

## Radiografía Tuenti Móvil e IPSOS sobre hábitos de uso del móvil e Internet entre los jóvenes en España en 2014

- Las apps de mensajería instantánea son las triunfadoras en cualquier *smartphone*. El 90% de los jóvenes chatea diariamente.
- El móvil es la herramienta preferida para dar excusas y cancelar planes después de la hora, para ligar y para felicitar la Navidad.
- La cobertura (70%), no tener permanencia (68%) y una buena atención al cliente (53%) son los factores más importantes a tener en cuenta a la hora de cambiar de operador móvil.
- A pesar de que el 62% indica que ha tenido algún incidente con el móvil, en España no se lleva contratar un seguro para el teléfono (85%).

**Madrid, 16 de enero de 2015.** [Tuenti Móvil](#), primer operador móvil con app de comunicación social integrada y servicios en la nube, ha elaborado una nueva **radiografía de hábitos de uso y conexión de los jóvenes en España 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 del año 2014.

1/4

### Chats y jóvenes: el tándem perfecto

El crecimiento y expansión de aplicaciones de mensajería instantánea es imparable. El SMS ha quedado relegado a un último plano -prácticamente sólo en caso de emergencias en las que el usuario no tiene conexión a internet o para contactar con “abuelos y gente del siglo pasado”- y los chats individuales y grupales llenan de notificaciones los *smartphones*. Por eso no es sorprendente que este estudio señale que, en 2014, **el 90% de los encuestados utiliza apps para chatear diariamente**. De hecho, casi el **70% indica tener más de 10 apps en su *smartphone*** y el 99% afirma tener instalada alguna app de mensajería instantánea.



**Para más información:**

Cristóbal Fernández | [cfernandez@tuenti.com](mailto:cfernandez@tuenti.com) | Nuria Fernández | [nuria@tuenti.com](mailto:nuria@tuenti.com) | [comunicacion@tuenti.com](mailto:comunicacion@tuenti.com)  
[blog.tuenti.com](http://blog.tuenti.com) | [youtube.com/tuenti](http://youtube.com/tuenti) | [flickr.com/tuenti](http://flickr.com/tuenti) | [pinterest.com/tuentimovil](http://pinterest.com/tuentimovil) | [@Tuenti\\_Movil](https://www.instagram.com/Tuenti_Movil) | 91 7016524

Las aplicaciones de fotos son también populares pero se encuentran en segunda posición, tras la mensajería instantánea: el **79% de los encuestados indica que tiene en su smartphone al menos una app para hacer, retocar o subir fotos** de los que un 19% declara utilizar todos los días. Otras apps que en el año 2014 han estado en los teléfonos de los encuestados han sido **apps de redes sociales (92%), email y apps de música y juegos (77%), mapas (74%) y apps del tiempo meteorológico (67%)**, seguidas ya de lejos por apps de vídeos o películas (44%), apps de noticias (43%), de deporte (36%), de lectura (24%), de viajes (16%) y de ligoteo (12%).

### Planes y excusas a través del móvil

En relación a organizar planes con amigos y familiares a través del teléfono móvil, **el 59% de los encuestados siempre usa el móvil para cerrar sus planes y el 95% lo hace a través de chats en grupo**, lo cual -indican- les parece una herramienta fundamental para organizarse.

Además, siempre es más fácil dar excusas a través del móvil que en persona cuando quieres cancelar un plan después de la hora (el 58% afirma haberlo hecho), por eso **las excusas más comunes utilizadas por los encuestados a la hora de cancelar planes son “me he quedado sin batería en el móvil” (30%), “¿No te llegó mi mensaje? Pues yo te escribí...” (27%) y “No tenía cobertura y no te pude avisar” (21%)** seguidas por “me he quedado sin saldo/datos” (15%).

2/4

### Apps de ligoteo

En 2014, el **80% de los encuestados que utilizan el móvil para ligar afirma haber conocido alguna vez a alguien que le gustó a través de aplicaciones móviles**. También indican que su procedimiento de actuación a la hora de conocer a alguien interesante o posible ligue pasa por añadir a esa persona a los servicios de mensajería instantánea para **chatear con él/ella (52%), agregarle a redes sociales (50%) para “cotillear” sus fotos y comentarios**.

Siguiendo esta línea de ligoteo (chats y redes sociales), al 91% de los encuestados les parece importante ver las fotos del perfil del posible ligue, si bien es cierto que el 36% de ellos opina que las fotos de perfil engañan y luego no se parecen a la realidad.

### Dispositivos y operadoras móviles: la visión de los jóvenes

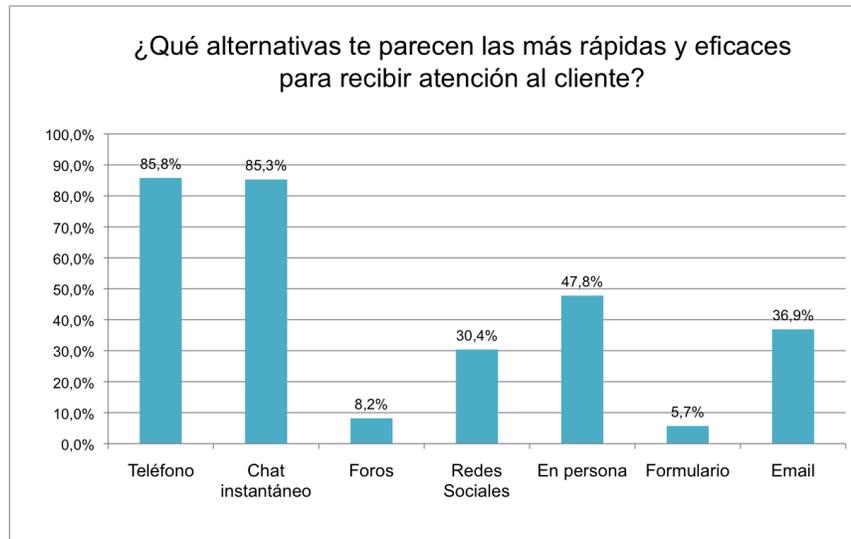
Los jóvenes en España lo tienen claro: **la cobertura (70%), no tener permanencia (68%) y una buena atención al cliente (53%) son los factores más importantes** a tener en cuenta a la hora de cambiar de operador móvil.

Concretamente, los encuestados que realizaron una portabilidad a otra compañía en algún momento indicaron, como motivos del cambio, **que la nueva compañía les ofrece una mejor tarifa de datos (40%)**, un 24% señala el descontento general con la compañía y un 16% abandona sus operadores cuando reciben buenas promociones por parte de otras.

Para más información:

Cristóbal Fernández | [cfernandez@tuenti.com](mailto:cfernandez@tuenti.com) | Nuria Fernández | [nuria@tuenti.com](mailto:nuria@tuenti.com) | [comunicacion@tuenti.com](mailto:comunicacion@tuenti.com)  
[blog.tuenti.com](http://blog.tuenti.com) | [youtube.com/tuenti](http://youtube.com/tuenti) | [flickr.com/tuenti](http://flickr.com/tuenti) | [pinterest.com/tuentimovil](http://pinterest.com/tuentimovil) | [@Tuenti\\_Movil](https://www.tuenti.com) | 91 7016524

En cuanto a los métodos o alternativas preferidas por los encuestados para recibir **atención al cliente en función de su rapidez y eficacia, el teléfono y el chat están al mismo nivel** y son los ganadores absolutos de esta categoría con un 85.8% y 85.3% respectivamente, seguidos por atención al cliente en persona, vía email o a través de redes sociales.



3/4

Por otro lado, el **62% de los jóvenes españoles encuestados afirma haber tenido un teléfono móvil que fue víctima de un accidente, pérdida o sustracción de forma ocasional**. Pero este no es el único motivo de cambio de móvil: “mi teléfono se cae al suelo y se rompe la pantalla” (34%) y “mi móvil se ha ahogado en el agua o WC” (16%) son otros incidentes bastante comunes a la hora de renovar teléfono, aunque el 61% afirma que el motivo habitual suele ser renovarlo por otro mejor.

Sorprendentemente, a pesar de haber un porcentaje alto de encuestados que han tenido que cambiar de *smartphone* a causa de un incidente, **el 85% de la muestra indica no tener seguro en el móvil**.

En relación a si apagan o no el móvil, un **67% reconoce que nunca lo hace por voluntad propia, sólo cuando se queda sin batería**, y el 74.4% de la muestra encuestada afirma no apagar nunca el móvil o no saber exactamente cuándo fue la última vez que lo hizo, lo que evidencia la integración de los smartphones y dispositivos móviles en la vida cotidiana de las personas. Una integración cada vez mayor y más natural en todos los ámbitos del día a día.

El móvil, **siempre silenciado en el trabajo o clase para el 93% de los encuestados. En eventos y espectáculos un 9% declara que ni apaga ni silencia el móvil**.

Para más información:

Cristóbal Fernández | [cfernandez@tuenti.com](mailto:cfernandez@tuenti.com) | Nuria Fernández | [nuria@tuenti.com](mailto:nuria@tuenti.com) | [comunicacion@tuenti.com](mailto:comunicacion@tuenti.com)  
[blog.tuenti.com](http://blog.tuenti.com) | [youtube.com/tuenti](https://youtube.com/tuenti) | [flickr.com/tuenti](https://flickr.com/tuenti) | [pinterest.com/tuentimovil](https://pinterest.com/tuentimovil) | [@Tuenti\\_Movil](https://twitter.com/Tuenti_Movil) | 91 7016524

### ¿Cómo se felicita ahora Navidad y año nuevo?

Con el móvil. **El 75% de los jóvenes españoles ha felicitado las fiestas vía chat utilizando chats de grupo (34%), gifs o animaciones (22%) y memes (19%).** Si bien la mayoría afirma usar el chat para felicitar las fiestas, a la hora de preguntar por llamadas, el 36% llama por teléfono a padres, hermanos o familiares cercanos si no están con ellos, el 32% llama a todo el mundo, el 23% no llama para felicitar las fiestas y el 8% llama sólo a sus abuelos “porque si les mandan un mensaje no lo leerán nunca”.



### FICHA TÉCNICA

- Universo: personas entre 16 y 35 años
- Muestra: >1.000 personas que han respondido voluntariamente en cada uno de los 8 estudios realizados
- Fecha de campo de los estudios: entre febrero 2014 y enero de 2015
- Error muestral:  $\pm 3,16\%$  en cada estudio
- Asesoramiento técnico: IPSOS

4/4

### 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 Móvil

Se trata del primer operador móvil del mercado con [aplicación móvil integrada](#) de comunicación social. 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 llamadas de [VOZDIGITAL](#), la gestión de cuenta, atención al cliente o el uso gratis de la misma incluso sin saldo. Además de su componente social y su integración con la app de Tuenti, [el servicio móvil de Tuenti](#) 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 [Zero límites](#), 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 de 1GB de datos, ya sea en prepago o con contrato, para luego incluir también paquetes con minutos de llamadas a cualquier operador y en cualquier horario. VOZDIGITAL permite realizar llamadas desde la app de Tuenti a cualquier móvil o fijo. Tuenti Móvil, que cuenta con la más amplia cobertura del mercado, la de la red de Movistar, tiene en la actualidad 230.000 clientes activos y ofrece un servicio de gestión de la cuenta y atención al cliente totalmente online. Tuenti Móvil se comercializa en [www.tuenti.com/movil](http://www.tuenti.com/movil) y a través de [más de 2.000 puntos de venta](#) incluyendo tiendas Telecor, Worten, MediaMarkt y Movistar y cuenta con una [red de puntos de recarga](#) de 80.000 establecimientos autorizados.

### Para más información:

Cristóbal Fernández | [cfernandez@tuenti.com](mailto:cfernandez@tuenti.com) | Nuria Fernández | [nuria@tuenti.com](mailto:nuria@tuenti.com) | [comunicacion@tuenti.com](mailto:comunicacion@tuenti.com)  
[blog.tuenti.com](http://blog.tuenti.com) | [youtube.com/tuenti](http://youtube.com/tuenti) | [flickr.com/tuenti](http://flickr.com/tuenti) | [pinterest.com/tuentimovil](http://pinterest.com/tuentimovil) | [@Tuenti\\_Movil](https://www.instagram.com/Tuenti_Movil) | 91 7016524