



Nota de Prensa

Informe GfK "El consumidor y las Nuevas Tecnologías"

Fecha:

07 de julio 2010

Contacto

Carolina Pérez/Carlos Suárez

Tel. 91 563 77 22

cperez@lorenteycuenca.com

csuarez@lorenteycuenca.com

En 2010 se prevé duplicar el número usuarios de Internet Móvil en España

- **Los *netbooks* se consolidan como formato de ordenadores con un mayor crecimiento en ventas**
- **Un 28% de los ordenadores vendidos son de pequeño formato**

Madrid, 07 de julio de 2010 – El constante incremento de las comunicaciones ha generado un importante crecimiento de las conexiones a Internet móvil, un servicio que ya utiliza un millón de españoles. Se prevé que esta cifra, todavía minoritaria, se duplique en 2010 ya que un 4% de los consumidores que aún no utilizan el servicio afirma tener la intención de contratar Internet móvil a lo largo del año. La mitad de ellos, además, asegura que lo hará en los 3 próximos meses, según se extrae del Informe *"El consumidor y las Nuevas Tecnologías"* elaborado por GfK.

"Los usuarios de este servicio se muestran relativamente satisfechos aunque todavía perciben el acceso a Internet desde el móvil como algo caro. Este hecho provoca que únicamente 6 de cada 10 usuarios lo recomienden y que el "valor percibido" del servicio sea algo reducido, siendo todavía un acceso complementario al ordenador, al menos a corto plazo", explica Alberto Gómez, Director del Departamento de Estudios de Telecomunicaciones de GfK.

"No obstante -continúa Alberto Gómez- la elevada rotación de terminales y las agresivas ofertas de los operadores son dos de los principales frentes de batalla abiertos en la actualidad para intentar eliminar las barreras todavía existentes a la adopción de este servicio".

Al margen de la barrera de precios, se percibe que entre los usuarios más jóvenes, en su mayoría universitarios, 1 de cada 4 únicamente utiliza Internet móvil aprovechando las redes WiFi existentes. Esa misma proporción se aplica a los internautas que afirman acceder con menor frecuencia desde el ordenador por la comodidad de tener el teléfono móvil siempre a mano.



En cuanto al perfil del usuario de Internet móvil en España, se caracteriza por ser más joven (con una media de 28.4 años) que el total de internautas (34.6 años). Además, se registra una mayor presencia de extranjeros que se conectan a Internet vía móvil frente a los que lo hacen por otros medios, si se compara con la media de la población internauta.

Los *netbooks*, el formato de ordenador que más crece en ventas

El precio y la portabilidad de los *netbooks* han provocado un notable incremento en las ventas de estos ordenadores de pequeño formato. Sólo en el primer trimestre de 2010 se vendieron 251.00 equipos en el canal *retail*, lo que supone un 28% del total de las ventas de ordenadores.

Frente a los ordenadores de sobremesa y los portátiles, los *netbooks* son los únicos que han ganado una mayor participación de mercado entre el 2009 y lo que va de 2010. Así, los portátiles convencionales redujeron en un 5% su peso sobre el total de las ventas, pasando de representar un 60% el año pasado a un 55% en el primer trimestre de 2010. Por lo que se refiere a los ordenadores de sobremesa, tienen ahora un peso dos puntos menor que en 2009, con un 16% de las ventas sobre el total en el primer trimestre de 2010.

El desarrollo de las nuevas tecnologías y la evolución de Internet están alterando la relación que los españoles mantenían con su entorno: los consumidores confiesan que se informan más y con mayor frecuencia y aseguran que se comunican con más regularidad con un mayor número de personas, concluye el informe.

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 10.000 profesionales, GfK es la cuarta empresa de investigación de mercados del mundo. En 2009, las ventas del Grupo GfK alcanzaron los 1.164 millones de euros.

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. Al cierre de 2008, la facturación de GfK Emer ascendió a 39.7 millones de euros, de los cuales, cerca del 28% correspondieron a servicios prestados a nivel internacional.

Más información: www.gfk.es

Para más información, contacte con cperez@llorenteycuenca.com