

2ª oleada del estudio de Tuenti Móvil sobre el uso de internet móvil realizado entre usuarios de Tuenti en colaboración con IPSOS.

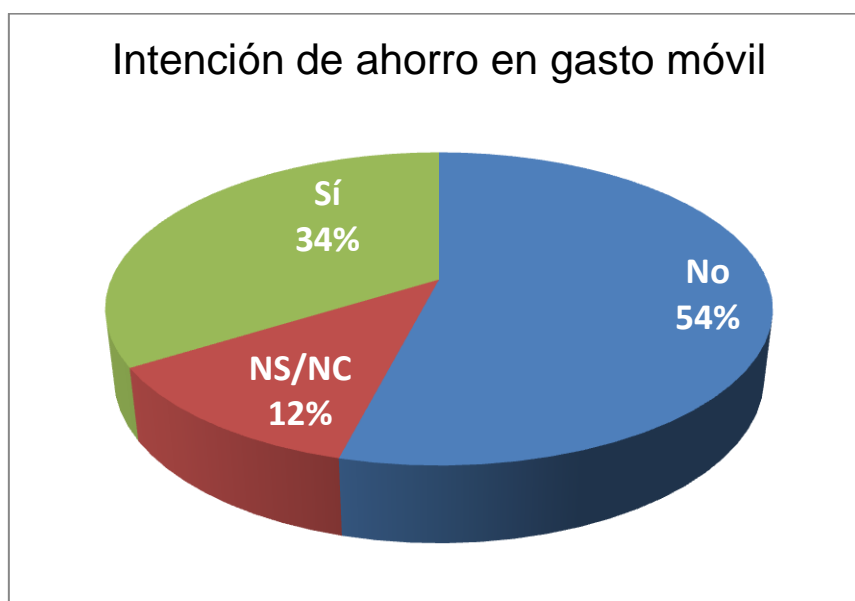
El 34% de los usuarios entre 16 y 35 años se ha propuesto ahorrar en su consumo telefónico

- De ellos, el 52% dice no querer renunciar a Internet y consideran cambiar de operadora para buscar una mejor tarifa de datos.
- Android sigue ganando terreno, siendo el elegido por el 75% de quienes han cambiado de Smartphone las pasadas Navidades-Reyes.

Madrid, 6 de febrero de 2012. Tuenti Móvil, la operadora de telefonía móvil de carácter social y centrada en datos de Tuenti, publica los resultados de la segunda oleada de su estudios mensuales en colaboración con la compañía de investigación de mercado IPSOS sobre hábitos de uso y opinión de los jóvenes con respecto a internet en el móvil.

De en este segundo estudio, realizado en plena cuesta de enero entre usuarios de Tuenti de 16 a 35 años de edad, se desprende que el 34% de los usuarios se ha propuesto ahorrar en su consumo telefónico.

1/4



Para más información:

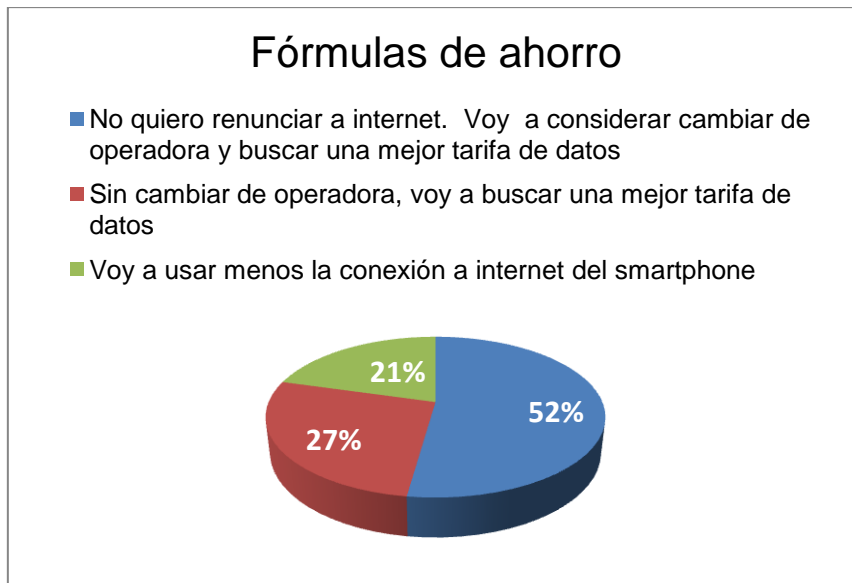
Cristóbal Fernández | cfernandez@tuenti.com

Rosalba Mayo | rmayo@tuenti.com

blog.tuenti.movil | comunicacion@tuenti.com

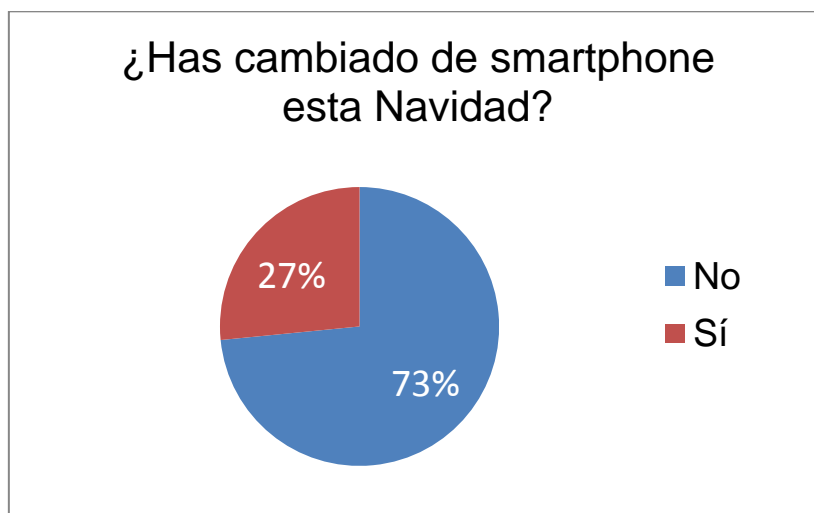
[@tuenti_movil](https://twitter.com/tuenti_movil) | Tel: +34 91 429 4039

De ellos, un 52% afirman no querer renunciar a Internet en su móvil y consideran cambiar de operadora para buscar una mejor tarifa de datos, y sólo el 21% pretenden conseguir ese ahorro reduciendo el consumo de Internet.

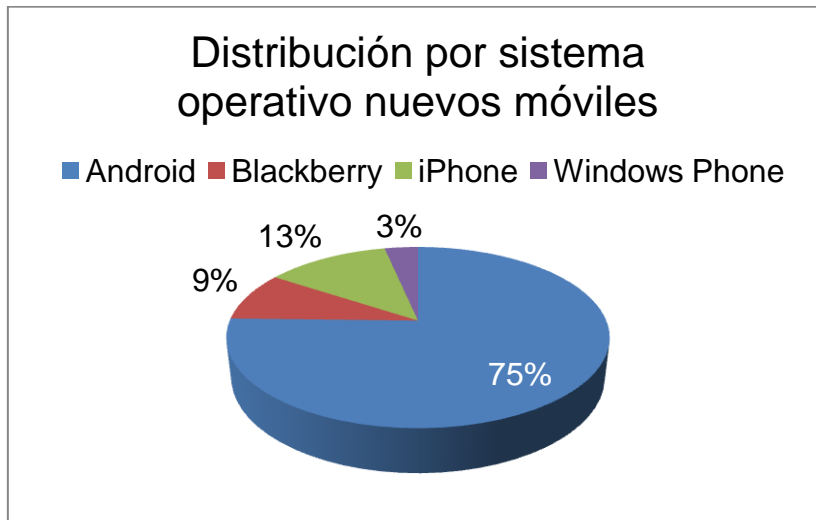


Asimismo, el 27% de los usuarios afirma que ha renovado su Smartphone en las pasadas fiestas de Navidad y Reyes.

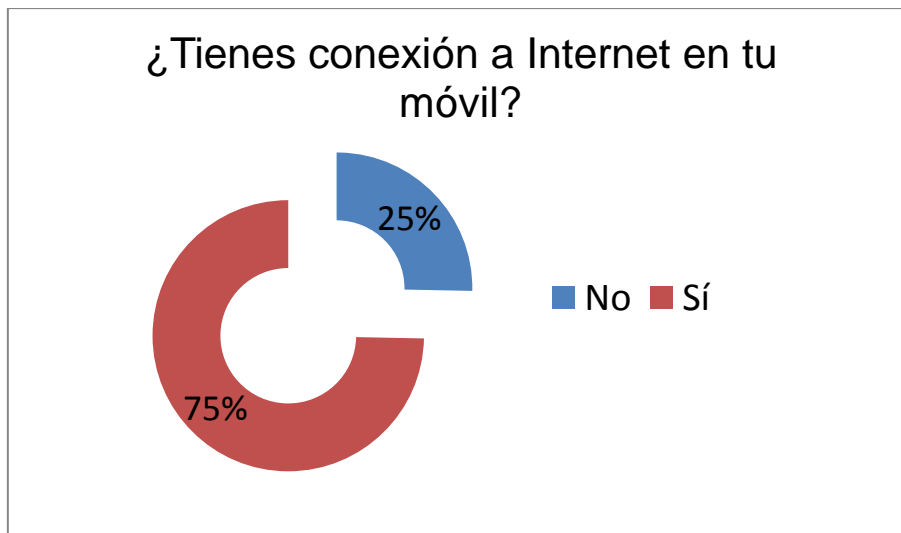
2/4



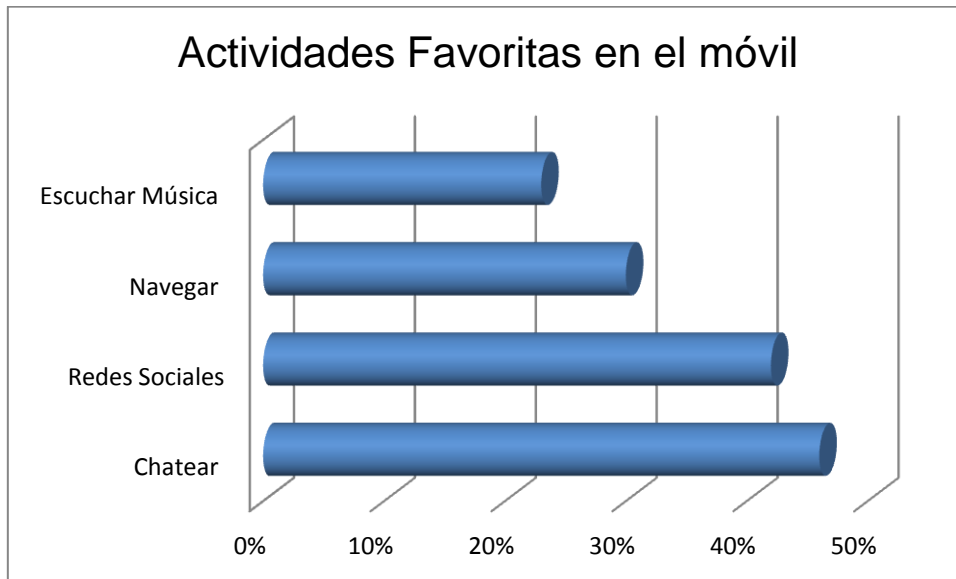
De ellos, el 75% han elegido Android como sistema operativo favorito, lo que demuestra la buena salud de esta plataforma en el target joven.



Respecto al uso general del móvil, el 75% de los usuarios dispone de conexión a internet en sus teléfonos y, de ellos, el 85% se conecta a diario, mientras que el 94% lo hace al menos una vez a la semana. Solo un 4% no se conecta a internet desde el móvil.



Entre las actividades favoritas desde el móvil, aquellas a las que dedican más de 3 horas al día, siguen destacandon: Chatear (46%), Uso de redes sociales (42%), Navegar (30%) y Escuchar Música (23%).



Por otro lado, a las que menos tiempo se le dedica (menos de 5 minutos diarios) son: utilizar sms (56%), consultar/enviar emails (36%) y jugar (28%).

FICHA TÉCNICA

- Universo: usuarios de Tuenti entre 16 y 35 años
- Muestra: 2.000 usuarios de Tuenti que han respondido voluntariamente, 50% hombres 50% mujeres de toda España
- Fecha de campo: entre el 07/01/13 y 24/01/13
- Error muestral: $\pm 2,24\%$ para datos totales ($p=q=50\%$ y 95,5% de nivel de confianza)
- 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 Móvil

Se trata de la primera OMV de una red social. Además de su componente social, 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 con las mejores tarifas. Tras el lanzamiento oficial en febrero del servicio, Tuenti revolucionó el mercado con una tarifa simple y única, ya sea en prepago o con contrato, sólo con tarjeta SIM o con smartphone, de 1GB de datos por 6 € y 3GB por 15€ (+iva), con o sin bono de datos. El servicio incluye las llamadas a cualquier operador y en cualquier horario a una tarifa única de 3 cént/min.

Para más información:

Cristóbal Fernández | cfernandez@tuenti.com
Rosalba Mayo | rmayo@tuenti.com
blog.tuenti.movil | comunicacion@tuenti.com
[@tuenti_movil](https://twitter.com/tuenti_movil) | Tel: +34 91 429 4039