

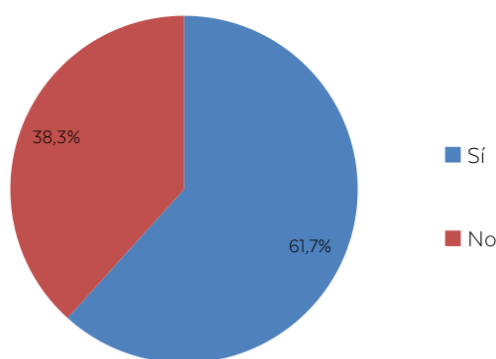
Estudio de .Tuenti sobre hábitos de conexión a Internet en dispositivos móviles realizado en colaboración con IPSOS

Los jóvenes españoles conocen los wearables pero no los usan.

- Sólo un 29.5% de los que los conocen afirma tener algún dispositivo tecnológico para vestir, como pulsera, reloj o gafas inteligentes.
- La función más utilizada por los usuarios de wearables es la monitorización de información de salud y deporte (86.4%).
- Las opiniones sobre la privacidad de los usuarios de estos dispositivos están enfrentadas: 57% opina que no se verá afectada, 43% que sí.

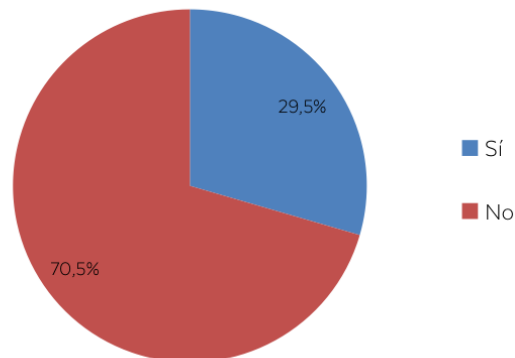
Madrid, 28 de julio de 2015. La compañía móvil que se lo cuestiona todo, [.Tuenti](#), ha publicado los resultados del último estudio realizado en colaboración con la compañía de investigación de mercados, [IPSOS](#), sobre hábitos de uso y conexión de los jóvenes en España a Internet desde dispositivos móviles. Esta edición revela, entre otros resultados, que cerca **del 62% de los jóvenes sabe lo que son los wearables o dispositivos tecnológicos para vestir.**

¿Sabes lo que son los wearables?

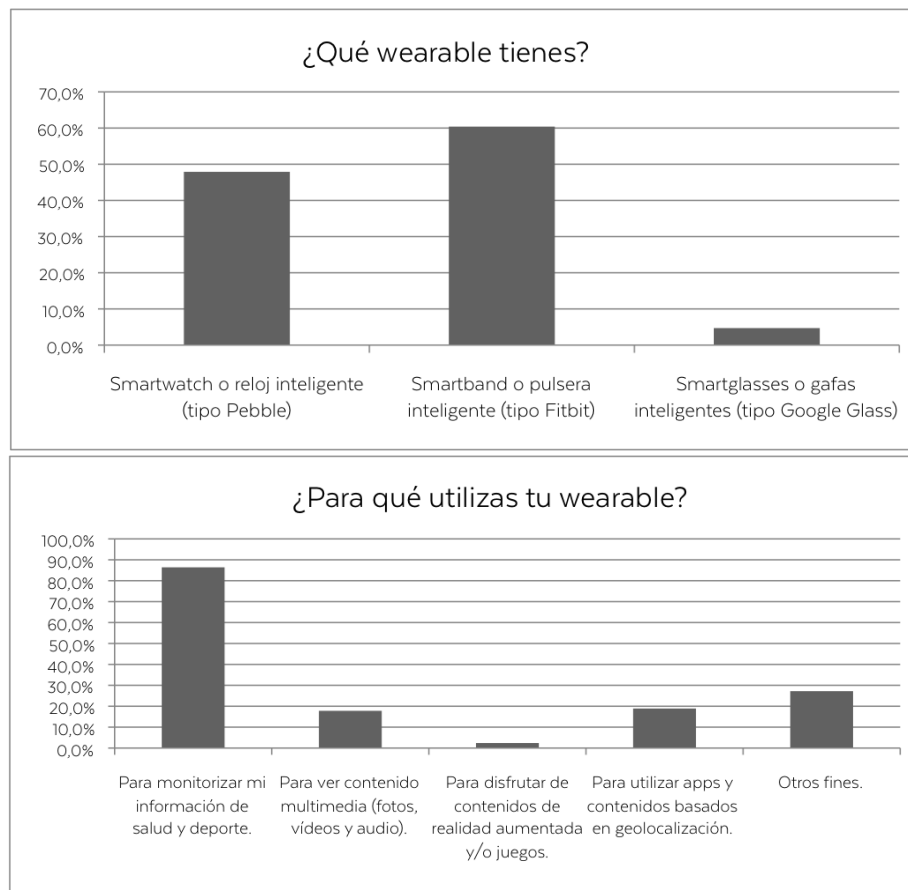


A pesar de tratarse de dispositivos bastante reconocidos por los jóvenes españoles, sólo un 29.5% de los que los conocen (lo que equivaldría al 18.2% del total de encuestados) afirma tener alguno, siendo así **la gran mayoría de los encuestados los que no disponen de ningún wearable.**

¿Tienes alguno?



En cuanto a ese grupo de jóvenes que sí usan wearables, el **60%** indica tener una **smartband o pulsera inteligente** y el **48%** posee un **smartwatch o reloj inteligente** y, entre los usos que más señalan, destaca la **monitorización de información de salud y deporte con un 86.4%**.



Las opiniones de los usuarios de *wearables* son variadas en cuanto a sugerencias de mejora de estos dispositivos: el **52%** indica que mejoraría “las apps y sus

funcionalidades, pues aún están un poco verdes”; el **43%** hace referencia a la **poca duración de la batería**; el **29%** señala “**la poca independencia del dispositivo**” como aspecto a mejorar, pues “tiene que estar conectado con el smartphone y siempre llevo los dos”.

Por último, a la pregunta de si creen que su **privacidad se verá afectada por el uso de estos complementos inteligentes**, el debate está sobre la mesa: el 57% opina que no porque “esos dispositivos están interconectados con nuestra cuenta y smartphone, de manera que todo sigue igual que hasta ahora”, mientras que el 43% afirma que sí porque “son tantos dispositivos que perdemos el control de la información que publicamos en Internet”.

El perfil del joven encuestado para este estudio se conecta diariamente a Internet con plan de datos de tarifa plana y pasa más de 30 minutos al día chateando (55.8%), en redes sociales (50.3%) y navegando por internet (42%).

FICHA TÉCNICA:

- Universo: personas entre 16 y 35 años.
- Muestra: 1004 personas que han respondido voluntariamente.
- Fecha de campo de los estudios: del 19 de mayo de 2015 al 15 de junio de 2015.
- Error muestral: 3.1%
- 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.

Sobre .Tuenti

[.Tuenti](#) es la compañía tecnológica que ha desarrollado el primer operador móvil de carácter global del mercado con [aplicación móvil de comunicación y gestión de línea](#). Es la primera telco 2.0 que ha presentado una propuesta de servicio de telefonía en la nube. Enfocada en la experiencia de los clientes, está centrada en datos y es totalmente online. Incorpora funcionalidades únicas en su app, pioneras a nivel internacional, como llamadas de VozDigital, la gestión de la línea, atención al cliente vía chat o el uso gratuito de la misma, incluso sin saldo. Fundada en 2006, .Tuenti es la empresa de tecnología con más éxito en la historia de Internet en España, que ha puesto el móvil en el centro de su estrategia y apuesta por el talento, la innovación y los productos de alto valor añadido para sus clientes y usuarios. cuenta con un equipo de 170 empleados de diversas nacionalidades y oficinas centrales en Madrid, .Tuenti cuenta en la actualidad con 250.000 clientes activos en España y ha iniciado su lanzamiento internacional en Latinoamérica en México, Perú, Argentina y Ecuador, sumando en las 5 operaciones más de 400.000 clientes.

Para más información:

comunicacion@tuenti.com | Cristóbal Fernández cfernandez@tuenti.com | Nuria Fernández nuria@tuenti.com | 917016524
blog.tuenti.com | [@Tuenti](#) | [@TuentiES](#) | [Facebook](#) | [Youtube](#) | [Instagram](#) | [Flickr](#)