

Radiografía Tuenti Móvil - IPSOS sobre hábitos de uso y conexión a Internet en el móvil entre los jóvenes en España

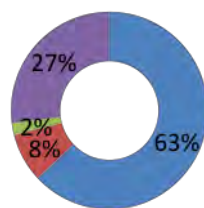
- La conexión a internet es cada vez más móvil. El 84% de los jóvenes encuestados se conecta a internet desde el móvil y el 47% tiene plan de datos para conectarse.
- Los móviles se han convertido en la herramienta de comunicación social más utilizada: para estudiar (40%), para ligar (55%), para hacer fotos (62%)...
- La privacidad es un factor a tener en cuenta. El 81% afirma conocer los riesgos de privacidad que conlleva instalar aplicaciones en su smartphone.
- El *phubbing* es un hábito cada vez más común: el 67% de los encuestados reconoce haberlo hecho.

Madrid, 20 de enero de 2014. Tuenti Móvil, el operador de telefonía móvil de Tuenti de carácter social y centrado en datos, ha elaborado una radiografía de los hábitos de uso y conexión de los jóvenes a internet desde el teléfono móvil en base a las encuestas mensuales realizadas en colaboración con la compañía de investigación de mercado IPSOS a lo largo de 2013.

En relación a la conectividad general en internet, el estudio pone de manifiesto, entre otros resultados, que el 94% de los jóvenes encuestados entre 16 y 35 años tiene móvil, que el **84% se conecta a internet desde el móvil** y que el 47% tiene planes de datos para conectarse a internet, lo que pone de manifiesto que la conexión a internet es cada vez más móvil. No obstante, el **37% de los encuestados no sabe a cuánto equivale 1GB de datos** en su smartphone.

1/4

¿Sabes cuánto es 1GB de datos?



- Sí, lo sé
- No tengo ni idea
- No lo tengo muy claro
- No lo sé, pero tengo una ligera idea

Para la directora de Customer & Community de Tuenti Móvil, María de Sousa-Valadas, “los móviles se han convertido en la herramienta de comunicación social más utilizada, no sólo para interactuar con amigos y conocidos a través de internet, sino también como sustituto de otras herramientas como despertadores, mp3 o cámaras de fotos. Es normal que, a medida que estos cambios sociológicos evolucionan, los comportamientos humanos se modifiquen”. De hecho, de estos estudios se concluye que el móvil es ya una herramienta multifunción, pues el **55% de los jóvenes encuestados afirman que utilizan el móvil para ligar** (53% en redes sociales y 21% a través de los servicios de mensajería instantánea); el **sacar fotos** y el **40% utiliza el móvil para estudiar**.

Para más información:



De manera detallada se destaca que la mayoría de los encuestados dedica más tiempo a hacer fotos que a hablar por teléfono, así como que el 60% de los usuarios encuestados prefiere subir fotos retocadas con alguna aplicación (tipo Instagram). Además, para el 53% de encuestados la calidad de la cámara es importante a la hora de comprar un smartphone.

En relación a los estudios, el 40% de los encuestados afirma que utiliza el móvil para estudiar intercambiando apuntes con los compañeros de clase (34%) o buscando información en internet (26%). Tan sólo un 16% dice que ha empleado el smartphone para copiar en los exámenes y la técnica más utilizada consiste en guardarse las "chuletas" en el móvil (17%). Además, en horario lectivo: 44% de usuarios encuestados afirma que no utiliza el teléfono móvil y el resto se reparte entre acceder a redes sociales (26%), chatear con amigos (24%), hacer fotos (5%) y un mínimo porcentaje de usuarios que utilizan su smartphone para hacer vídeos (1%). En cuanto a la prohibición de llevar el teléfono móvil a clase, el 72% de los encuestados se posiciona en contra de esa medida.

2/4

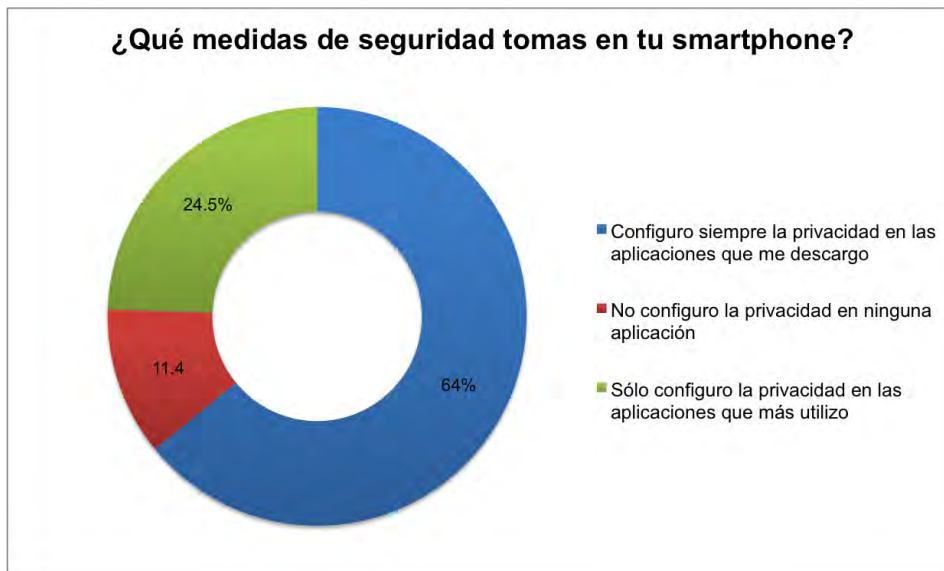


Al subir una foto a internet, el 83% muestra un importante nivel de concienciación (pide permiso a la persona que sale en la foto para subirla/etiquetarla), frente a un 10% que manifiesta que no pide permiso y un 7% que señala que en alguna ocasión ha subido fotos de personas sin su permiso.

Respecto al factor privacidad y seguridad en internet, el **81% de los jóvenes encuestados afirma conocer los riesgos de privacidad que conlleva instalar**

Para más información:

aplicaciones en su smartphone. De hecho, al 84,8% les preocupa la privacidad, mientras que al 15% restante no es un tema que les preocupe demasiado. En concreto, al 29.5% de encuestados es lo que más le preocupa, mientras que sólo un 1.8% asegura que no le preocupa en absoluto la privacidad. Por otro lado, el **64% afirma que configura siempre las opciones de privacidad en las aplicaciones que se descarga** en su terminal; mientras que un 24.5% lo hace solo en las aplicaciones que más utiliza y un 11.4% no configura la privacidad en ninguna aplicación.



3/4

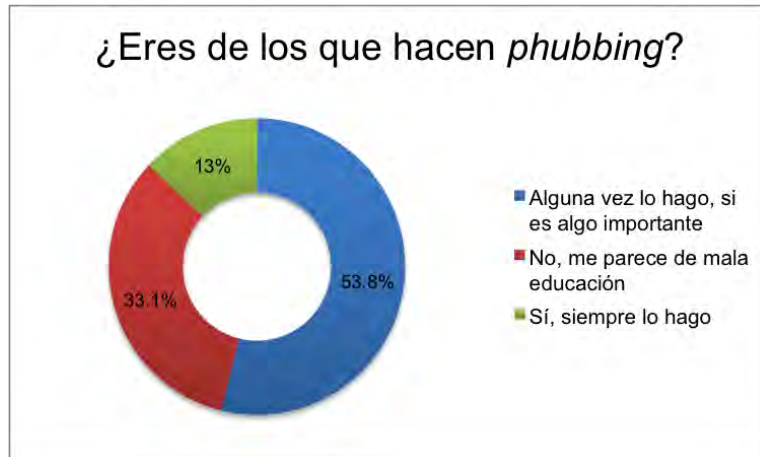
Al preguntar por el grado de importancia del smartphone en la vida cotidiana, el **88% de los encuestados afirma que no suele salir de casa sin su teléfono**. En este sentido, el 56% siempre vuelve a casa a por el móvil en caso de olvidarlo y el 33% vuelve a por él sólo si espera llamadas o mensajes importantes.

De este estudio se puede concluir que la época en la que más se utiliza el móvil es en verano, pues el **60% reconoce que lo usa más durante las vacaciones de verano que el resto del año**: 37% para chatear con sus amigos, seguido por un 25% que lo utiliza para escuchar música y un 18% para entrar en las redes sociales. El 78% de los encuestados afirma que usan el móvil para buscar información de destino, lugares que visitar, mapas, agenda de fiestas, etc.. Y un 7% afirma que utilizan el móvil menos en verano porque están haciendo otras actividades que 'los desconectan'.

¿Qué es *phubbing*?

El *phubbing* es un término formado a partir de las palabras inglesas *phone* y *snubbing*, y consiste en restar atención a quien nos acompaña al prestársela más al móvil u otros aparatos electrónicos que a su persona. Los resultados de esta radiografía concluyen que el **67% de los encuestados reconoce haber hecho *phubbing* con su teléfono móvil** cuando se trata de asuntos importantes. No obstante, el 13% de estos encuestados confiesa hacer *phubbing* siempre.

Para más información:



FICHA TÉCNICA

- Universo: personas entre 16 y 35 años
- Muestra media: 2.000 encuestados por oleada (mensual)
- Error muestral: $\pm 2,24\%$
- Asesoramiento técnico: IPSOS

Sobre IPSOS

IPSOS, compañía líder de investigación de mercados en España y a nivel mundial, que trabaja para identificar las conductas, actitudes y opiniones tanto de población general como de los líderes de opinión más relevantes de cada sector empresarial y cuyo objetivo es marcar la evolución de nuestro mercado a través del liderazgo intelectual y operacional.

4/4

Sobre Tuenti Móvil

Tuenti Móvil es la primera Telco 2.0 que presenta una propuesta de servicio de telefonía en la nube. Enfocada en la experiencia de los clientes, centrada en datos, totalmente online, incorpora funcionalidades únicas en su app, pioneras a nivel internacional, como la gestión de cuenta, atención al cliente o el uso gratis de la misma incluso sin saldo. **El servicio móvil de Tuenti** se caracteriza por su innovación tecnológica y responde a las nuevas tendencias de uso de las comunicaciones que realizan un uso intensivo de datos, apostando fuertemente por **facilitar la conectividad total a internet desde dispositivos móviles** con las mejores tarifas y con servicios innovadores de valor añadido. Tuenti Móvil ofrece de forma exclusiva a todos sus clientes **Zerolímites**, que permite llamar, chatear y compartir en Tuenti sin consumir saldo ni datos. Tuenti Móvil revolucionó el mercado con su propuesta datacéntrica y una tarifa simple imbatida de 1GB por 6€ (+ V), ya sea en prepago o con contrato, para luego incluir tam i én paquetes con minutos de llamadas a cualquier operador y en cualquier horario incluidos. Tuenti Móvil, que cuenta con la más amplia cobertura del mercado, la de la red de Movistar, tiene en la actualidad 165.000 clientes activos y **ofrece un servicio de gestión de la cuenta integrado en su app y de atención al cliente totalmente online**. Tuenti Móvil cuenta con **más de 2.000 puntos de venta** en tiendas Telecor, FNAC, Worten, Low Cost Móvil, Media Markt y Movistar y una red de puntos de recarga de 80.000 establecimientos autorizados.

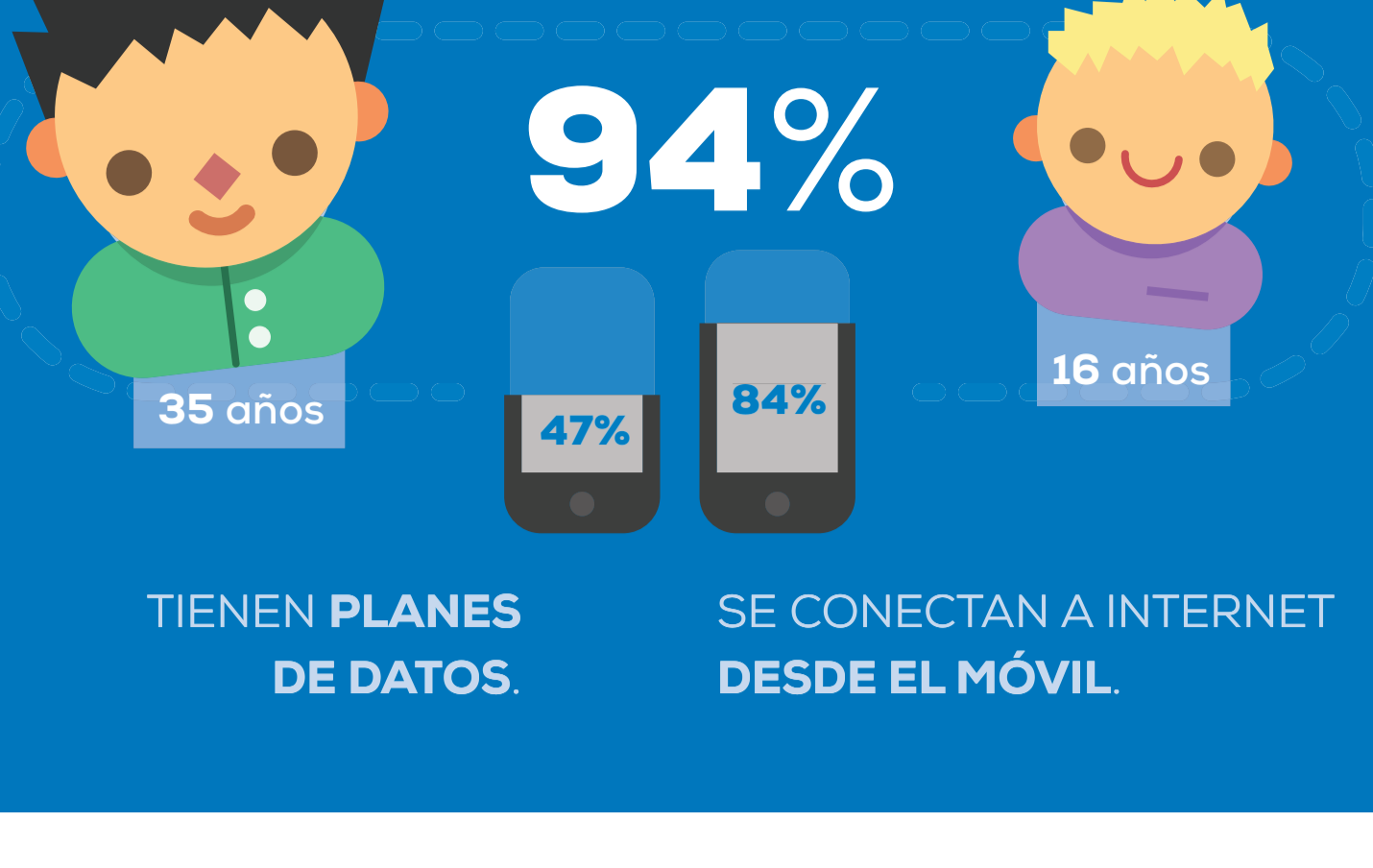
www.tuenti.com/movil

Para más información:

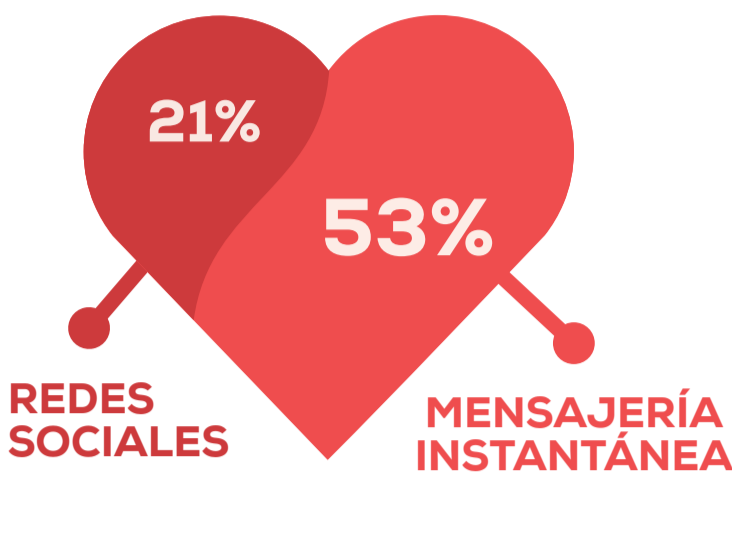
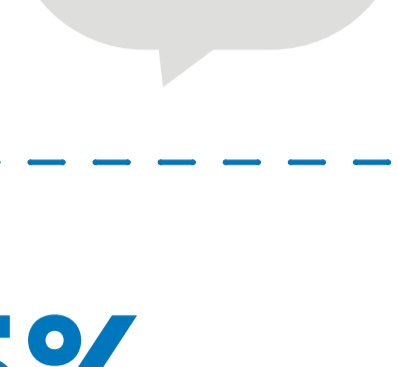
Cristóbal Fernández | cfernandez@tuenti.com | Nuria Fernández | nuria@tuenti.com
blog.tuenti.com | youtube.com/tuenti | flickr.com/tuenti | comunicacion@tuenti.com | [@Tuenti_Movil](https://twitter.com/Tuenti_Movil) | 91 429 4039

HÁBITOS DE USO Y CONEXIÓN A INTERNET EN EL MÓVIL ENTRE LOS JÓVENES

EL **94%** DE LOS JÓVENES ENCUESTADOS ENTRE 16 Y 35 AÑOS TIENE MÓVIL.



EL **37%** DE LOS ENCUESTADOS NO SABE CUÁNTO ES **1GB**.



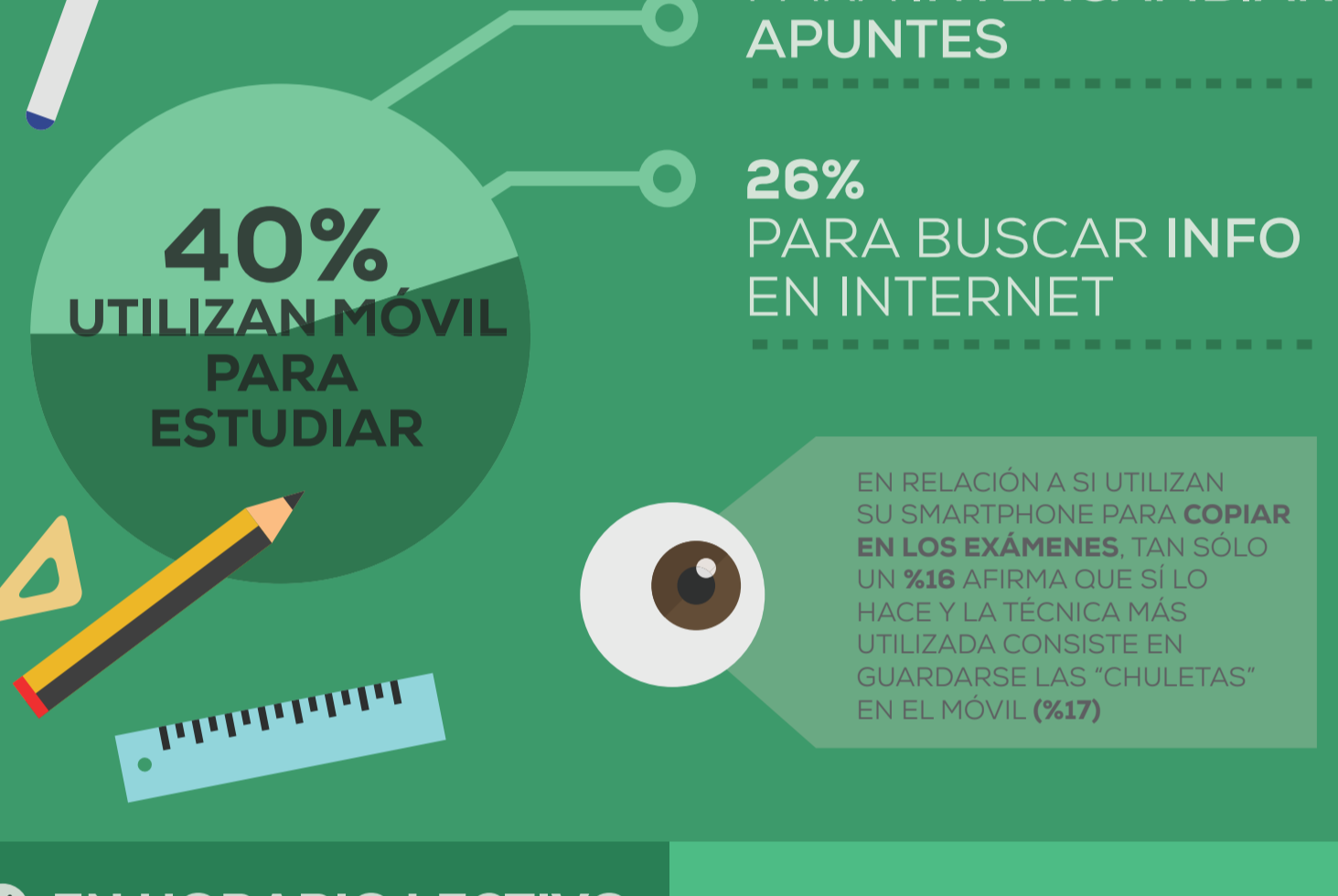
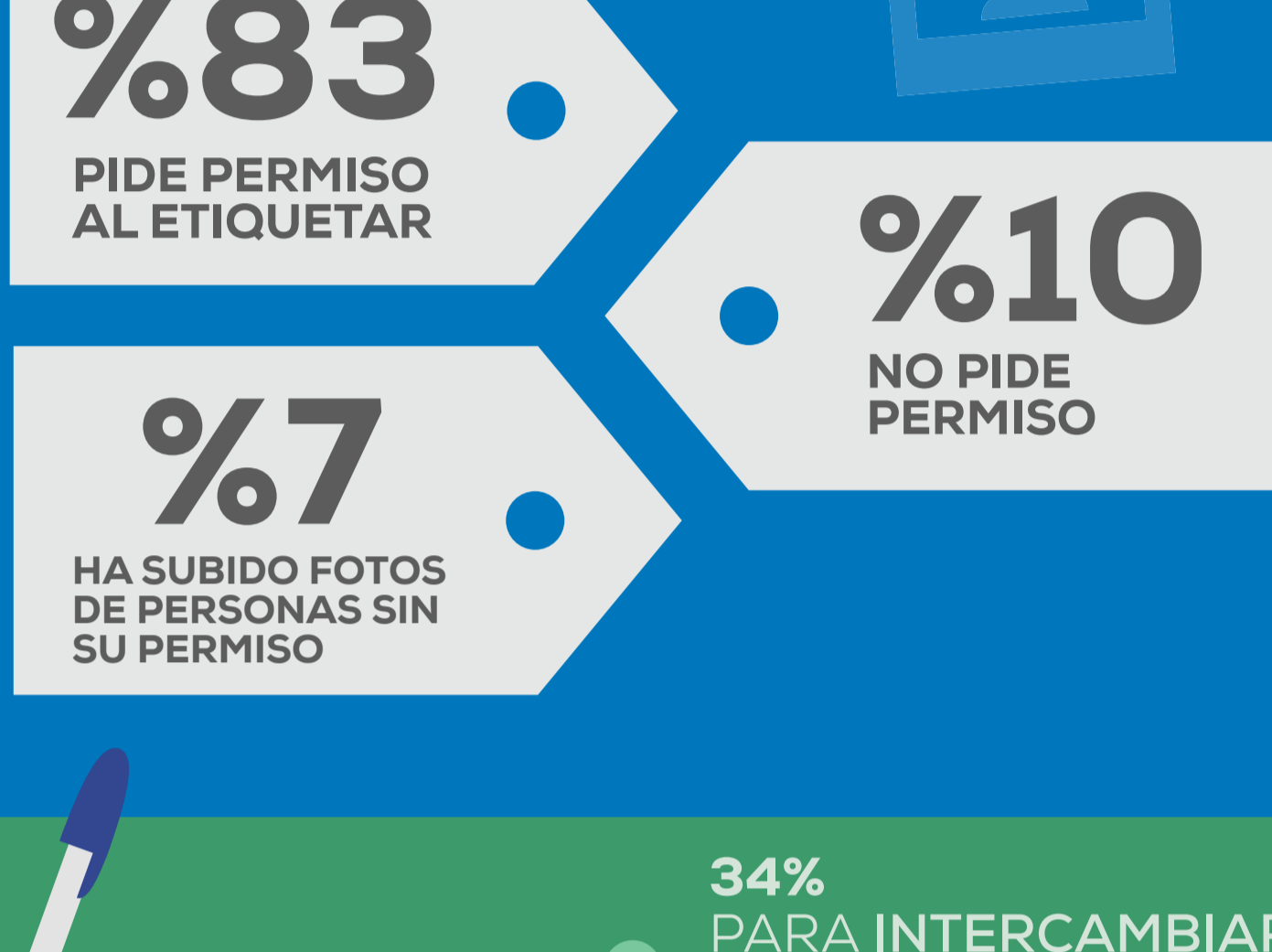
55% DE LOS JÓVENES ENCUESTADOS AFIRMAN QUE UTILIZAN EL MÓVIL PARA **LIGAR**.

EL **62%** DE LOS JÓVENES UTILIZAN MÁS SU **SMARTPHONE** QUE SU CÁMARA PARA SACAR FOTOS.

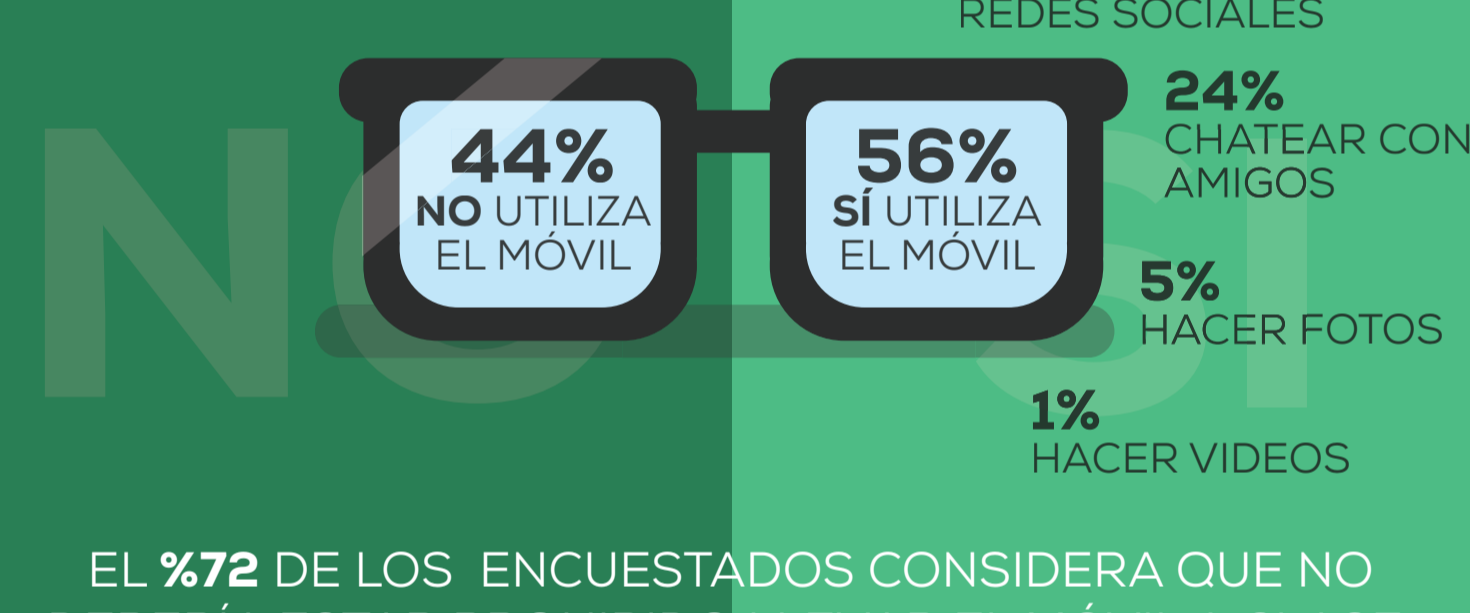


LA MAYORÍA DEDICA MÁS TIEMPO A HACER FOTOS QUE A HABLAR POR TELÉFONO, EL **60%** DE LOS USUARIOS ENCUESTADOS PREFERE SUBIR FOTOS RETOCADAS CON ALGUNA APLICACIÓN (TIPO INSTAGRAM) Y EL **88%** PIENSA QUE LA CALIDAD DE LA CÁMARA ES IMPORTANTE AL COMPRAR UN SMARTPHONE.

ETIQUETADO



EN HORARIO LECTIVO



EL **72%** DE LOS ENCUESTADOS CONSIDERA QUE NO DEBERÍA ESTAR PROHIBIDO LLEVAR EL MÓVIL A CLASE.

EL **60%** UTILIZAN MÁS EL MÓVIL EN LAS **VACACIONES** QUE DURANTE EL RESTO DEL AÑO.



EL **47%** AFIRMA QUE USAN EL MÓVIL PARA BUSCAR INFORMACIÓN DE DESTINO, LUGARES QUE VISITAR, MAPAS, AGENDA DE FIESTAS, ETC.

EL **7%** UTILIZA MENOS EL MÓVIL PORQUE ESTÁN HACIENDO OTRAS ACTIVIDADES QUE 'LOS DESCONECTAN'.

EL **81%** DE LOS JÓVENES ENCUESTADOS AFIRMA CONOCER LOS **RIESGOS DE PRIVACIDAD** QUE CONLLEVA INSTALAR APLICACIONES EN SU SMARTPHONE.



AL **29,5%** DE LOS ENCUESTADOS ES LO QUE MÁS LE PREOCUPA, MIENTRAS QUE SÓLO UN **1,8%** ASEGURA QUE NO LE PREOCUPA EN ABSOLUTO LA PRIVACIDAD.



67% DE LOS ENCUESTADOS AFIRMAN HABER HECHO **PHUBBING** CUANDO SE TRATA DE ASUNTOS IMPORTANTES. EL **13%** DE ESTOS AFIRMA HACER **PHUBBING** SIEMPRE.

33% SÓLO VUELVEN A CASA SI ESPERAN LLAMADAS O MENSAJES IMPORTANTES

88% DE LOS ENCUESTADOS **NO SALEN DE CASA SIN SU MÓVIL**

56% SIEMPRE VUELVEN A CASA DESPUÉS DE OLVIDARLO