Estudio de Mercado Mobile Internet

Trimestre referencia Q1/2011

nielsen

TAP TAR

Índice de contenidos

- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
- Publicidad en los dispositivos móviles
- Sector Destacado: Aplicaciones Móviles
- Metodología

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Tendencias fundamentales

- Más de **9,6 millones de españoles ya navegan** desde sus dispositivos en el primer trimestre de 2011.

- La **penetración de Internet en España supera el 25%** sobre el total de usuarios con dispositivo móvil.

- El tramo de **usuarios que se conectan a Internet** desde el dispositivo **entre 50-64** años **gana importancia** respecto al mismo trimestre del 2010, suponiendo más de un 28% sobre el total de internautas móviles.

- El **Iphone 4 se posiciona en el top2 del ránking** de dispositivos por conexión a Internet. Sin embargo, el 5800 de Nokia continua trimestre tras trimestre como líder indiscutible teniendo en cuenta el número de internautas móviles.

- Este trimestre analizamos el uso y consumo de aplicaciones así como contenidos visitados desde el dispositivo.

- Un 59% de los jóvenes entre 15-24 años declaran consumir aplicaciones de juegos.

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Tendencias Publicitarias en el medio móvil

- Más del 86% de las páginas vistas (PVs) provienen de dispositivos de la marca Apple. Por otro lado, el tráfico en páginas vistas desde dispositivos **Android ya supera el 5% del total en la red Premium TAPTAP**

- En el Q1 del 2011 **se observa un incremento notable en el interés por patrocinar contenidos móviles** con respecto al periodo anterior

- **El desarrollo de una página destino**, antes que la descarga de una aplicación, **sigue siendo la preferencia de los anunciantes** para sus campañas en movilidad

- **Incremento substancial** con respecto al trimestre anterior **en el uso de parámetros sociodemográficos** para segmentar las campañas publicitarias en el móvil

- Solo 7 meses desde su lanzamiento en el mercado **la inversión en el formato Vídeo spot ha superado por primera vez la del interstitial**

- El volumen de PV en **navegación por web móvil versus appNativa se mantiene en 60/40**

- El contenido móvil se consume en **"Micromomentos"**. Si evaluamos la tendencia, vemos que el usuario de contenidos móviles tiende a navegar durante más tiempo, concentrando el 72,77% de las sesiones en fragmentos de entre 1 y más de 10 minutos.

*Los datos mostrados corresponden a la Red TAPTAP Networks

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Índice de contenidos

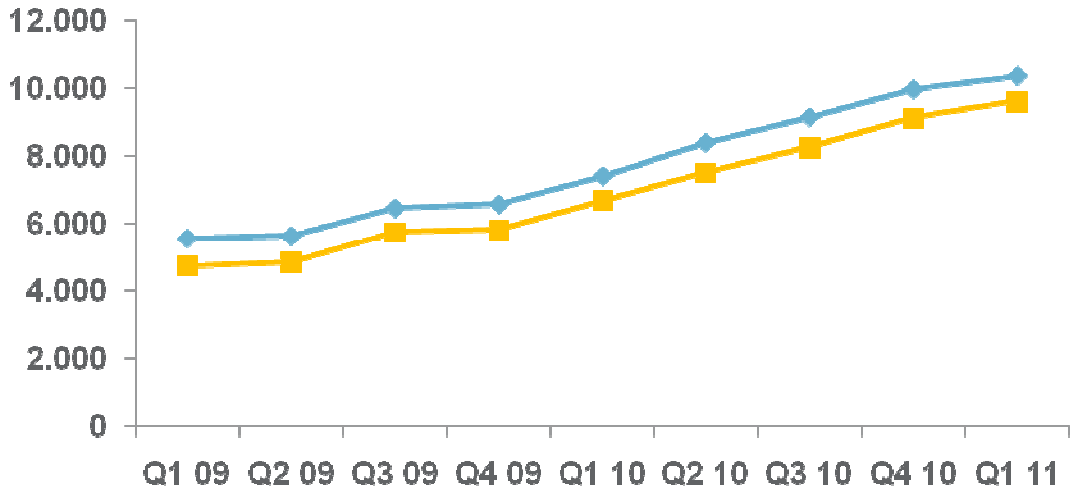
- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
- Publicidad en los dispositivos móviles
- Sector Destacado: Aplicaciones Móviles
- Metodología

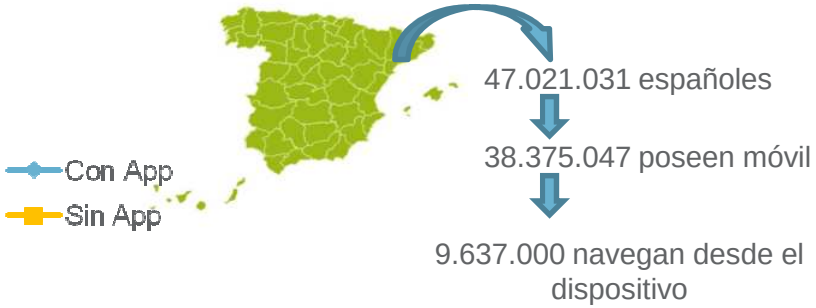
Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Escenario de Internet móvil en España

Tendencia audiencia Internet móvil

Se produce un incremento del 40% en el universo activo respecto al primer trimestre de 2010 y 1 cada 4 usuarios móviles en España ya navegan a través del dispositivo.





% Poseedores de móvil que acceden a Internet (Q1 2011)*

32,8%

25,1%

* Universo activo: Individuos mayores de 15 años que declaran haber navegado en Internet, haber realizado alguna actividad de mensajería instantánea o email en los últimos 30 días

Aplicaciones Internet: Aplicaciones que hacen uso de Internet, como mensajería instantánea, P2P, Skype, etc…

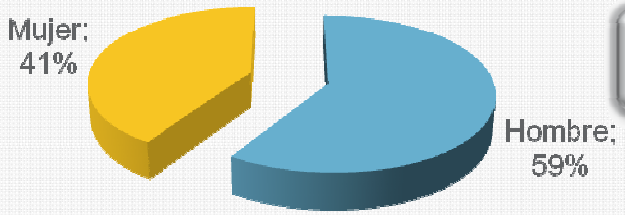
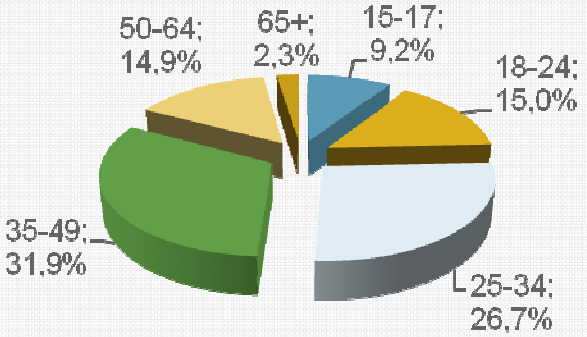
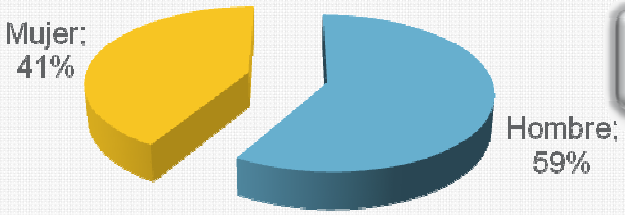
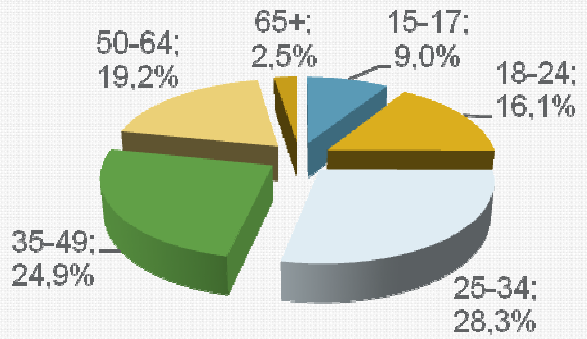
* Datos para USA de Marzo 2011

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Escenario de Internet móvil en España

Perfil socio-demográfico: sexo y edad

La segmentación por género para el primer trimestre de 2011 no difiere respecto al mismo trimestre del año anterior.
Si observamos los grupos de edad, el segmento más adulto (50-64 años) es el que más ha aumentado su penetración, en detrimento del grupo de 35 a49 años, que pierde 7 puntos respecto al mismo trimestre de 2010.

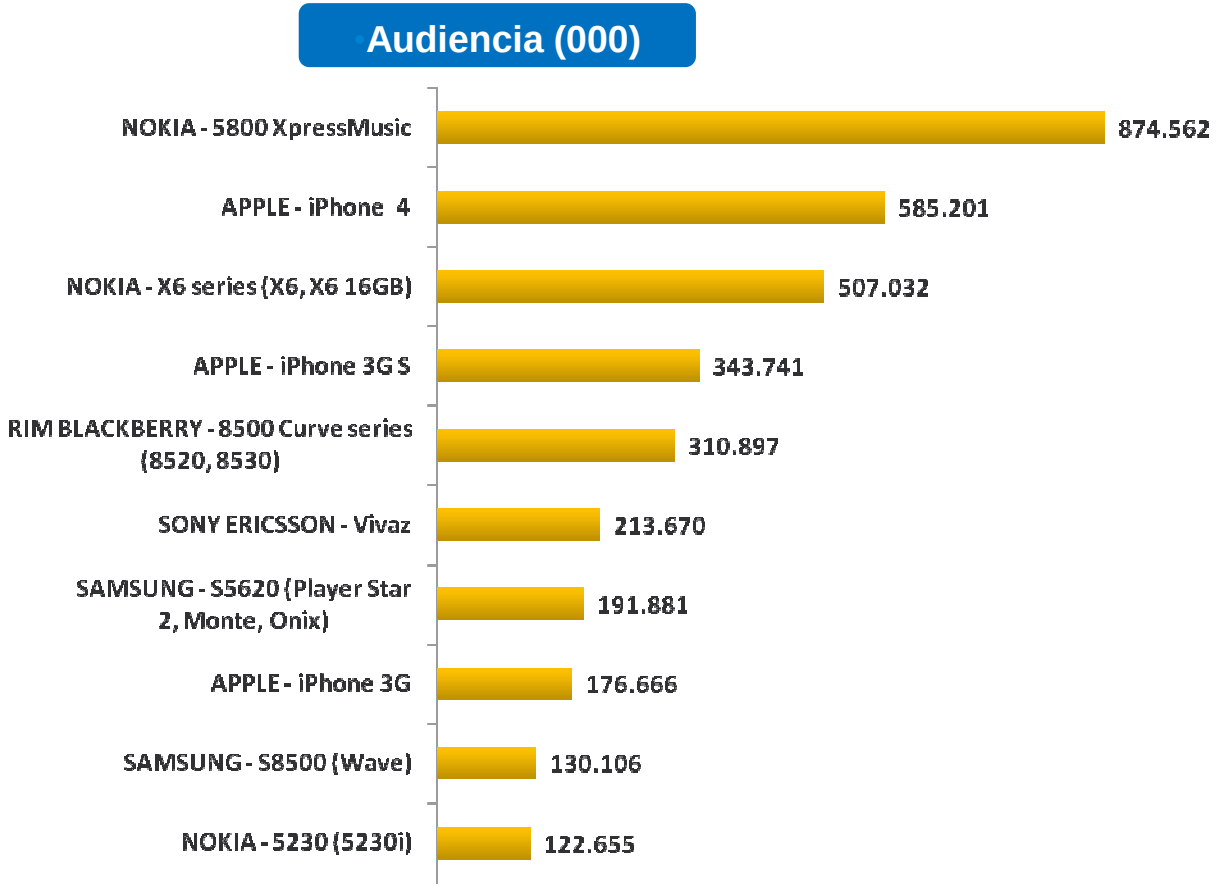
	SEXO	EDAD
Q1 2010		
Q1 2011		

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Escenario de Internet móvil en España

Top 10 dispositivos para navegación móvil

Aunque el Nokia 5800 continúa como el dispositivo desde el que más se accede a Internet móvil, el iPhone 4 de Apple se coloca en segunda posición en el ranking, creciendo su audiencia un 86,8% respecto al trimestre anterior.

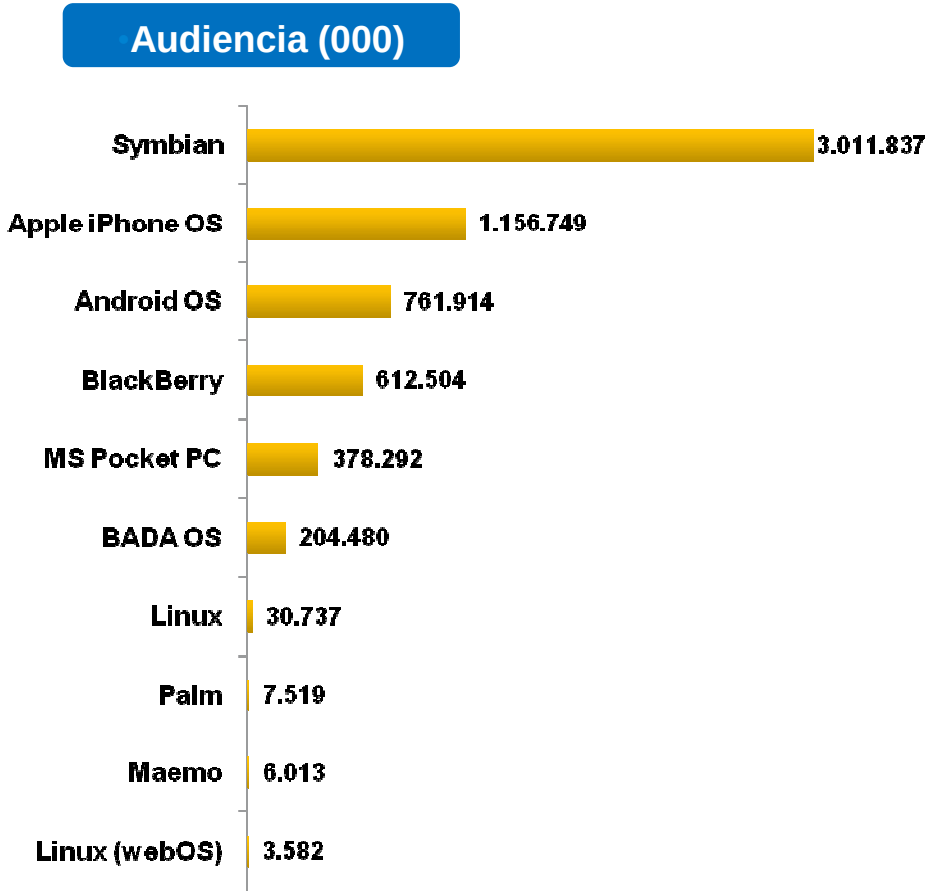


Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Escenario de Internet móvil en España

Ránking sistemas operativos por conexión a Internet

Symbian destaca como primer sistema operativo de conexión a Internet en España seguido de Apple.
Android se mantiene por delante de Blackberry a pesar de que este sistema operativo crece un 36,5% respecto al último trimestre de 2010.



Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Índice de contenidos

- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
- Publicidad en los dispositivos móviles
- Sector Destacado: Aplicaciones Móviles
- Metodología

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

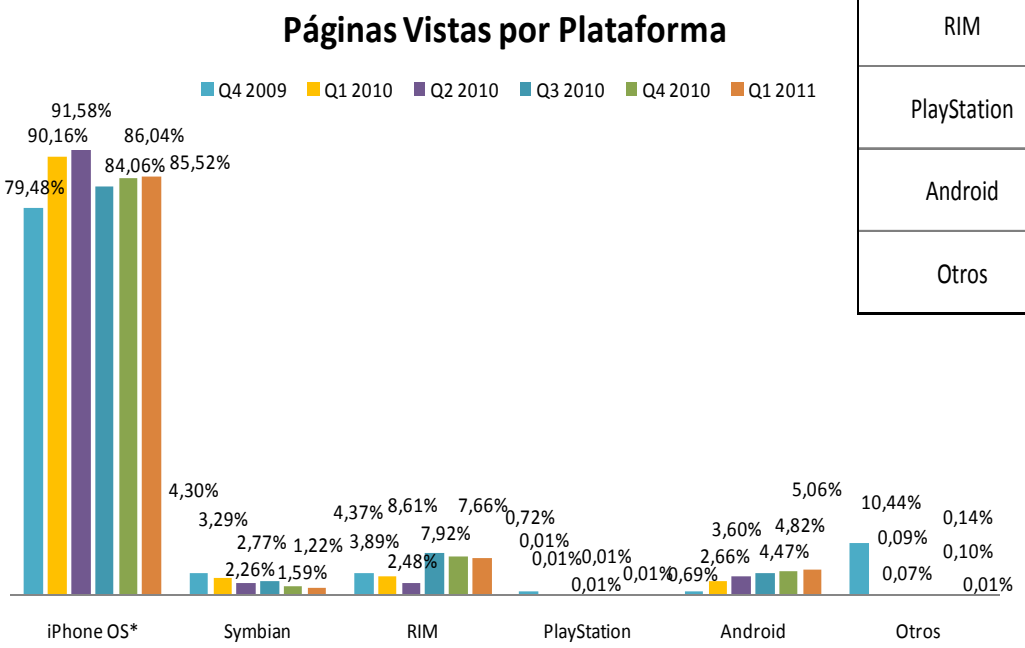
Publicidad en Dispositivos Móviles

Top Plataformas por Páginas Vistas – TAPTAP Premium Network

iPhone sigue su tendencia alcista en cuanto al volumen de Páginas Vistas, superando el 86%.

Plataformas	% Páginas Vistas					
	Q4 2009	Q1 2010	Q2 2010	Q3 2010	Q4 2010	Q1 2011
iPhone OS*	79,48%	90,16%	91,58%	84,06%	85,52%	86,04%
Symbian	4,30%	3,29%	2,26%	2,77%	1,59%	1,22%
RIM	4,37%	3,89%	2,48%	8,61%	7,92%	7,66%
PlayStation	0,72%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
Android	0,69%	2,66%	3,60%	4,47%	4,82%	5,06%
Otros	10,44%	0,09%	0,07%	0,10%	0,14%	0,01%

*iPhone OS incluye iPhone, iPodTouch & iPad



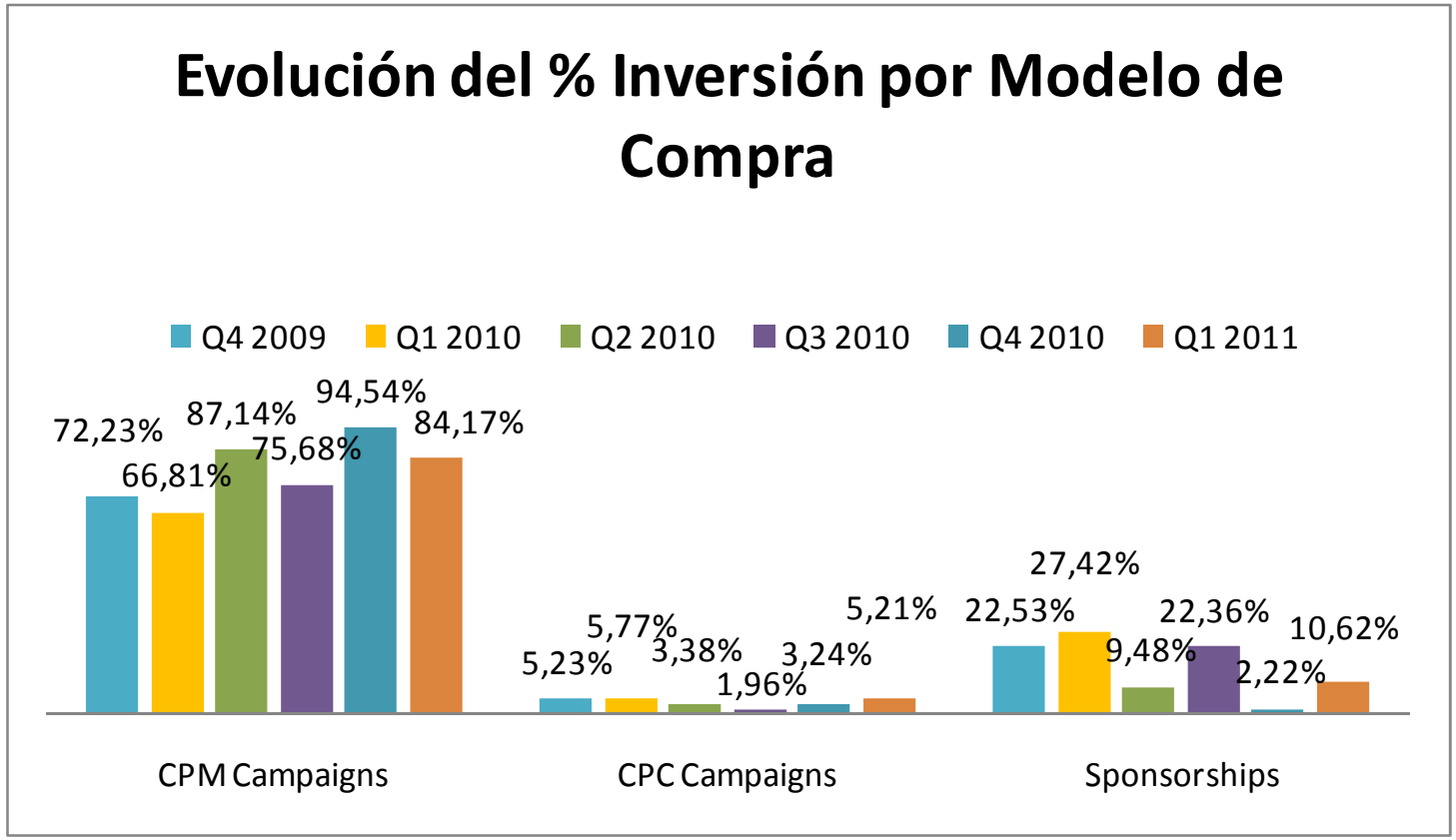
El tráfico en páginas vistas desde dispositivos Android ya supera el 5% del total en la red Premium TAPTAP

Tráfico de España

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Publicidad en Dispositivos Móviles

Modelo de Compra – TAPTAP Premium Network

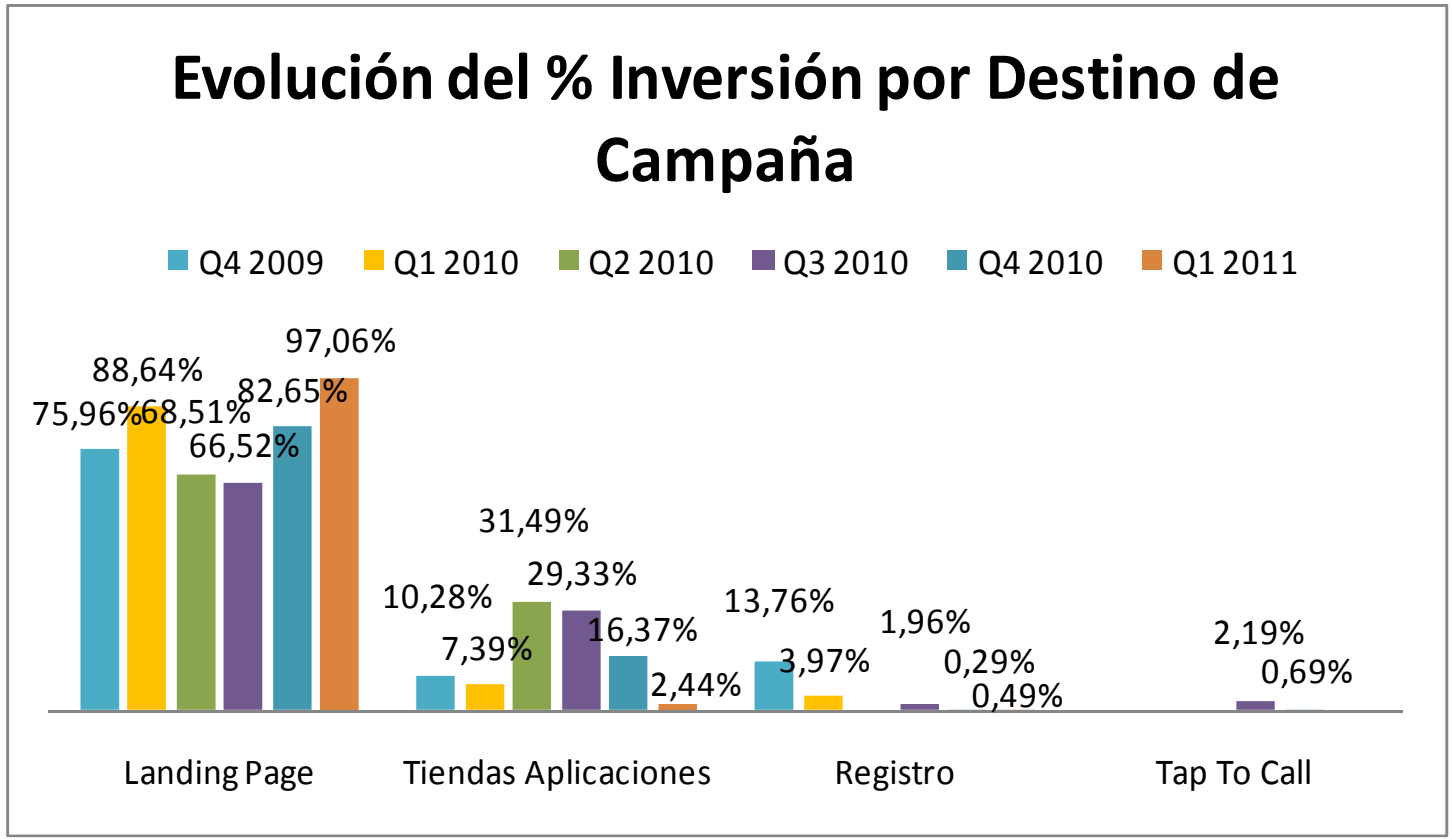


En el Q1 del 2011 se observa un incremento notable en el interés por patrocinar contenidos móviles con respecto al periodo anterior

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Publicidad en Dispositivos Móviles

Destino de las Campañas – TAPTAP Premium Network

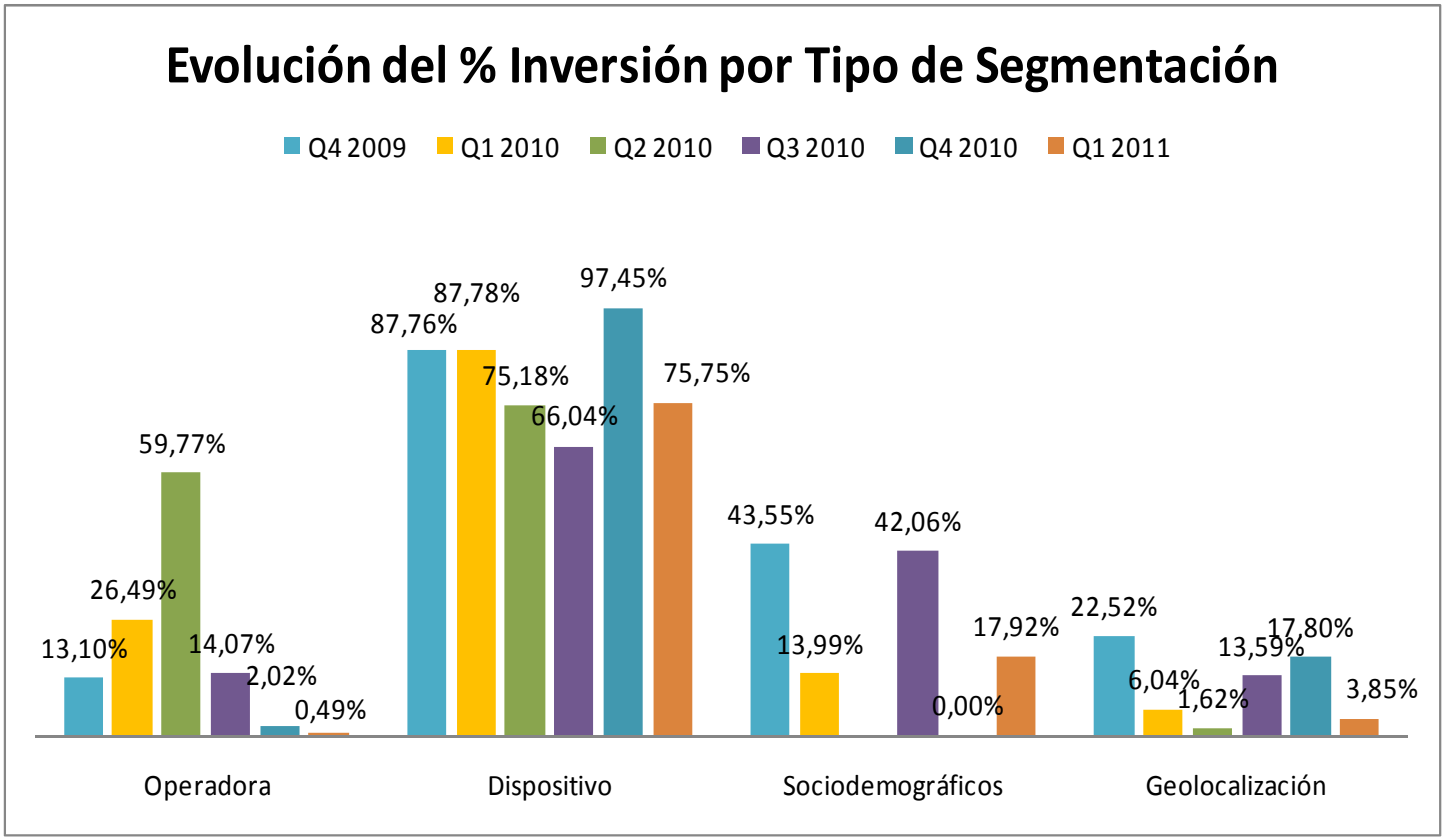


El 97% de la inversión se ha realizado en Campañas que redirigen a Landing Pages. ¿El motivo? Es una manera económica de tener presencia en el móvil.

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Publicidad en Dispositivos Móviles

Tipos de segmentación – TAPTAP Premium Network

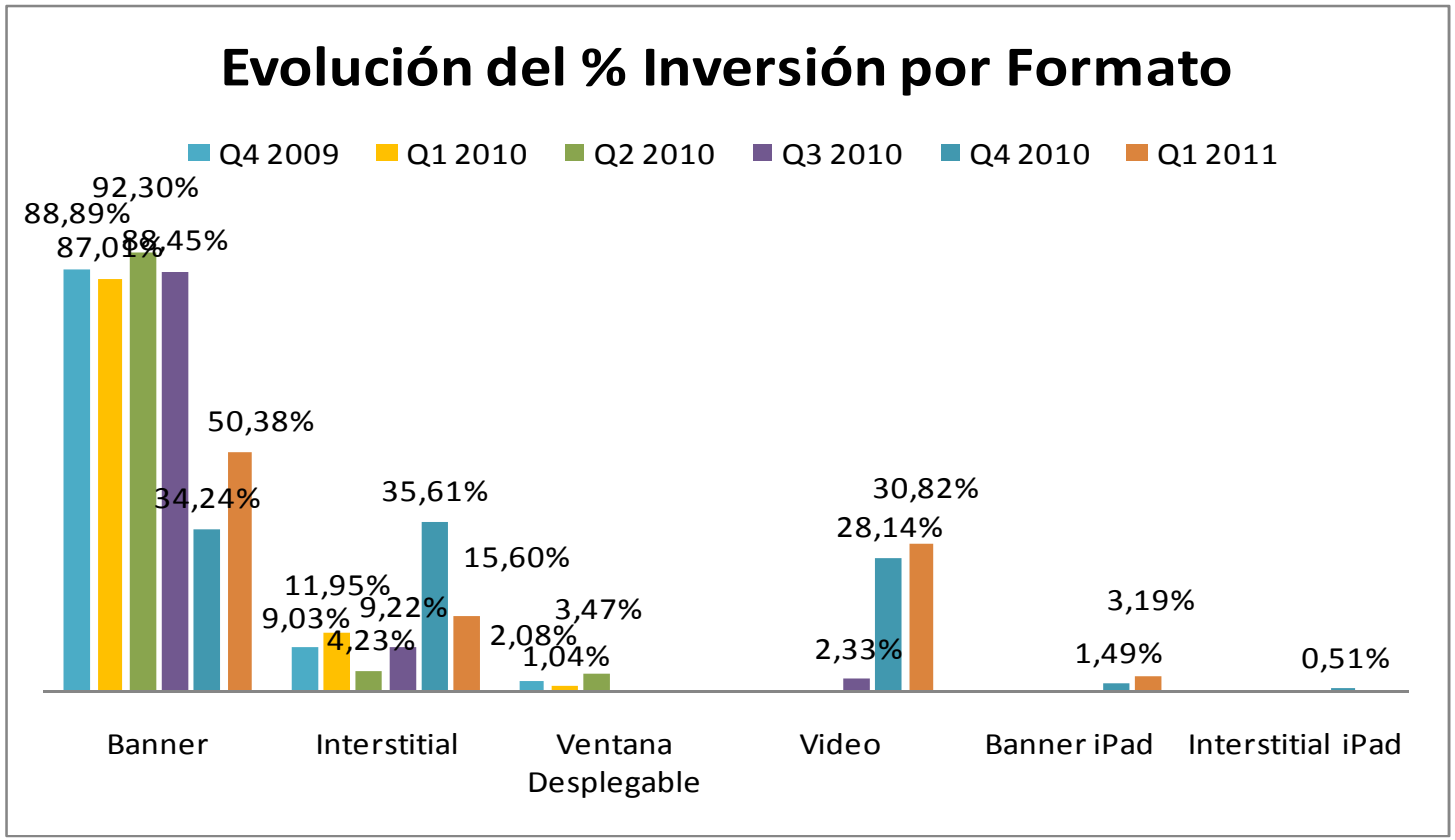


Incremento substancial con respecto al trimestre anterior en el uso de parámetros sociodemográficos para segmentar las campañas publicitarias en el móvil

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Publicidad en Dispositivos Móviles

Inversión por formato – TAPTAP Premium Network

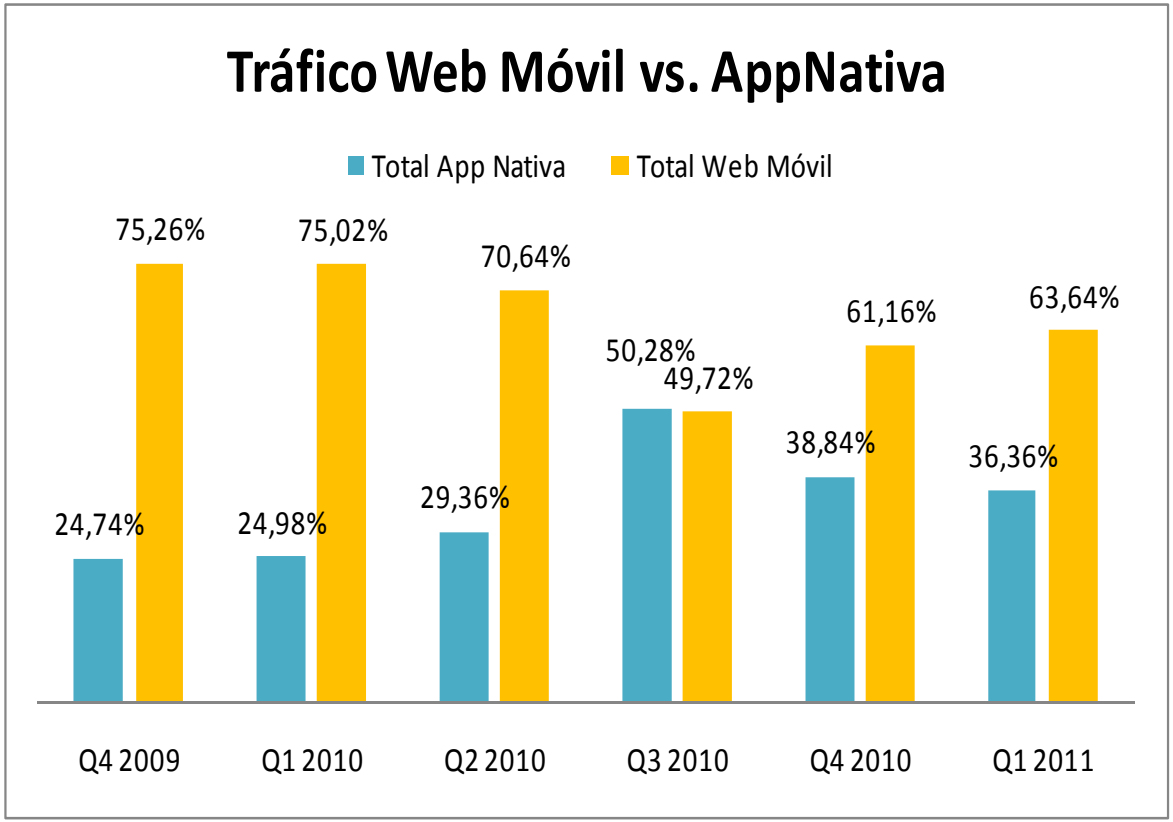


El Vídeo sigue imparable su tendencia alcista
La inversión realizada en formatos de video ya supera la de Interstitial

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Publicidad en Dispositivos Móviles

Tráfico WebApp vs. AppNativa* - TAPTAP Premium Network



La web móvil sigue siendo la plataforma favorita por los usuarios a la hora de consumir contenido en movilidad

* WebApp: Tráfico en web móvil (xml, xhtml, html5) / AppNativa: Tráfico en apps (iPhone Apps & Android Apps & iPad Apps)

* Tráfico de España

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Índice de contenidos

- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
- Publicidad en los dispositivos móviles
- Sector Destacado: Aplicaciones Móviles
- Metodología

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Sector Destacado: Aplicaciones Móviles

¿QUE ES UNA APP?

Pequeñas piezas de software que ofrecen contenidos, juegos o utilidades concretas con o sin conexión a internet

App Nativa

Desarrolladas en lenguaje "cerrado" y distribuidas para una plataforma específica. Apple appStore, Android Marketplace… **No accesibles mediante un navegador**

WebApp

Desarrolladas en lenguaje "abierto" / web (xhtml, html5) y distribuidas por la web movil. **Accesibles mediante un navegador**

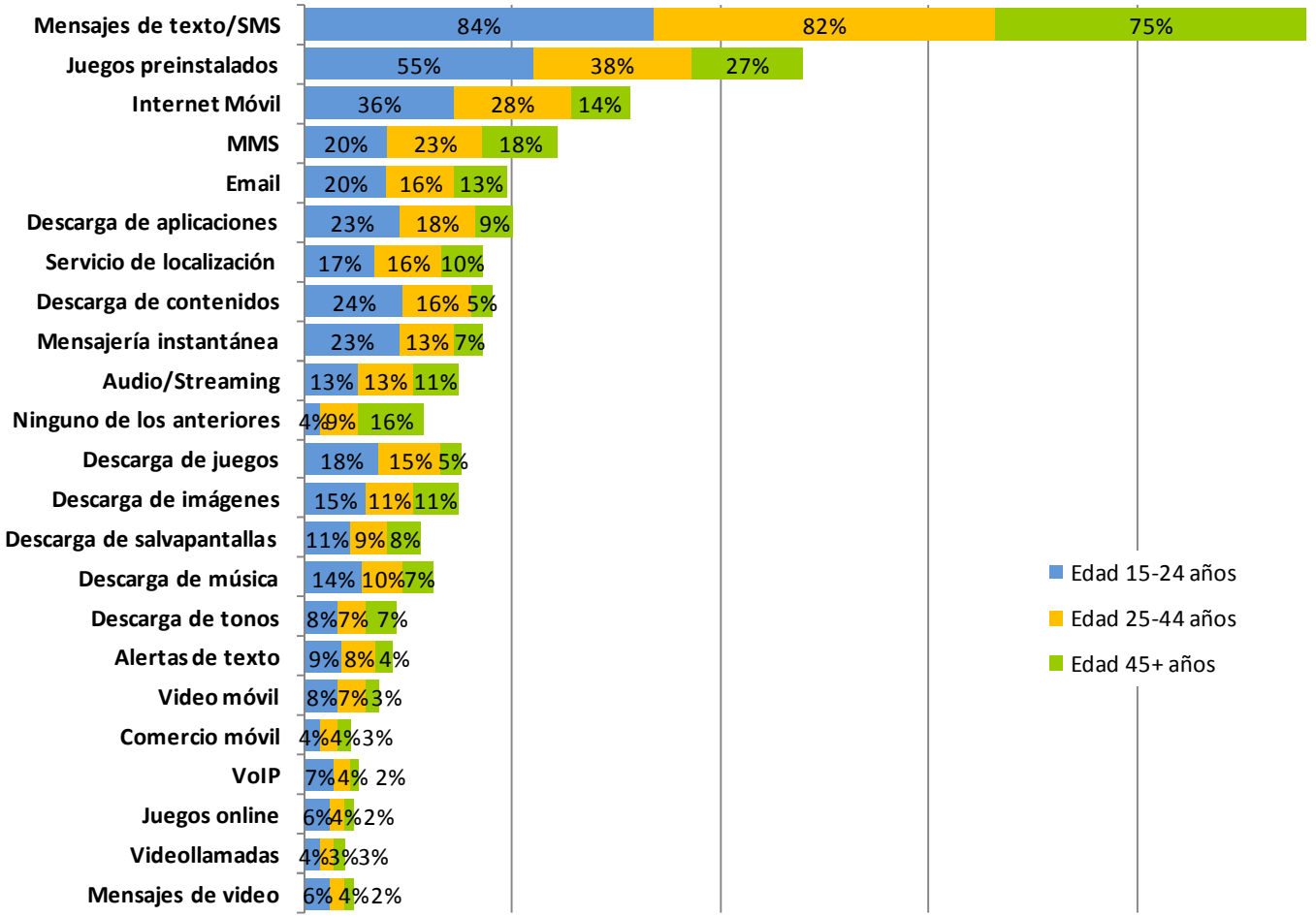
Las Aplicaciones se han convertido en un elemento determinante como argumento distribución de contenidos para medios y marcas.

Asimismo, los anunciantes encuentran en éstas una manera de ocupar una posición privilegiada la pantalla del dispositivo de su público objetivo.

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Sector Destacado: Aplicaciones Móviles

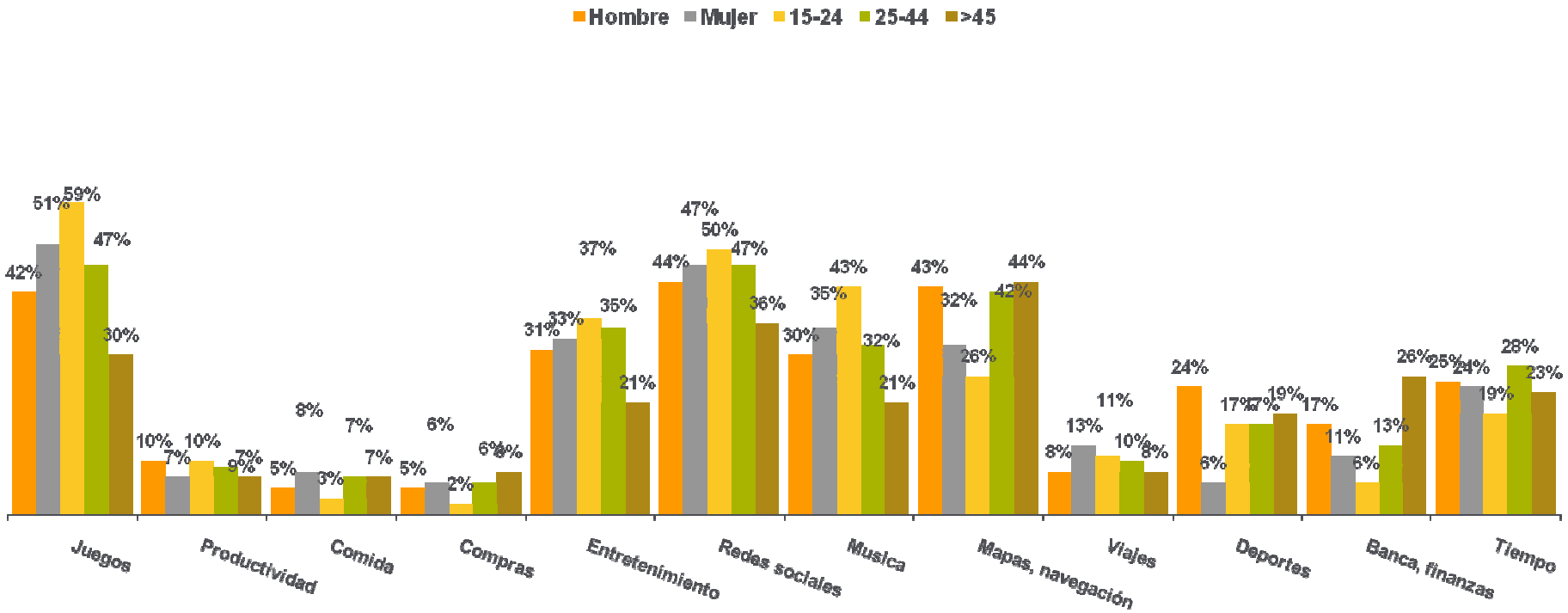
Dentro del grupo de usuarios de smartphones, son los jóvenes entre 15 y 24 años los que tienen un uso superior a la media en mensajes de texto, juegos y consumo de internet en el móvil. Los usuarios de entre 25 y 44 años también tiene una alta penetración en el uso de internet en el móvil.



Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Sector Destacado: Aplicaciones Móviles

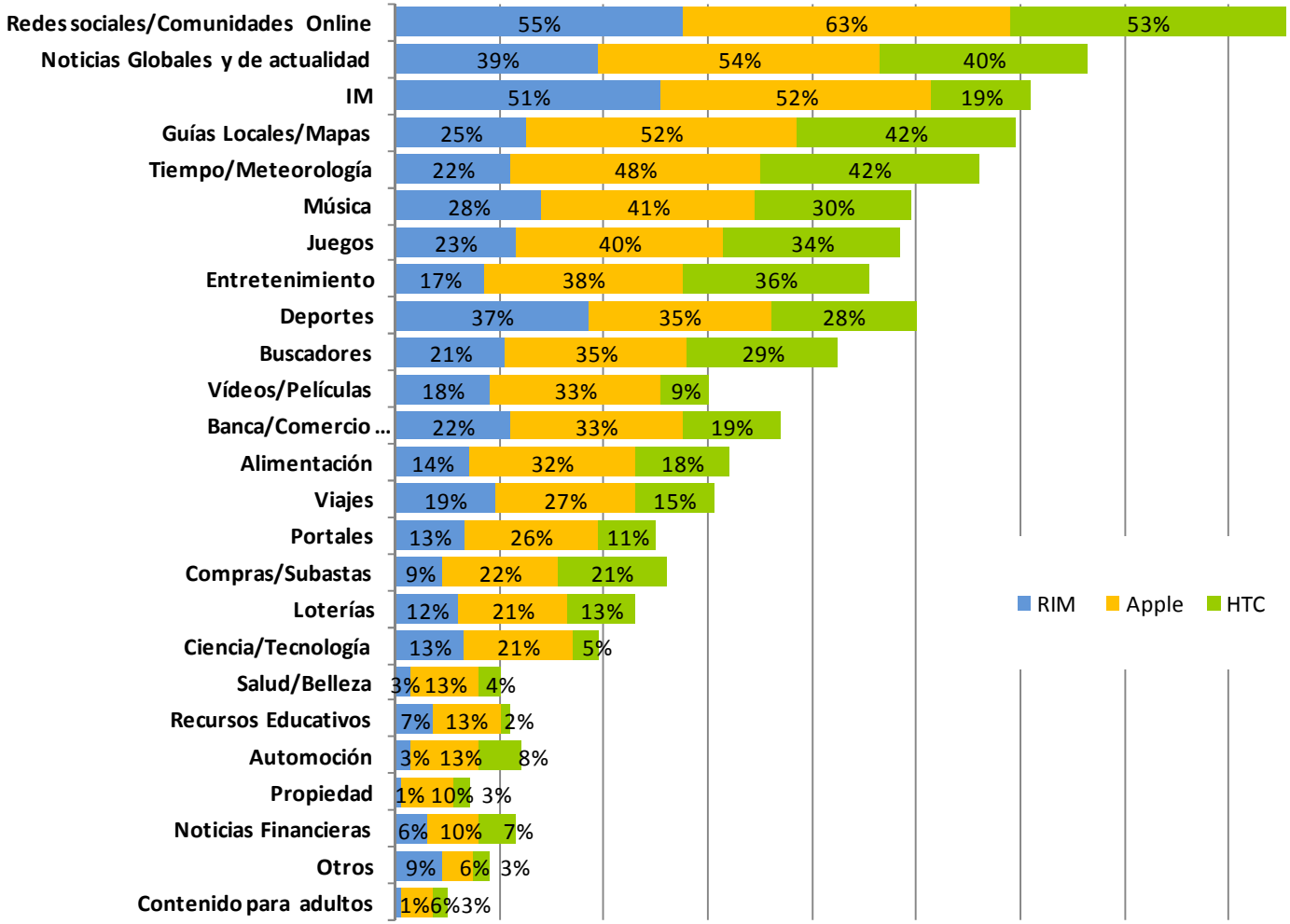
Los hombres destacan por utilizar aplicaciones relacionadas con productividad, mapas, deportes y finanzas mientras que las mujeres se inclinan más hacia el consumo de aplicaciones de juegos, redes sociales, música y viajes.



Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

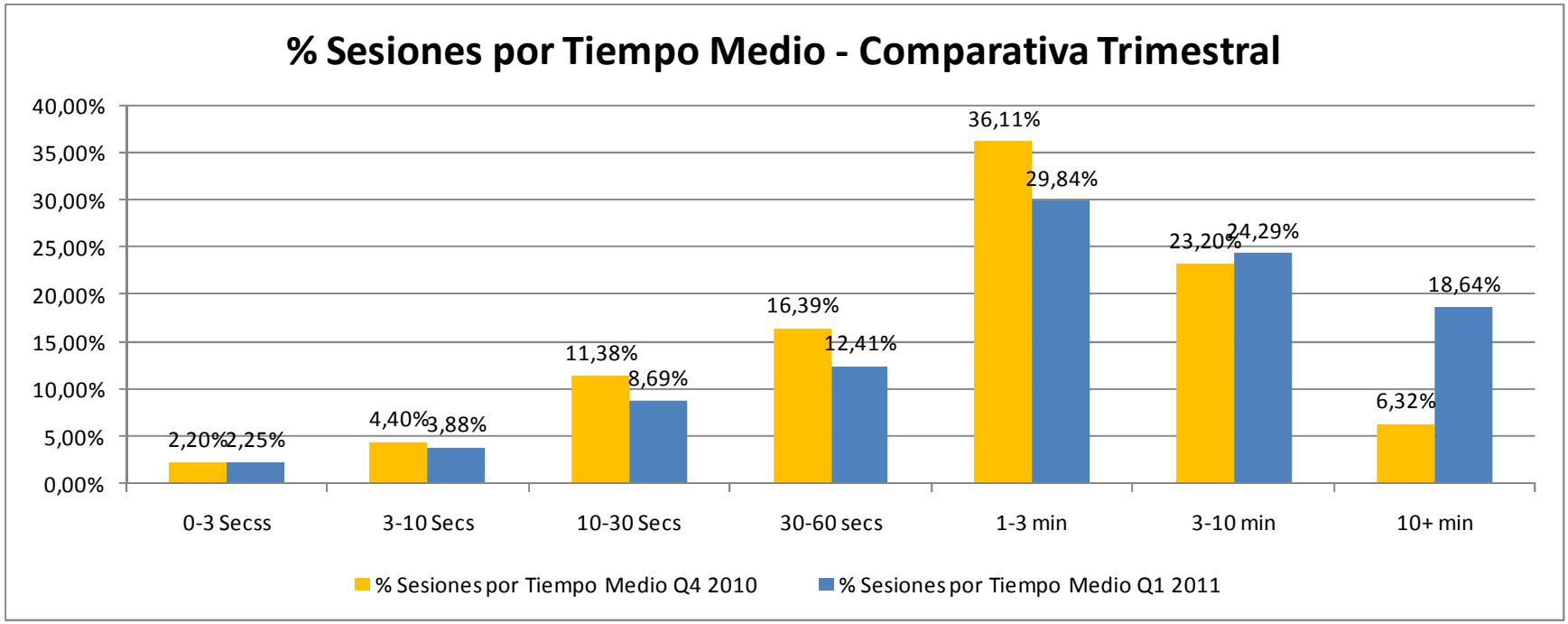
Sector Destacado: Aplicaciones Móviles

Analizando los sitios web/aplicaciones visitados en base a los tres principales fabricantes, observamos que los usuarios de smartphones utilizan estos dispositivos para redes sociales y consumo de noticias e información, principalmente. Apple destaca en la penetración de todas las categorías de webs visitadas.



Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Sector Destacado: Aplicaciones Móviles
% Sesiones por Tiempo Medio – Comparativa Trimestral

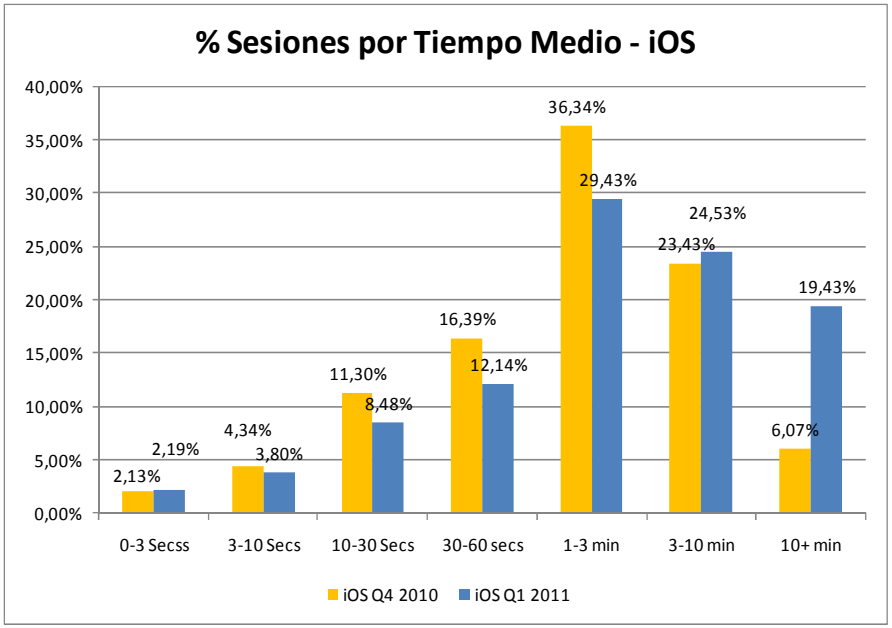


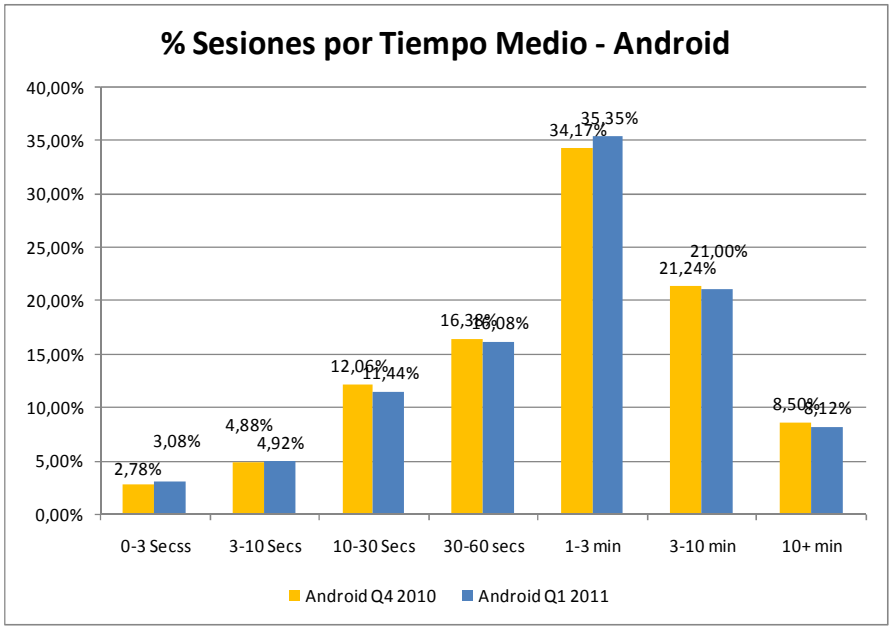
Los usuarios consumen el contenido móvil en "*micromomentos*" – Por ello, el mayor porcentaje de sesiones se da entre 1 a 3 minutos.
Si comparamos el último trimestre de 2010 con el primero de 2011, vemos que la tendencia es a que haya mayor % de Sesiones que pasan de 3 a más de 10 minutos navegando.

Tráfico de España ; Tiempo en minutos ; TAPTAP Premium Network

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Sector Destacado: Aplicaciones Móviles
% Sesiones por Tiempo Medio por Sistema Operativo





iOS: la navegación por las plataformas de Apple ha experimentado un crecimiento respecto del mes anterior en segmentos de 3 a más de 10 minutos.

Android: la navegación por las plataformas de Android experimenta el crecimiento más destacable en el periodo de 1 a 3 minutos, manteniéndose muy estable respecto a Q4 2010.

Tráfico de España ; Tiempo en minutos ; TAPTAP Premium Network

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Índice de contenidos

- Tendencias fundamentales
- Escenario de Internet móvil en España
- Publicidad en los dispositivos móviles
- Sector Destacado: Aplicaciones Móviles
- Metodología

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Metodología

Medición del consumo efectuado desde dispositivos móviles

•Información actualizada trimestralmente

•Captación mediante **tracking** a individuos para analizar su comportamiento desde el dispositivo móvil

• Datos de Publicidad en el Móvil extraídos de las Campañas activas en Q1 2011 en la Red Publicitaria Premium de TAPTAP Networks

•Consumos declarados trimestralmente referenciados a los universos totales de estudio: universo de individuos residentes en España **mayores de 15 años** que poseen dispositivo móvil

•Codificación y categorización de la información globales y basados en diccionarios estables a lo largo del tiempo

•Determinación de **consumos por operadores y terminales móviles**

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

¡Gracias!

¿Alguna pregunta?

Anexo I. Glosario de términos

- Web móvil o Web App: Página web adaptada a dispositivos móviles
- Aplicación nativa: Aplicación desarrollada con un lenguaje de programación compatible con el dispositivo móvil
- Landing Page: página de destino a la que se accede al hacer TAP sobre una creatividad
- HTML5: última versión del lenguaje de programación para la WorldWide Web
- Smartphone: dispositivo electrónico que funciona como un teléfono móvil, con características similares a las de un ordenador personal y acceso a internet

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company

Anexo I. Glosario de términos

- CPM: coste por mil, o la base de lo que cuesta mostrar un anuncio a mil clientes
- CPC: coste por click, que se mide cada vez que el cliente hace Tap sobre un anuncio
- Patrocinio: Mostrar en exclusiva a un anunciante en un site, por un determinado período de tiempo
- Banner/interstitial/ventana desplegable:
  - Banner: formato publicitario que ocupa el top o bottom de un site
  - Interstitial: formato publicitario en forma de página completa que aparece normalmente antes de acceder al contenido solicitado
  - Ventana desplegable: formato publicitario en forma de banner que al hacer TAP sobre él, se despliega
  - VideoAd: Spot publicitario, normalmente de TV, adaptado al móvil

Confidential & Proprietary •All rights reserved © TAPTAP Networks &The Nielsen Company