



# V Estudio Anual IAB Spain Mobile Marketing: Informe de Resultados Septiembre de 2013

#IABestudioMobile  
@IAB\_Spain



Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)





## \* Objetivos y Metodología

## \*\* Resultados

### 1.- Equipamiento tecnológico y conectividad

### 2.- Internet y dispositivos

#### 2.a- Internet en el móvil

#### 2.b- Internet en la tablet

### 3.- Análisis de herramientas de Mobile Marketing a través de Internet móvil

#### 3.a- Formatos publicitarios

#### 3.b- Emailing

#### 3.c- Aplicaciones

#### 3.d- Conexión del mundo offline y el digital: QR, Geo y NFC

#### 3.e- Nuevas formas de acceso a internet


## \*\*\* Conclusiones



# Objetivos y Metodología



Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Objetivos



En este documento se presentan los resultados de la V ola del **Informe Anual Mobile Marketing**, elaborado por **IAB Spain** a través de **The Cocktail Analysis**, en el que se han abordado los siguientes objetivos:

Tendencias y evolución de los principales indicadores con respecto a anteriores oleadas

Tipo de consumo por vía de conexión: Browser o Apps

Publicidad y Herramientas de Mobile Marketing: percepción del usuario y enfoques de negocio

Profundizar en el universo Smartphone

Aproximación al internet de las cosas

Avanzar posibles tendencias de negocio en futuro próximo





## Ficha técnica: Investigación Cuantitativa

**Técnica:** encuesta online.

**Universo:** individuos de ambos sexos de entre 18 y 55 años, representativo de población internauta española último día conforme a EGM.

**Duración del cuestionario:** 16 minutos por término medio.

**Fechas de realización de campo:** segunda quincena de Julio de 2013.

**Tamaño muestral:** 1.048 casos de muestra total, lo que arroja un error muestral de  $\pm 3,0\%$  utilizando un  $p=q=0,5$  y nivel de confianza del 95%.


- **Muestra móvil:** se conecta a Internet desde móvil al menos una vez al mes. 908 casos, error muestral de  $\pm 3,3\%$  utilizando un  $p=q=0,5$  y nivel de confianza del 95%.
- **Muestra Tablet:** se conecta a Internet desde la tablet al menos una vez al mes. 404 casos, error muestral de  $\pm 4,9\%$ , utilizando un  $p=q=0,5$  y nivel de confianza del 95%.



# Resultados



Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile



1.

# Equipamiento tecnológico y conectividad

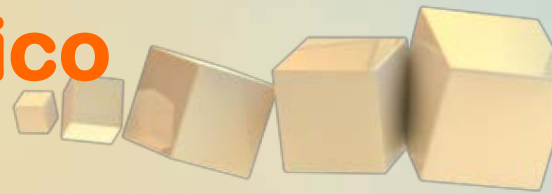


Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)



the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Equipamiento tecnológico



2013

Base: 1048

Móvil	Portátil	PC	Consola sobremesa	Tablet	Consola portátil	e- reader	Tv: internet integrado
100%	81%	75%	55%	43%	41%	28%	23%



2012

Base: 1015

100%	86%	77%	NA	23%	NA	23%	18%
------	-----	-----	----	-----	----	-----	-----

2011

Base: 1240

100%	79%	81%	NA	8%	NA	10%	NA
------	-----	-----	----	----	----	-----	----



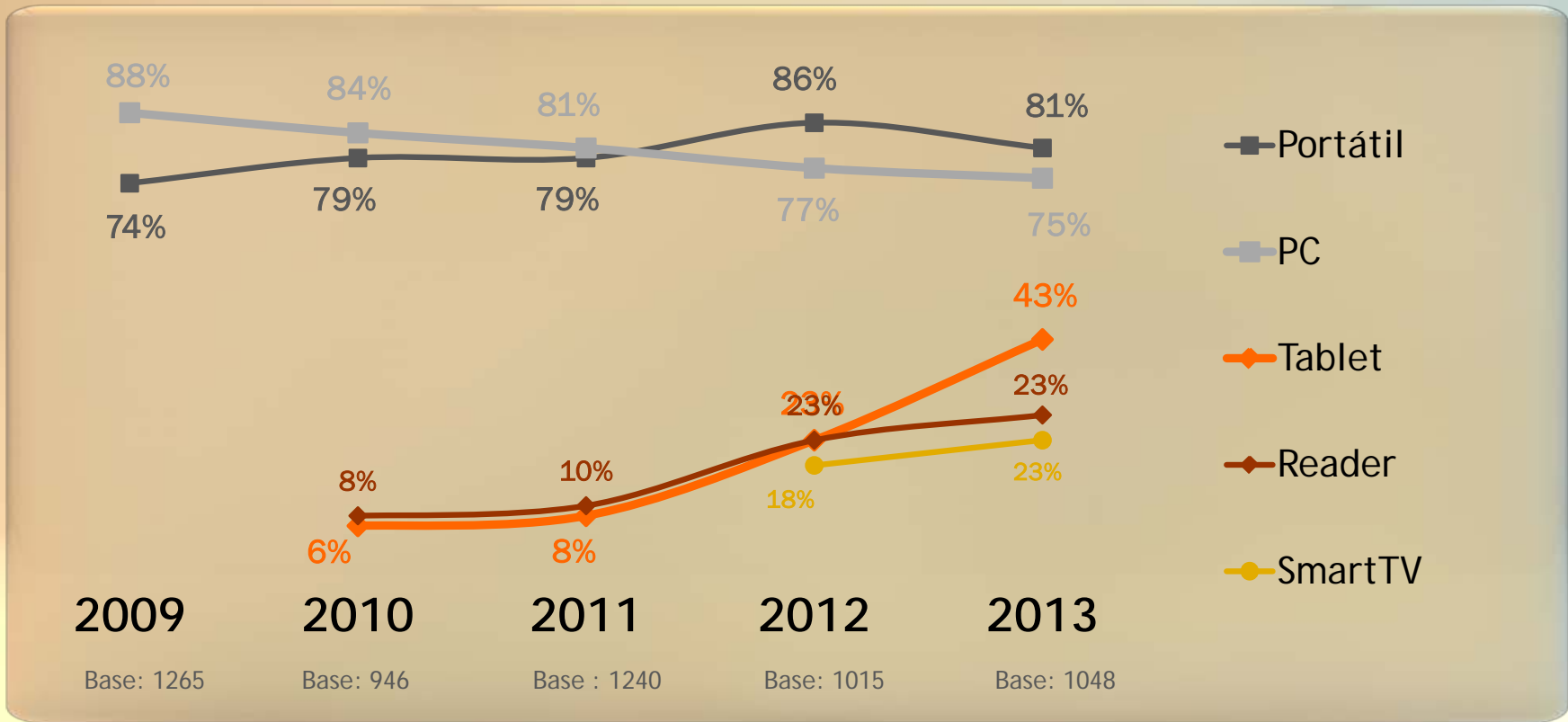
Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

Por favor, señala si dispones de:

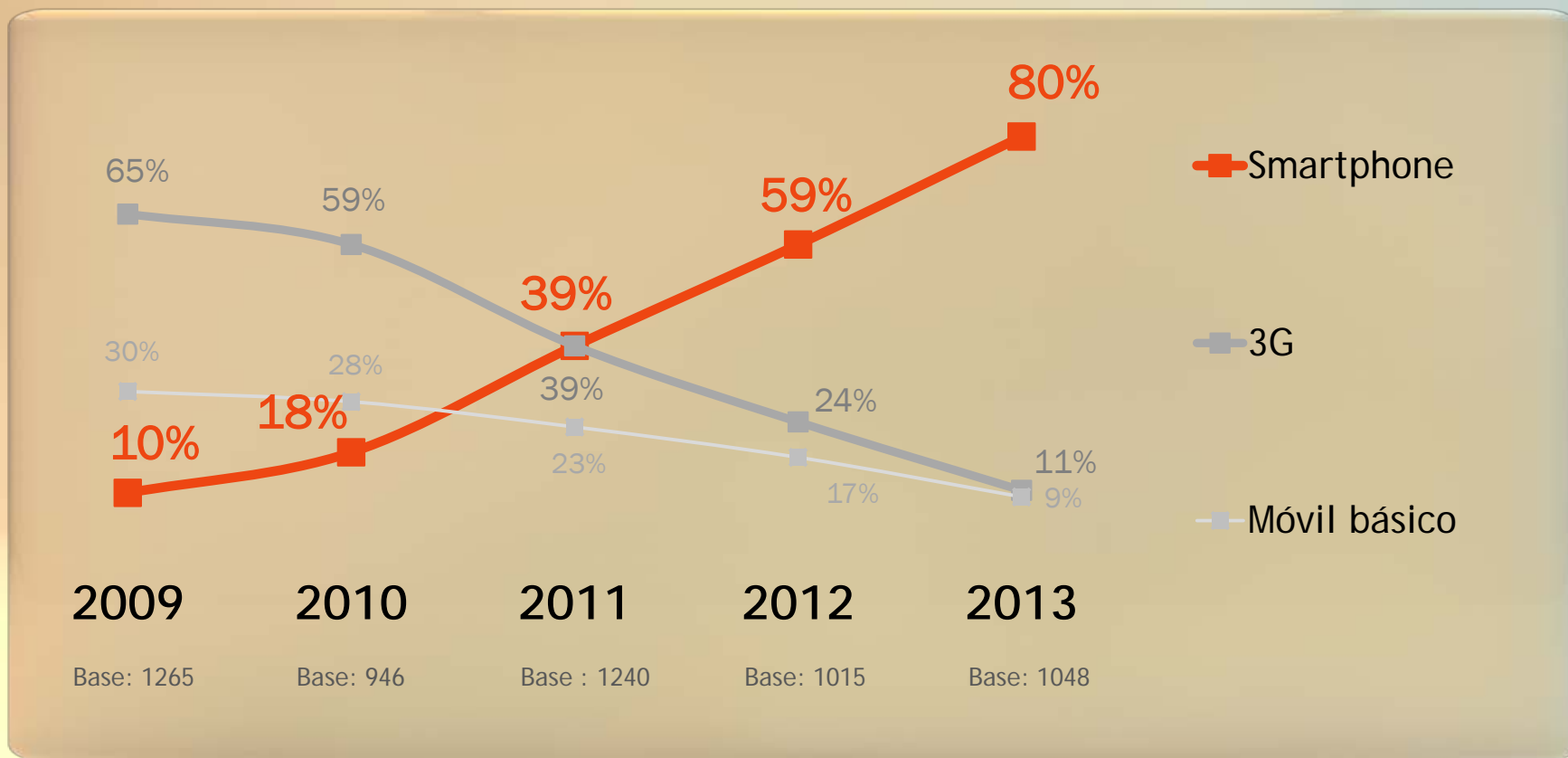


the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Equipamiento tecnológico



# Equipamiento móvil

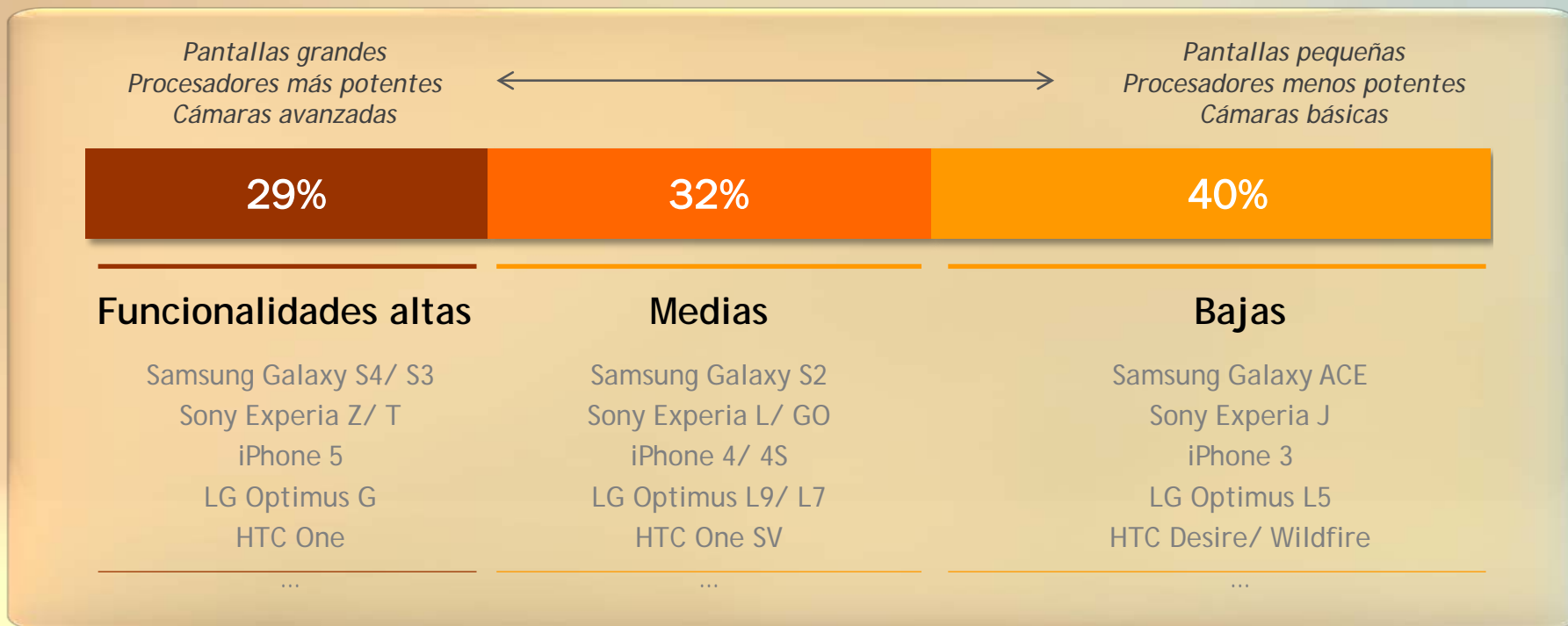


Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

¿Qué tipo de móvil tienes?

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Tipo de Smartphone según funcionalidades



Base: Usuario de Smartphone n= 842

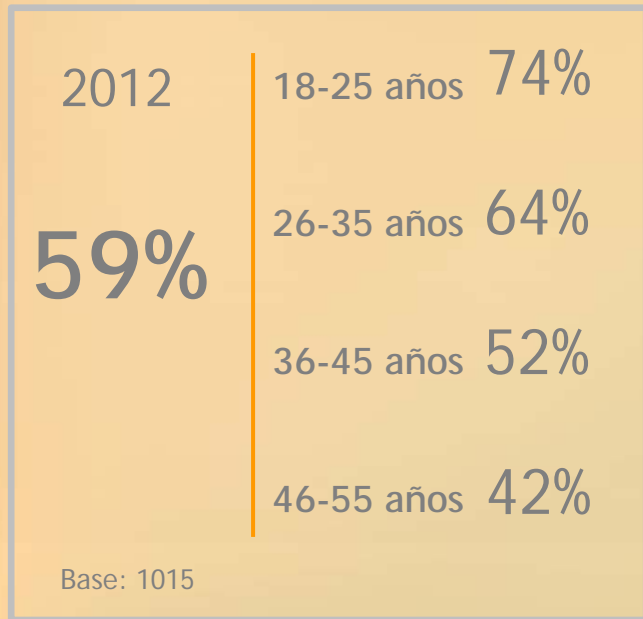


Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

¿De qué marca es tu Smartphone?  
¿Qué modelo de \_\_\_\_\_ tienes?

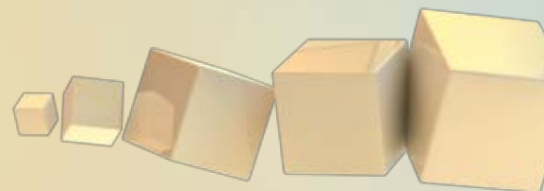
 the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Posesión de Smartphone



# Market Share

Julio 2013



## Marca Smartphone

	2013		2012
Samsung	42%	▲	35%
SONY	15%	▲	11%
Apple	11%		14%
LG	9%	▲	3%
HTC	6%		13%
Nokia	6%		12%
BlackBerry	5%		8%
Huawei	3%		2%
Otros	3%		2%

Base: Usuario de Smartphone: 842



## Sistema operativo

	2013		2012
Android	78%	▲	63%
iOS	11%		14%
BlackBerry	5%		8%
Windows	3%		3%
Symbian	2%		7%

Base: Usuario de Smartphone: 842



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

*¿De qué marca es tu Smartphone?  
¿Qué sistema operativo tiene tu Smartphone?*

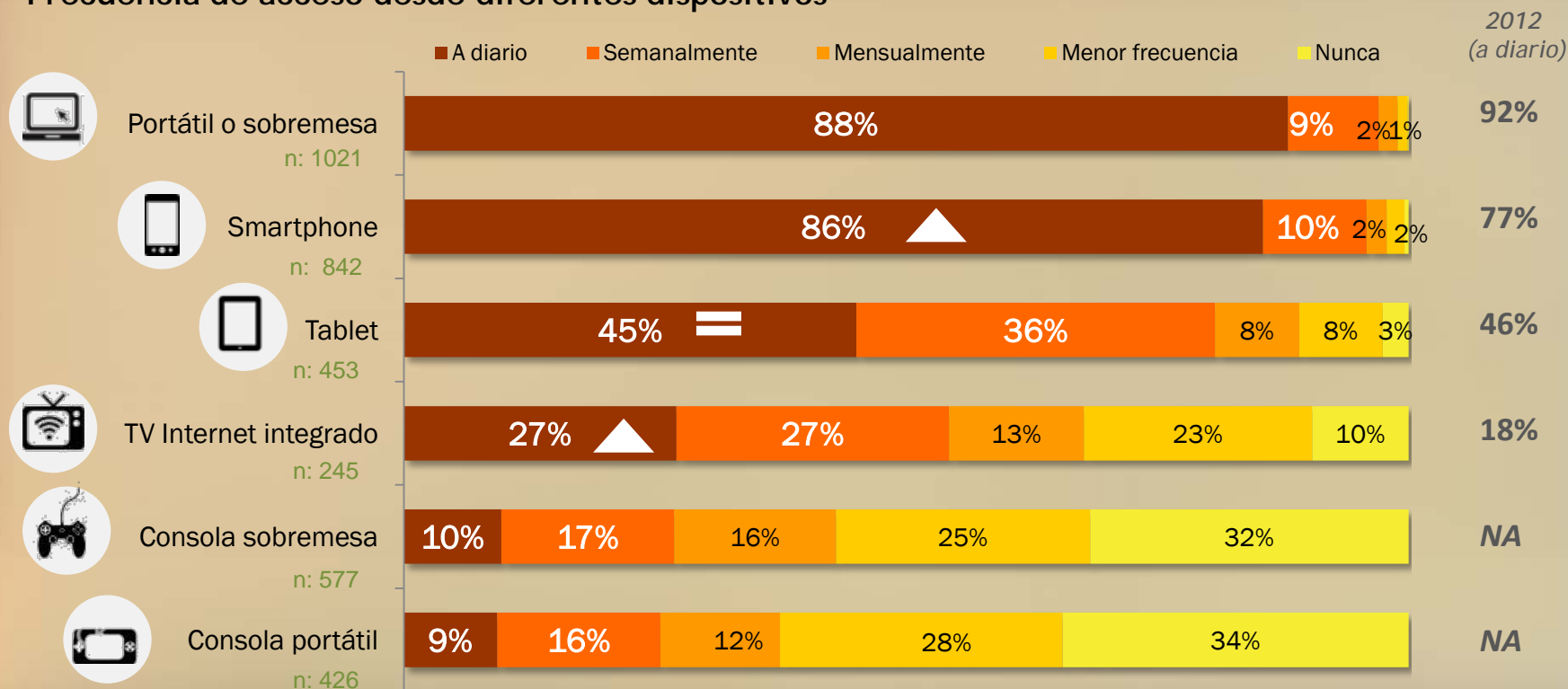


the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Acceso a Internet



## Frecuencia de acceso desde diferentes dispositivos





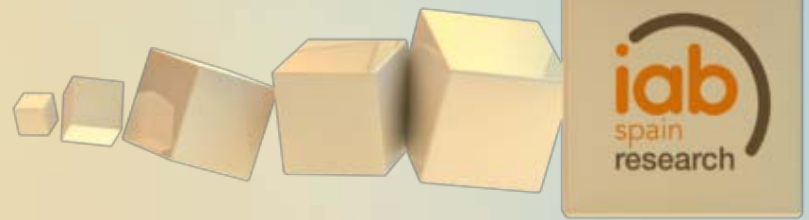
2.

# Internet y dispositivos

**iab**

Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile




# 2.a

## Internet en el móvil

**iab**

Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Conectividad



Funcionalidades altas

Medias

Bajas

Horas de navegación diarias

2h 42'

2h 18'

2h 06'

Conexión dominante:  
Wi-Fi y 3G  
indistintamente

70%

62%

52%

Tiene Tablet

61%

44%

39%

Tiene SmartTV

33%

25%

20%

Base: Usuario de tipo  
de Smartphone

(240)

(266)

(336)



Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Tiempo de conexión

## Entre 86% usuarios diarios



Media

# 2h 30´

78%  
+ 1 hora

58%  
1 y 3 horas

20%  
+ 3 horas

■ Menos de 1 hora

■ Entre 1 y 2 horas

■ Entre 2 y 3 horas

■ Entre 3 y 4 horas

■ Más de 4 horas



Base: Internet desde móvil a diario n= 775



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

*Sumando todos los momentos que estás navegando por Internet con el móvil (navegación, apps, email, redes sociales,...), ¿cuánto tiempo le dedicas diariamente?*



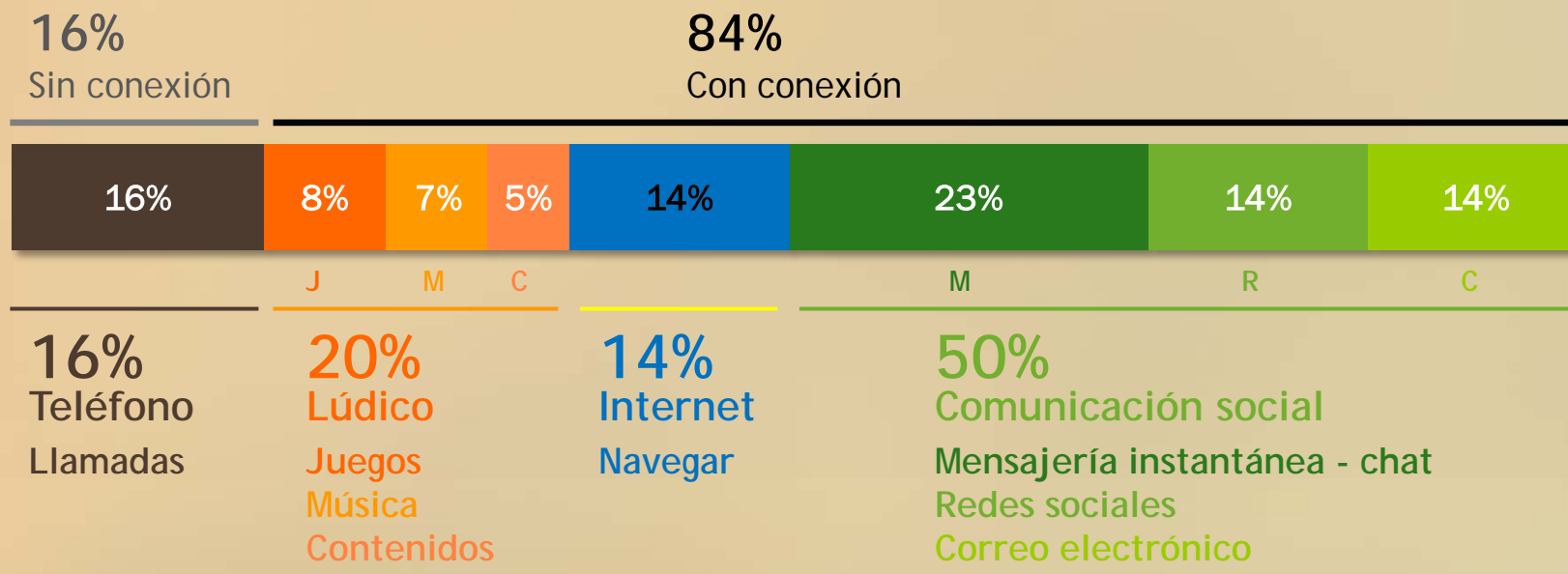
the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Distribución del tiempo



## Usos tradicionales vs. Nuevas funcionalidades

Del 100% del tiempo que dedicas al móvil, en qué medida lo haces a cada uno de los siguientes actividades...



Base: Internet desde móvil mensual n= 908



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

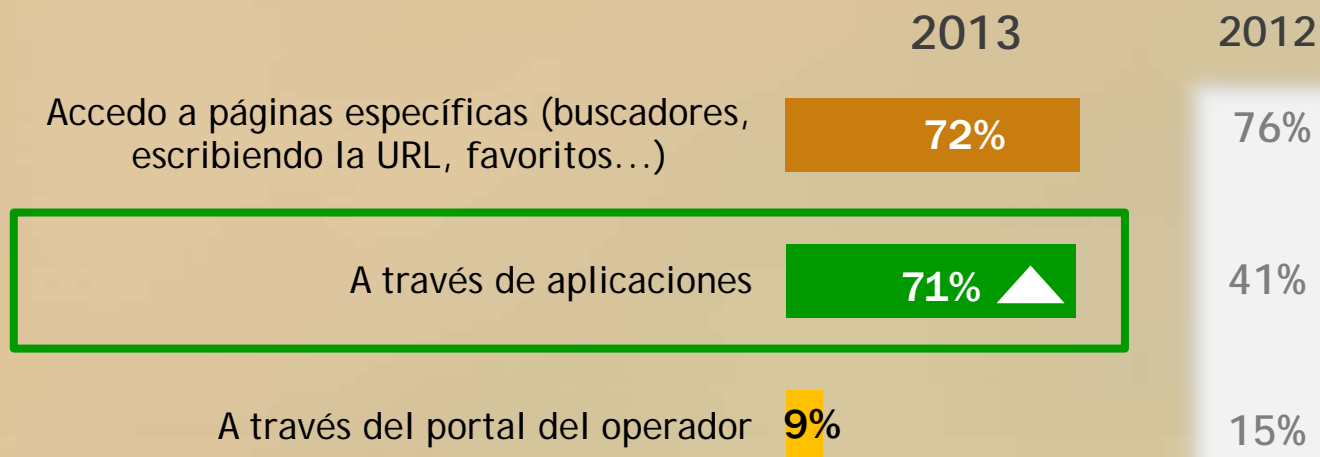
Sobre el 100% del tiempo que estás con el teléfono móvil, indícanos los porcentajes que le dedicas a las siguientes tareas.



the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Modo de acceso a Internet en móvil

## Modo de acceso a Internet habitual en móvil



Base: Internet desde móvil mensual n= 908

# Actividades en Internet móvil

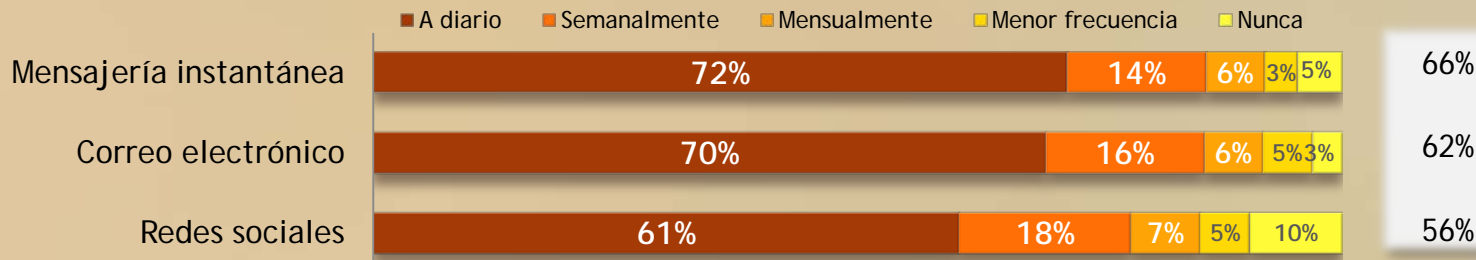


## 88%

A diario

### Sociales

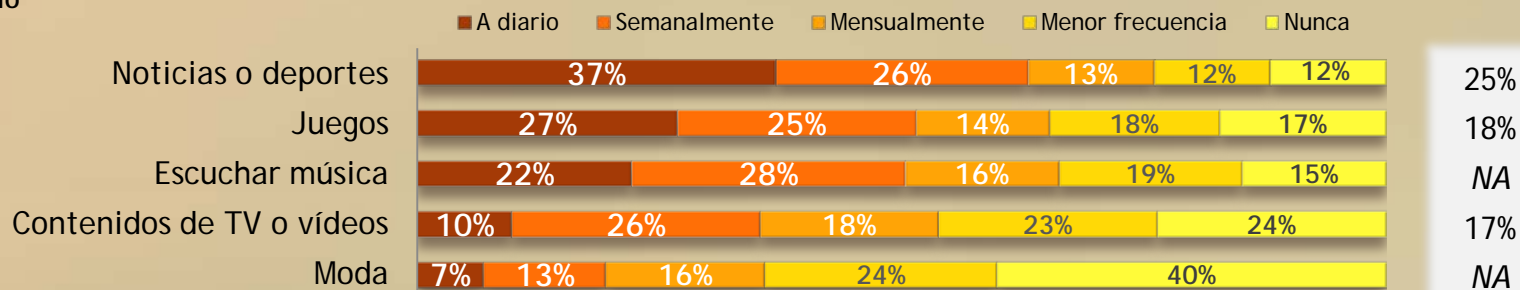
2012  
(a diario)



## 58%

A diario

### Lúdicas



Base: Internet desde móvil mensual n= 908



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

¿Podrías decirme con qué frecuencia accedes a Internet desde el móvil para los siguientes usos? Piensa en cualquier tipo de acceso que efectúes, tanto a través del navegador como acceso desde aplicaciones.

the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Actividades en Internet móvil



Este tipo de actividades son de uso más puntual.

La clave sobre su penetración está en los usuarios que "Nunca" las han usado

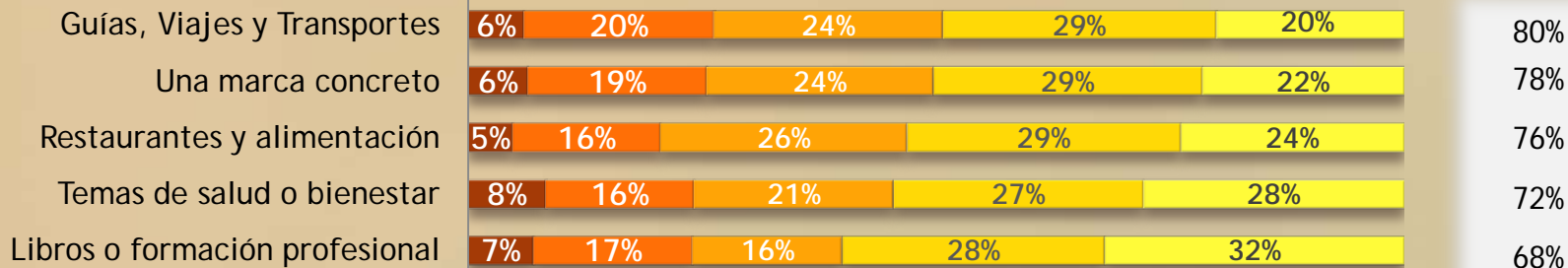
## 17%

### Consultivas

A diario

■ A diario ■ Semanalmente ■ Mensualmente ■ Menor frecuencia ■ Nunca

Alguna vez



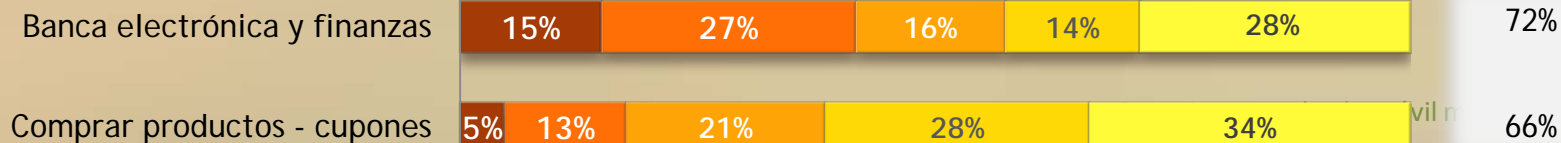
## 17%

### Funcionales

A diario

■ A diario ■ Semanalmente ■ Mensualmente ■ Menor frecuencia ■ Nunca

Alguna vez



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

*¿Podrías decirme con qué frecuencia accedes a Internet desde el móvil para los siguientes usos? Piensa en cualquier tipo de acceso que efectúes, tanto a través del navegador como acceso desde aplicaciones.*

 the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Actividades en Internet móvil



## Sociales

- Chatear/ mensajes instantáneos
- Correo electrónico
- Redes Sociales

## Lúdicas

- Noticias y deportes
- Juegos
- Escuchar música
- Contenidos de TV o vídeos
- Moda

## Consultivas

- Salud y bienestar
- Libros o formación profesional
- Guías, viajes, transportes
- Restaurantes, alimentación
- Marcas

## Funcionales

- Banca electrónica
- Comprar productos, cupones

Realiza al menos una acción a diario....

88%

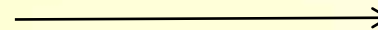
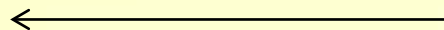
58%

17%

17%

Predomina Uso diario

Predomina Uso puntual






# 2.b

## Internet en la Tablet

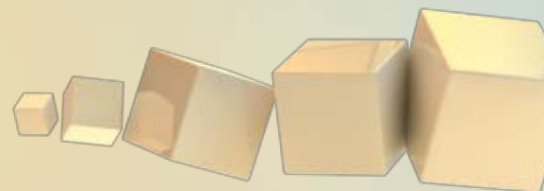
**iab**

Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Tiempo de conexión

Entre 45% usuarios diarios



Media

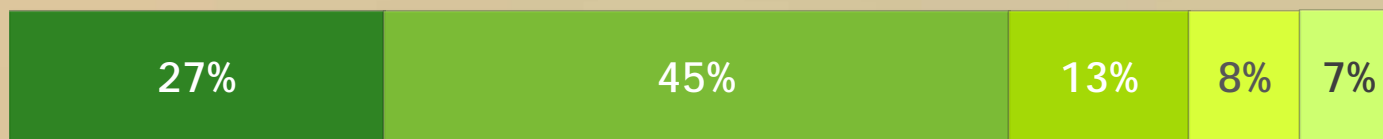
## 2h 06'

73%  
+ 1 hora

58%  
1 y 3 horas

15%  
+ 3 horas

■ Menos de 1 hora ■ Entre 1 y 2 horas ■ Entre 2 y 3 horas ■ Entre 3 y 4 horas ■ Más de 4 horas



Base: Internet desde tablet a diario n= 204



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

*Sumando todos los momentos que estás navegando por Internet con la Tablet (navegación, apps, email, redes sociales,...), ¿cuánto tiempo le dedicas diariamente?*



the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Modo de acceso a Internet en Tablet



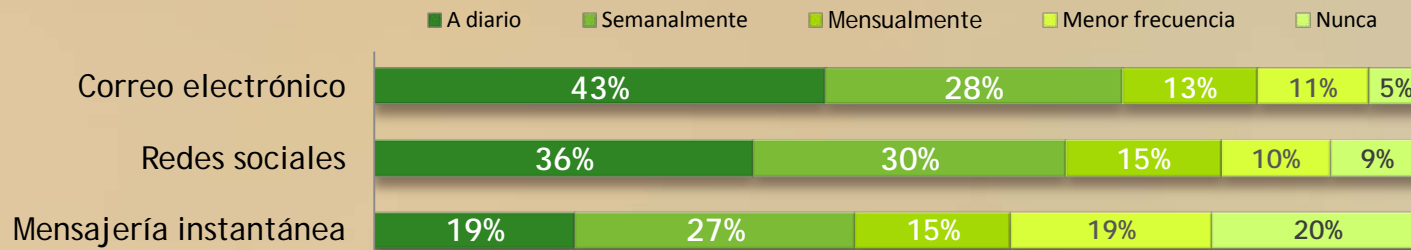
# Actividades en Internet en Tablet



## 49%

A diario

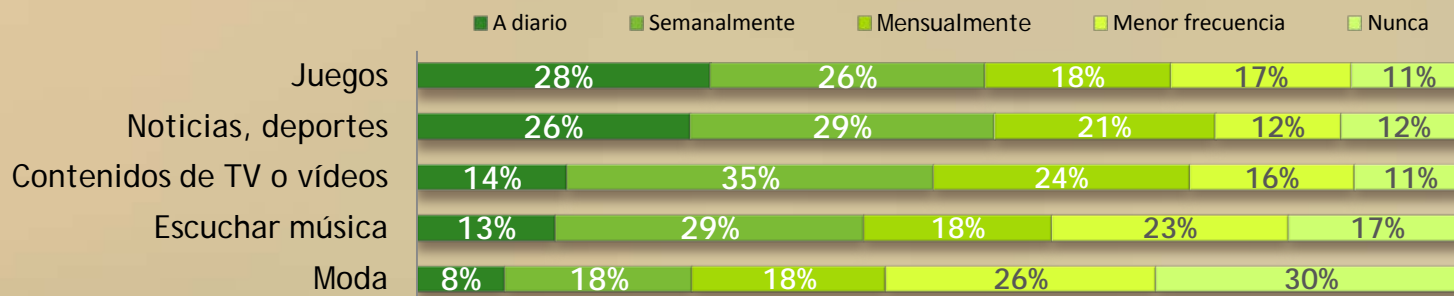
### Sociales



## 46%

A diario

### Lúdicas



Base: Internet desde tablet mensual n= 404



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

*¿Podrías decirme con qué frecuencia accedes a Internet desde la Tablet para los siguientes usos? Piensa en cualquier tipo de acceso que efectúes, tanto a través del navegador como acceso desde aplicaciones.*



the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Actividades en Internet en Tablet



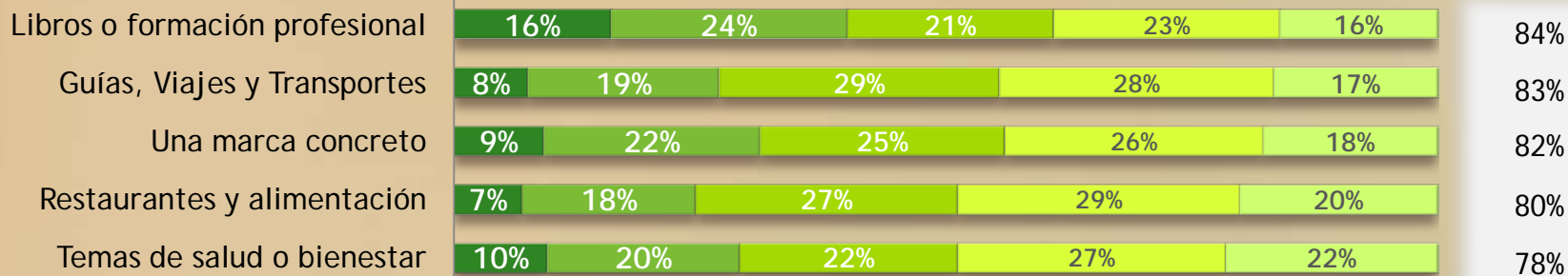
## 22%

### Consultivas

A diario

■ A diario ■ Semanalmente ■ Mensualmente ■ Menor frecuencia ■ Nunca

Aguna vez



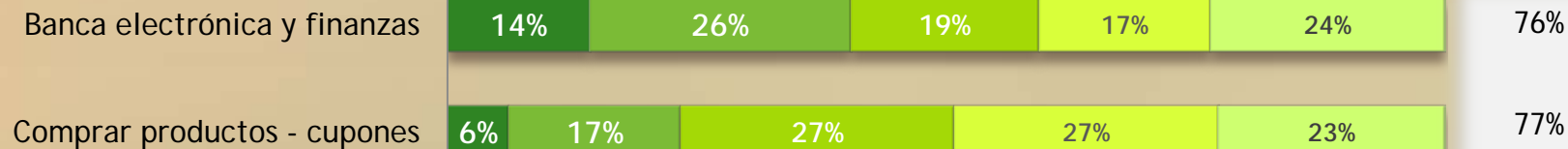
## 15%

### Funcionales

A diario

■ A diario ■ Semanalmente ■ Mensualmente ■ Menor frecuencia ■ Nunca

Aguna vez



Base: Internet desde tablet mensual n= 404



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

*¿Podrías decirme con qué frecuencia accedes a Internet desde la Tablet para los siguientes usos? Piensa en cualquier tipo de acceso que efectúes, tanto a través del navegador como acceso desde aplicaciones.*



the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Usos en conexión: Smartphone vs. Tablet



## Smartphone

Sociales

**88%**

A diario

Lúdicas

**58%**

A diario

Consultivas

**17%**

A diario

Funcionales

**17%**

A diario

Base: Internet desde móvil mensual n= 908



## Tablet

Sociales

**49%**

A diario

Lúdicas

**46%**

A diario

Consultivas

**22%**

A diario

Funcionales

**15%**

A diario

Base: Internet desde tablet mensual n= 404

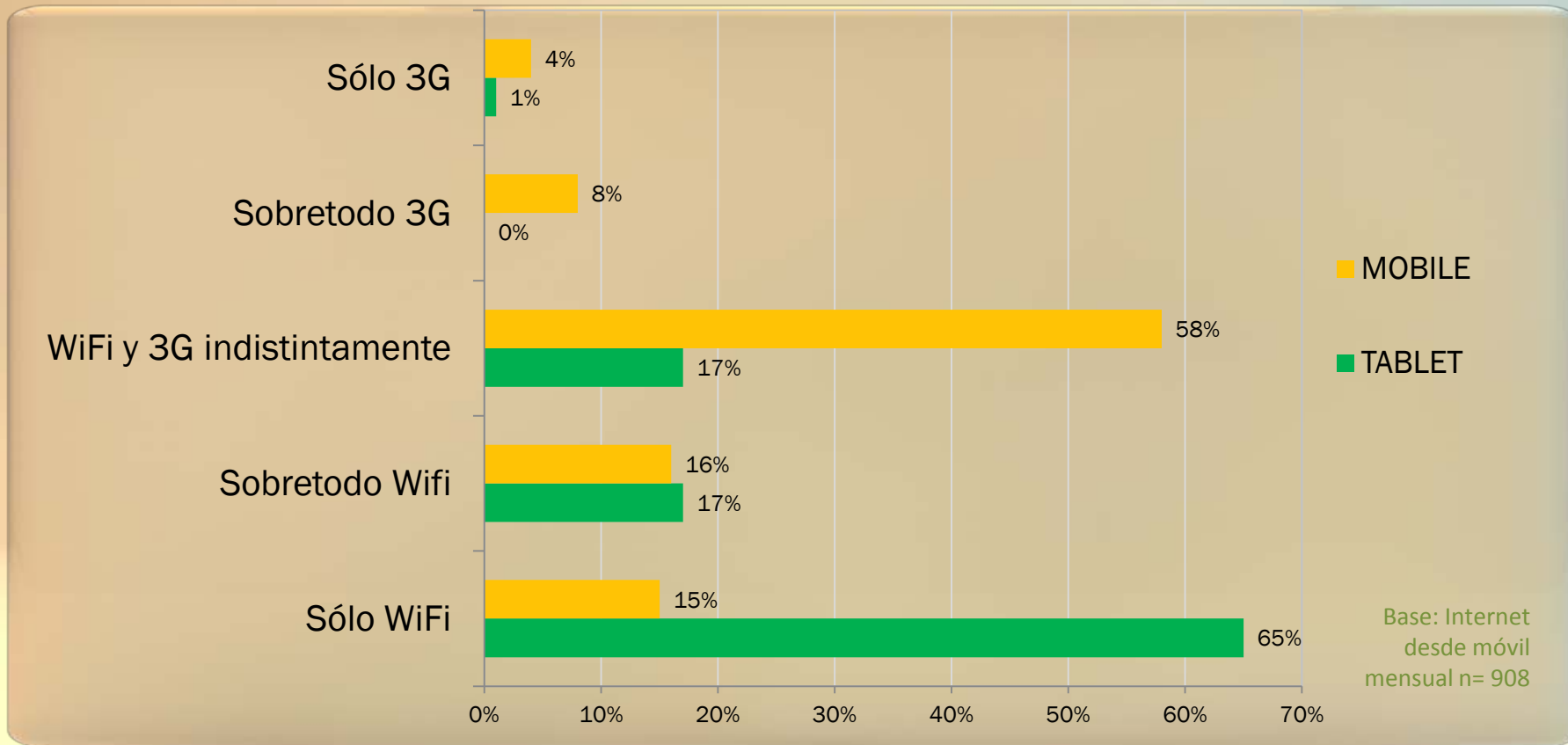


Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)



the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Tipo de conexión



Uso de Wi-Fi más acentuado en Tablets, mientras el 3G tiene más penetración en Móvil.



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

¿Cómo te sueles conectar a Internet a través de tu móvil?

 the cocktail analysis  
#IABestudioMobile



3.

# Publicidad y Mobile Marketing

**iab**

Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile




# 3.a

## Formatos publicitarios



Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Potencial de los formatos

## Ejemplos formatos planteados



### Anuncios de texto



### Banner



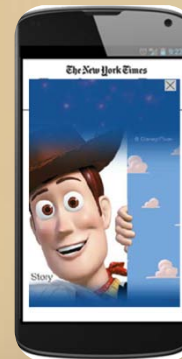
### Pantalla completa



### Interactivos



### Video



# Valoración de los Formatos publicitarios



## Formatos más conocidos

	Banner	Pantalla completa	Texto
	49%	44%	42%
	Texto	Banner	Pantalla completa
	54%	51%	39%



## Formatos más cómodos

	M	T
1º Texto	29%	41%
2º Banner	27%	27%
3º Pantalla completa	22%	16%
4º Interactivos	13%	7%
5º Video	8%	9%



## Acciones posteriores al click que más atraen

	M	T
1º Recibir cupones o descuentos	59%	57%
2º Ir a la web de la marca	45%	43%
3º Descargar contenido/apps	26%	30%
4º Jugar/interactuar	18%	16%

Base: Internet desde móvil mensual n= 908

Base: Internet desde tablet mensual n= 404

*Cuáles de las siguientes formas de publicidad en el móvil/Tablet has visto?*

*¿Cuál te resulta más cómodo con tu navegación?*

*De las siguientes funcionalidades, ¿cuáles son las que más te atraen en el caso de que quisieras más información?*



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

the cocktail analysis  
#IABestudioMobile




**3.b**

**Emailing**

**iab**

Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Emailing: tipos de correos recibidos

Un **78%** de los internautas revisan el correo desde su móvil al menos una vez a la semana, creciendo **19 puntos porcentuales** respecto a 2012.

Además, reciben correos de ...

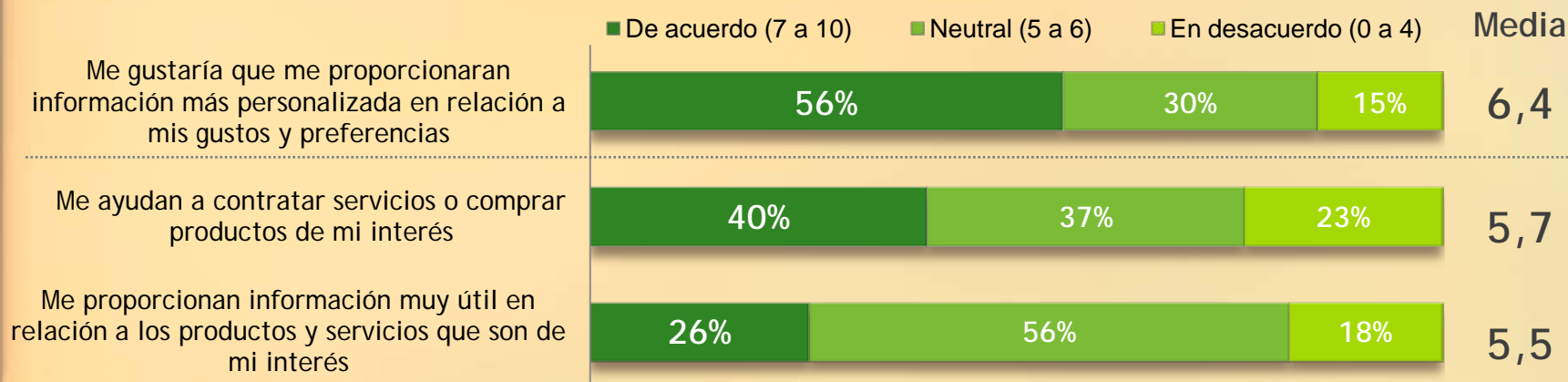


Base: Acceden al correo desde el móvil al menos una vez a la semana n=819

# Emailing: actitudes generadas



## Actitudes hacia los emails de marcas



Base: Accede al correo desde el móvil al menos una vez a la semana n=819



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

Indícanos el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones que te proponemos de 0 a 10, donde 0 es nada de acuerdo y 10 totalmente de acuerdo:

 the cocktail analysis  
#IABestudioMobile




# 3.C

## Aplicaciones

**iab**

Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Apps vs. páginas web



Asociaciones a la experiencia de uso según forma de acceso

	Apps	Por igual	Páginas web
Navegación más fácil (intuitiva, tamaño, iconos...)	✓ (69%)	(21%)	(10%)
Acceso más inmediato al contenido	✓ (64%)	(26%)	(10%)
Navegación más rápida	✓ (56%)	(31%)	(13%)
Se adapta mejor a mis necesidades	✓ (50%)	(35%)	(15%)
Recuerda mis preferencias de navegación	✓ (48%)	(36%)	(16%)
Puedo acceder a información muy específica y adicional	✓ (38%)	≈ (28%)	✓ (34%)
Tengo toda la información disponible sobre lo que estoy buscando	✓ (32%)	≈ (36%)	✓ (32%)



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

Indica tu posición en relación a las siguientes afirmaciones sobre cómo te conectas a Internet en el móvil, comparando la conexión vía aplicaciones frente a la conexión vía páginas específicas (a través de buscadores, escribiendo la url, etc.).

the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Uso de aplicaciones

Número aplicaciones instaladas  
Smartphone vs Tablets



## Smartphone

Media 22 Apps 24 en 2012

71% utilizan apps 41% en 2012



■ Entre 1 y 10    ■ Entre 11 y 20    ■ Entre 21 y 30    ■ Entre 31 y más



n: accede a Internet en el móvil desde apps (643)

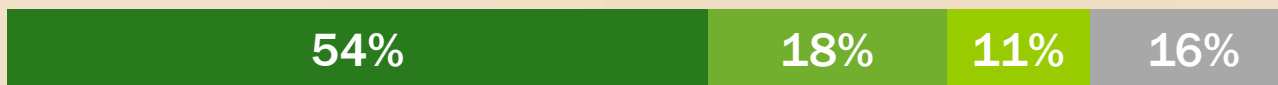
## Tablet

Media 21 Apps 31 en 2012

62% utilizan apps 31% en 2012



■ Entre 1 y 10    ■ Entre 11 y 20    ■ Entre 21 y 30    ■ Entre 31 y más



n: accede a Internet en la Tablet desde apps (248)

Se dobla el uso de aplicaciones en el último año.



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

Aproximadamente, ¿cuántas aplicaciones tienes instaladas  
en tu teléfono móvil/Tablet?

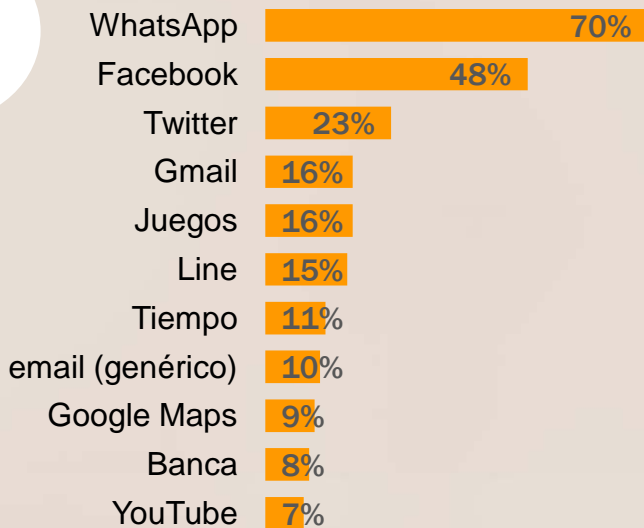
 the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Aplicaciones instaladas

Respuesta espontánea



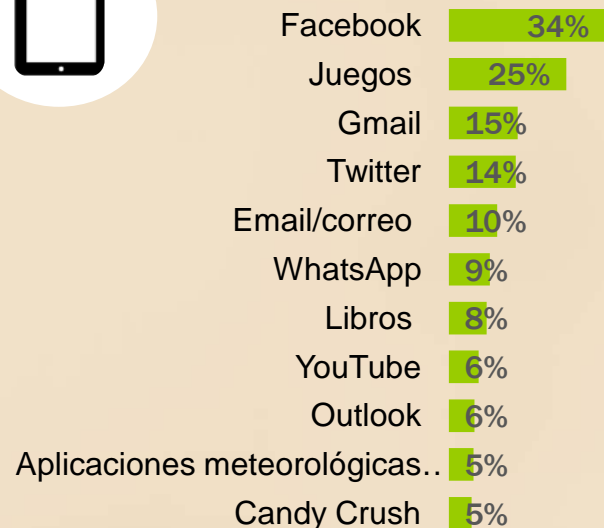
## Apps mencionadas en Smartphone



Base: tiene aplicaciones en el smartphone n= 642



## Apps mencionadas en Tablet



Base: tienen aplicaciones en la tablet n= 247

**iab**

Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net


*¿Qué aplicaciones son las que más usas en el móvil/Tablet?  
Dinos todas aquellas que usas de forma habitual.*


 the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Vía de acceso habitual

## Smartphone vs Tablet



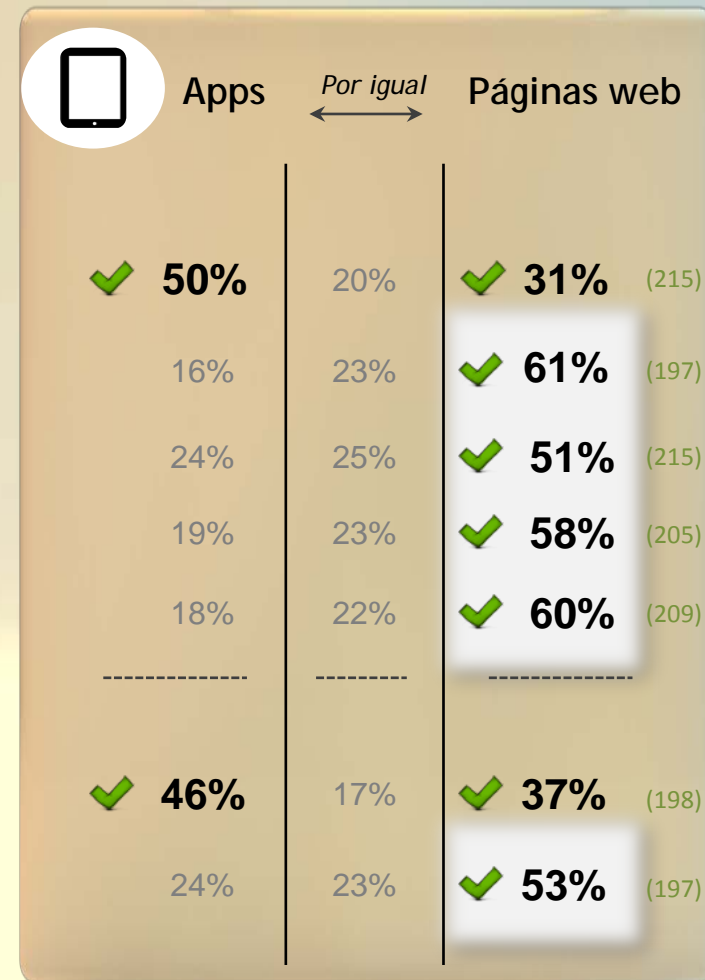
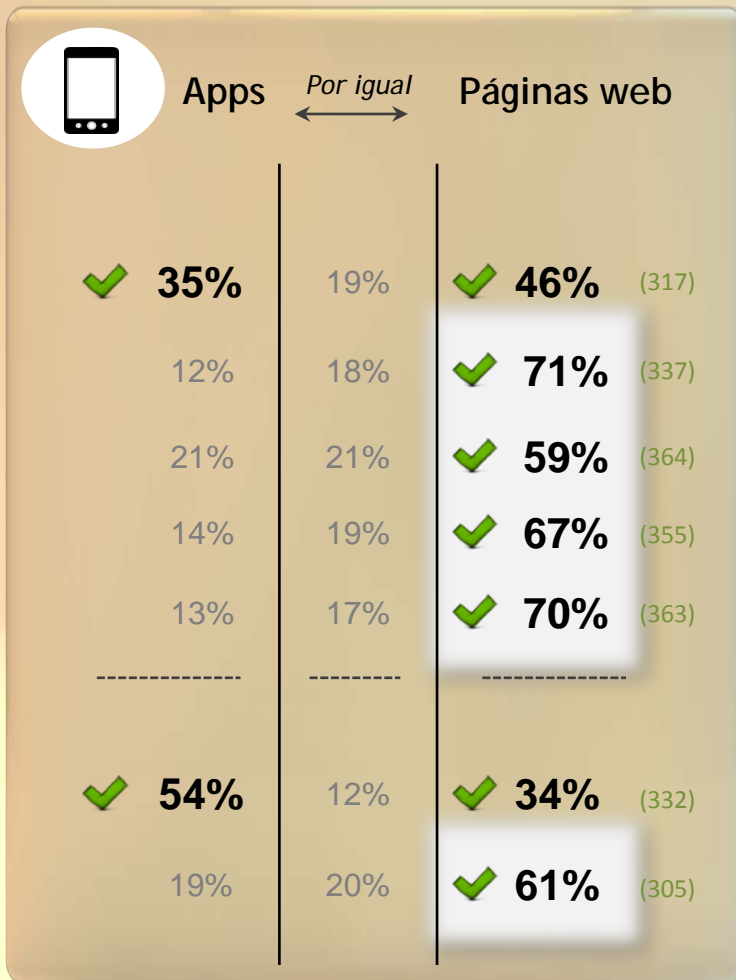
	 Apps	Por igual	Páginas web	
<b>Sociales</b>				
Mensajería instantánea	✓ 86%	6%	8%	(411)
Redes sociales	✓ 79%	9%	12%	(396)
Email	✓ 74%	10%	16%	(417)
<b>Lúdicas</b>				
Juegos	✓ 78%	11%	11%	(374)
Música	✓ 63%	18%	19%	(379)
Contenidos	✓ 40%	20%	✓ 40%	(356)
Noticias, deportes	✓ 30%	20%	✓ 51%	(389)
Moda	15%	19%	✓ 66%	(285)

	 Apps	Por igual	Páginas web	
Mensajería instantánea	✓ 66%	17%	17%	(204)
Redes sociales	✓ 68%	16%	17%	(233)
Email	✓ 69%	16%	15%	(237)
Juegos	✓ 68%	15%	18%	(231)
Música	✓ 56%	21%	24%	(211)
Contenidos	✓ 39%	25%	✓ 36%	(228)
Noticias, deportes	23%	23%	✓ 50%	(229)
Moda	20%	22%	✓ 58%	(177)

Nos has dicho que accedes a Internet desde el móvil/Tablet para estas actividades, ¿de qué manera accedes más habitualmente a cada una de ellas?

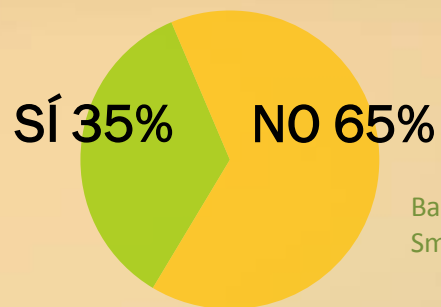
# Vía de acceso habitual

## Smartphone vs. Tablet



Nos has dicho que accedes a Internet desde el móvil/Tablet para estas actividades, ¿de qué manera accedes más habitualmente a cada una de ellas?

# Pago por aplicaciones para Smartphone y Tablet



Base: tiene aplicaciones en Smartphone o Tablet n=699

## Modalidad de pago preferida...

■ Pagar la cantidad que cueste la aplicación

■ Gratuita a cambio de publicidad en la app

■ Acceso básico gratuito y pago por funcionalidades avanzadas



... Entre los que han pagado n=247

Pago 26%

Publi 40%

Fremium 34%

... Entre los que NO han pagado n=452

Pago 4%

Publi 63%

Fremium 33%



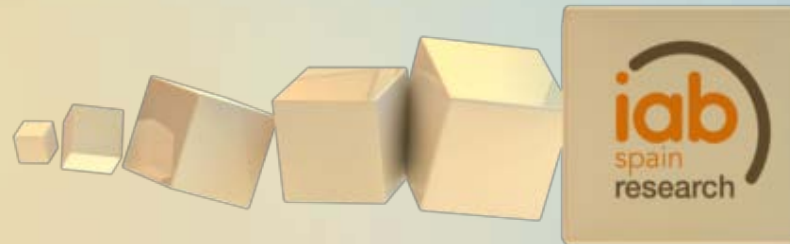
Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

*Pensando en el uso de aplicaciones, ya sean para móvil o para Tablet, ¿has pagado por alguna?  
¿Cuál de las siguientes modalidades de pago por aplicaciones prefieres?*

 the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Actividades realizadas

## Por tipo Smartphone



	Funcionalidad alta	Media	Baja
Apps instaladas	35	20	16
Pago por Apps	53%	30%	29%
	(172)	(206)	(222)
<b>Uso diario</b>			
<b>Social</b>	E-mail 83%	E-mail 67%	E-mail 64%
	Mensajería - Chat 80%	Mensajería - Chat 71%	Mensajería - Chat 71%
	RRSS 67%	RRSS 64%	RRSS 56%
<b>Lúdico</b>	Juegos: 36%	Juegos: 25%	Juegos: 23%
<b>Funcional</b>	Banca: 21%	Banca: 13%	Banca: 12%
<b>Consultivo</b>	Viajes: 10%	Viajes: 6%	Viajes: 3%
	(240)	(266)	(336)

Base: Usuario de tipo de Smartphone

A mayor calidad del terminal, mayores consumos en todas las facetas: Apps, Pagos, actividades sociales, lúdicas, funcionales y consultivas.





# 3.d

## Conexión del mundo offline y el digital:

## Geo, QR y NFC

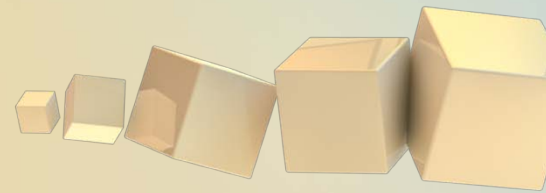
**iab**

Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)



the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Geolocalización



**21%** Usa habitualmente

**65%** Ha usado en alguna ocasión

## Entre los que lo han usado... Recomendación

Promotores    Neutrales    Rechazadores



Media  
**6,5**

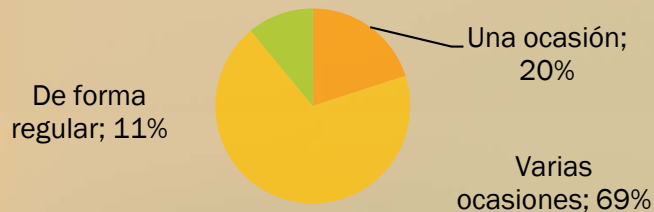
## Entre los que NO lo han usado... Predisposición uso futuro

**69%**  
sí lo usaría

**32%**  
NO lo usaría

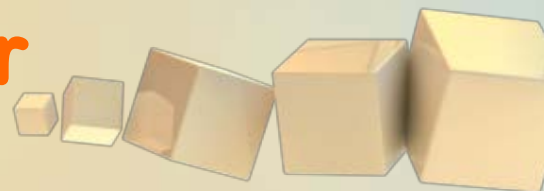
Base: no ha utilizado localización n= 304

## Tipo de uso

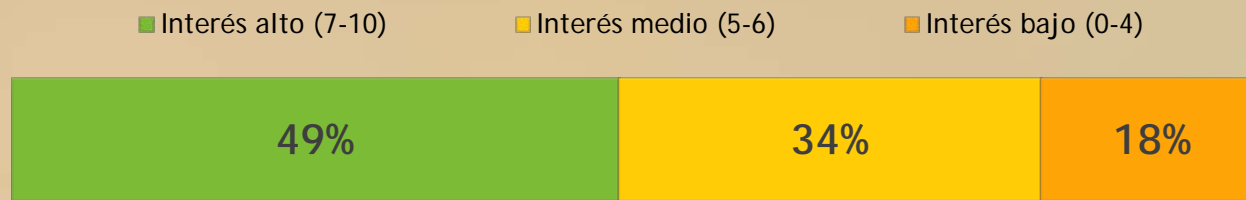


Base: ha utilizado apps con localización n= 605

# Búsquedas filtradas por geolocalización



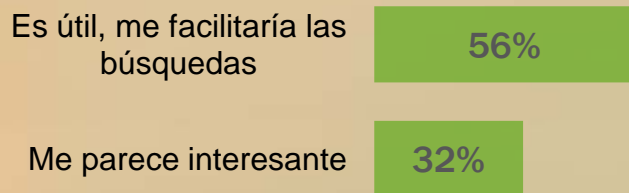
## Interés



Media  
**6,2**

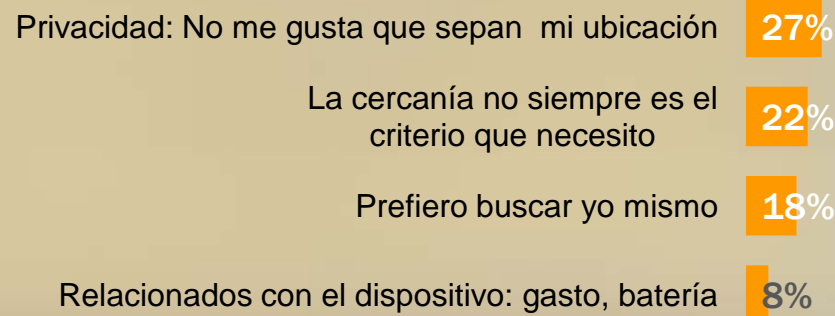
Base: Internet desde móvil mensual n= 908

## Interesa por...



Base: Interesa la propuesta n= 440

## No interesa



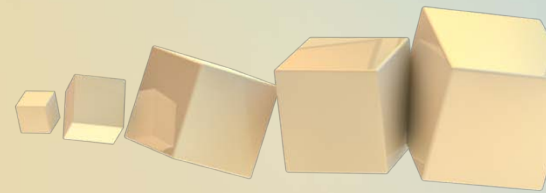
Base: No interesa la propuesta n= 468



*¿En qué medida te interesaría que, al realizar una búsqueda de un servicio en un buscador desde tu móvil, los resultados fueran filtrados según tu ubicación?*

# Escaneo de códigos

QR, de Barras, BIDI



14%

Usa habitualmente

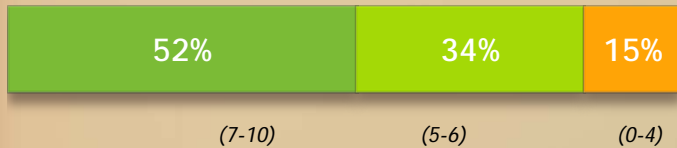
59%

Ha usado en alguna ocasión

## Entre los que lo han usado...

### Recomendación

Promotores    Neutrales    Rechazadores



Media

6,5

## Entre los que NO lo han usado...

### Predisposición uso futuro

74%

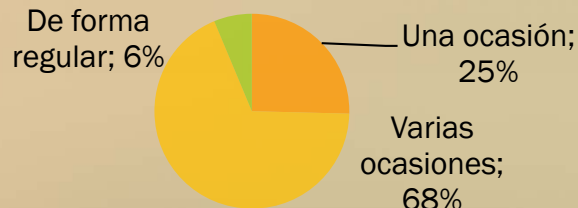
SÍ lo usaría

26%

NO lo usaría

Base: no ha utilizado escaneo de productos n= 343

## Tipo de uso realizado



Base: ha utilizado escaneo de productos n= 535



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

¿En qué medida recomendarías el uso de estos códigos?  
¿Cómo ha sido el uso que has hecho de estos códigos?  
¿Crees que utilizarás en un futuro este tipo de códigos?



the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Interacciones on-off

## Según tipo Smartphone

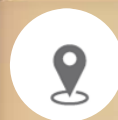


% habitualmente

Funcionalidades altas

Medias

Bajas



Localización física

24%

18%

18%



Escanear QR

18% ▲

14%

8%

Base: Usuario de tipo de Smartphone

(240)

(266)

(336)



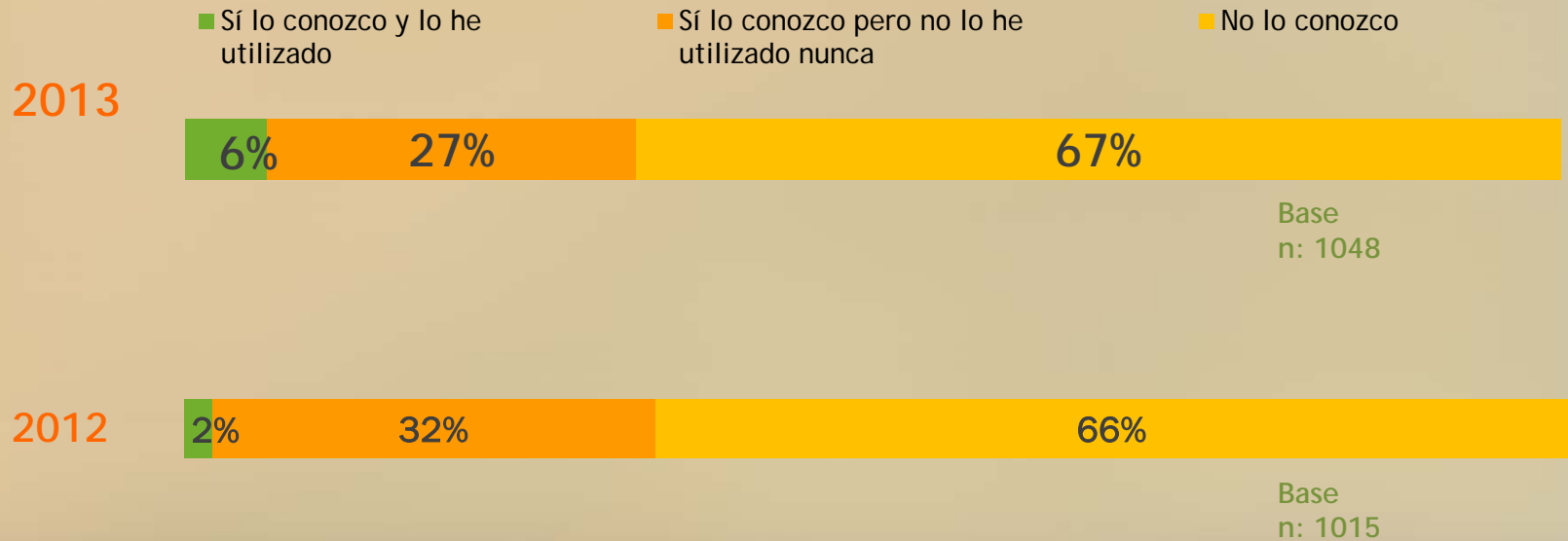
Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net



the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile



### ¿Conoces el NFC?



La comunicación vía NFC muestra un uso y conocimiento muy bajo, con escasa evolución respecto al año anterior.



# 3.e

## Conexión del mundo offline y el digital:

### Retail, TV, Exterior

**iab**

Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

 the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Situaciones potenciales de interacción



Momento de compra en el punto de venta



Viendo la TV en el hogar

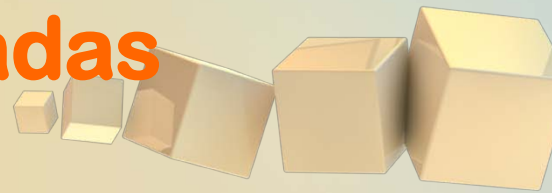


Publicidad exterior en la calle

*... ¿en qué medida realizas las siguientes acciones desde el móvil?*



# Actividades más realizadas



## Momento de compra en el punto de venta

Habitualmente...

... busco **información** sobre las **características** de los que estoy comprando/ viendo

42%

... busco información sobre **precios** de productos similares

39%

... busco **opiniones** de otros usuarios sobre el producto

34%

... utilizo alguna aplicación con servicio de **geolocalización**

17%

... hago alguna pregunta del producto en **redes sociales**

14%

... **escaneo** el producto (código de barras, QR...)

9%

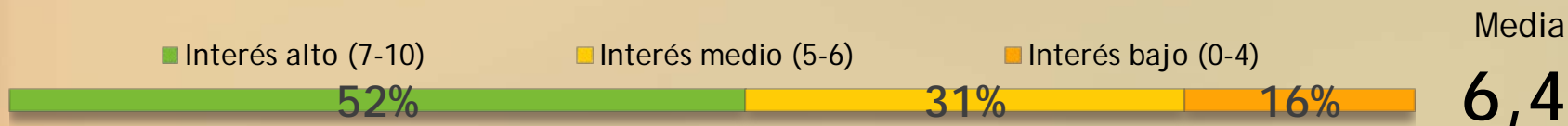
Base: Internet desde móvil mensual n= 908

# Carteles interactivos en el punto de venta



*Imagínate que en la tienda donde estás comprando hubiera un cartel digital con el que pudieras interactuar obteniendo información sobre productos de tu interés, comentarios con otros usuarios, o cualquier otra información relevante sobre el producto.*

*¿En qué medida estarías dispuesto a utilizar este tipo de iniciativas en el punto de venta?*



Base total n: 1048

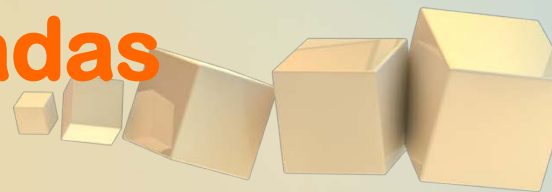
La idea de interactuar con carteles en el punto de venta es acogida positivamente: 5 de cada 10 presentan un interés alto.



Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

 the cocktail analysis  
#IABestudioMobile

# Actividades más realizadas



iab  
spain  
research



## Viendo la TV en el hogar

Habitualmente...

... busco **información** sobre las **características** de los que estoy comprando/ viendo

25%

... busco información sobre **precios** de productos similares

25%

... busco **opiniones** de otros usuarios sobre el producto

22%

... hago alguna pregunta del producto en **redes sociales**

12%

Base: Internet desde móvil mensual n= 908

iab

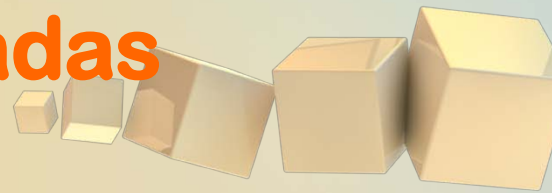
Interactive Advertising Bureau  
www.iab-spain.net

*Pensando en los momentos en los que estás viendo la televisión y te fijas en algún anuncio de un producto o servicio que te gusta, dinos en qué medida llevas a cabo las siguientes acciones a través del móvil:*



the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Actividades más realizadas



## Publicidad exterior en la calle

Habitualmente...

... busco **información** sobre las **características** de los que estoy comprando/ viendo

21%

... busco información sobre **precios** de productos similares

21%

... busco **opiniones** de otros usuarios sobre el producto

17%

... utilizo alguna aplicación con servicio de **geolocalización**

13%

... hago alguna pregunta del producto en **redes sociales**

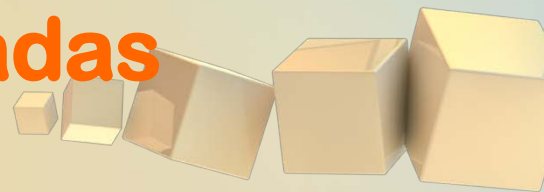
11%

... **escaneo** el producto (código de barras, QR...)

11%

Base: Internet desde móvil mensual n= 908

# Actividades más realizadas



El **punto de venta** es el lugar más susceptible de interacción del usuario con el terminal: 6 de cada 10 lo usa habitualmente.

1º



58%

Interactúa **habitualmente**  
(busca características,  
precios, opiniones,  
localización física,  
escaneo, ...)

2º



35%

Interactúa **habitualmente**  
(busca características,  
precios, opiniones, ...)

3º



32%

Interactúa **habitualmente**  
(busca características,  
precios, opiniones,  
localización física,  
escaneo, ...)

# Interacciones on-off

## Según tipo Smartphone



% habitualmente

Funcionalidades altas

Medias

Bajas



Información  
Características

54% ▲

54% ▲

44%



Opiniones otros  
usuarios

44% ▲

42% ▲

35%



# 3.e

## Nuevas propuestas en el acceso a Internet

**iab**

Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)



the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile

# Nuevos puntos de acceso a internet



Desde el coche



Desde unas gafas



Desde el reloj



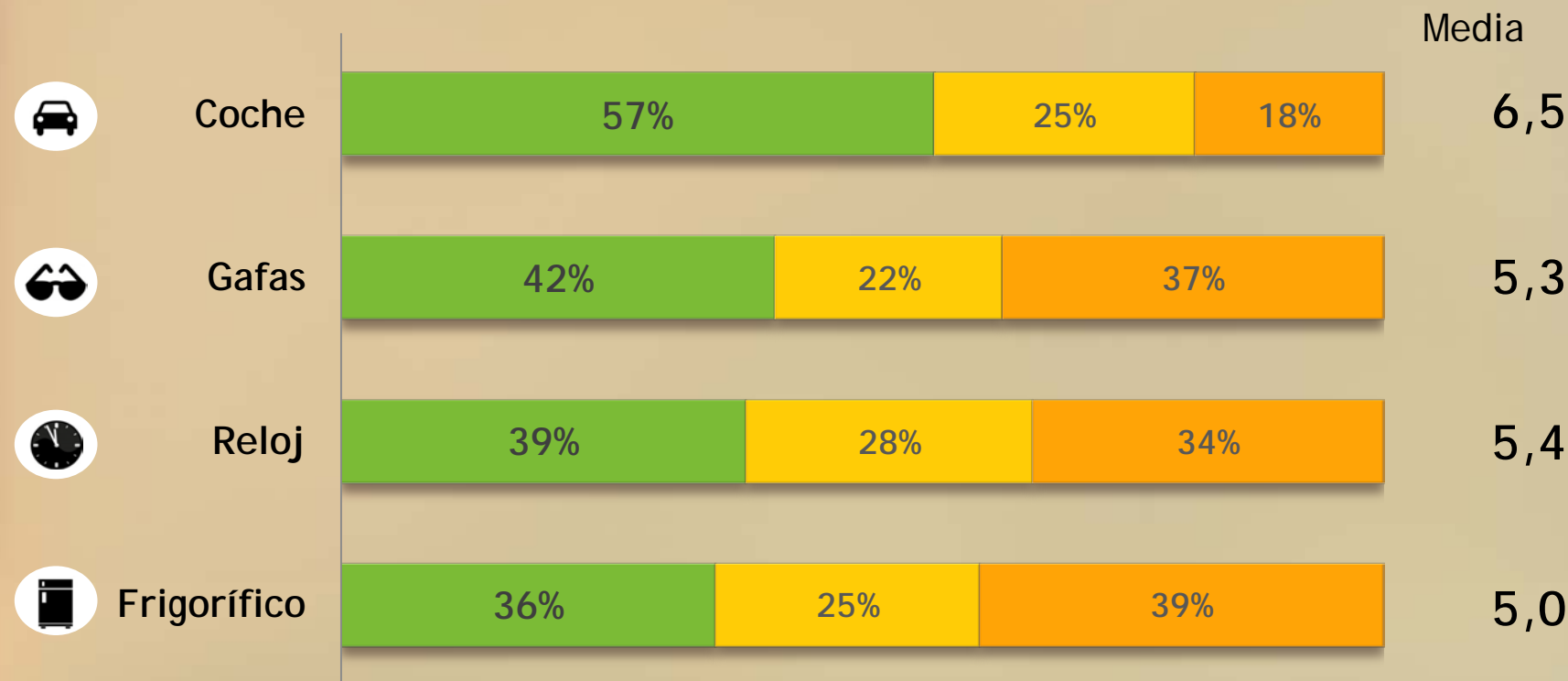
Desde el frigorífico

# Valoración

## Nuevos dispositivos



■ Interés alto (7-10)    ■ Interés medio (5-6)    ■ Interés bajo (0-4)



Base total n= 1048



# Conclusiones



Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

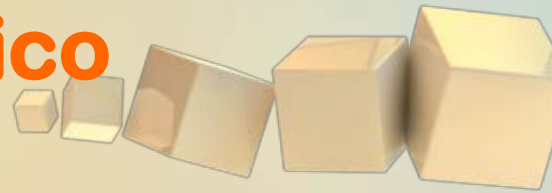


the **cocktail** analysis  
#IABestudioMobile



## MADUREZ DEL MERCADO APPS

- ✓ **Apps suben 73% como punto de acceso**
- ✓ Se consolidan como punto de acceso junto al navegador (71% vs 72%)
- ✓ En Tablets, se dobla el acceso desde Apps (31 al 62%)
- ✓ Se accede vía Apps en todas las categorías sociales y en consumo de contenidos
- ✓ El Navegador gana en Consultas (salud, viajes, restaurantes, marcas) y Compras (61%)



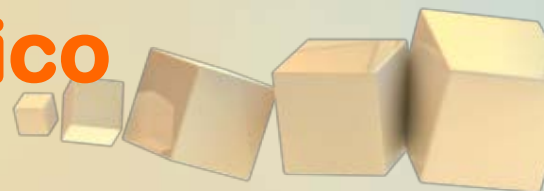
## EL SMARTPHONE ES EL REY

- ✓ Gran consolidación de smartphones (del 58 al 80%)
- ✓ Se iguala con el portátil como punto de acceso diario a internet (86 y 88%)
- ✓ Por Sistema operativo, Android ya es el 78% (en 2012, 62%), el resto caen en cuota de mercado
- ✓ Sube Samsung, Sony y LG. Caen Apple, HTC, Nokia, Blackberry y Huawei



## PUBLICIDAD INTEGRADA

- ✓ Los formatos más cómodos son los más sencillos e integrado con el contenido, que no interrumpen navegación
- ✓ Orden valoración-> Texto (en Tablet especialmente), Banner, Pantalla completa, Video, Interactivo
- ✓ Los usuarios demandan emails de marcas más personalizados y segmentados



## NUEVOS ESCENARIOS

### ✓ INTEGRACIÓN ON - OFF

RETAIL	58% interactiva	→	Información producto
TV	35% interactiva		Precios
EXTERIOR	32% interactiva		Opiniones del producto

## INTERNET DE LAS COSAS

Gran valoración a tener internet en el Coche (6,5) por encima de gafas (5,3) y reloj (5,4)

El frigorífico conectado consigue un interés medio (5)

# #IABestudioMobile



Interactive Advertising Bureau  
[www.iab-spain.net](http://www.iab-spain.net)

Javier Clarke  
Director Mobile & New Media  
IAB Spain  
[javier@iabspain.net](mailto:javier@iabspain.net)  
[@javiclarke](https://twitter.com/javiclarke)



The Cocktail Analysis  
[www.tcanalysis.com](http://www.tcanalysis.com)

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

 [http://twitter.com/IAB\\_Spain](http://twitter.com/IAB_Spain)

 <http://www.facebook.com/iabspain>