Escrito por Flor de Esteban
24/02/2011

El 70% de los internautas se muestran favorables a recibir publicidad a cambio de servicios gratuitos.

La telefonía móvil y en particular los terminales avanzados se postulan como uno de los canales más influyentes de captación y atención de clientes. Según se desprende de los resultados del II Estudio IAB Spain sobre Mobile Marketing: 'Percepciones del usuario y estrategias del sector publicitario', seis de cada diez encuestados han utilizado en alguna ocasión su móvil para acceder a Internet, y siete de cada diez internautas estarían dispuestos a recibir publicidad en el móvil a cambio de beneficios como ofertas en compra de productos, entradas para eventos o descuentos en la factura de teléfono.

El estudio también confirma la proliferación de los smartphones, que aumentan su presencia en España hasta alcanzar el 18% del parque de terminales, frente al 11% del año anterior.

En relación a los hábitos de uso, el informe distingue entre varios perfiles de usuarios. El público joven es el más proclive a hacer uso de Internet móvil (32%), especialmente para visitar páginas de ocio/entretenimiento como redes sociales, messenger, vídeos, descargas, etc., pero siempre atento al gasto que supone la conexión. Los tecnófilos (24%), amantes de las últimas novedades tecnológicas, se conectan con mayor frecuencia que los jóvenes y se muestran más receptivos a la publicidad en el móvil que éstos. Mientras, los profesionales maduros (14%) llevan a cabo un uso racional y práctico del móvil, especialmente para realizar transacciones financieras, consultar el email, la prensa, buscadores, etc., aunque se muestran menos proclives a recibir anuncios publicitarios. Sin duda, existe una relación entre terminales de alta gama y mayor gasto: el usuario de smartphone gasta una media de 16 euros más al mes.

Estos datos vienen a confirmar el potencial de los teléfonos móviles y los smartphones desde un punto de vista publicitario y comercial, al considerarse un medio poco saturado, inmediato, eficaz y con capacidad de segmentación. Este argumento está respaldado por la creciente confianza en Internet móvil: un 80% de los usuarios españoles utilizan los móviles para realizar ciertas transacciones (adquirir tarjetas de embarque o acceder a la banca online) con total seguridad*.

* Índice de Seguridad de Unisys. 2010. Estudio mundial bianual sobre la actitud de los consumidores en el ámbito de la seguridad.