

## RRSS, publicidad y compras a través del móvil

España se ha convertido en uno de los países de Europa con más penetración de los *smartphone* entre los usuarios de móviles, según un estudio de ComScore con datos de julio a septiembre. La penetración alcanza a un 46,3% de dichos usuarios, ligeramente por detrás de Gran Bretaña (46,9%) y por delante de Italia (40,4 %), Francia (36,7%) y Alemania (33%).

Los españoles superan a los otros cuatro países mencionados en consumo de música través del móvil (con el 32,6% de los usuarios), pero pierden posiciones en la utilización de las aplicaciones de los móviles (35,4 %), la navegación por la red (34,7%), el uso de videojuegos (28,7%) o el acceso a noticias (16,2%).

Por supuesto, el envío de mensajes de texto aparece como la actividad más popular entre los usuarios: un 80,4 % en España, cifra que llega al 90,6 % en el Reino Unido.

Con respecto a la participación en redes sociales, el estudio de ComScore cifra en un 23,1 % el porcentaje de usuarios españoles frente al 35,1 % de Reino Unido. Otras fuentes, sin embargo, como Ipsos en un reciente estudio para Google, sitúa a los españoles en cabeza con un 33% de participantes frente al 30% de británicos, el 27% de franceses y el 24% de italianos.

Este estudio señala que la participación en redes sociales a través del móvil alcanza ya a un tercio de los españoles, cifra superior a la de británicos (30%), franceses (27%) e italianos (24%) según un reciente estudio realizado por Ipsos para Google.

Las actividades más comunes que se realizan a través de los dispositivos móviles son navegar por la red, hacer fotos o grabar vídeos y enviar correos electrónicos.

En cuanto a la compra a través de móvil, España se sitúa en tercer lugar en volumen de compra (20%) tras Gran Bretaña (28%) e Italia (23%). El principal freno para los usuarios españoles, de acuerdo con la encuesta, es la preferencia por el ordenador para la compra on line (57%), seguida de la desconfianza hacia la seguridad del canal móvil (un 29%).

En relación con la comunicación comercial recibida a través de los Smartphone,

- Un 50% de los usuarios españoles percibe conscientemente sus mensajes desde el punto de vista del recuerdo y la notoriedad.
- Un 45% busca la tienda en el mapa a través de su smartphone.
- Un 34% dice no sentirse molesto por visualizarla mientras navega por la red.

- En torno a un 25% declara realizar alguna acción tras verla (por ejemplo, pinchar el anuncio, visitar la web del anunciante o del producto, buscar más información sobre lo que se anuncia o hacer una compra).
- Un 20% admite haber cambiado de opinión sobre una determinada compra tras buscar información sobre la misma en su teléfono.
- Entradas, ropa y complementos, viajes y otras formas de entretenimiento son los productos más buscados y adquiridos a través del teléfono móvil.