



## Nota de Prensa

*Informe GfK – Consumidor y Dispositivos Móviles. España 2011*

### **Apple (IOS) el sistema operativo que mejor fideliza y Android la principal elección de los usuarios de Smartphones**

Fecha:

14 diciembre 2011

Contacto:

Carolina Pérez  
Tel. 91 563 77 22  
[cperez@lorenteycuenca.com](mailto:cperez@lorenteycuenca.com)

Silvia Cuesta  
[scuesta@lorenteycuenca.com](mailto:scuesta@lorenteycuenca.com)

- **Entre los usuarios de Smartphones españoles, Blackberry (RIM OS) registra una intención de compra del 11%**
- **En telefonía móvil, los españoles son menos marquistas que los usuarios a nivel internacional**

**Madrid** – El 77% de los usuarios de Apple afirma que mantendrá este sistema operativo en su próximo Smartphone. Una cifra que en el caso de Android es del 57% y en Blackberry se reduce hasta el 50%. Cifras que, pese a mostrar diferencias entre los sistemas operativos, reflejan un elevado ratio de fidelidad que se incrementa conforme aumenta el conocimiento y la experiencia del usuario en el uso del dispositivo. Es la principal conclusión del estudio realizado por GfK sobre el *Consumidor y Dispositivos Móviles*. El informe se ha realizado en 9 países permitiendo recoger las diferencias a nivel internacional.

Si hablamos de los usuarios de Smartphone en general, con un 35%, Android es el sistema operativo que mayor intención de compra futura registra. Por su parte, IOS (Apple) se queda cerca con un 30% mientras que Blackberry registra una intención futura de compra del 11%.

Por lo que se refiere a los nuevos usuarios de Smartphone, resulta llamativo que Android y Nokia (Symbian) acaparan el mayor porcentaje de adopciones. Apple, por su parte, conquista a aquellos con más experiencia. Así, sólo el 23% de los nuevos usuarios de Smartphones utilizan Apple, frente al 36% de Android y el 33% de Symbian.

Sin embargo, el mercado de Smartphones se encuentra aún en fase de desarrollo, tanto en la adopción como en la experiencia en el uso de los dispositivos. En esa línea, Emilio González Villafranca, director de Departamento en el área de Telecomunicaciones en GfK España y miembro del Equipo Internacional de IT y Telecomunicaciones de la compañía, señala que *"en este momento estamos asistiendo a la definición de las bases de lo que va a ser el futuro de este mercado en España. El marco cambiante está obligando a los Sistemas Operativos a posicionarse rápidamente para tratar de atraer al mayor número de usuarios y asegurar su participación en el mismo, ya que a medida que el usuario gana experiencia en el uso de un determinado Sistema Operativo su fidelidad al mismo se incrementa y se convierte en un cliente cautivo."*

El informe también recoge que la mayoría de los usuarios españoles de Smartphones lo utiliza para navegar por Internet, escuchar música o enviar e-mails. Los más avanzados (que realizan más de 7 actividades diferentes) buscan una mayor interacción con su terminal a través de los juegos online



o la visualización de vídeos y son los más vinculados a su sistema operativo actual.

### **Facilidad de uso, elemento determinante**

Entre las motivaciones de los consumidores a la hora de adoptar un determinado sistema operativo destaca la simplicidad. En este sentido, el 77% de los usuarios otorga mayor importancia a la facilidad de uso, mientras que un 70% señala como factor principal la posibilidad de acceder a los contenidos a través de varios dispositivos (acceso a la nube). Una tercera característica determinante para el 65% de los usuarios es la integración de aplicaciones y servicios.

A nivel internacional estas cifras son similares a las de otros países como EEUU o Japón. Sin embargo, en las potencias emergentes, los drivers que prevalecen son otros. Así, por ejemplo, en China o Brasil destaca la importancia que otorgan al acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo. La principal razón es que muchos consumidores de estos países han dado un salto directo a los dispositivos móviles sin pasar por los Pcs, por lo que la limitada capacidad de almacenamiento de los Smartphones otorga una especial importancia al acceso a los datos en esos países.

### **Los españoles conceden menos importancia a la marca**

El informe de GfK también pone de manifiesto que los españoles dan poca importancia a las marcas a la hora de cambiar de terminal (un 11% frente al 18% a nivel internacional).

Sin embargo, factores como romper con su sistema operativo actual y sus aplicaciones, tener que aprender a utilizar otro dispositivo, tener que mover los contenidos entre Smartphones con diferente sistema operativo y el precio sí tienen una alta influencia en la decisión de cambio del sistema operativo de su terminal.

Para los usuarios más avanzados estas preferencias cambian. Así, tener que aprender a utilizar otro dispositivo pierde importancia mientras que la ruptura de la configuración y aplicaciones sí supone una barrera de mayor relevancia.

### **Sobre el Grupo GfK**

El Grupo GfK aporta el conocimiento que la industria, el comercio, las empresas de servicios y los medios de comunicación necesitan para tomar decisiones en el mercado. Provee una extensa gama de servicios de información y consultoría en tres sectores: investigación ad hoc, retail y tecnología y medios. Con operaciones en más de 100 países y más de 11.000 profesionales, GfK es la cuarta empresa de investigación de mercados del mundo. En 2010, las ventas del Grupo GfK alcanzaron los 1.294 millones de euros. También puedes seguir a GfK en Twitter [www.twitter.com/gfk\\_group](http://www.twitter.com/gfk_group).

En España, GfK Emer ocupa el segundo lugar en el ranking elaborado por ANEIMO, cuenta con una plantilla superior a las 300 personas, distribuidas en sus oficinas de Madrid, Barcelona y Valencia. El 2010 cerró con una facturación cercana a los 40 millones de euros.

**Más información:** [www.gfk.es](http://www.gfk.es)