

# Un 72% de colombianos usa un plan de datos

El 70% de los colombianos tiene por lo menos un dispositivo móvil, mientras que un 72% de los colombianos tiene acceso a un plan de datos, de acuerdo con el estudio **Mobile Report**, desarrollado por la **Asociación de Marketing Móvil** (MMA, por sus siglas en inglés) en alianza con **Adsmovil**.

Con una muestra de 1200 casos, el reporte se enfocó en cuatro generaciones, teniendo en cuenta a los Milenials, hombres y mujeres de 14 a 24 años; Generación Y, hombres y mujeres de 25 a 34 años; Generación X, hombres y mujeres de 35 a 44 años y los Boomers, la generación de hombres y mujeres de 45 a 55 años.



Según el estudio, aunque el laptop sigue siendo el dispositivo de preferencia, el 56% de la población ya posee tabletas.

Con respecto a los smartphones, el sistema operativo **Android domina el mercado** y Samsung es la marca que predomina en el 31% de la población encuestada, seguido de Huawei con un 17%.

¿Cuál es la generación que más consume información a través de sus dispositivos móviles? Según el estudio, **la generación Y y los Milenials son quienes pasan más de tres horas diarias conectados a través de sus dispositivos móviles**. “Estas dos generaciones presentan un consumo superior a la media general y muchísimo superior a la media de los Boomers, lo que significa que los anunciantes y agencias tienen un gran reto para crear contenido y estrategias relevantes que capten la atención de estos usuarios, a través de la publicidad móvil”, dijo Alberto Pardo, CEO de Adsmovil en un comunicado de prensa.

El comunicado de prensa oficial explica que “navegar por Internet sigue siendo la actividad principal de los encuestados, por encima del consumo de televisión, todos los grupos de encuestados consideran que Internet es el más importante de los medios, aunque la televisión no deja de ser un medio apreciado por la generación más madura”.

En cuanto a publicidad, Youtube es el principal medio a través del cual los Milenials consumen publicidad. Sin embargo, los grupos maduros son también impactados a través de Facebook. Finalmente, solo el 34% de la muestra dice no hacer clic en los anuncios de publicidad y se presenta una tendencia de ese comportamiento en los Milenials.

Por ello, el líder de Adsmovil explica a los vendedores que “es importante no hacer uso de anuncios impositivos, pues van en contra de la libertad **que la gente ve en Internet para decidir lo que quieren ver, leer o escuchar**. Para evitar esto, los anunciantes y agencias deben conocer la afinidad del consumidor con su marca o categoría”.