campañas	1%	1%	4%	0%	0%	0%	0%	0%

¿Cuál de los siguientes servicios móviles te interesan?	Total	EMEA	UK	Sudáfrica	Francia	Alemania	España	Italia
MUESTRA	4167	1543	256	255	259	252	260	252
Denunciar transacciones/movimientos fraudulentos	75%	72%	55%	93%	79%	68%	68%	71%
Consultar el saldo de tu cuenta bancaria	69%	62%	41%	88%	57%	48%	63%	73%
Anular una tarjeta	65%	67%	45%	87%	70%	68%	62%	73%
Recibir alertas cuando cuando haces una transferencia	60%	50%	38%	81%	41%	30%	48%	60%
Recibir una alerta cuando haces uso de la tarjeta	60%	51%	35%	91%	36%	34%	43%	65%
Pagar una factura	59%	50%	36%	84%	40%	32%	52%	55%
Solicitar que tu banco se ponga en contacto contigo	54%	45%	31%	79%	45%	27%	48%	42%
Recibir extractos de tu cuenta bajo demanda	53%	50%	34%	82%	48%	25%	48%	64%
Recibir una alerta cuando sacas dinero de un cajero	52%	48%	29%	58%	60%	31%	45%	65%
Recargar tu teléfono móvil	50%	44%	28%	70%	39%	31%	45%	54%
Comunicarte con tu compañía de seguros	43%	35%	21%	62%	32%	13%	38%	47%
Solicitar información de tu entidad financiera	41%	31%	23%	55%	22%	18%	31%	37%
Consultar informaciones de la Bolsa	29%	19%	15%	22%	14%	15%	20%	29%
Recibir ofertas financieras	28%	17%	14%	21%	13%	11%	20%	25%
Recepción de mensajes de Marketing	21%	13%	10%	14%	10%	9%	15%	21%

+ info

Email: info365@sybase.com

Read: <http://blogs.sybase.com>

Visit: www.sybase.com/365