



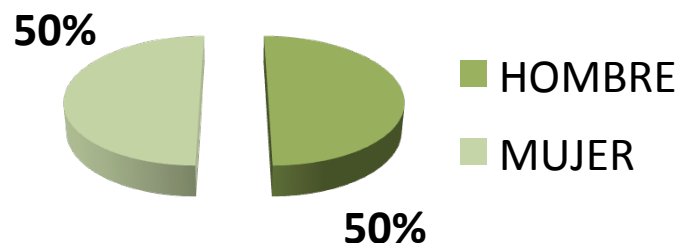
**MOBILE  
MARKETING  
ASSOCIATION**

**MOBILE COMMERCE  
ESPAÑA FEBRERO 2012**

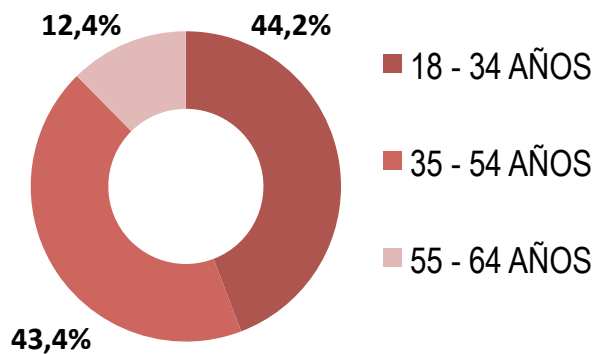
# Perfil socio-demográfico: sexo y edad

Periodo: Febrero 2012  
Universo: 1000 personas

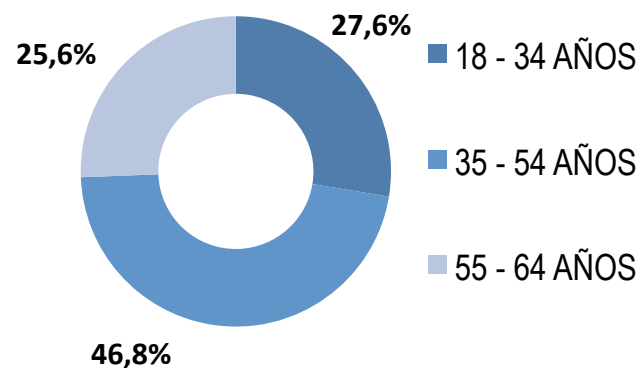
## SEXO



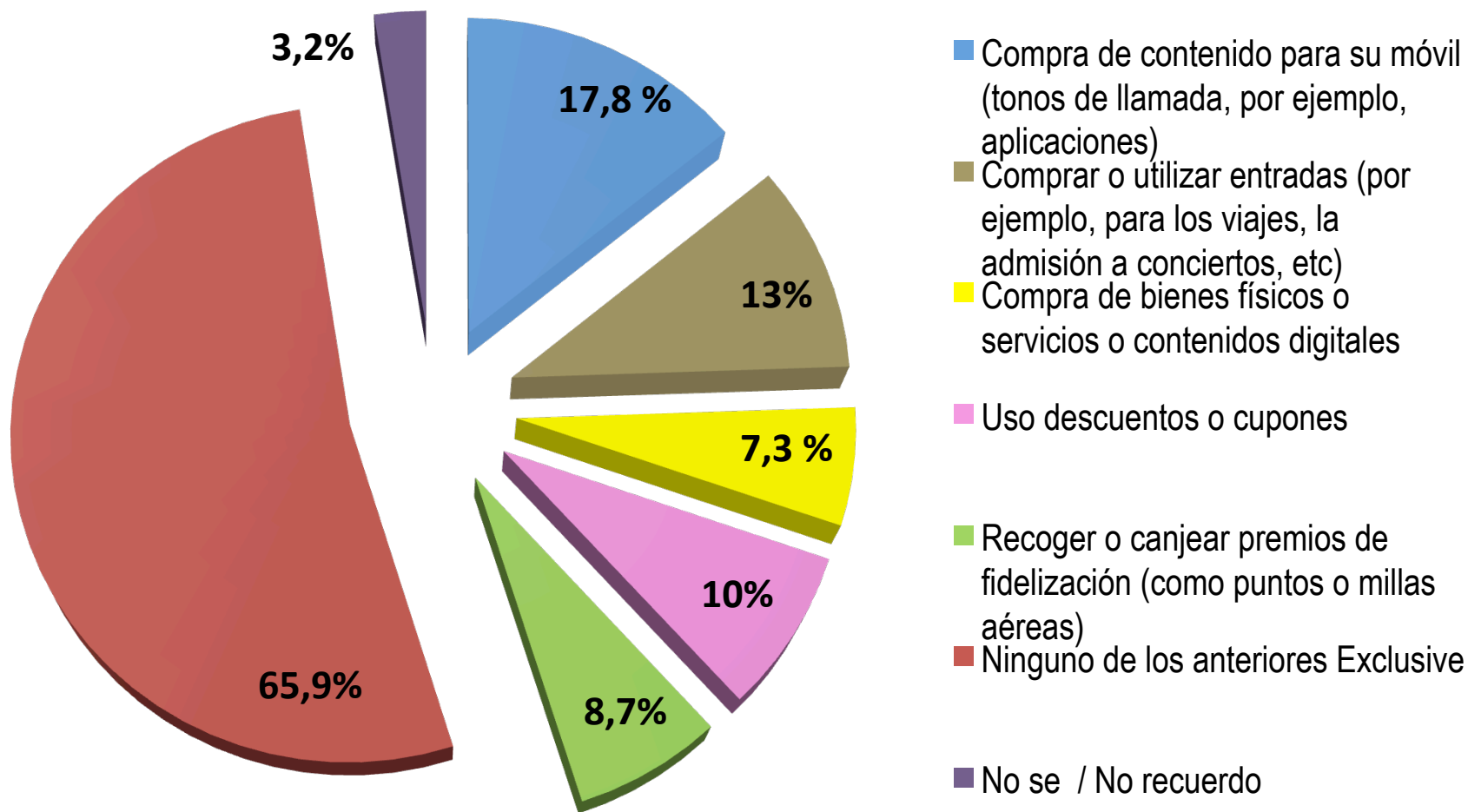
## MUJERES



## HOMBRES



1.- Durante el pasado mes, ¿Ha usado su teléfono móvil para realizar cualquiera de los siguientes tipos de transacciones?:



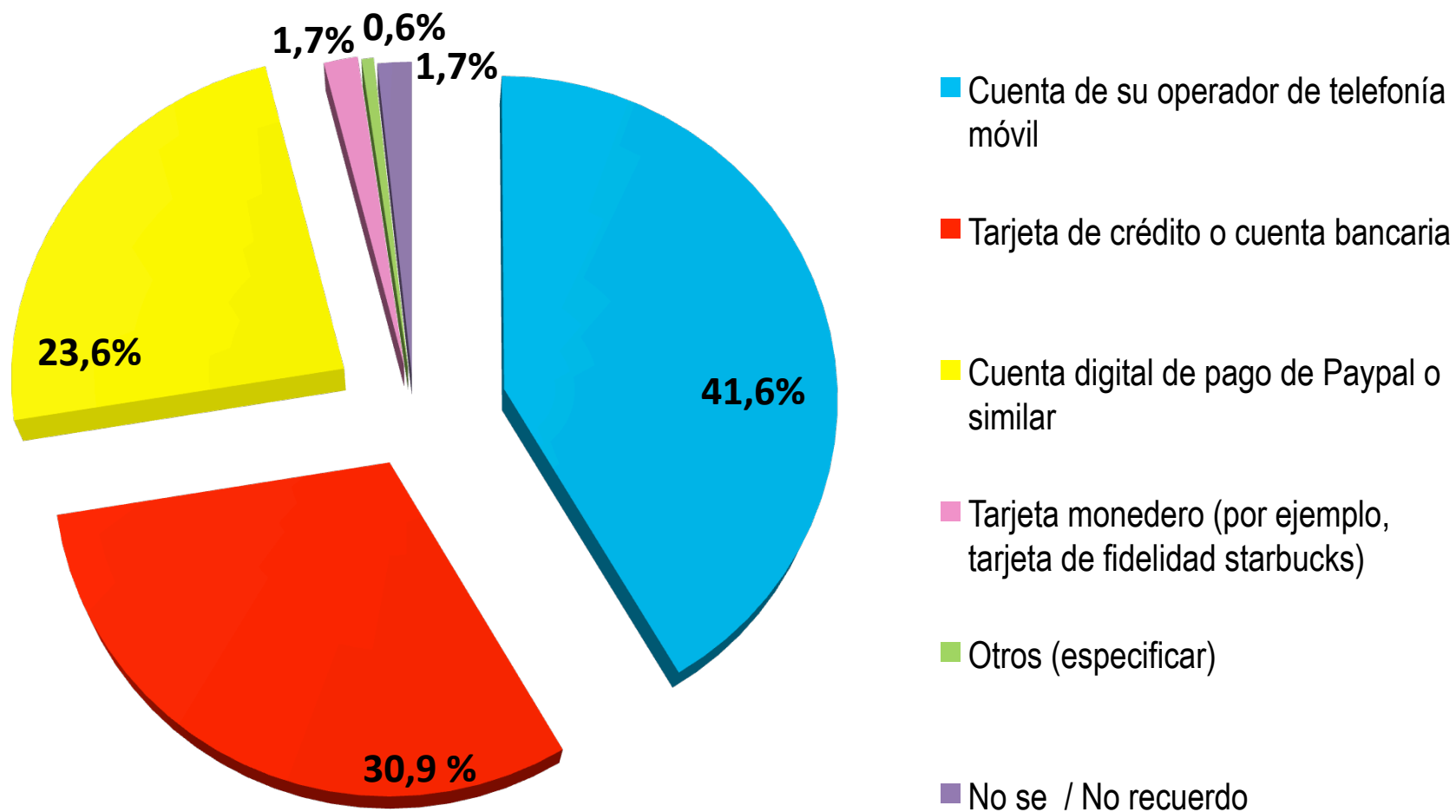
**30%** DE LOS USUARIOS HA REALIZADO ALGÚN TIPO DE TRANSACCIÓN DESDE SU MÓVIL EN FEBRERO

Hombre	Mujer		18-34 AÑOS	35-54 AÑOS	55-64 AÑOS
18,20%	17,40%	Compra de contenido para su móvil ( <i>tonos de llamada, por ejemplo, aplicaciones</i> )	25,10%	17,30%	5,30%
15,20%	10,80%	Comprar o utilizar entradas ( <i>por ejemplo, para los viajes, la admisión a conciertos, etc</i> )	18,70%	11,80%	5,30%
8,40%	6,20%	Compra de bienes físicos o servicios o contenidos digitales	11,70%	6,20%	1,60%
9,20%	10,80%	Uso descuentos o cupones	17,80%	6,90%	2,60%
10,20%	7,20%	Recoger o canjear premios de fidelización ( <i>como puntos o millas aéreas</i> )	12,50%	7,30%	4,70%
62,60%	69,20%	Ninguno de los anteriores Exclusive	53,80%	69,20%	81,10%
3,60%	2,80%	No se / No recuerdo	1,90%	3,80%	4,20%

### POR INGRESOS:

	Less than € 1,651	More than € 1,651	Prefer not to state
Compra de contenido para su móvil ( <i>tonos de llamada, por ejemplo, aplicaciones</i> )	14,90%	20,60%	16,50%
Comprar o utilizar entradas ( <i>por ejemplo, para los viajes, la admisión a conciertos, etc</i> )	8,50%	17,30%	11,80%
Compra de bienes físicos o servicios o contenidos digitales	5,10%	9,80%	4,70%
Uso descuentos o cupones	7,80%	11,50%	12,90%
Recoger o canjear premios de fidelización ( <i>como puntos o millas aéreas</i> )	7,80%	10,80%	1,20%
Ninguno de los anteriores Exclusive	69,20%	62,10%	70,60%
No se / No recuerdo	3,20%	2,90%	4,70%

1.A - Pensando en la última vez que ha utilizado el teléfono móvil para **compra de contenido para móvil**, ¿A qué tipo de cuenta estaba involucrada cada una? :

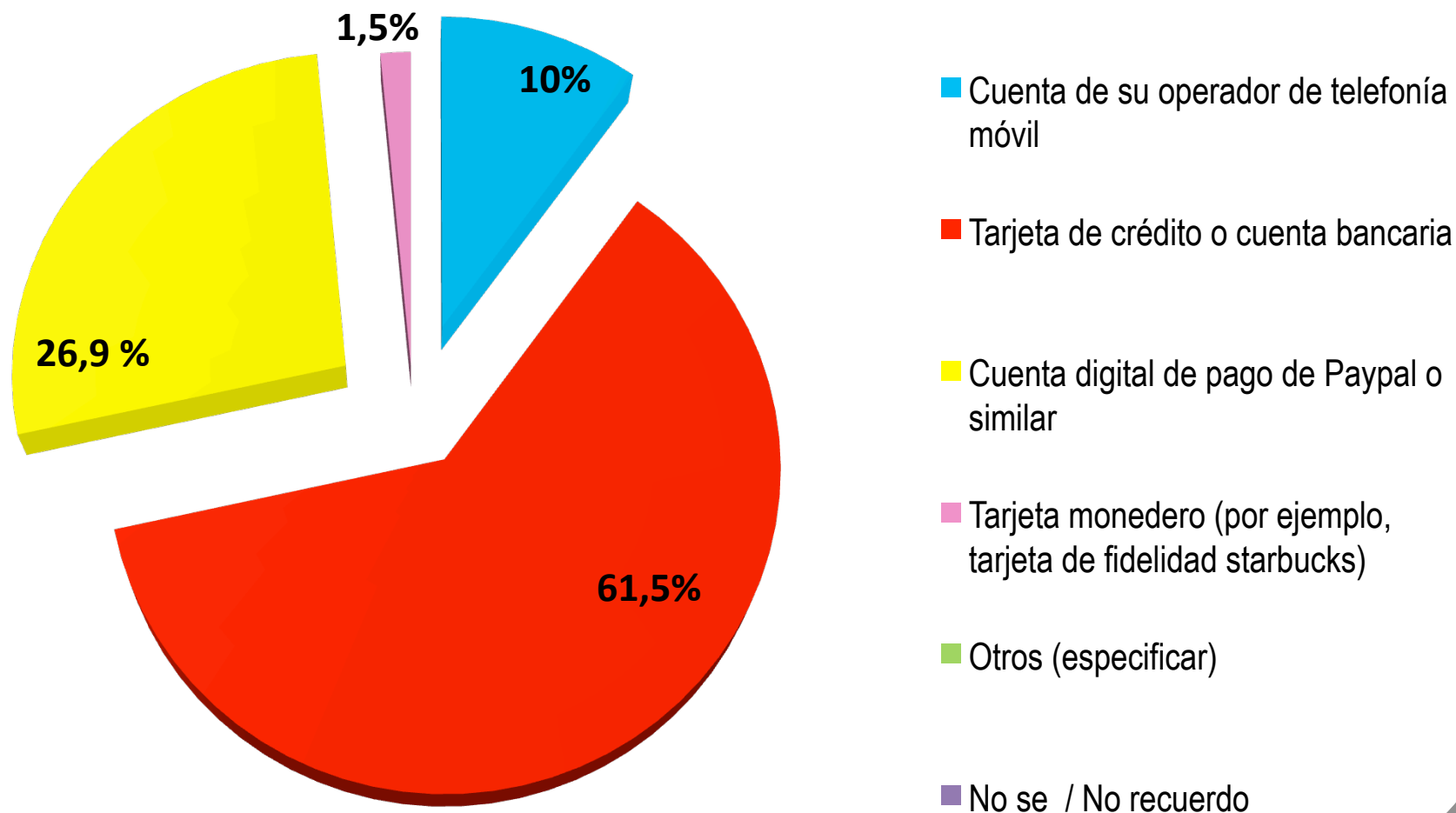


Hombre	Mujer		18-34 AÑOS	35-54 AÑOS	55-64 AÑOS
34,1 %	49,4 %	Cuenta de su operador de telefonía móvil	42,2 %	42,3 %	30,0 %
39,6 %	21,8 %	Tarjeta de crédito o cuenta bancaria	26,7 %	32,1 %	60,0 %
22,0 %	25,3 %	Cuenta digital de pago de Paypal o similar	30,0 %	17,9 %	10,0 %
1,1 %	2,3 %	Tarjeta monedero <i>(por ejemplo, tarjeta de fidelidad starbucks)</i>	1,1 %	2,6 %	0,0 %
1,1 %	0,0 %	Otros	0,0 %	1,3 %	0,0 %
2,2 %	1,1 %	No se / No recuerdo	0,0 %	3,8 %	0,0 %
34,1 %	49,4 %	Cuenta de su operador de telefonía móvil	42,2 %	42,3 %	4,20%

### POR INGRESOS:

	Less than € 1,651	More than € 1,651	Prefer not to state
Cuenta de su operador de telefonía móvil	50,80%	36,40%	35,70%
Tarjeta de crédito o cuenta bancaria	30,80%	34,30%	7,10%
Cuenta digital de pago de Paypal o similar	13,80%	29,30%	28,60%
Tarjeta monedero <i>(por ejemplo, tarjeta de fidelidad starbucks)</i>	1,50%	0,00%	14,30%
Otros	1,50%	0,00%	0,00%
No se / No recuerdo	1,50%	0,00%	14,30%

**1.B - Pensando en la última vez que ha utilizado el teléfono móvil para comprar o utilizar entradas, ¿A qué tipo de cuenta estaba involucrada cada una?:**

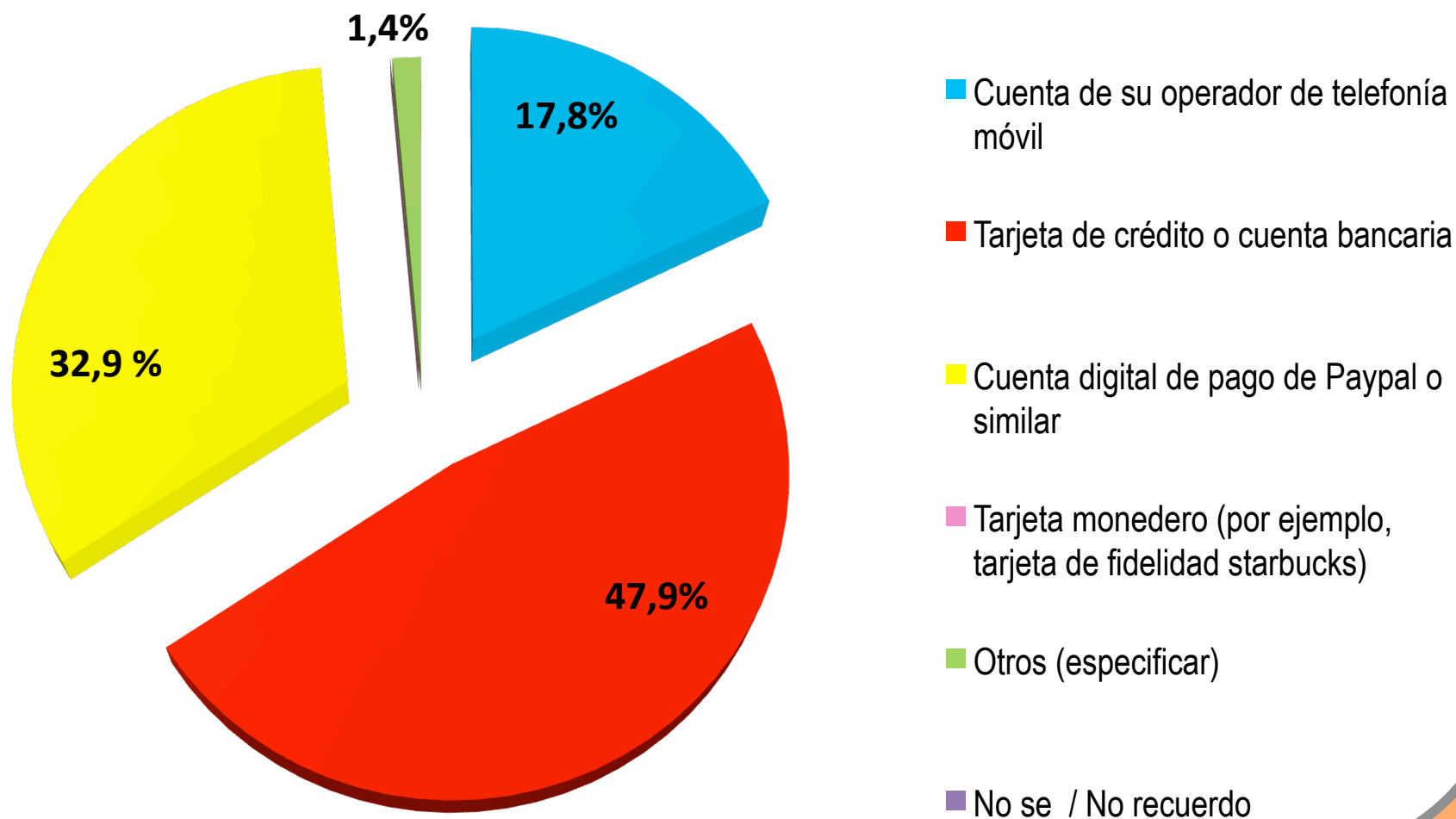


<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>		<i>18-34 AÑOS</i>	<i>35-54 AÑOS</i>	<i>55-64 AÑOS</i>
<b>11,8 %</b>	<b>7,4 %</b>	Cuenta de su operador de telefonía móvil	<b>6,0 %</b>	<b>15,1 %</b>	<b>10,0 %</b>
<b>63,2 %</b>	<b>59,3 %</b>	Tarjeta de crédito o cuenta bancaria	<b>65,7 %</b>	<b>54,7 %</b>	<b>70,0 %</b>
<b>23,7 %</b>	<b>31,5 %</b>	Cuenta digital de pago de Paypal o similar	<b>26,9 %</b>	<b>28,3 %</b>	<b>20,0 %</b>
<b>1,3 %</b>	<b>1,9 %</b>	Tarjeta monedero <i>(por ejemplo, tarjeta de fidelidad starbucks)</i>	<b>1,5 %</b>	<b>1,9 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	Otros	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	No se / No recuerdo	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>11,8 %</b>	<b>7,4 %</b>	Cuenta de su operador de telefonía móvil	<b>6,0 %</b>	<b>15,1 %</b>	<b>10,0 %</b>

### **POR INGRESOS:**

	<i>Less than € 1,651</i>	<i>More than € 1,651</i>	<i>Prefer not to state</i>
Cuenta de su operador de telefonía móvil	<b>8,10%</b>	<b>12,00%</b>	<b>0,00%</b>
Tarjeta de crédito o cuenta bancaria	<b>64,90%</b>	<b>59,00%</b>	<b>70,00%</b>
Cuenta digital de pago de Paypal o similar	<b>24,30%</b>	<b>28,90%</b>	<b>20,00%</b>
Tarjeta monedero <i>(por ejemplo, tarjeta de fidelidad starbucks)</i>	<b>2,70%</b>	<b>0,00%</b>	<b>10,00%</b>
Otros	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>
No se / No recuerdo	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>

**1.C - Pensando en la última vez que ha utilizado el teléfono móvil para comprar de bienes físicos, servicios o contenidos digitales, ¿A qué tipo de cuenta estaba involucrada cada una?:**

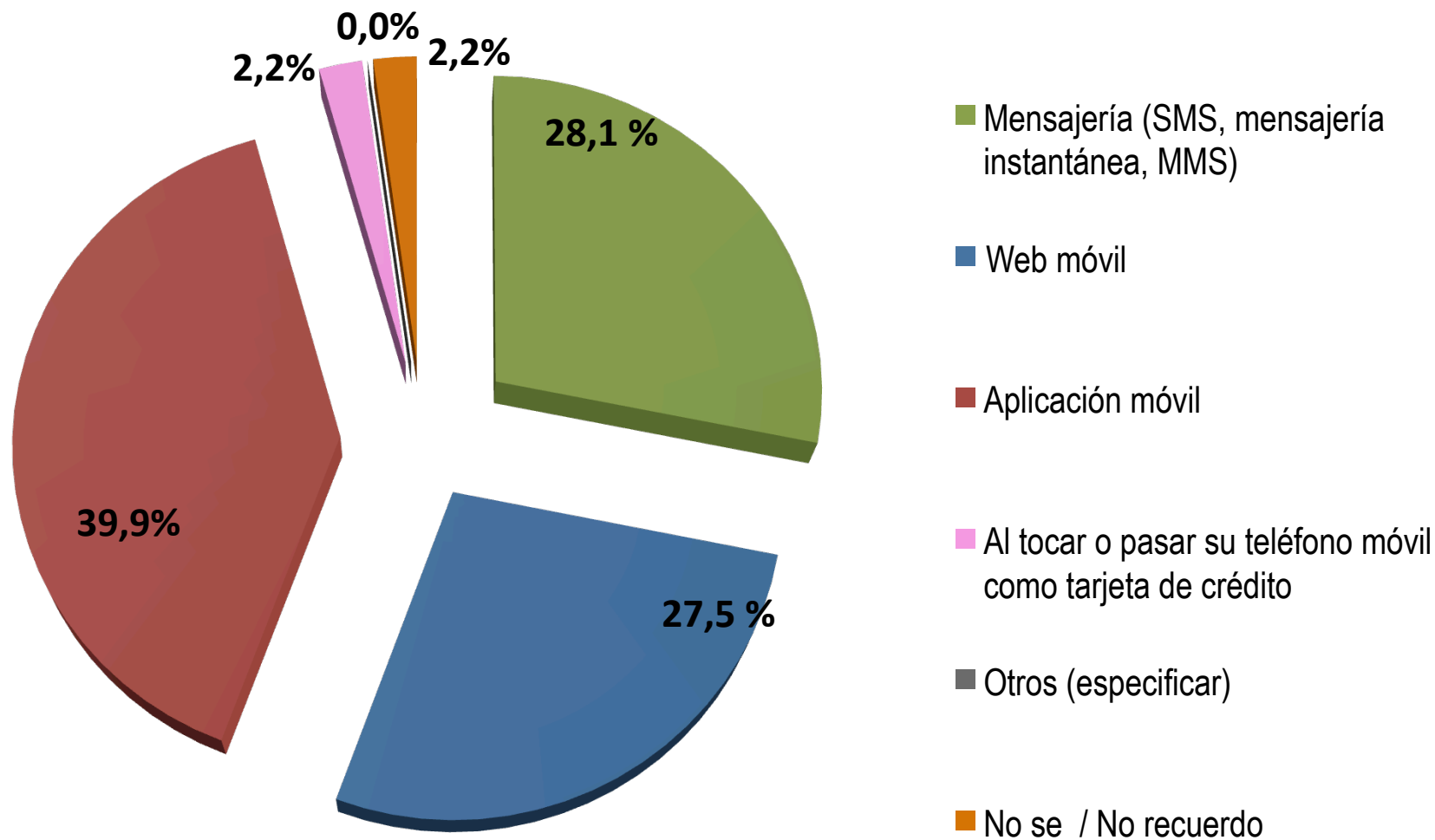


Hombre	Mujer		18-34 AÑOS	35-54 AÑOS	55-64 AÑOS
16,7 %	19,4 %	Cuenta de su operador de telefonía móvil	11,9 %	25,0 %	33,3 %
50,0 %	45,2 %	Tarjeta de crédito o cuenta bancaria	42,9 %	53,6 %	66,7 %
33,3 %	32,3 %	Cuenta digital de pago de Paypal o similar	42,9 %	21,4 %	0,0 %
0,0 %	0,0 %	Tarjeta monedero (por ejemplo, tarjeta de fidelidad starbucks)	0,0 %	0,0 %	0,0 %
0,0 %	3,2 %	Otros	2,4 %	0,0 %	0,0 %
0,0 %	0,0 %	No se / No recuerdo	0,0 %	0,0 %	0,0 %
16,7 %	19,4 %	Cuenta de su operador de telefonía móvil	11,9 %	25,0 %	33,3 %

### POR INGRESOS:

	Less than € 1,651	More than € 1,651	Prefer not to state
Cuenta de su operador de telefonía móvil	22,70%	17,00%	0,00%
Tarjeta de crédito o cuenta bancaria	45,50%	51,10%	25,00%
Cuenta digital de pago de Paypal o similar	31,80%	29,80%	75,00%
Tarjeta monedero (por ejemplo, tarjeta de fidelidad starbucks)	0,00%	0,00%	0,00%
Otros	0,00%	2,10%	0,00%
No se / No recuerdo	0,00%	0,00%	0,00%

2.- Tomando en cuenta la última vez que ha usado el móvil para realizar **compras de contenido para móvil**. La transacción fue a través de...



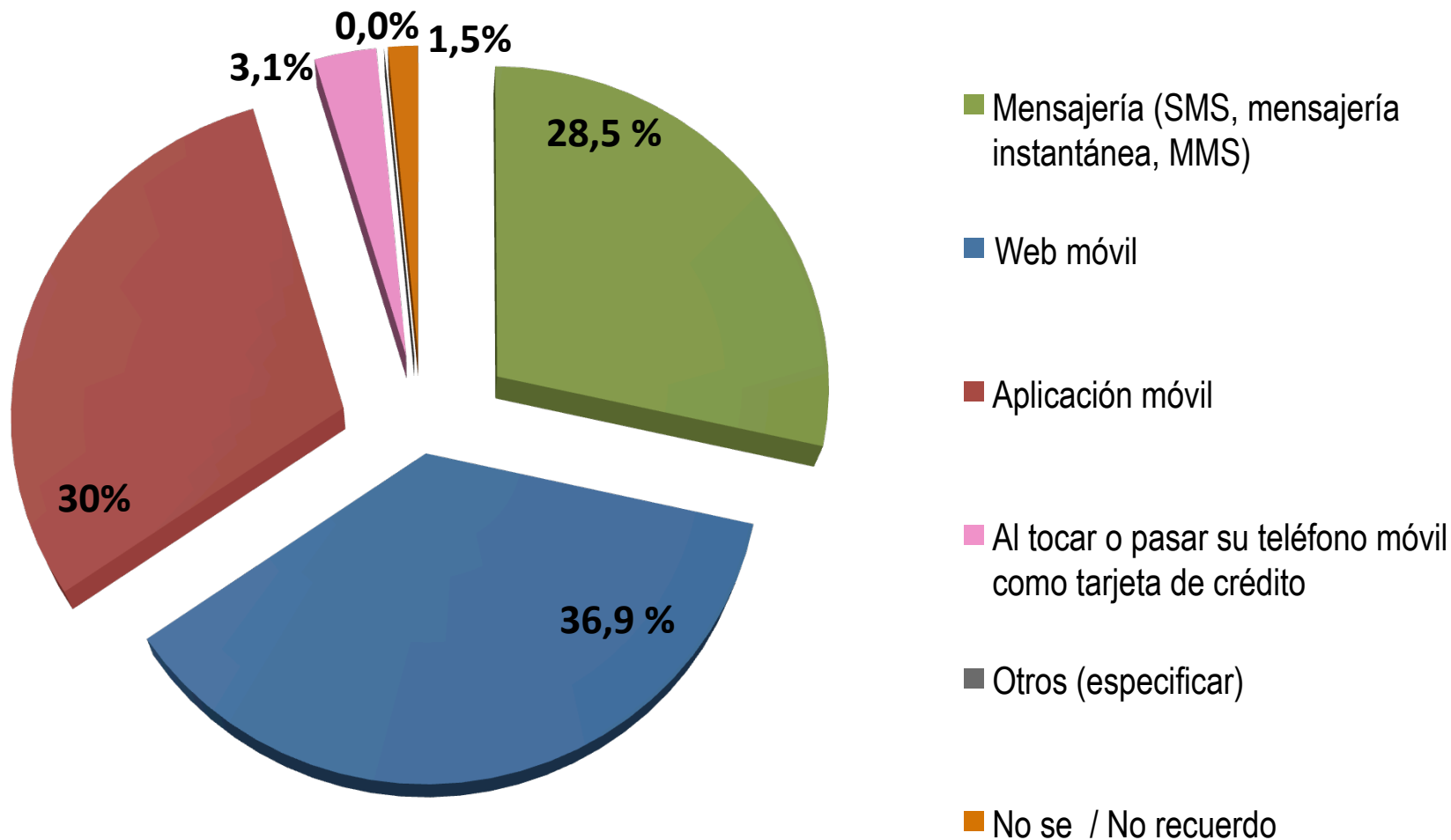
**40%** DE LOS USUARIOS HA COMPRADO CONTENIDO PARA SU MÓVIL A TRAVÉS DE UNA APP

Hombre	Mujer		18-34 AÑOS	35-54 AÑOS	55-64 AÑOS
26,4 %	29,9 %	Mensajería (SMS, mensajería instantánea, MMS)	27,8 %	29,5 %	20,0 %
26,4 %	28,7 %	Web móvil	23,3 %	32,1 %	30,0 %
42,9 %	36,8 %	Aplicación móvil	45,6 %	32,1 %	50,0 %
3,3 %	1,1 %	Al tocar o pasar su teléfono móvil como tarjeta de crédito	1,1 %	3,8 %	0,0 %
0,0 %	0,0 %	Otros (especificar)	0,0 %	0,0 %	0,0 %
1,1 %	3,4 %	No se / No recuerdo	2,2 %	2,6 %	0,0 %

### **POR INGRESOS:**

	Less than € 1,651	More than € 1,651	Prefer not to state
Mensajería (SMS, mensajería instantánea, MMS)	30,8 %	23,2 %	50,0 %
Web móvil	23,1 %	31,3 %	21,4 %
Aplicación móvil	41,5 %	40,4 %	28,6 %
Al tocar o pasar su teléfono móvil como tarjeta de crédito	1,5 %	3,0 %	0,0 %
Otros (especificar)	0,0 %	0,0 %	0,0 %
No se / No recuerdo	3,1 %	2,0 %	0,0 %

2.A - Tomando en cuenta la última vez que ha usado el móvil para realizar para **comprar o utilizar entradas** . La transacción fue a través de...



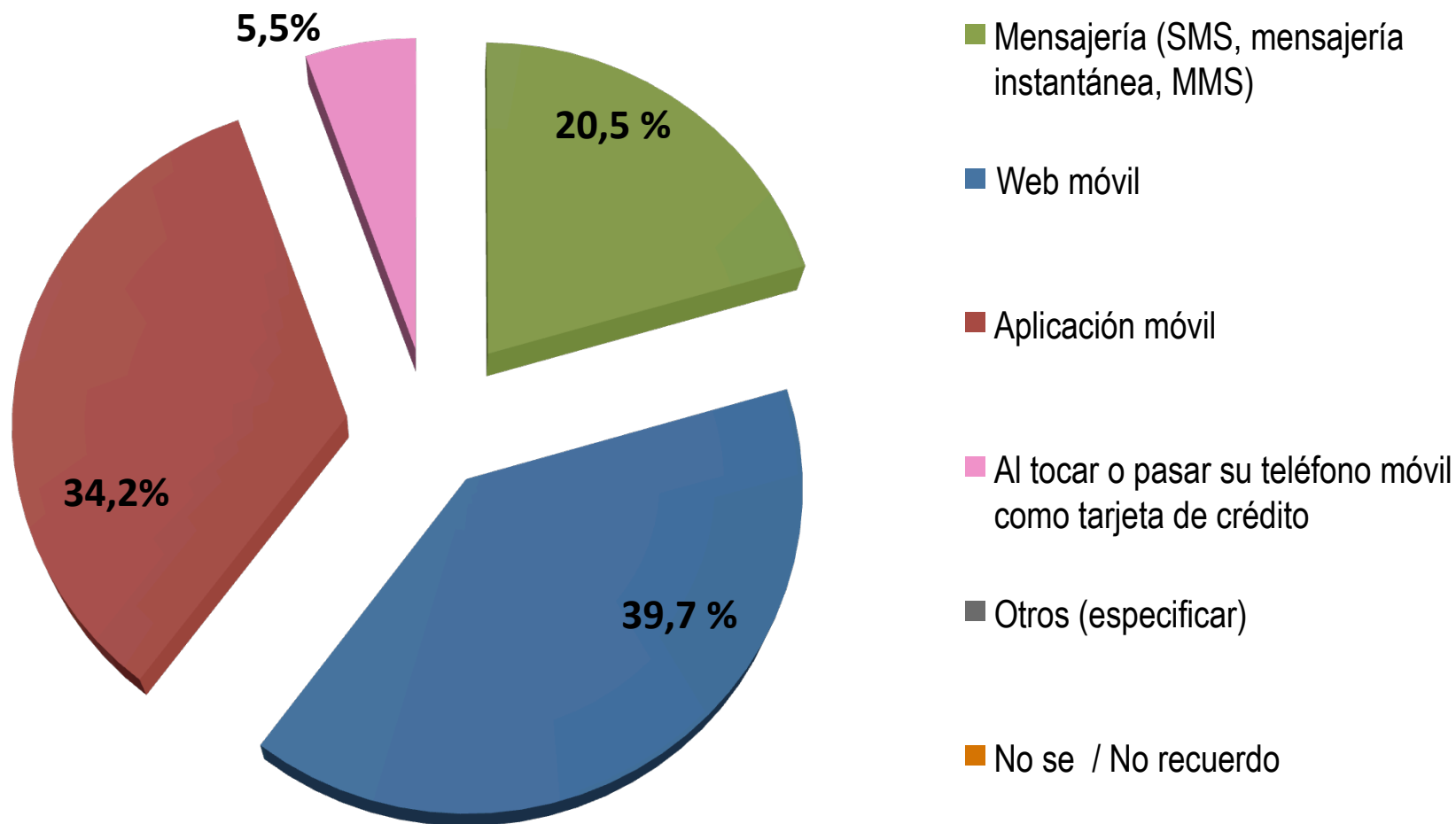
**37%** DE LOS USUARIOS HA COMPRADO O UTILIZADO ENTRADAS TRAVÉS DE UNA WEB MÓVIL

Hombre	Mujer		18-34 AÑOS	35-54 AÑOS	55-64 AÑOS
22,4 %	37,0 %	Mensajería (SMS, mensajería instantánea, MMS)	28,4 %	26,4 %	40,0 %
34,2 %	40,7 %	Web móvil	34,3 %	39,6 %	40,0 %
36,8 %	20,4 %	Aplicación móvil	32,8 %	28,3 %	20,0 %
3,9 %	1,9 %	Al tocar o pasar su teléfono móvil como tarjeta de crédito	3,0 %	3,8 %	0,0 %
0,0 %	0,0 %	Otros (especificar)	0,0 %	0,0 %	0,0 %
2,6 %	0,0 %	No se / No recuerdo	1,5 %	1,9 %	0,0 %

### **POR INGRESOS:**

	Less than € 1,651	More than € 1,651	Prefer not to state
Mensajería (SMS, mensajería instantánea, MMS)	35,1 %	25,3 %	30,0 %
Web móvil	27,0 %	38,6 %	60,0 %
Aplicación móvil	29,7 %	32,5 %	10,0 %
Al tocar o pasar su teléfono móvil como tarjeta de crédito	2,7 %	3,6 %	0,0 %
Otros (especificar)	0,0 %	0,0 %	0,0 %
No se / No recuerdo	5,4 %	0,0 %	0,0 %

**2.B - Tomando en cuenta la última vez que ha usado el móvil para comprar bienes físicos, servicios o contenidos digitales. La transacción fue a través de...**



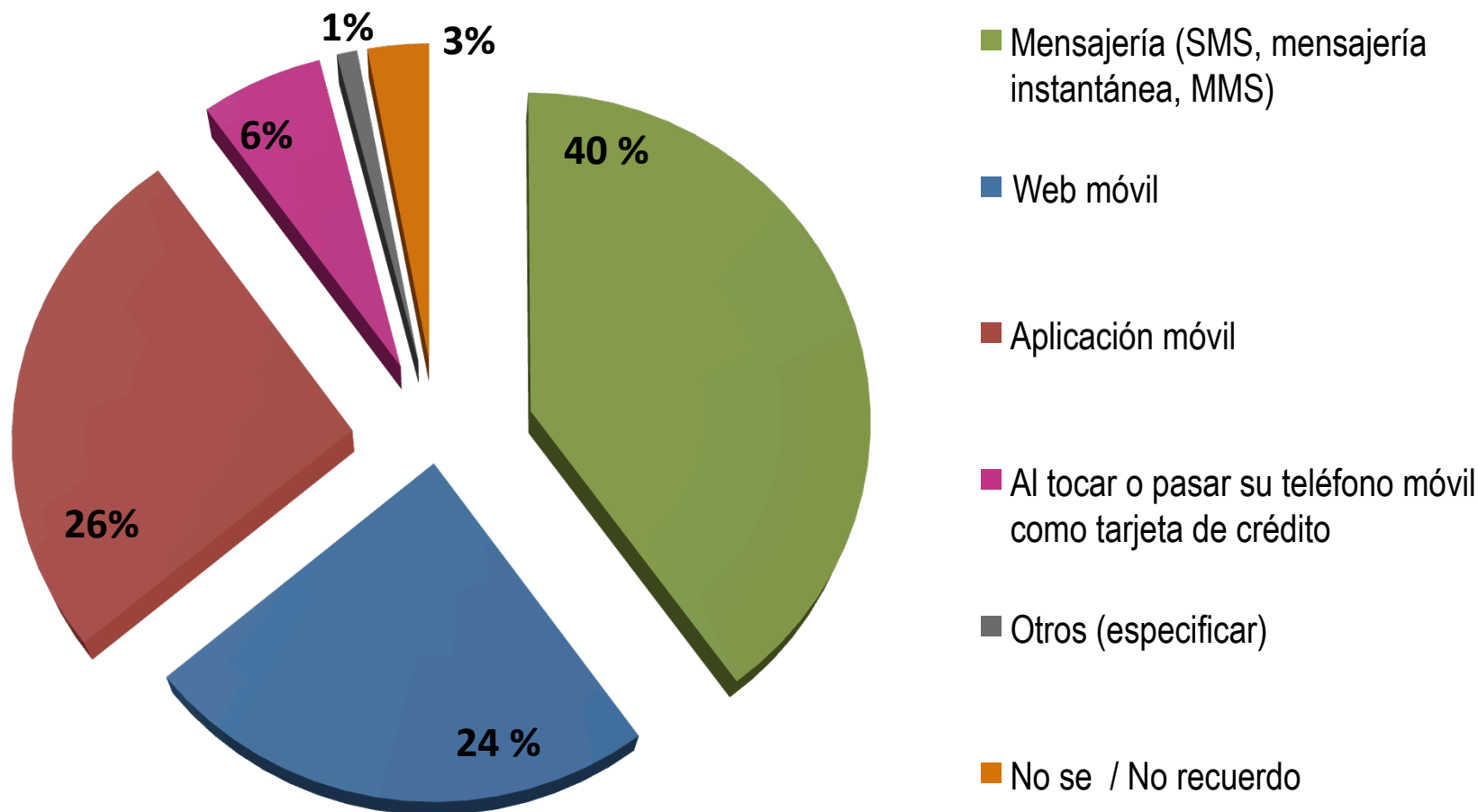
**40% DE LOS USUARIOS HA COMPRADO BIENES FÍSICOS, SERVICIOS O CONTENIDOS DIGITALES A TRAVÉS DE UNA WEB MÓVIL**

Hombre	Mujer		18-34 AÑOS	35-54 AÑOS	55-64 AÑOS
19,0 %	22,6 %	Mensajería (SMS, mensajería instantánea, MMS)	16,7 %	25,0 %	33,3 %
35,7 %	45,2 %	Web móvil	35,7 %	46,4 %	33,3 %
38,1 %	29,0 %	Aplicación móvil	40,5 %	25,0 %	33,3 %
7,1 %	3,2 %	Al tocar o pasar su teléfono móvil como tarjeta de crédito	7,1 %	3,6 %	0,0 %
0,0 %	0,0 %	Otros (especificar)	0,0 %	0,0 %	0,0 %
0,0 %	0,0 %	No se / No recuerdo	0,0 %	0,0 %	0,0 %

### **POR INGRESOS:**

	Less than € 1,651	More than € 1,651	Prefer not to state
Mensajería (SMS, mensajería instantánea, MMS)	18,2 %	23,4 %	0,0 %
Web móvil	31,8 %	40,4 %	75,0 %
Aplicación móvil	40,9 %	31,9 %	25,0 %
Al tocar o pasar su teléfono móvil como tarjeta de crédito	9,1 %	4,3 %	0,0 %
Otros (especificar)	0,0 %	0,0 %	0,0 %
No se / No recuerdo	0,0 %	0,0 %	0,0 %

**2.C-** Tomando en cuenta la última vez que ha usado el móvil para **usar descuentos o cupones**. La transacción fue a través de...



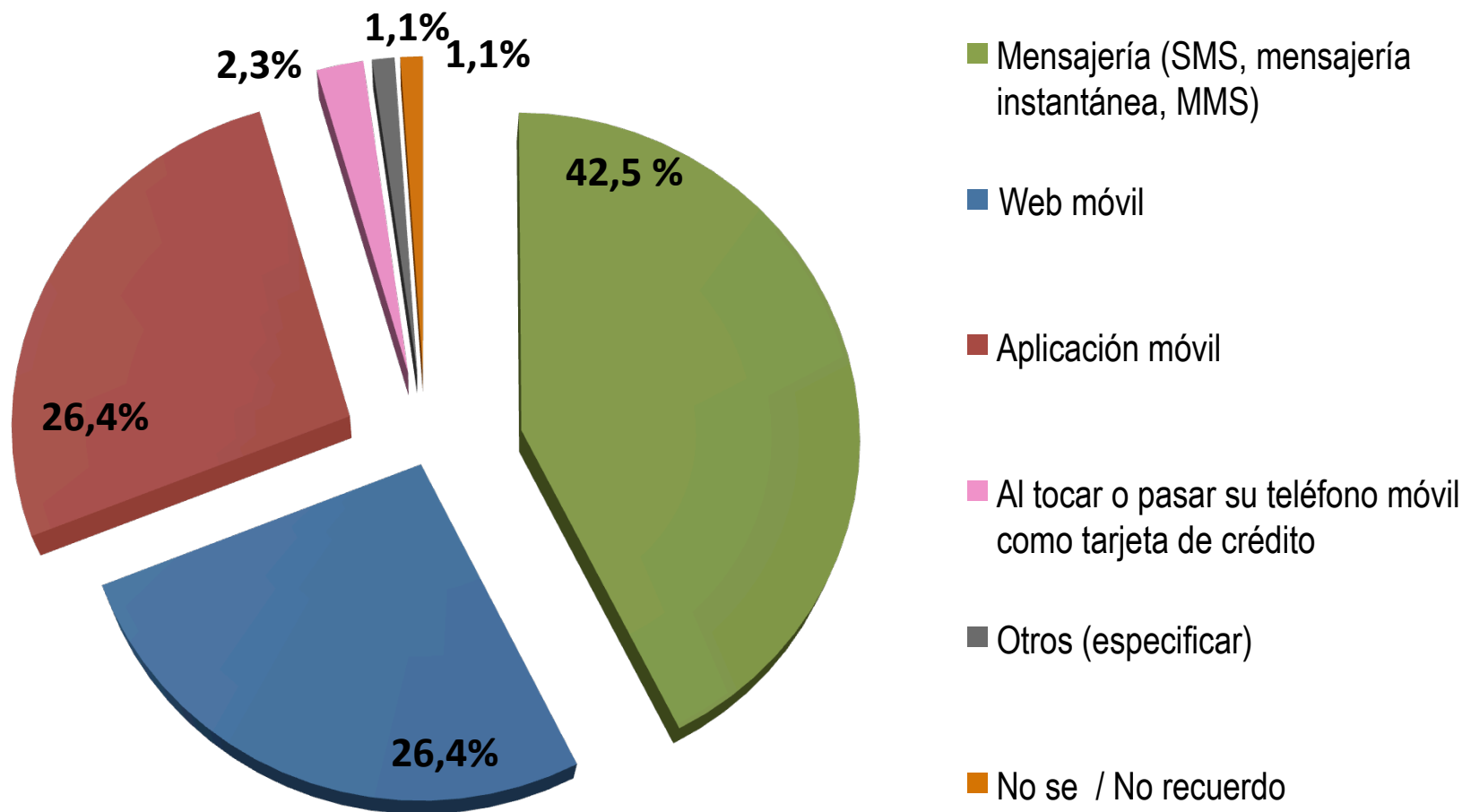
**40%** DE LOS USUARIOS HA USADO DESCUENTOS O CUPONES A TRAVÉS DE MENSAJERÍA

Hombre	Mujer		18-34 AÑOS	35-54 AÑOS	55-64 AÑOS
26,1 %	51,9 %	Mensajería (SMS, mensajería instantánea, MMS)	35,9 %	41,9 %	80,0 %
21,7 %	25,9 %	Web móvil	25,0 %	22,6 %	20,0 %
41,3 %	13,0 %	Aplicación móvil	29,7 %	22,6 %	0,0 %
4,3 %	7,4 %	Al tocar o pasar su teléfono móvil como tarjeta de crédito	6,3 %	6,5 %	0,0 %
2,2 %	0,0 %	Otros (especificar)	0,0 %	3,2 %	0,0 %
4,3 %	1,9 %	No se / No recuerdo	3,1 %	3,2 %	0,0 %

### **POR INGRESOS:**

	Less than € 1,651	More than € 1,651	Prefer not to state
Mensajería (SMS, mensajería instantánea, MMS)	47,1 %	38,2 %	27,3 %
Web móvil	14,7 %	25,5 %	45,5 %
Aplicación móvil	23,5 %	29,1 %	18,2 %
Al tocar o pasar su teléfono móvil como tarjeta de crédito	5,9 %	7,3 %	0,0 %
Otros (especificar)	2,9 %	0,0 %	0,0 %
No se / No recuerdo	5,9 %	0,0 %	9,1 %

2.D - Tomando en cuenta la última vez que ha usado el móvil para recoger o canjear premios de fidelización (como puntos o millas aéreas). La transacción fue a través de...



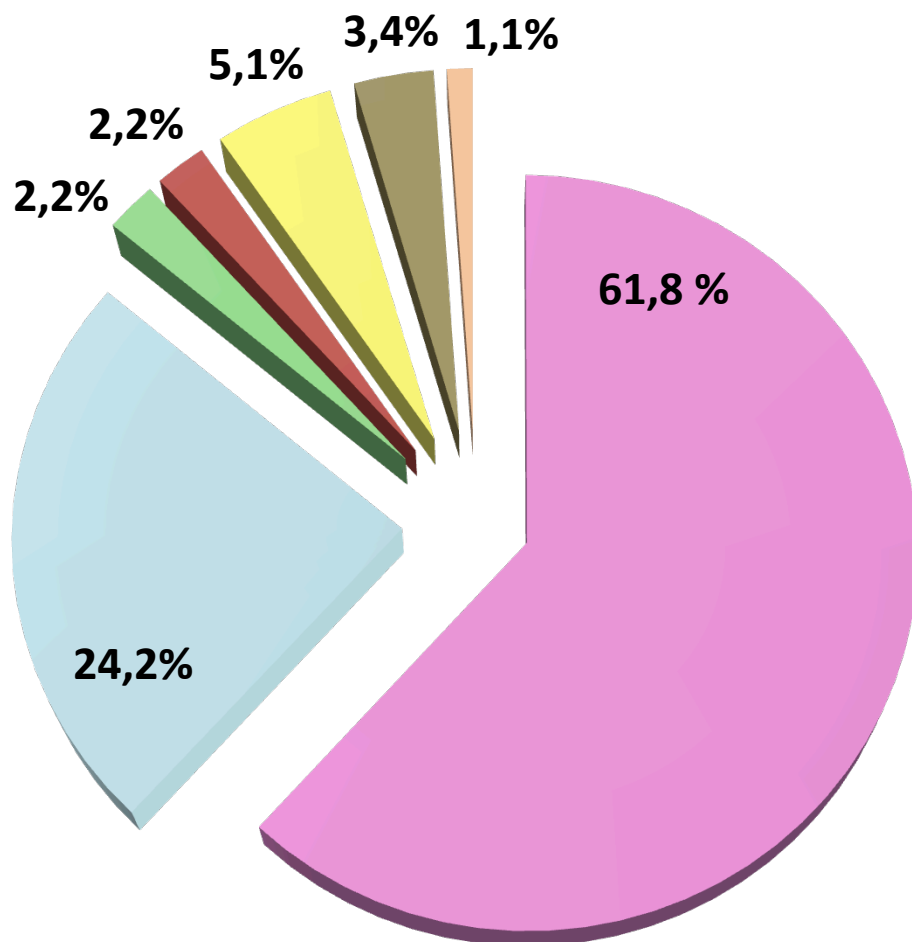
**42%** DE LOS USUARIOS HA RECOGIDO O CANJEADO PREMIOS DE FIDELIZACIÓN A TRAVÉS DE MENSAJERÍA

Hombre	Mujer		18-34 AÑOS	35-54 AÑOS	55-64 AÑOS
39,2 %	47,2 %	Mensajería (SMS, mensajería instantánea, MMS)	33,3 %	48,5 %	66,7 %
25,5 %	27,8 %	Web móvil	24,4 %	36,4 %	0,0 %
31,4 %	19,4 %	Aplicación móvil	37,8 %	9,1 %	33,3 %
2,0 %	2,8 %	Al tocar o pasar su teléfono móvil como tarjeta de crédito	2,2 %	3,0 %	0,0 %
0,0 %	2,8 %	Otros (especificar)	0,0 %	3,0 %	0,0 %
2,0 %	0,0 %	No se / No recuerdo	2,2 %	0,0 %	0,0 %

### **POR INGRESOS:**

	Less than € 1,651	More than € 1,651	Prefer not to state
Mensajería (SMS, mensajería instantánea, MMS)	47,1 %	40,4 %	0,0 %
Web móvil	20,6 %	28,8 %	100,0 %
Aplicación móvil	26,5 %	26,9 %	0,0 %
Al tocar o pasar su teléfono móvil como tarjeta de crédito	2,9 %	1,9 %	0,0 %
Otros (especificar)	0,0 %	1,9 %	0,0 %
No se / No recuerdo	2,9 %	0,0 %	0,0 %

3. - ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe su reciente **compra de contenido para su móvil** realizada a través de su teléfono?



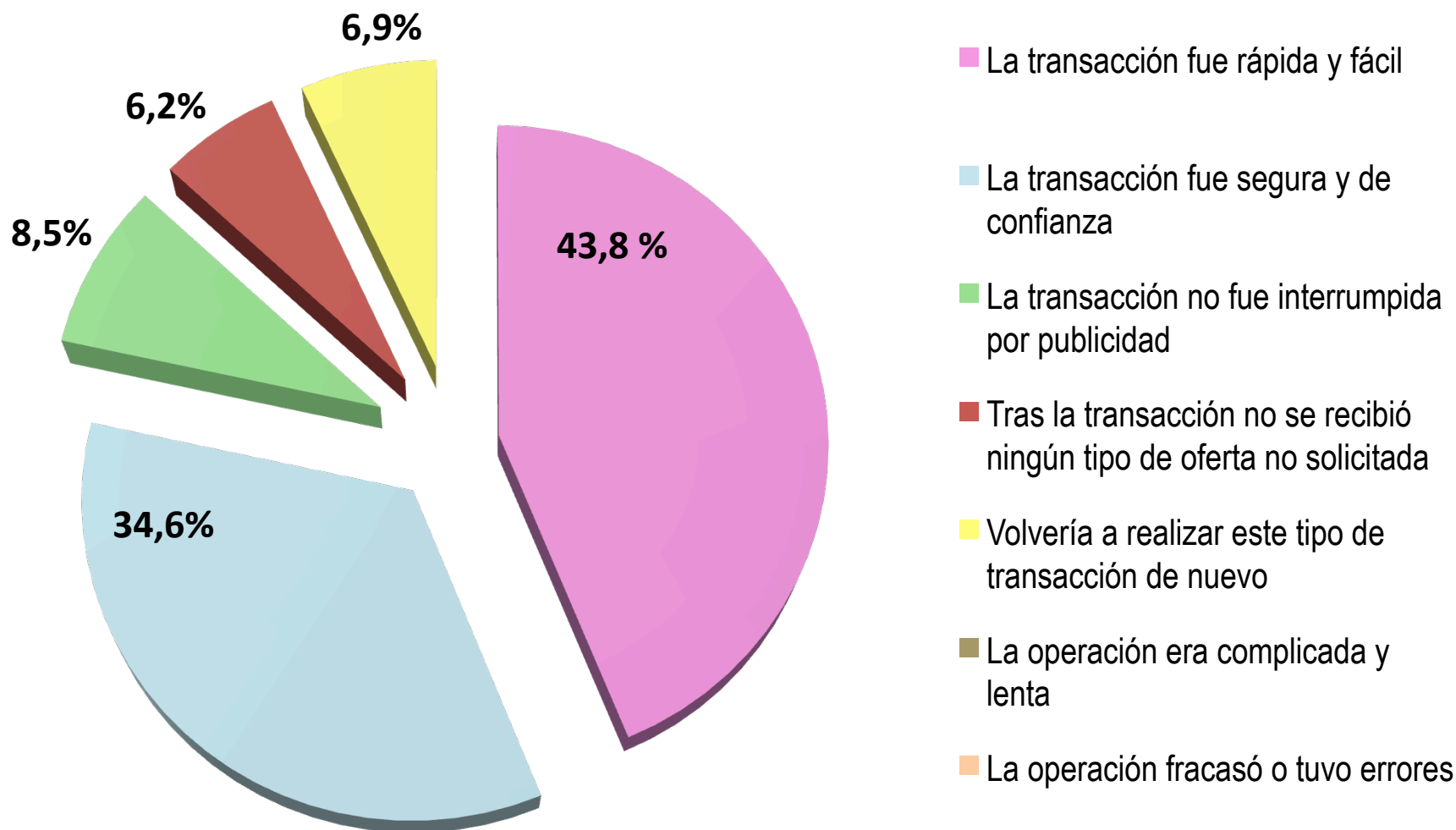
- La transacción fue rápida y fácil
- La transacción fue segura y de confianza
- La transacción no fue interrumpida por publicidad
- Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada
- Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo
- La operación era complicada y lenta
- La operación fracasó o tuvo errores

<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>		<i>18-34 AÑOS</i>	<i>35-54 AÑOS</i>	<i>55-64 AÑOS</i>
58,20%	65,50%	La transacción fue rápida y fácil	63,30%	61,50%	50,00%
28,60%	19,50%	La transacción fue segura y de confianza	23,30%	21,80%	50,00%
2,20%	2,30%	La transacción no fue interrumpida por publicidad	2,20%	2,60%	0,00%
2,20%	2,30%	Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada	3,30%	1,30%	0,00%
4,40%	5,70%	Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo	2,20%	9,00%	0,00%
3,30%	3,40%	La operación era complicada y lenta	3,30%	3,80%	0,00%
1,10%	1,10%	La operación fracasó o tuvo errores	2,20%	0,00%	0,00%

### **POR INGRESOS:**

	<i>Less than € 1,651</i>	<i>More than € 1,651</i>	<i>Prefer not to state</i>
La transacción fue rápida y fácil	72,30%	55,60%	57,10%
La transacción fue segura y de confianza	16,90%	29,30%	21,40%
La transacción no fue interrumpida por publicidad	4,60%	1,00%	0,00%
Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada	0,00%	4,00%	0,00%
Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo	3,10%	6,10%	7,10%
La operación era complicada y lenta	3,10%	3,00%	7,10%
La operación fracasó o tuvo errores	0,00%	1,00%	7,10%

### 3.A - ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe su reciente **comprar** o **utilizar entradas** realizada a través de su teléfono?

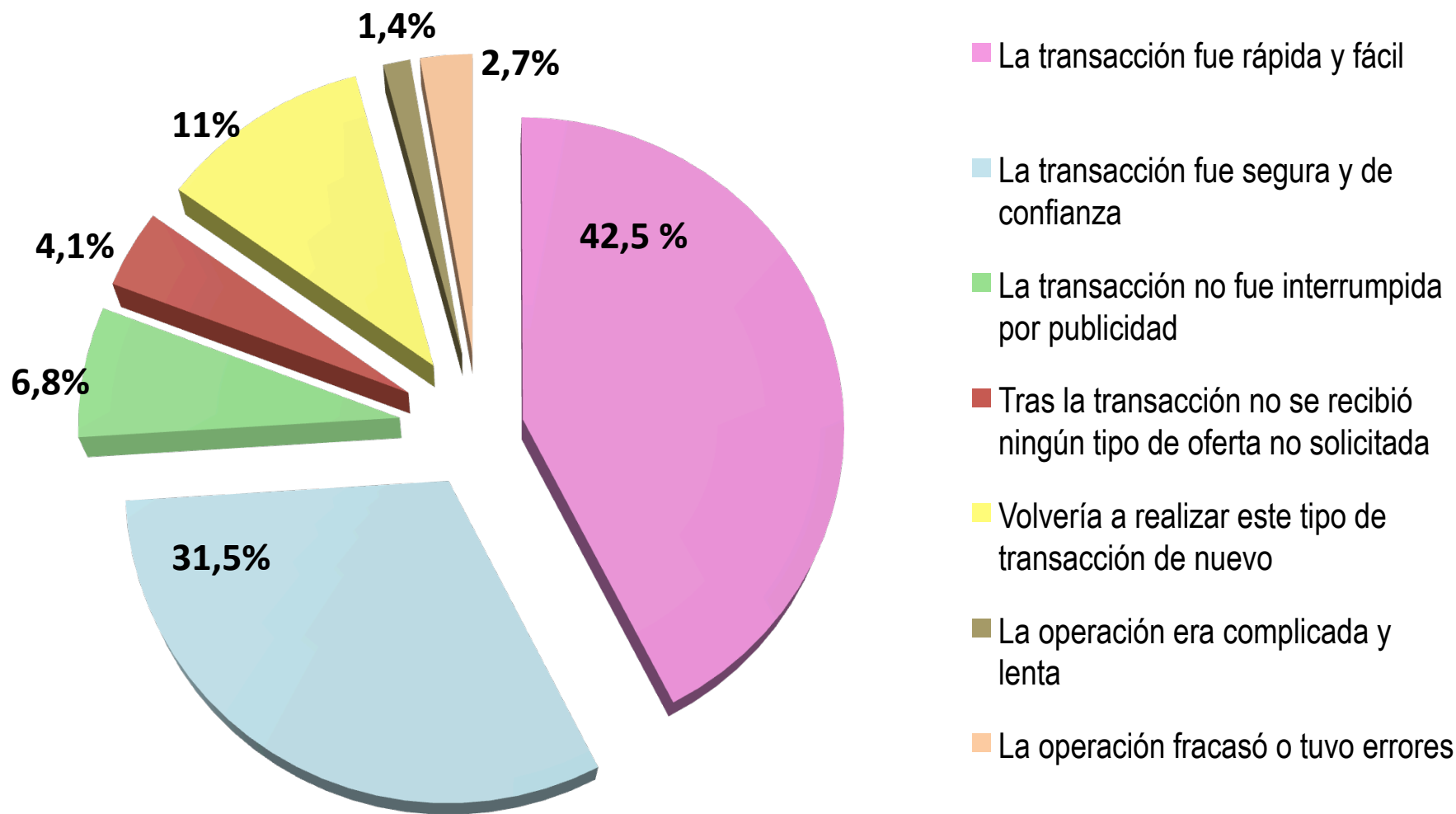


<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>		<i>18-34 AÑOS</i>	<i>35-54 AÑOS</i>	<i>55-64 AÑOS</i>
<b>50,0 %</b>	<b>35,2 %</b>	La transacción fue rápida y fácil	<b>35,8 %</b>	<b>52,8 %</b>	<b>50,0 %</b>
<b>31,6 %</b>	<b>38,9 %</b>	La transacción fue segura y de confianza	<b>38,8 %</b>	<b>30,2 %</b>	<b>30,0 %</b>
<b>6,6 %</b>	<b>11,1 %</b>	La transacción no fue interrumpida por publicidad	<b>11,9 %</b>	<b>5,7 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>7,9 %</b>	<b>3,7 %</b>	Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada	<b>7,5 %</b>	<b>3,8 %</b>	<b>10,0 %</b>
<b>3,9 %</b>	<b>11,1 %</b>	Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo	<b>6,0 %</b>	<b>7,5 %</b>	<b>10,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	La operación era complicada y lenta	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	La operación fracasó o tuvo errores	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>

### **POR INGRESOS:**

	<i>Less than € 1,651</i>	<i>More than € 1,651</i>	<i>Prefer not to state</i>
La transacción fue rápida y fácil	<b>45,9 %</b>	<b>43,4 %</b>	<b>40,0 %</b>
La transacción fue segura y de confianza	<b>37,8 %</b>	<b>32,5 %</b>	<b>40,0 %</b>
La transacción no fue interrumpida por publicidad	<b>5,4 %</b>	<b>9,6 %</b>	<b>10,0 %</b>
Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada	<b>8,1 %</b>	<b>6,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo	<b>2,7 %</b>	<b>8,4 %</b>	<b>10,0 %</b>
La operación era complicada y lenta	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
La operación fracasó o tuvo errores	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>

**3.B - ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe su reciente compra de bienes físicos, servicios o contenidos digitales realizada a través de su teléfono?**

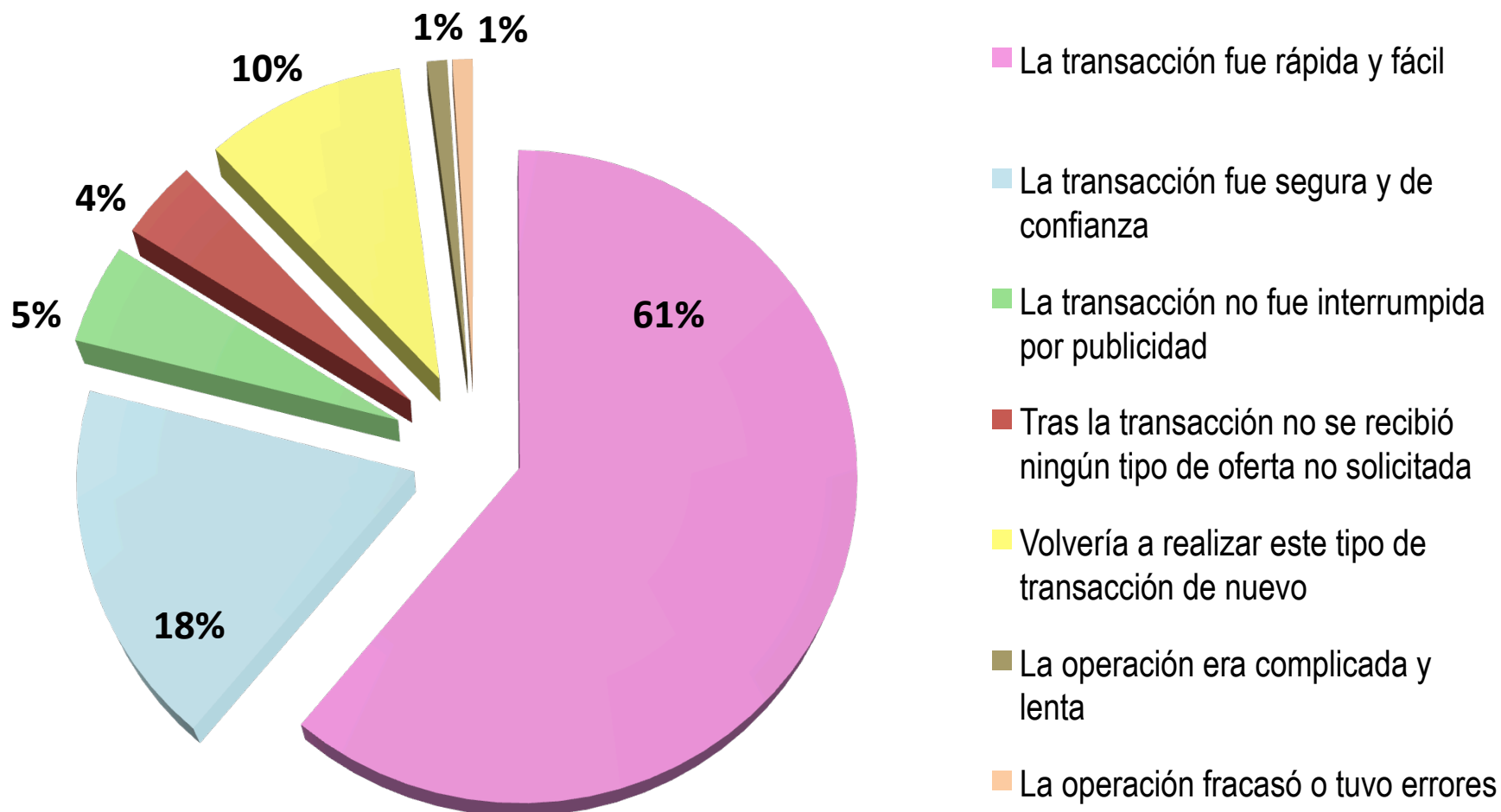


<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>		<i>18-34 AÑOS</i>	<i>35-54 AÑOS</i>	<i>55-64 AÑOS</i>
<b>45,2 %</b>	<b>38,7 %</b>	La transacción fue rápida y fácil	<b>38,1 %</b>	<b>46,4 %</b>	<b>66,7 %</b>
<b>35,7 %</b>	<b>25,8 %</b>	La transacción fue segura y de confianza	<b>26,2 %</b>	<b>39,3 %</b>	<b>33,3 %</b>
<b>7,1 %</b>	<b>6,5 %</b>	La transacción no fue interrumpida por publicidad	<b>4,8 %</b>	<b>10,7 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>9,7 %</b>	Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada	<b>4,8 %</b>	<b>3,6 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>11,9 %</b>	<b>9,7 %</b>	Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo	<b>19,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>3,2 %</b>	La operación era complicada y lenta	<b>2,4 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>6,5 %</b>	La operación fracasó o tuvo errores	<b>4,8 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>

### **POR INGRESOS:**

	<i>Less than € 1,651</i>	<i>More than € 1,651</i>	<i>Prefer not to state</i>
La transacción fue rápida y fácil	<b>36,4 %</b>	<b>42,6 %</b>	<b>75,0 %</b>
La transacción fue segura y de confianza	<b>22,7 %</b>	<b>38,3 %</b>	<b>0,0 %</b>
La transacción no fue interrumpida por publicidad	<b>18,2 %</b>	<b>2,1 %</b>	<b>0,0 %</b>
Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada	<b>4,5 %</b>	<b>4,3 %</b>	<b>0,0 %</b>
Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo	<b>13,6 %</b>	<b>10,6 %</b>	<b>0,0 %</b>
La operación era complicada y lenta	<b>0,0 %</b>	<b>2,1 %</b>	<b>0,0 %</b>
La operación fracasó o tuvo errores	<b>4,5 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>25,0 %</b>

### 3.C - ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe su reciente **usos de cupones o descuentos** realizada a través de su teléfono?

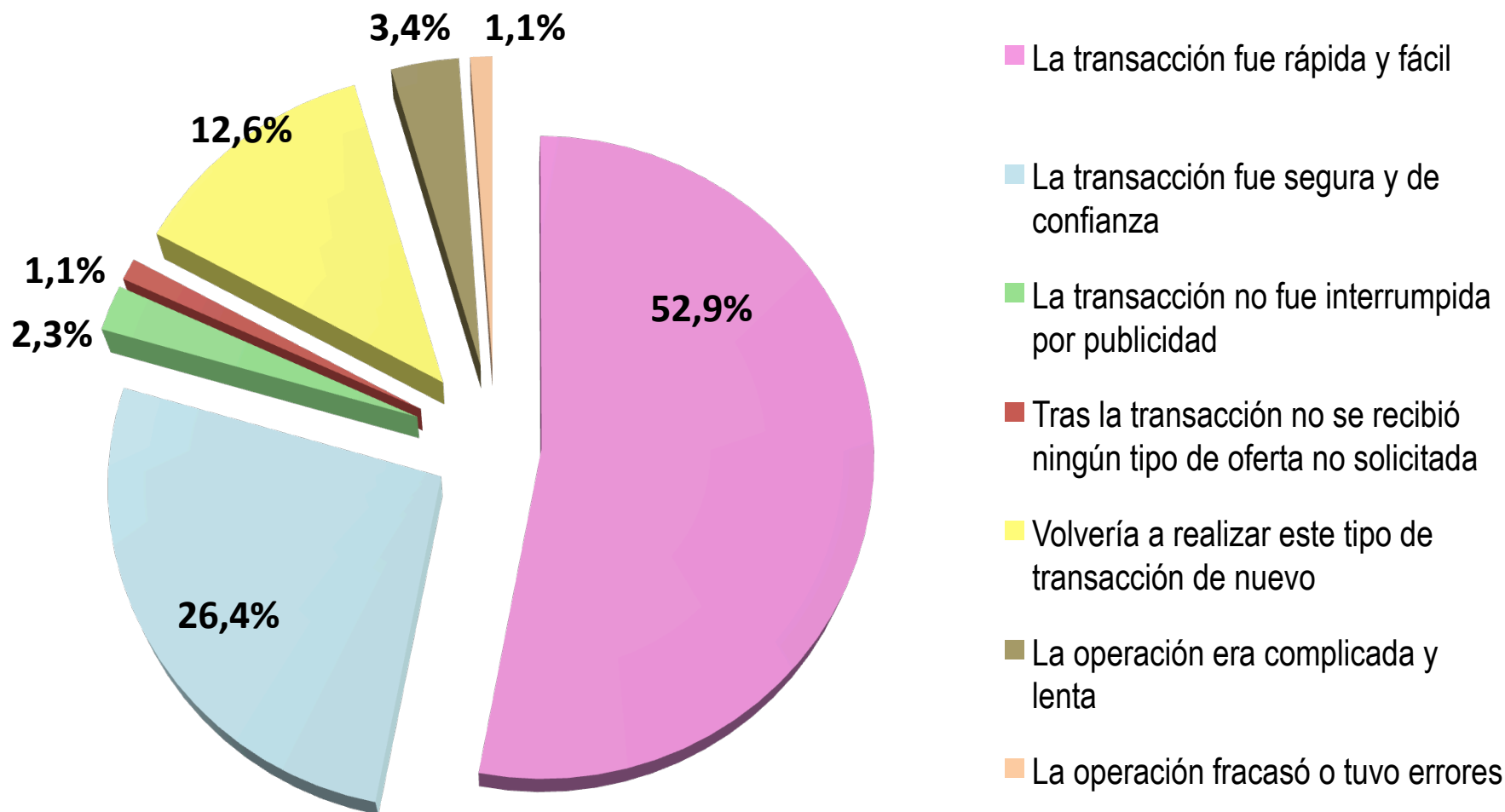


<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>		<i>18-34 AÑOS</i>	<i>35-54 AÑOS</i>	<i>55-64 AÑOS</i>
<b>63,0 %</b>	<b>59,3 %</b>	La transacción fue rápida y fácil	<b>56,3 %</b>	<b>67,7 %</b>	<b>80,0 %</b>
<b>17,4 %</b>	<b>18,5 %</b>	La transacción fue segura y de confianza	<b>15,6 %</b>	<b>25,8 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>8,7 %</b>	<b>1,9 %</b>	La transacción no fue interrumpida por publicidad	<b>7,8 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>4,3 %</b>	<b>3,7 %</b>	Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada	<b>4,7 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>20,0 %</b>
<b>6,5 %</b>	<b>13,0 %</b>	Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo	<b>12,5 %</b>	<b>6,5 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>1,9 %</b>	La operación era complicada y lenta	<b>1,6 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>1,9 %</b>	La operación fracasó o tuvo errores	<b>1,6 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>

### **POR INGRESOS:**

	<i>Less than € 1,651</i>	<i>More than € 1,651</i>	<i>Prefer not to state</i>
La transacción fue rápida y fácil	<b>67,6 %</b>	<b>54,5 %</b>	<b>72,7 %</b>
La transacción fue segura y de confianza	<b>17,6 %</b>	<b>20,0 %</b>	<b>9,1 %</b>
La transacción no fue interrumpida por publicidad	<b>5,9 %</b>	<b>5,5 %</b>	<b>0,0 %</b>
Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada	<b>0,0 %</b>	<b>7,3 %</b>	<b>0,0 %</b>
Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo	<b>8,8 %</b>	<b>10,9 %</b>	<b>9,1 %</b>
La operación era complicada y lenta	<b>0,0 %</b>	<b>1,8 %</b>	<b>0,0 %</b>
La operación fracasó o tuvo errores	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>9,1 %</b>

### 3.C - ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe su reciente **recogida o canjeo de premios de fidelización** realizada a través de su teléfono?



<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>		<i>18-34 AÑOS</i>	<i>35-54 AÑOS</i>	<i>55-64 AÑOS</i>
<b>58,8 %</b>	<b>44,4 %</b>	La transacción fue rápida y fácil	<b>55,6 %</b>	<b>42,4 %</b>	<b>77,8 %</b>
<b>27,5 %</b>	<b>25,0 %</b>	La transacción fue segura y de confianza	<b>24,4 %</b>	<b>30,3 %</b>	<b>22,2 %</b>
<b>2,0 %</b>	<b>2,8 %</b>	La transacción no fue interrumpida por publicidad	<b>2,2 %</b>	<b>3,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>2,0 %</b>	<b>0,0 %</b>	Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada	<b>0,0 %</b>	<b>3,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>9,8 %</b>	<b>16,7 %</b>	Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo	<b>13,3 %</b>	<b>15,2 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>8,3 %</b>	La operación era complicada y lenta	<b>2,2 %</b>	<b>6,1 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>0,0 %</b>	<b>2,8 %</b>	La operación fracasó o tuvo errores	<b>2,2 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>

### **POR INGRESOS:**

	<i>Less than € 1,651</i>	<i>More than € 1,651</i>	<i>Prefer not to state</i>
La transacción fue rápida y fácil	<b>58,8 %</b>	<b>48,1 %</b>	<b>100,0 %</b>
La transacción fue segura y de confianza	<b>23,5 %</b>	<b>28,8 %</b>	<b>0,0 %</b>
La transacción no fue interrumpida por publicidad	<b>0,0 %</b>	<b>3,8 %</b>	<b>0,0 %</b>
Tras la transacción no se recibió ningún tipo de oferta no solicitada	<b>2,9 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
Volvería a realizar este tipo de transacción de nuevo	<b>11,8 %</b>	<b>13,5 %</b>	<b>0,0 %</b>
La operación era complicada y lenta	<b>0,0 %</b>	<b>5,8 %</b>	<b>0,0 %</b>
La operación fracasó o tuvo errores	<b>2,9 %</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>



MOBILE  
MARKETING  
ASSOCIATION

# MOBILE COMMERCE ESPAÑA FEBRERO 2012