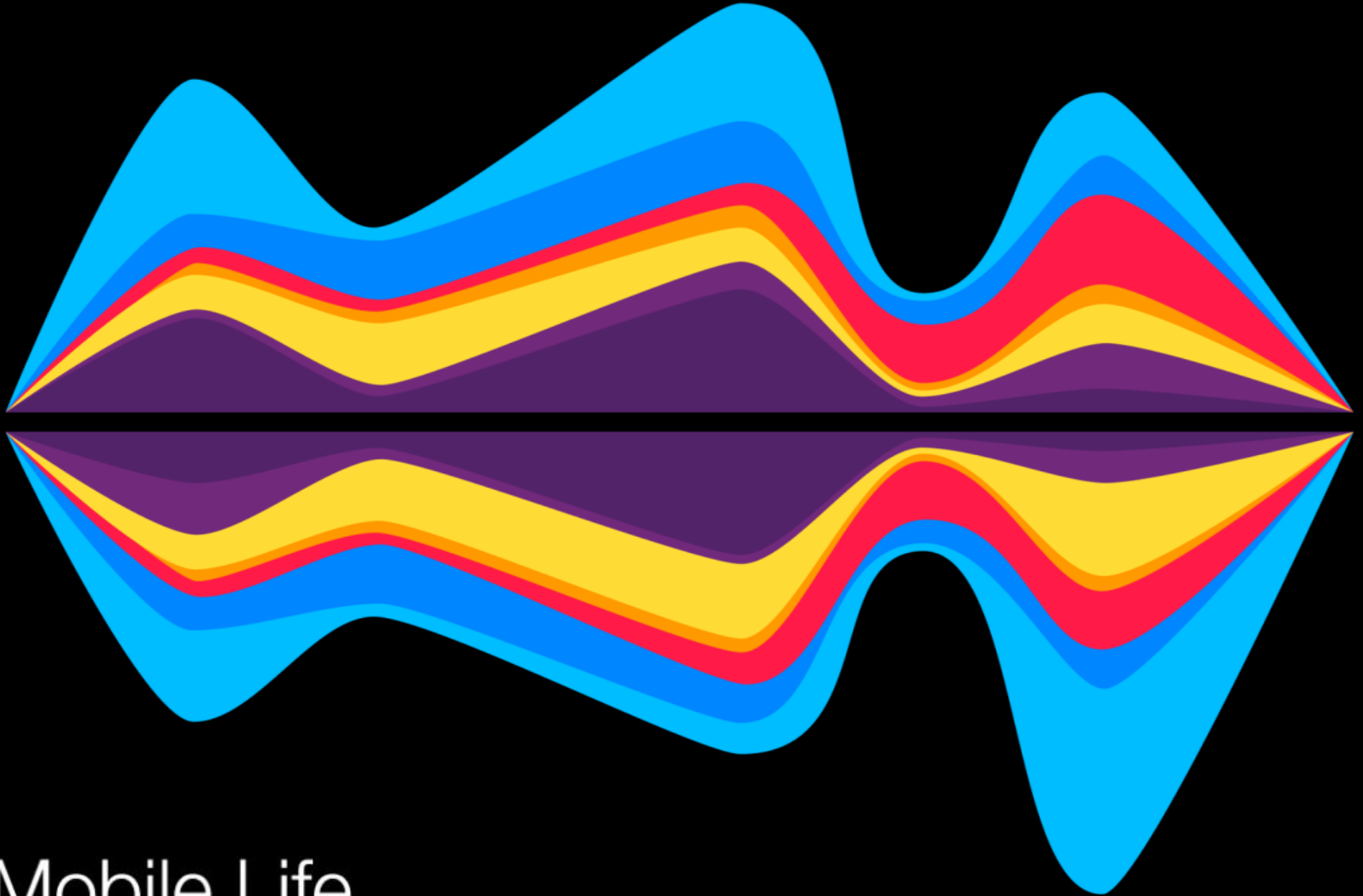


Descubre la vida en un mundo móvil



El presente es digital, el futuro es **Móvil**

Marisa Carrión | **Sector Head Technology**



Un tercio de la población mundial
es internauta

2.000 millones
de Internautas a nivel mundial

El 55% de la población española
se declara internauta



¡Y crece a velocidades difíciles de manejar!

255 millones
de páginas web

600 millones
de usuarios

facebook

2.900 millones
de cuentas email

175 millones
+ 50 millones
de mensajes

twitter

152 millones
de blogs



El móvil añade **MOVILIDAD** a la experiencia Digital



Fuente: Mobile Life

El presente es digital,
el futuro es **Móvil**

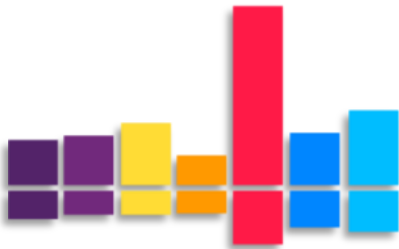


Mobile Life, el estudio anual sobre tendencias en telefonía móvil



1. Cobertura Mundial

2. Visión holística del consumidor móvil



3. Guía la toma de decisiones de marketing en 4 áreas:



Desarrollo de
la oferta

Planificación
multi-
plataforma

Estrategia de
marca

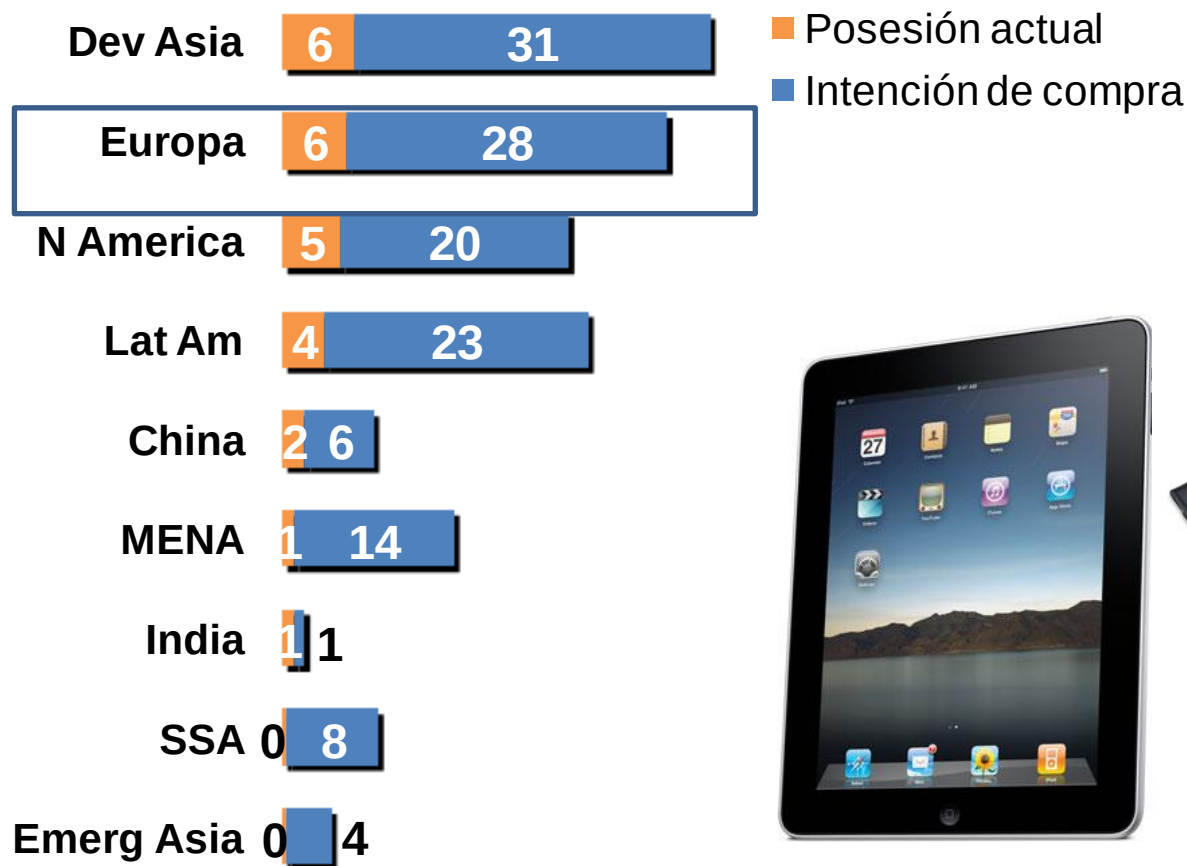
Activación

**¿Qué papel juegan las
tabletas en el contexto móvil?**



Gran potencial de crecimiento de las tabletas:

El 28% de los europeos tiene intención de comprar una en el próximo año

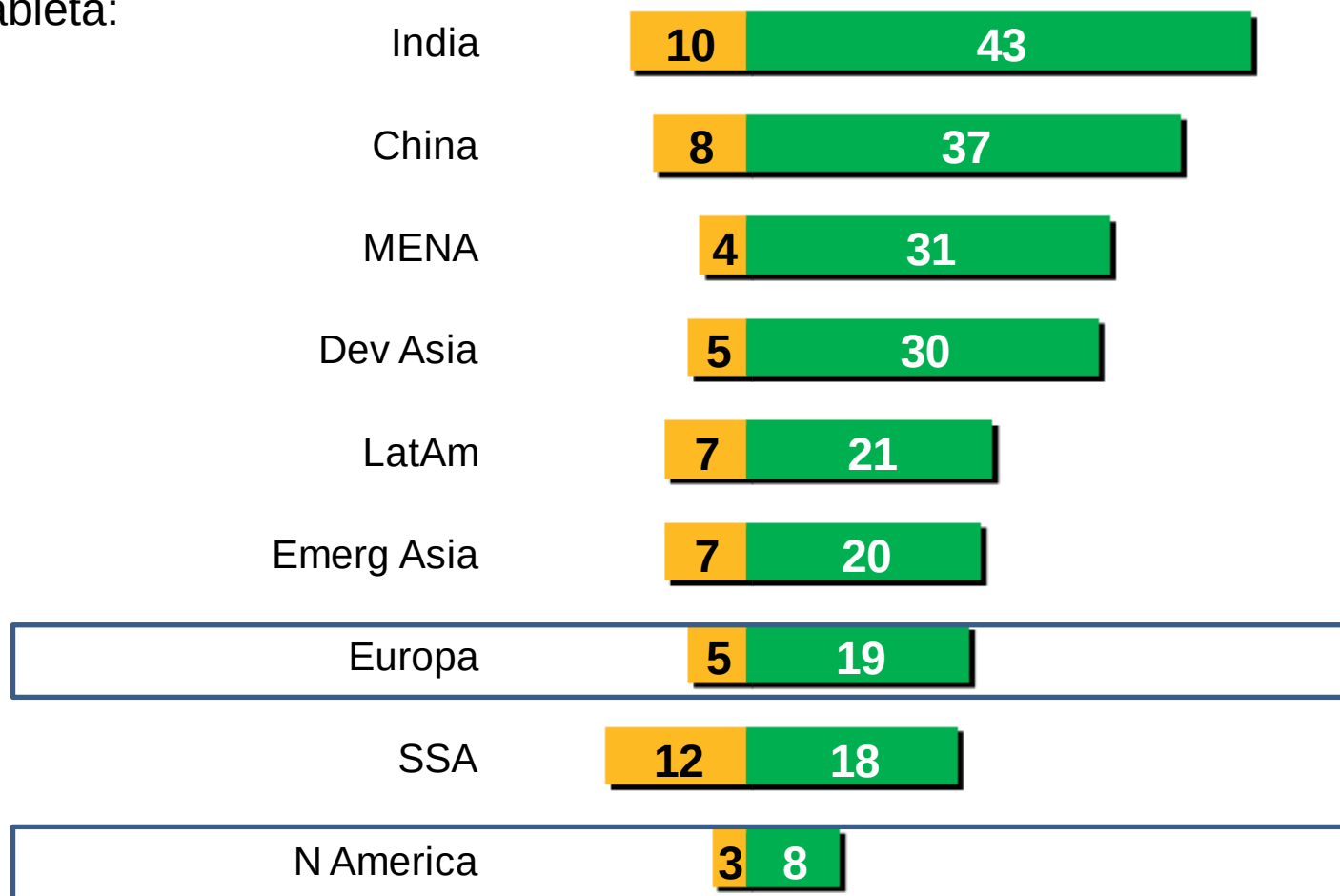


Fuente: Mobile Life

En mercados desarrollados la tableta no sustituirá al PC

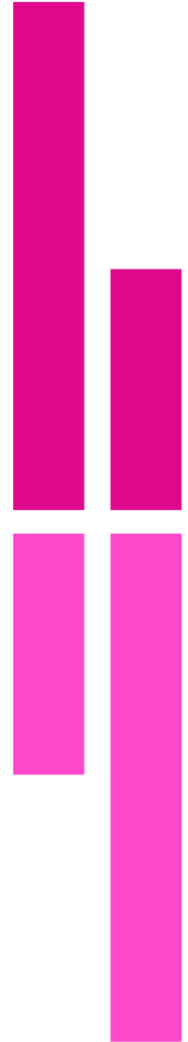
Razones para
comprar una
Tableta:

■ Para reemplazar un móvil ■ Para reemplazar un PC

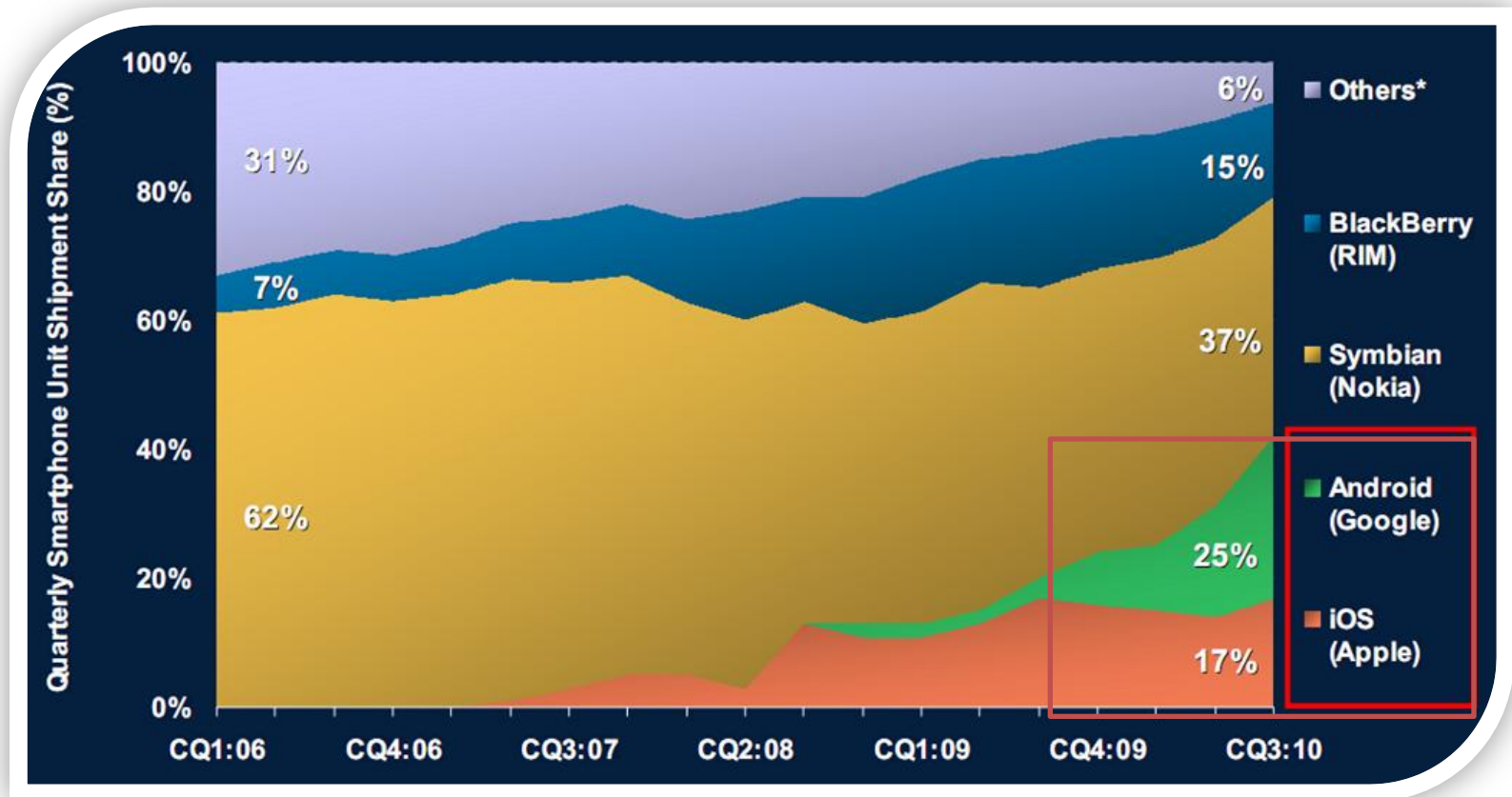


Fuente: Mobile Life

¿Cuál es el papel de los sistemas operativos?



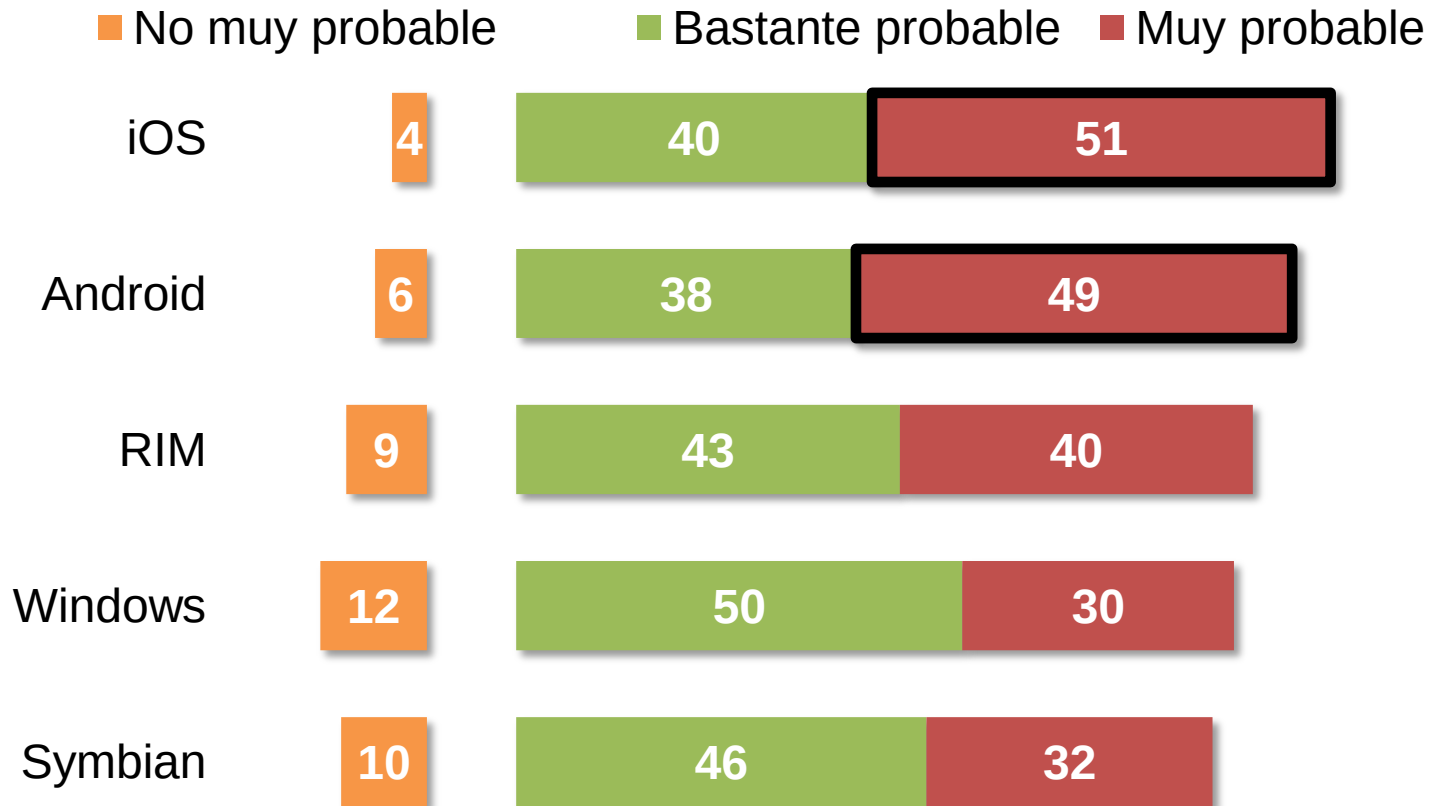
La evolución de RIM (Blackberry) y la entrada de Apple y Android han **eliminado el liderazgo de Symbian** (Nokia)



Source: Morgan Stanley/Gartner

En el futuro habrá un mayor porcentaje de clientes comprometidos con Apple y Android

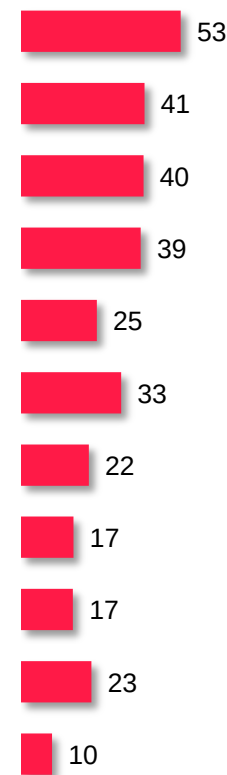
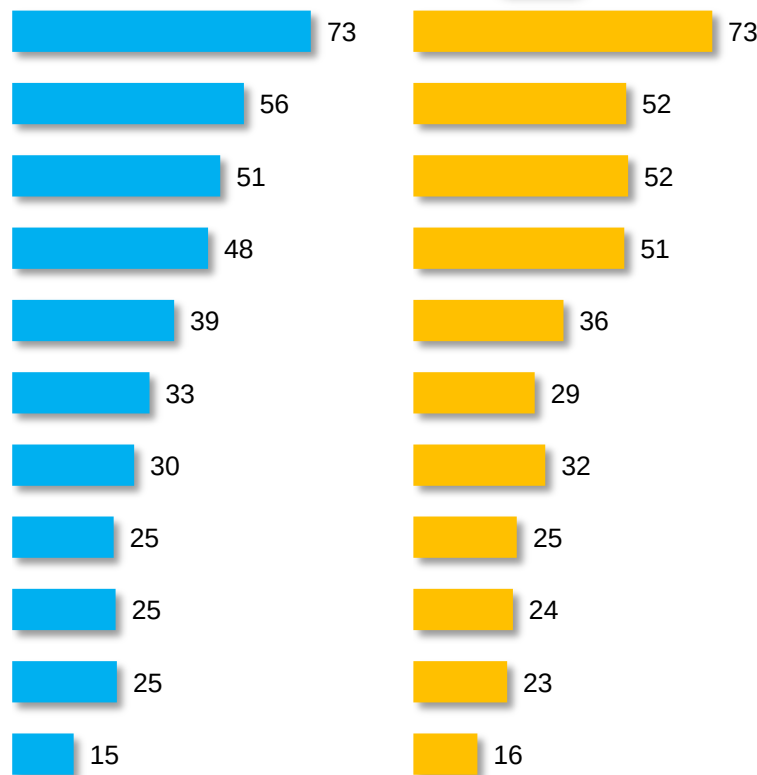
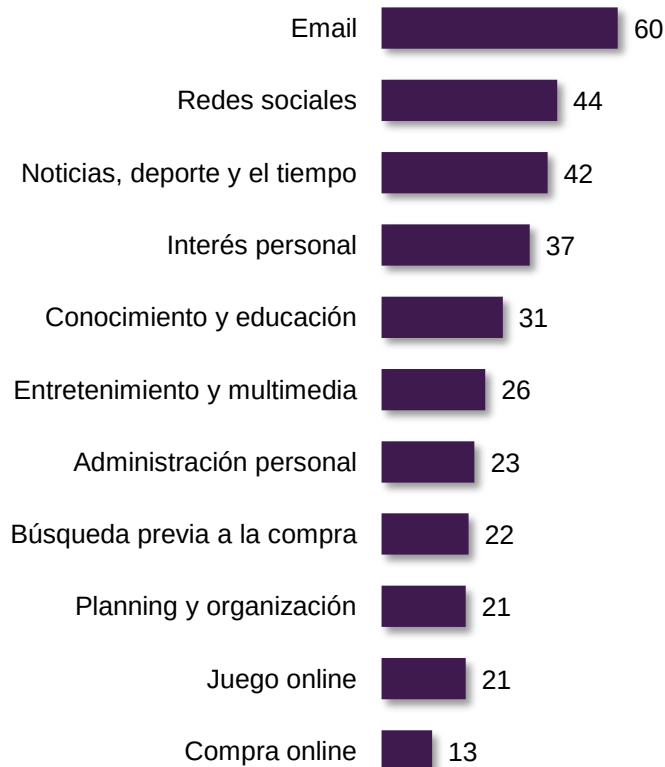
Probabilidad de que mantenga el mismo sistema operativo



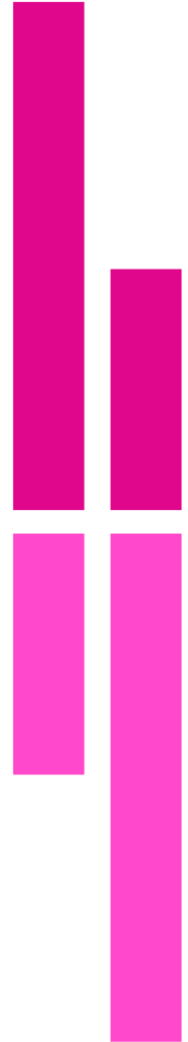
Base: Todos los usuarios de Smarthpones

Los usuarios de sistemas operativos Apple y Android realizan un uso más intensivo de actividades

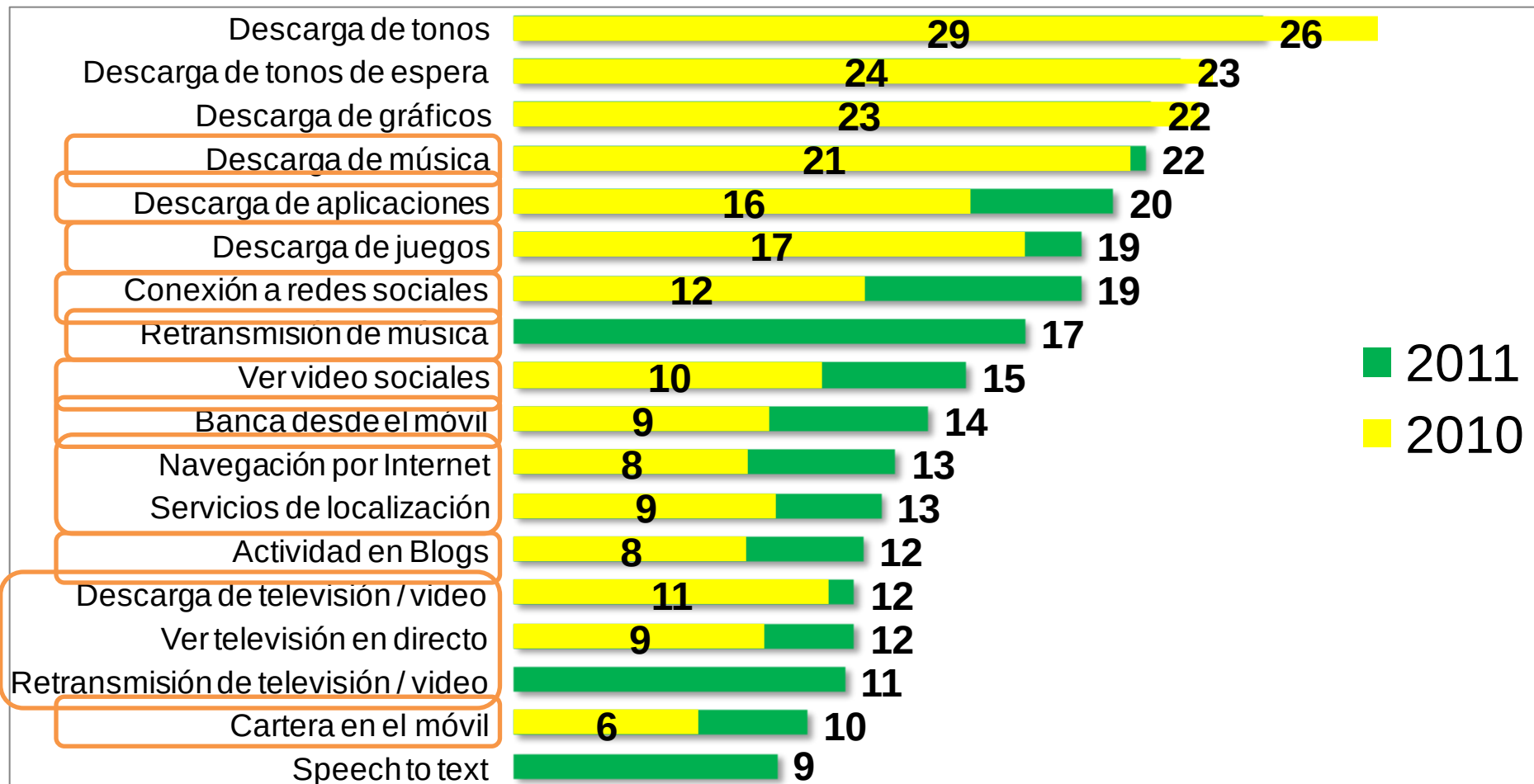
Actividades realizadas diariamente (móvil o fijo)



**¿Cuál será el impacto de
Internet móvil en las distintas
categorías de producto?**

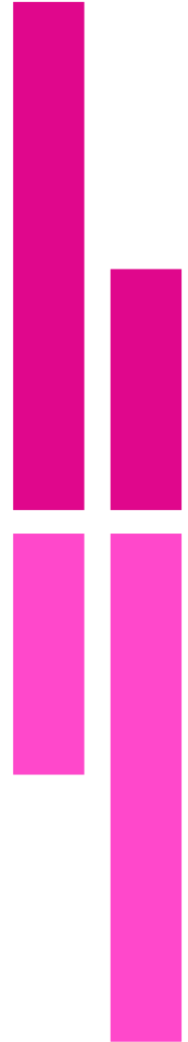


Internet móvil cambia comportamientos en todas las categorías



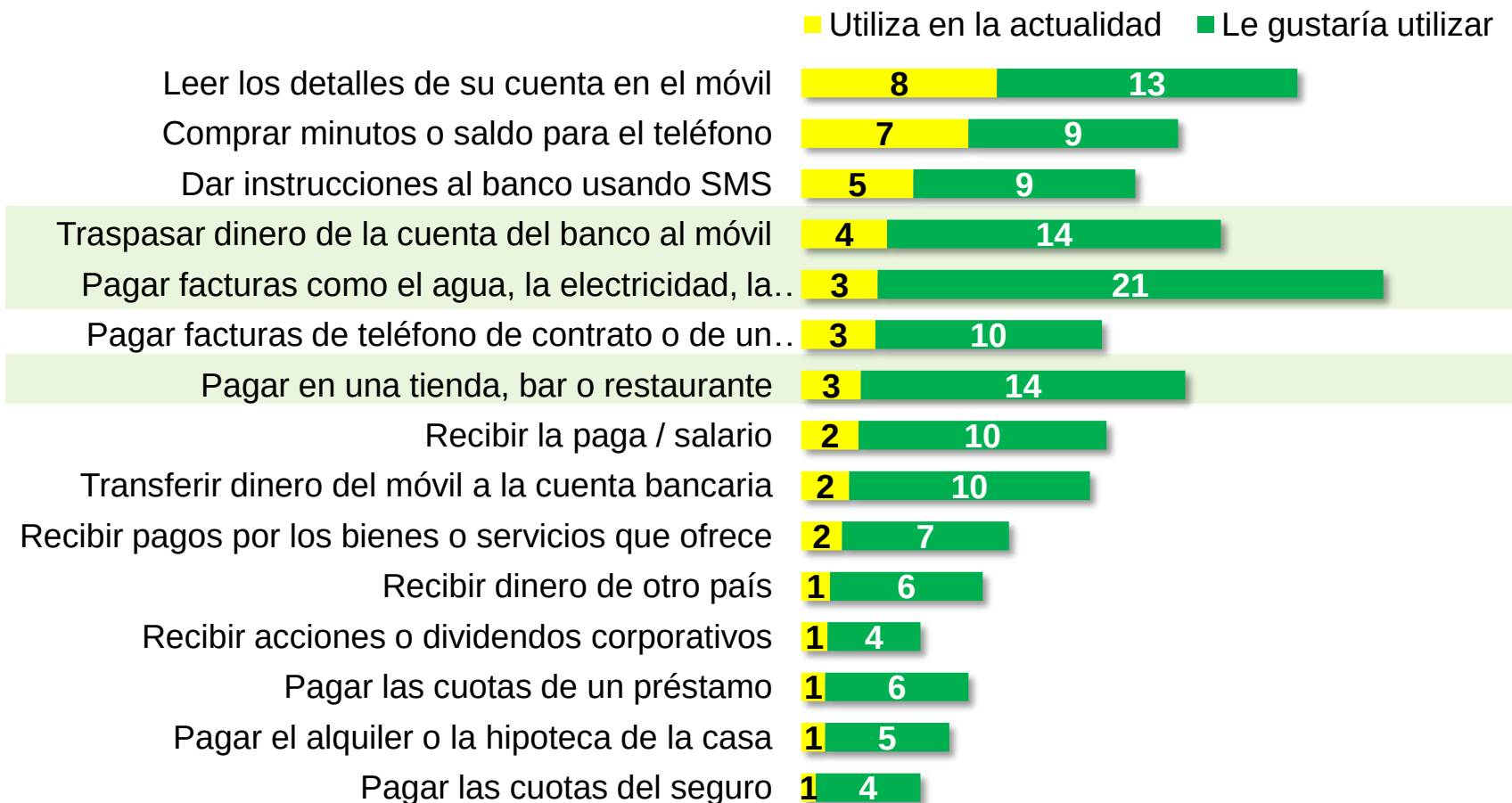
% usa el servicio

**¿En qué medida cambia el
móvil comportamientos en el
mercado financiero y en
redes sociales?**



Fuerte demanda mundial para el **desarrollo de servicios financieros móviles**, que faciliten los pagos

Uso y demanda para servicios financieros con el móvil - %



El móvil potencia el desarrollo de las redes sociales gracias a...

Mejora interfaz usuario



El poder del
“aquí y ahora”



Tarifas planas de
datos



Marketing eco-
sistema de las
marcas



¡El futuro es móvil!

- 1.- El móvil es un **elemento imprescindible** en la vida del consumidor
- 2.- El mundo móvil transforma el **mundo Social**
- 3.- El mundo móvil transforma el **mercado Financiero**
- 4.- El mundo móvil es **Multimedia**



El consumidor español en **Movilidad**

Julián Atienza | **Director Mobile Life en España**



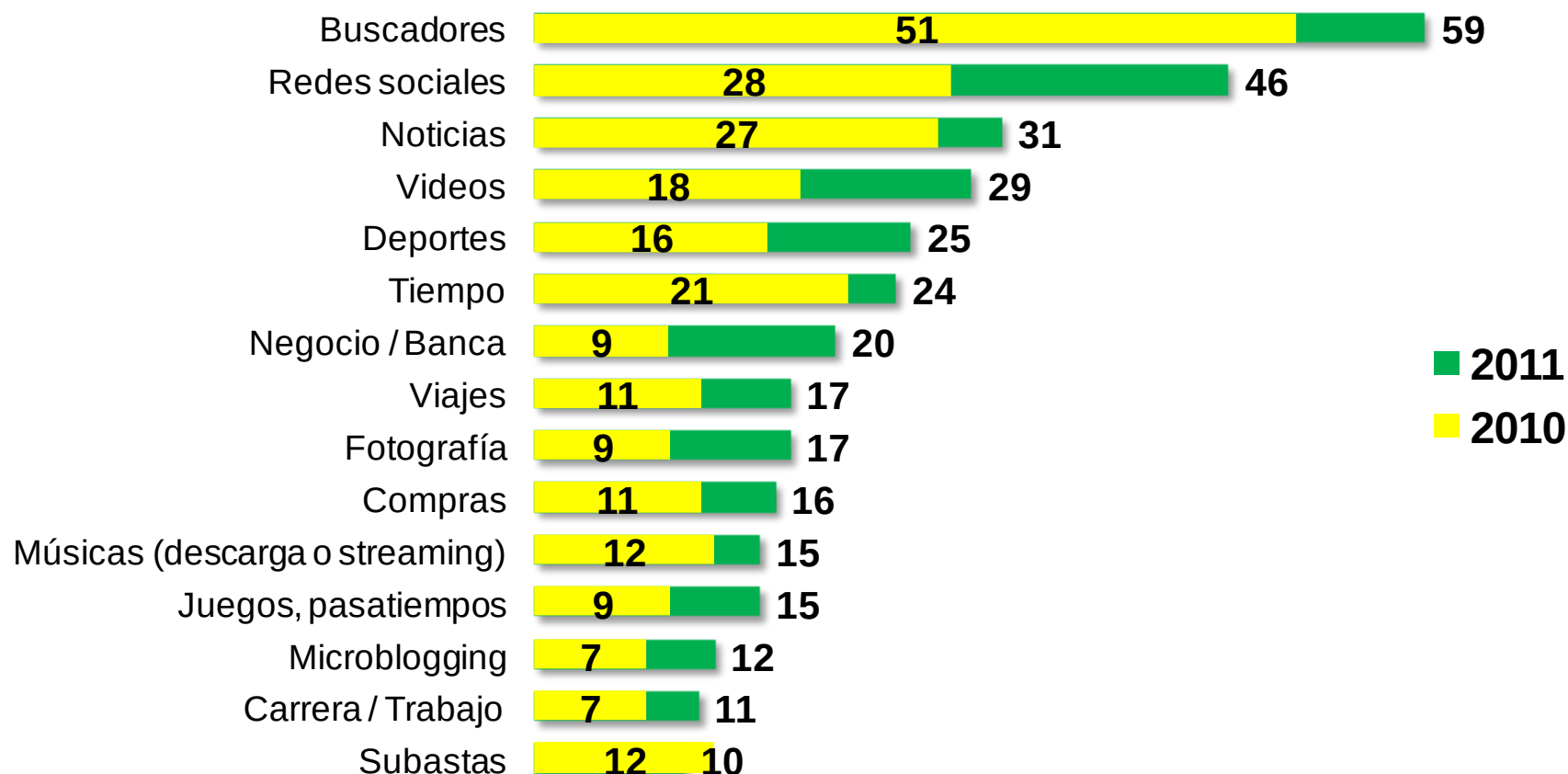
El móvil es imprescindible para los españoles

Las tabletas y los libros electrónicos tienen un gran potencial



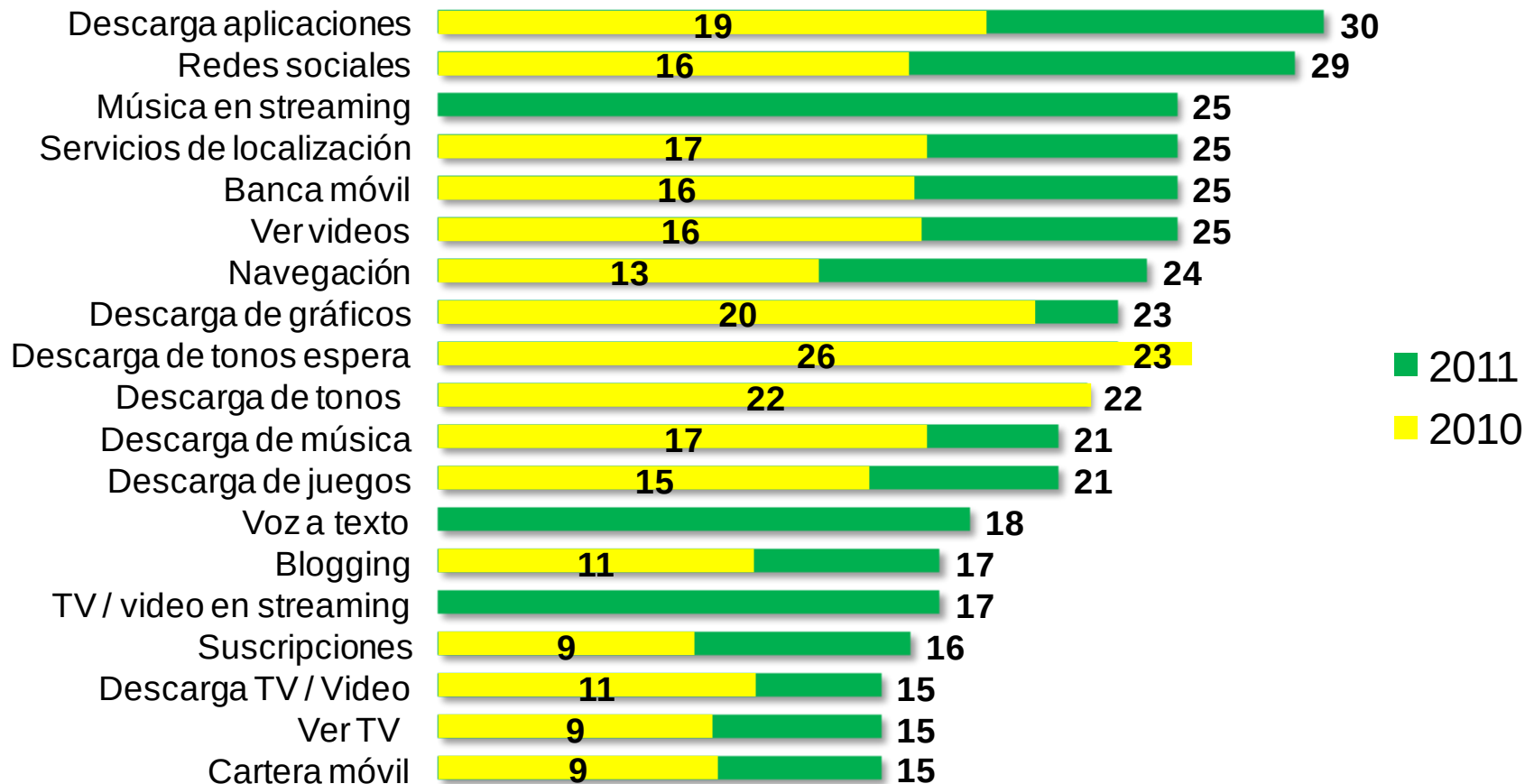
Asistimos a un boom de la navegación por Internet a través del móvil

Páginas de internet visitadas a través del móvil (%) – España



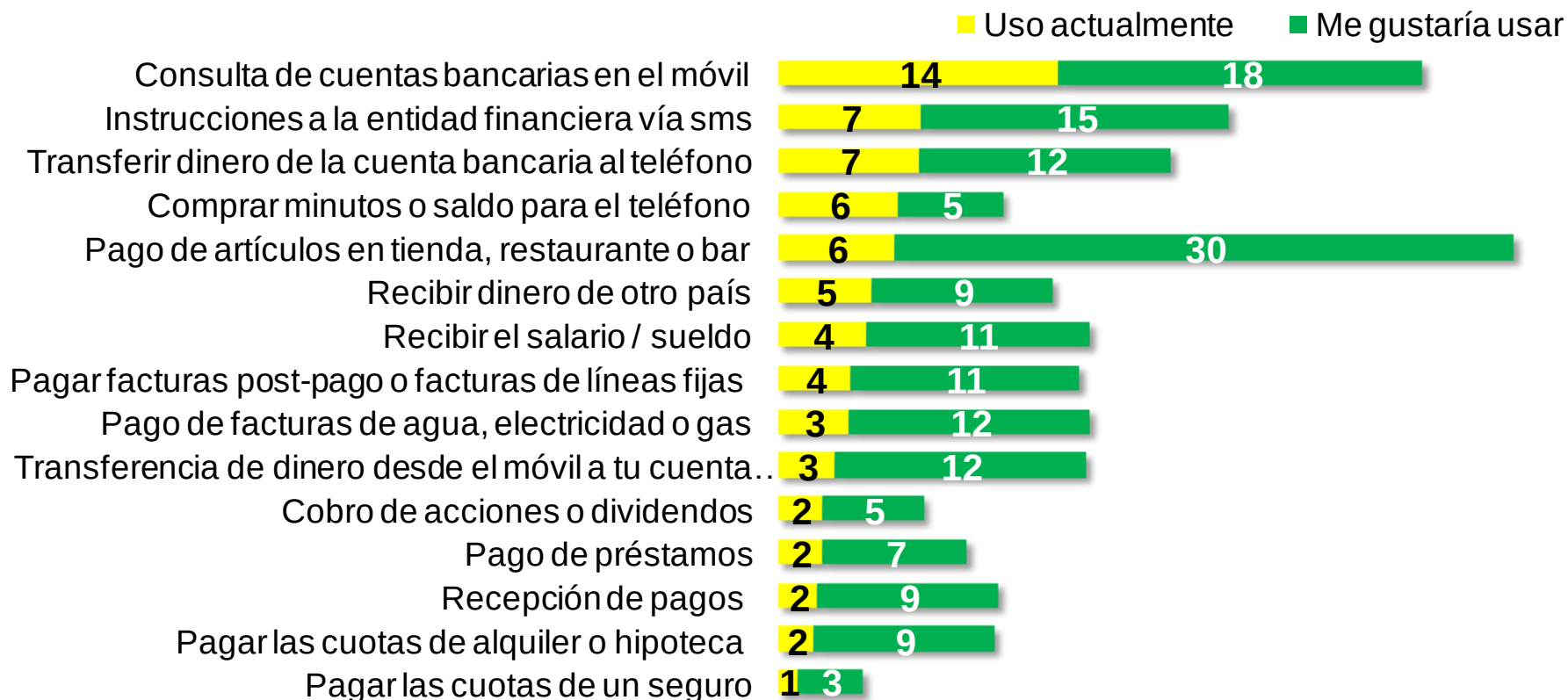
3 de cada 10 usuarios de Internet móvil en España descargan aplicaciones y se conectan a Redes Sociales

% usa el servicio – España



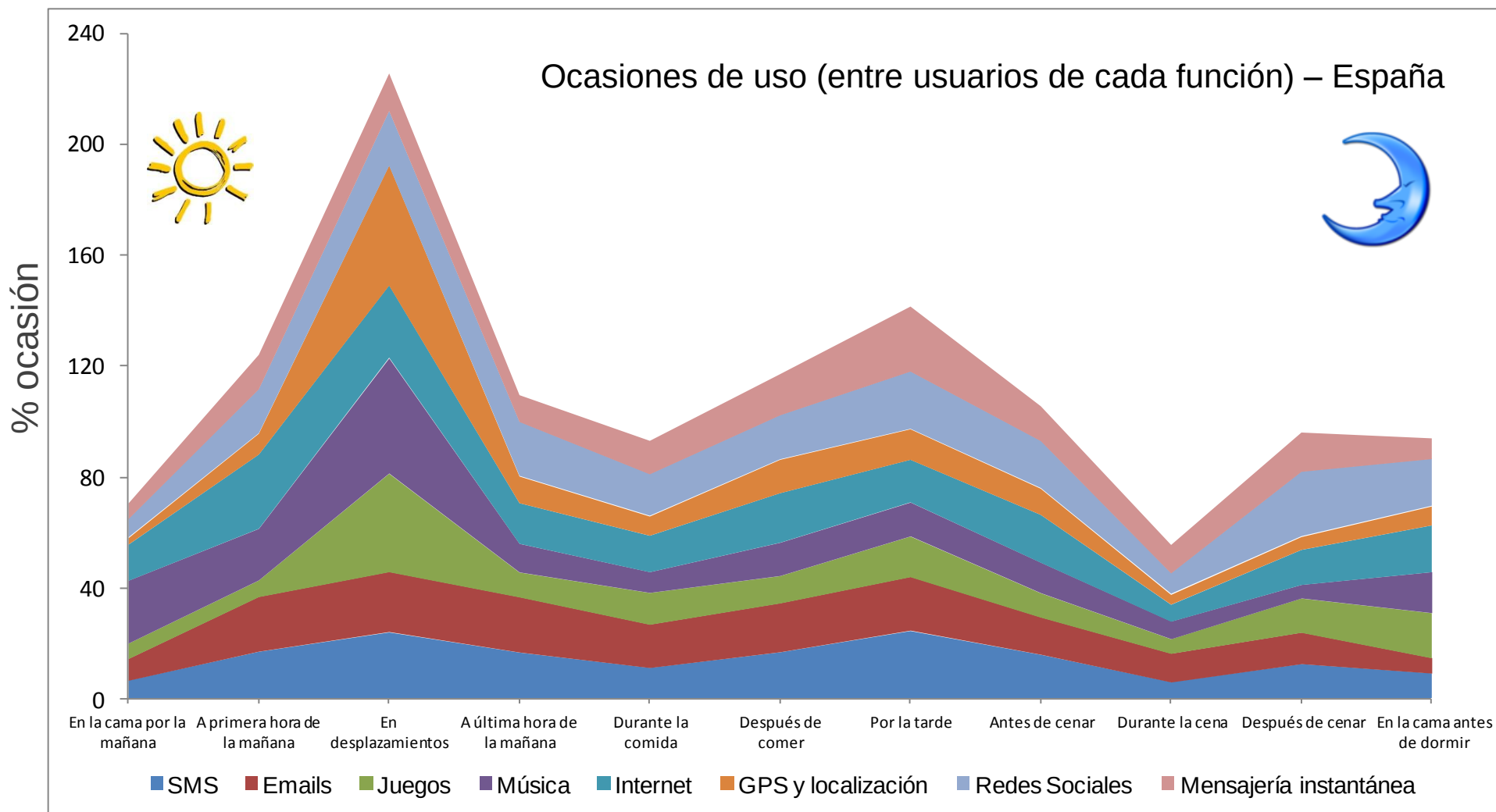
En servicios financieros: **Uso del móvil para consultar cuentas bancarias**

Uso y demanda futura de servicios financieros móviles (%) – España



Gran interés para **pagar en restaurantes y bares**

GPS, música y juegos se utilizan intensamente durante los desplazamientos



El consumidor está en el centro de la convergencia

¿Qué hace mi tecnología?

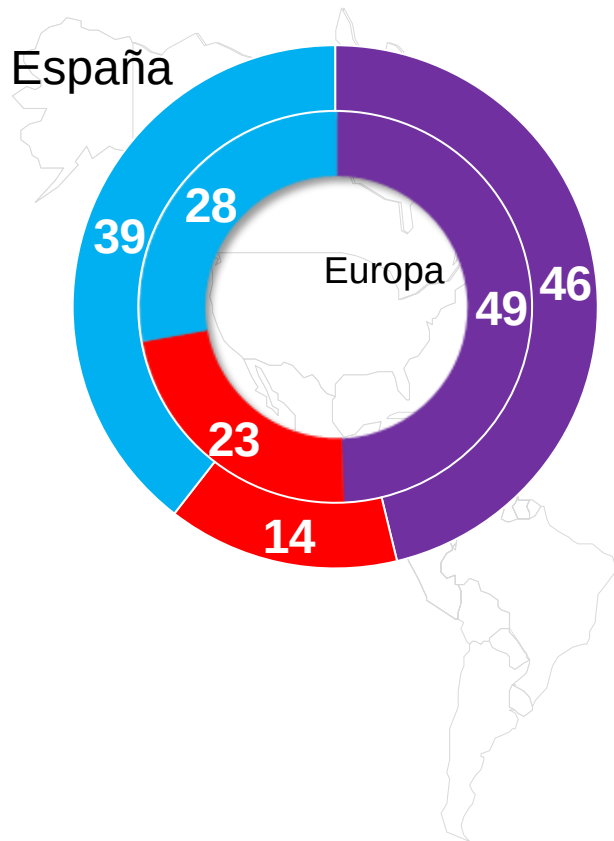


¿Qué puedo hacer con mi tecnología?

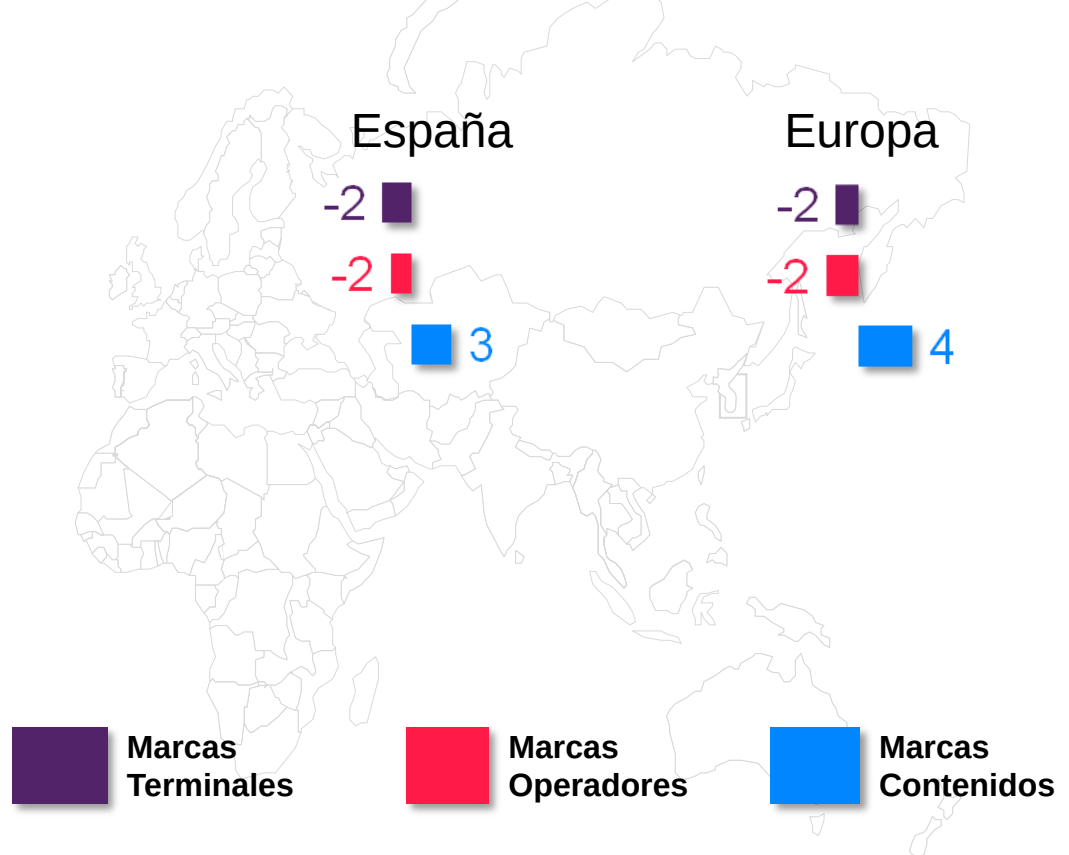


El contenido sigue siendo más relevante en España que en otros mercados europeos

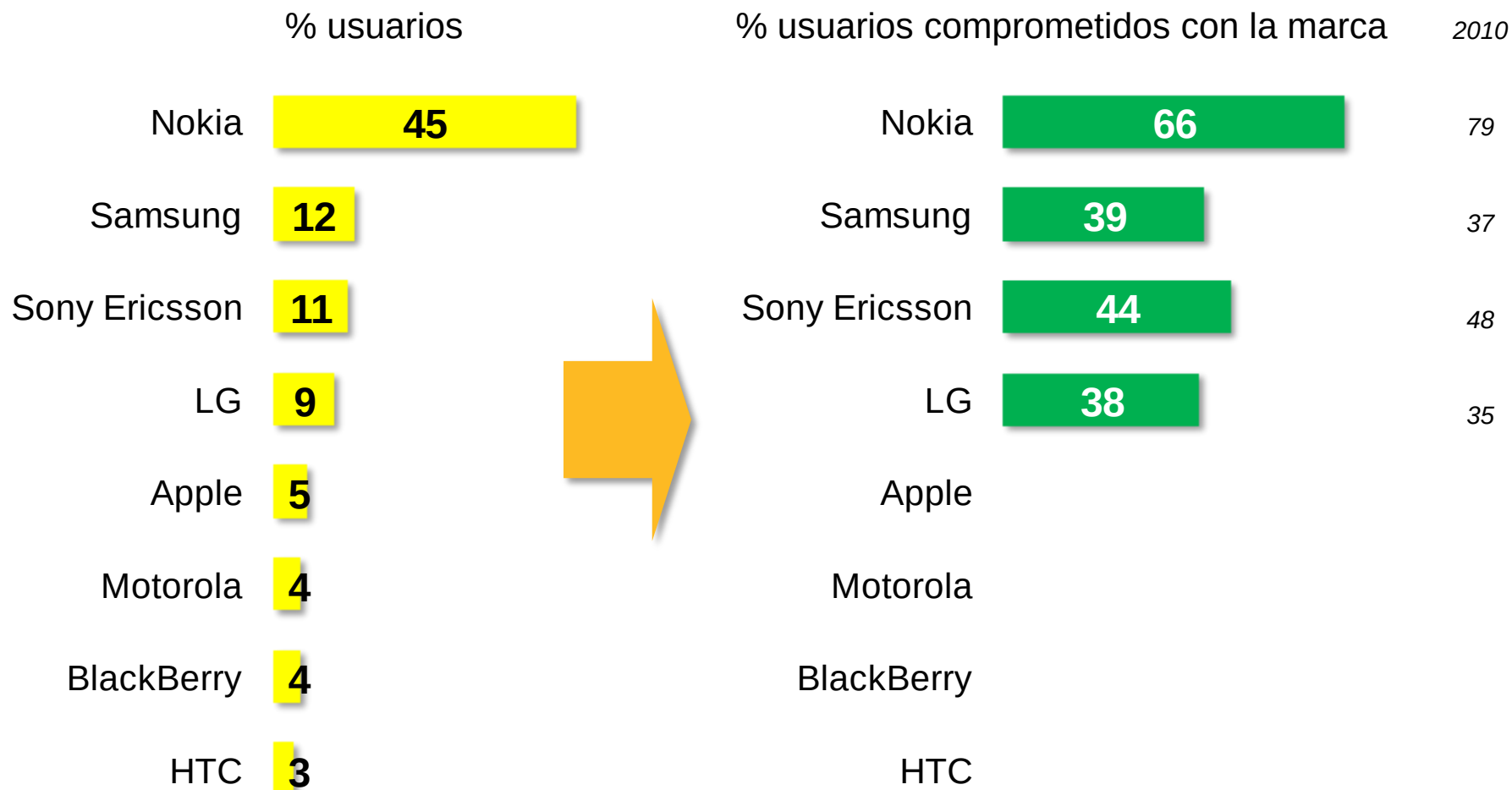
Compromiso de la marca por categoría



Cambio del compromiso (2010 a 2011)

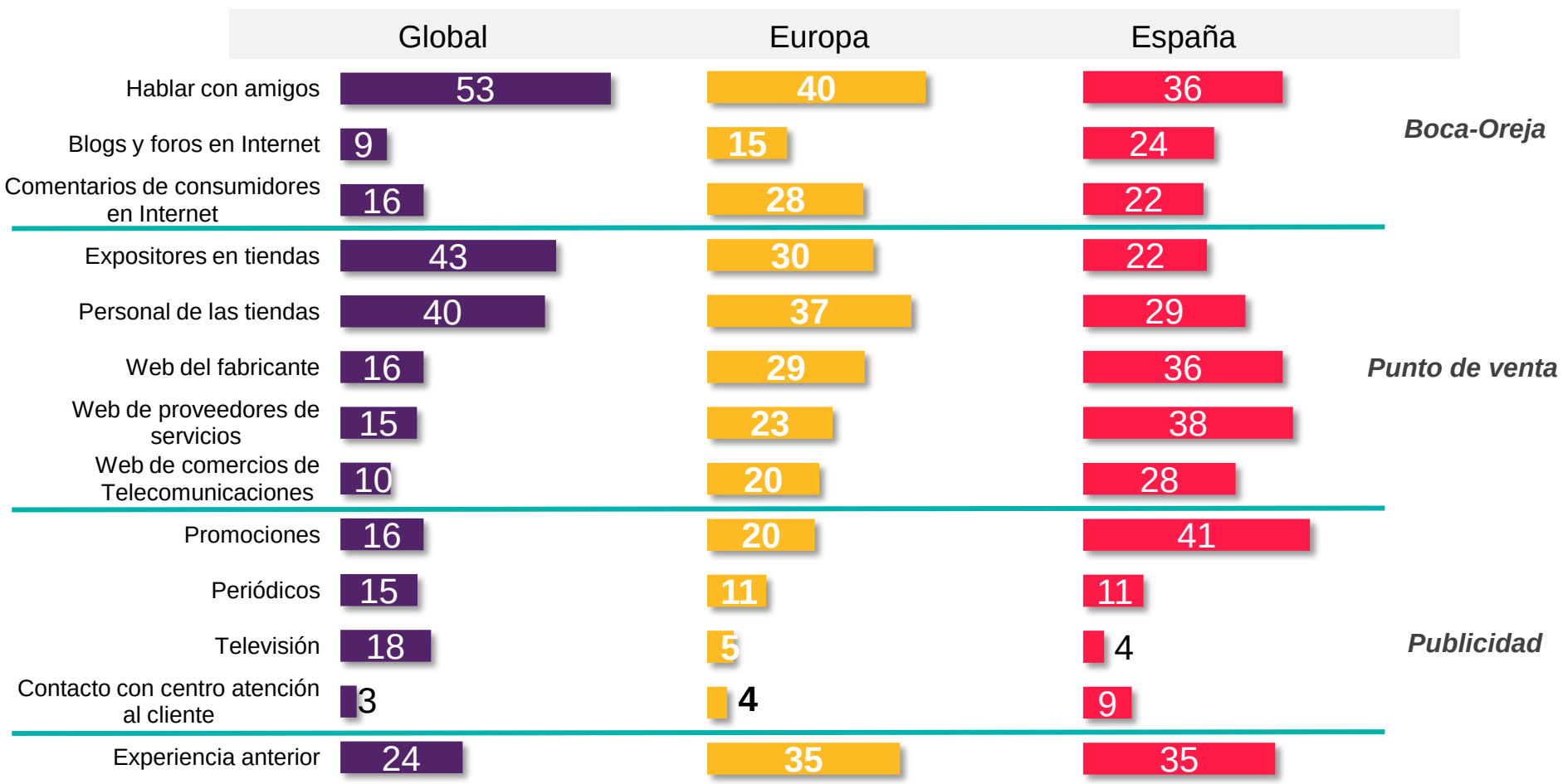


Nokia tiene una relación fuerte con sus usuarios, aunque está disminuyendo con el tiempo



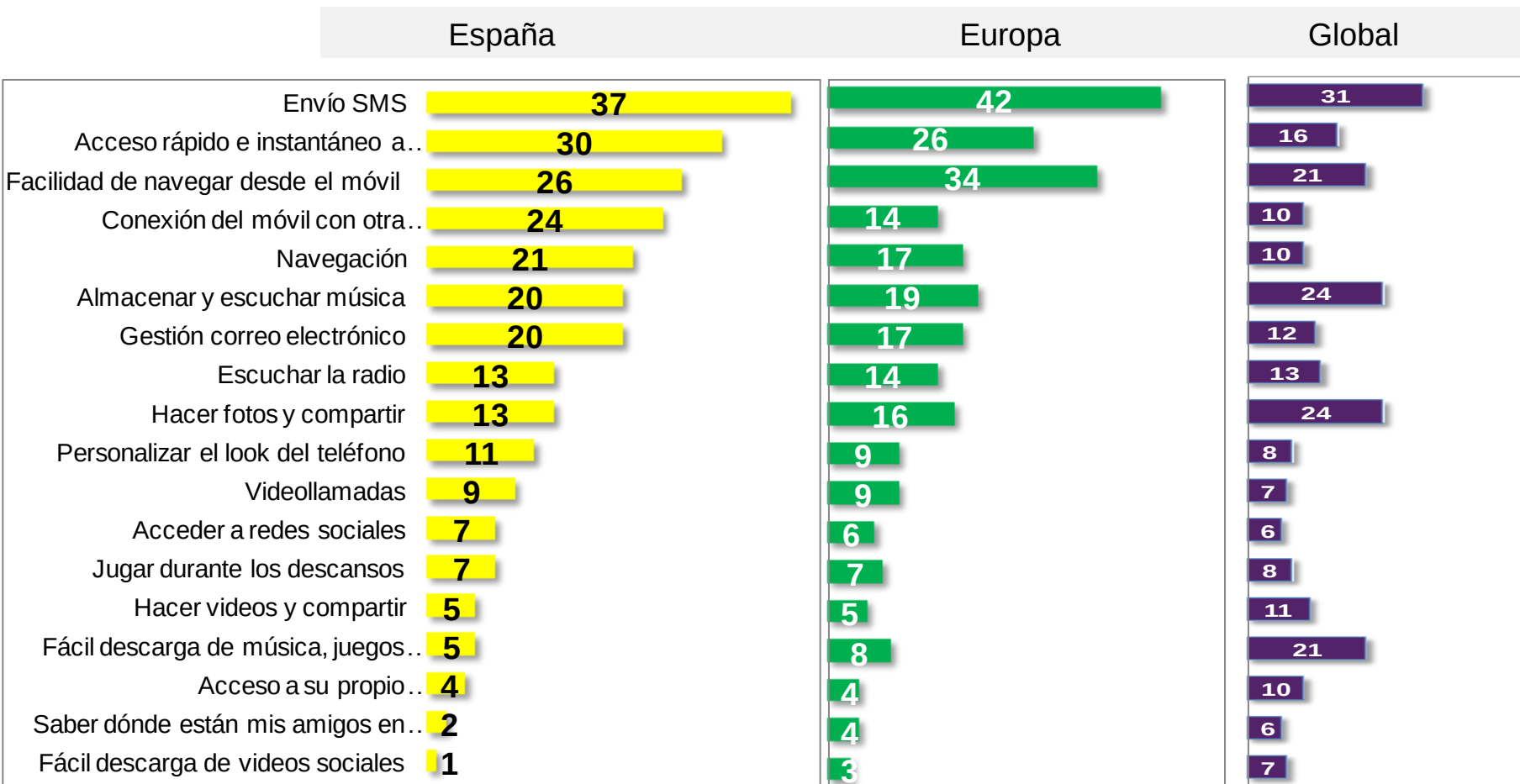
Promociones, experiencia anterior y puntos de contacto digitales son las principales fuentes de información para comprar un teléfono

Fuentes de información consultadas para comprar un teléfono (%)



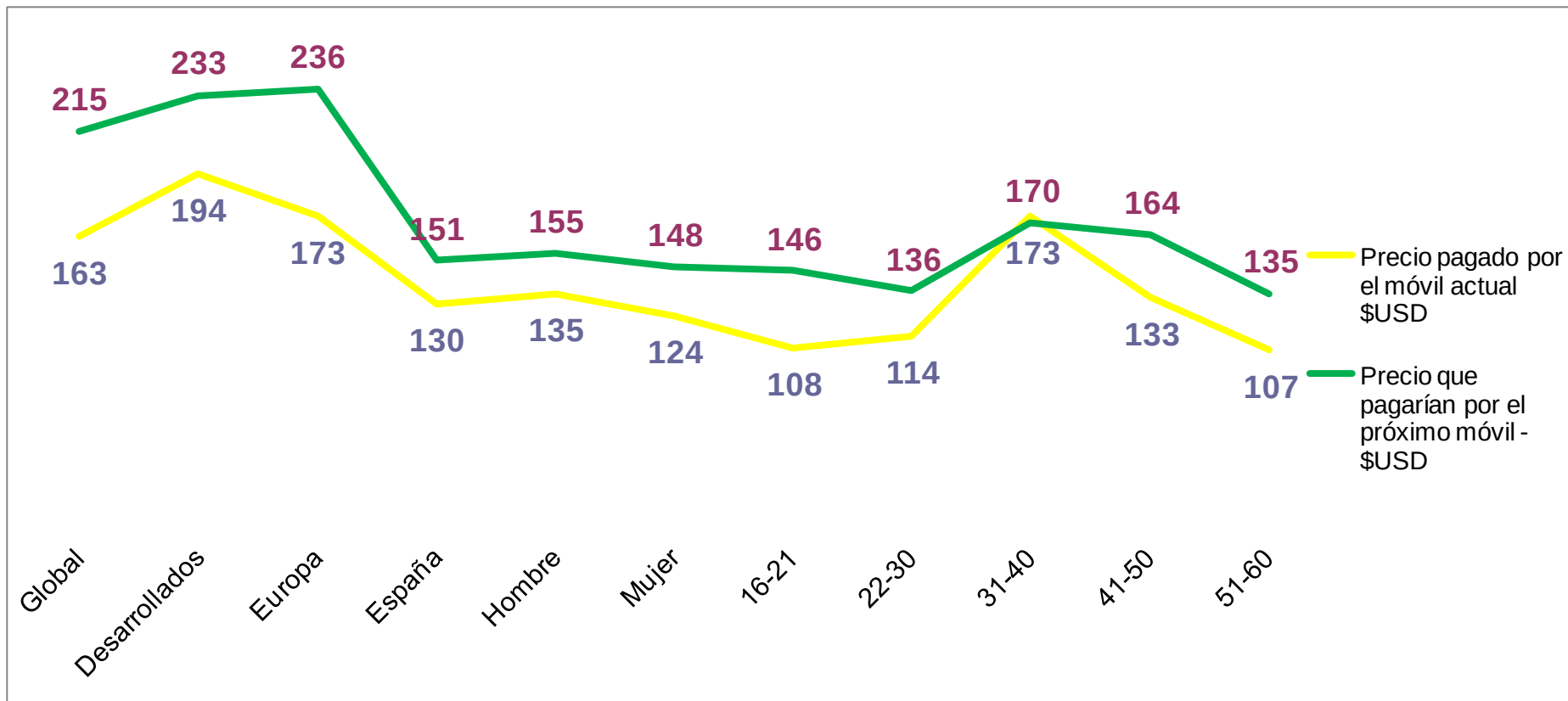
Los consumidores españoles quieren un acceso a Internet instantáneo y rápido

% Factores clave en la elección del próximo teléfono



En la compra del próximo móvil, los consumidores españoles pagarían 82\$ menos que en otros mercados desarrollados

Precio de los terminales de propiedad y deseados(\$USD)



¡El futuro es móvil!

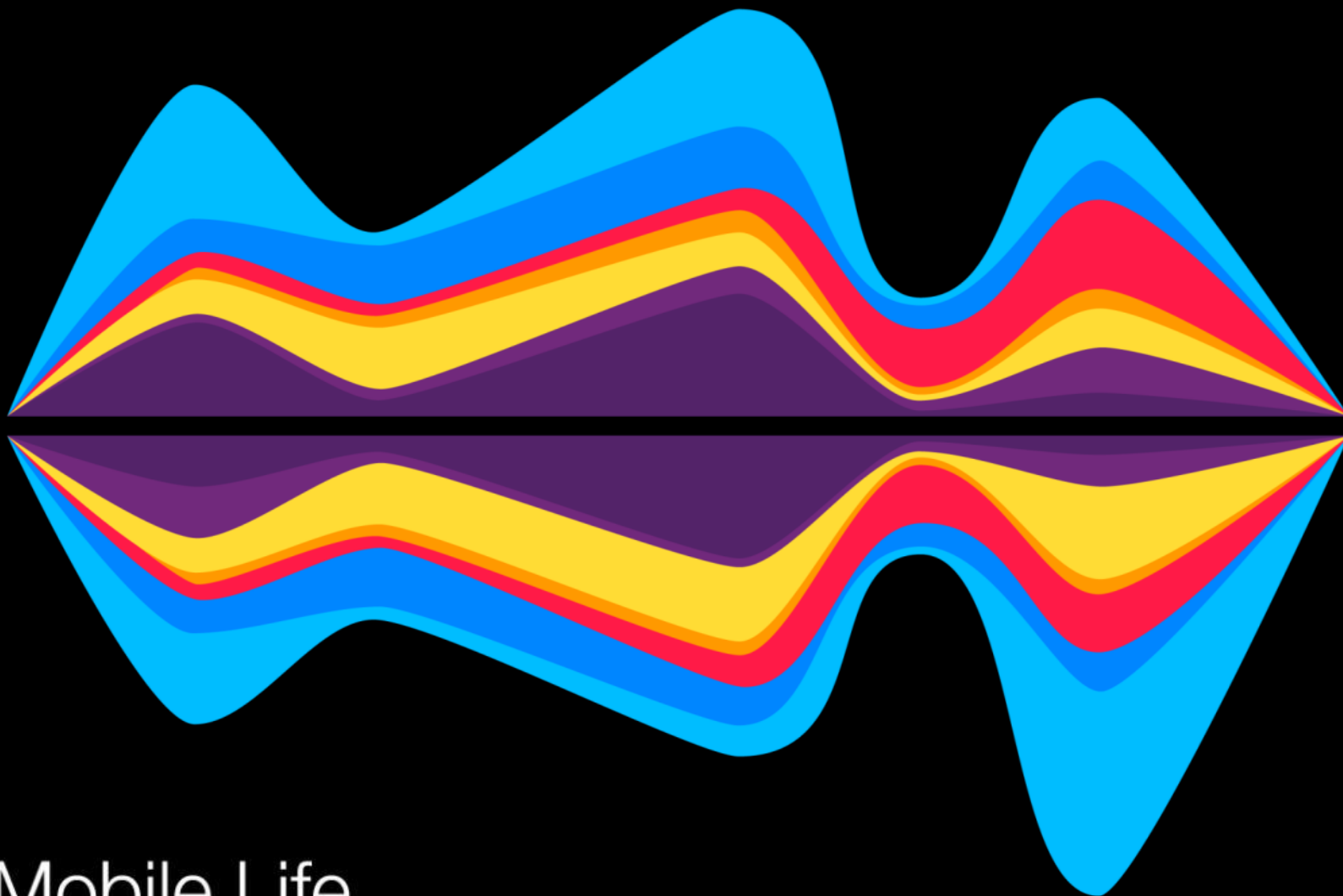
- La tableta tiene un gran potencial de crecimiento, sin que sea una amenaza para el teléfono móvil. Son dispositivos “complementarios”.
- El acceso instantáneo a internet y la facilidad de navegación son aspectos claves para elegir el próximo terminal.
- Las páginas de internet más visitadas en el móvil son los motores de búsqueda y las redes sociales.



¡El futuro es móvil!

- Existe una **demanda para usar el móvil como medio de pago** en la adquisición de productos y servicios.
- En el mundo móvil, el **consumidor español esta cada vez más comprometido con las marcas de contenidos de internet**, en detrimento del compromiso con las marcas de los operadores de telecomunicaciones.





Mobile Life

Global Telecoms Insights

Rueda de Prensa, 25 Mayo 2011