

# Importancia de estar siempre localizable

Estudio Global GfK



Junio 2016

# Estudio Global GfK: Importancia de estar siempre localizable

1

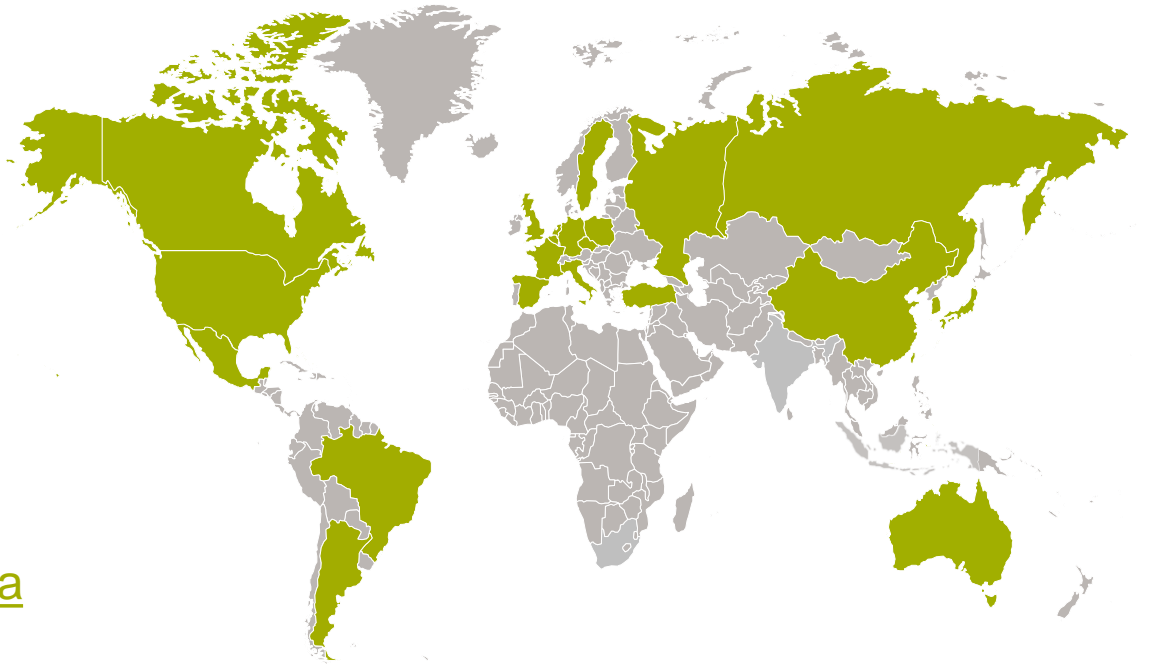
Metodología

2

Resultados globales

3

Resultados en España



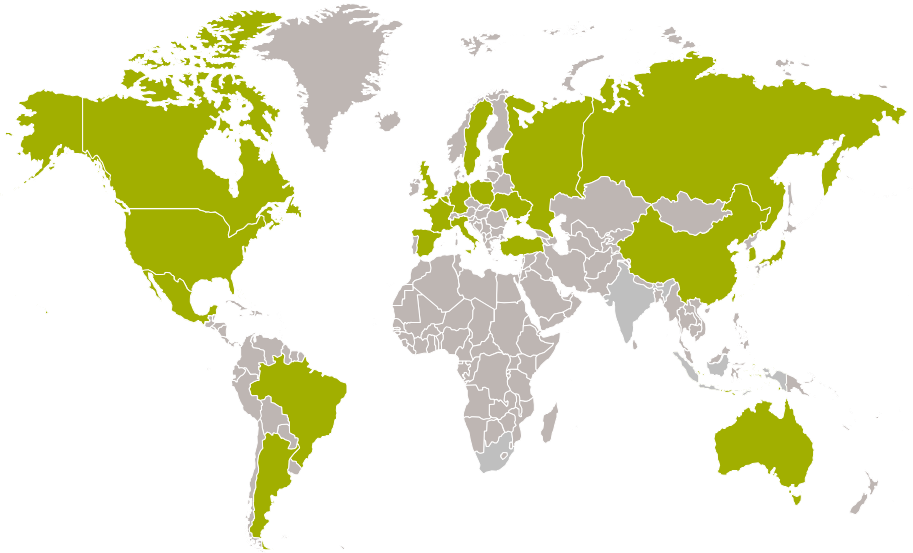
\* Para volver al menú principal haga clic sobre el logo de GfK en cualquier sección de este documento

# Metodología

# Países estudiados, metodología y tamaño de la muestra

GfK entrevistó a más de 27.000 personas, mayores de 15 años, en 22 países, durante el verano de 2015, mediante entrevistas online. Los datos han sido ponderados para reflejar la composición demográfica de la población mayor de 15 años.

Argentina (online/n=1011)	Japón (online/n=1533)
Australia (online/n=1000)	México (online/n=1029)
Bélgica (online/n=1012)	Países Bajos (online/n=1001)
Brasil (online/n=1512)	Polonia (online/n=1005)
Canadá (online/n=1012)	Rusia (online/n=1514)
China (online/n=1501)	Corea del Sur (online/n=1000)
República Checa (online/n=1003)	España (online/n=1534)
Francia (online/n=1517)	Suecia (online/n=1000)
Alemania (online/n=1511)	Turquía (online/n=831)
Hong Kong (online/n=1003)	Reino Unido (online/n=1501)
Italia (online/n=1521)	EEUU (online/n=1536)





Por favor indique su respuesta usando una escala del 1 al 7, donde 1 significa que está en completamente en desacuerdo y 7 que está totalmente de acuerdo con la siguiente afirmación.

**“Para mí, es importante estar siempre localizable, dónde quiera que esté”**

Los datos usados en este informe representan:

- top 2 boxes: abarca las respuestas “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”
- bottom 2 boxes: incluye aquellas respuestas “en desacuerdo” y “completamente en desacuerdo”

# Resultados Globales

## Principales hallazgos globales

- A nivel internacional, el 42% de los consultados está de acuerdo con la afirmación: “Para mí, es importante estar siempre localizable, dónde quiera que esté”
- Solo un 11% está en desacuerdo con la afirmación
- Rusia, China, Turquía y México muestran los porcentajes de acuerdo más altos
- Alemania, Suecia, Canadá y los Países Bajos son los países donde existe una mayor proporción de personas en desacuerdo frente a las que se muestran de acuerdo frente la afirmación propuesta
- Para casi la mitad de las personas en el tramo de edad entre 30 y 39 años, estar siempre localizable es algo importante
- Estar siempre localizable es sólo ligeramente más importante para el género femenino

Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 27.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados.

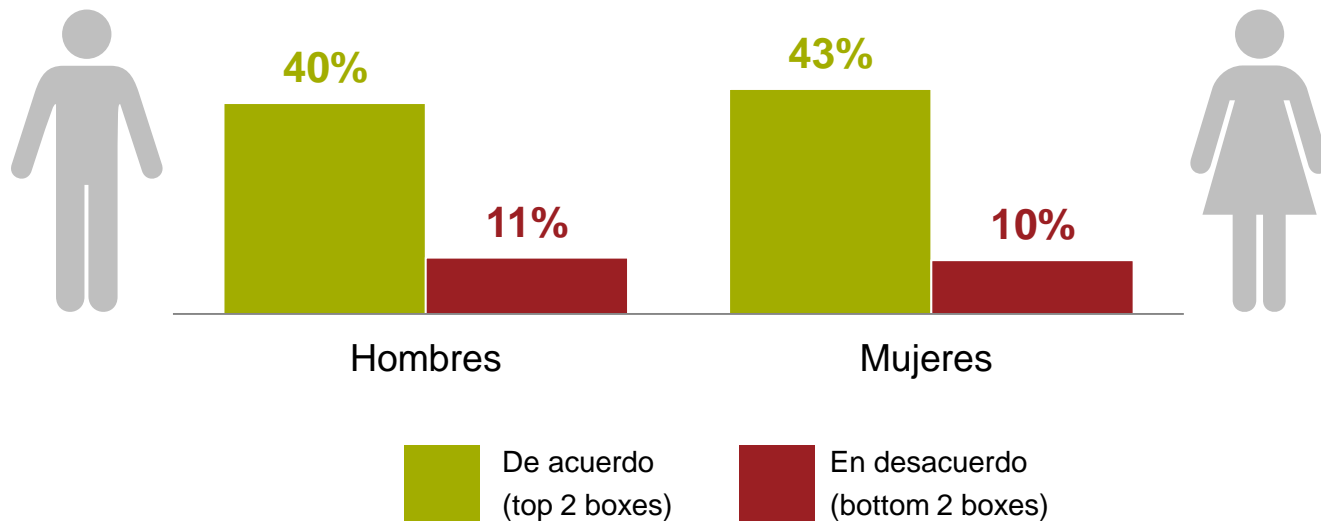
# Importancia de estar siempre localizable. Promedio total en los 22 países



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 27.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados.

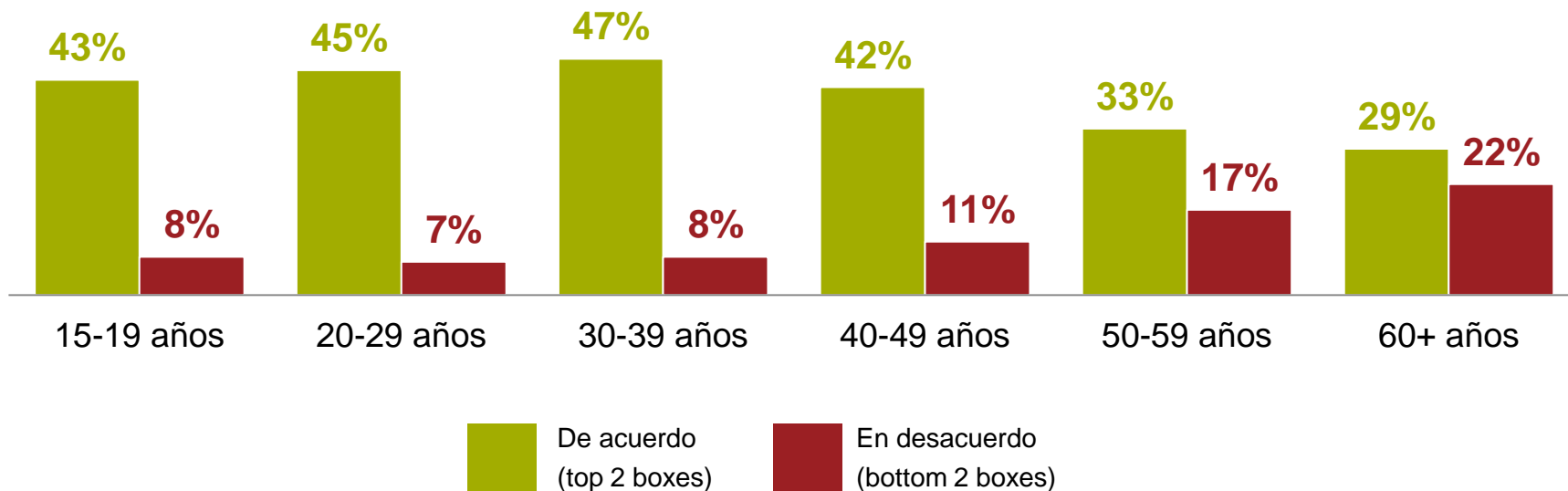


# Importancia de estar siempre localizable. En los 22 países, por género



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 27.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados.

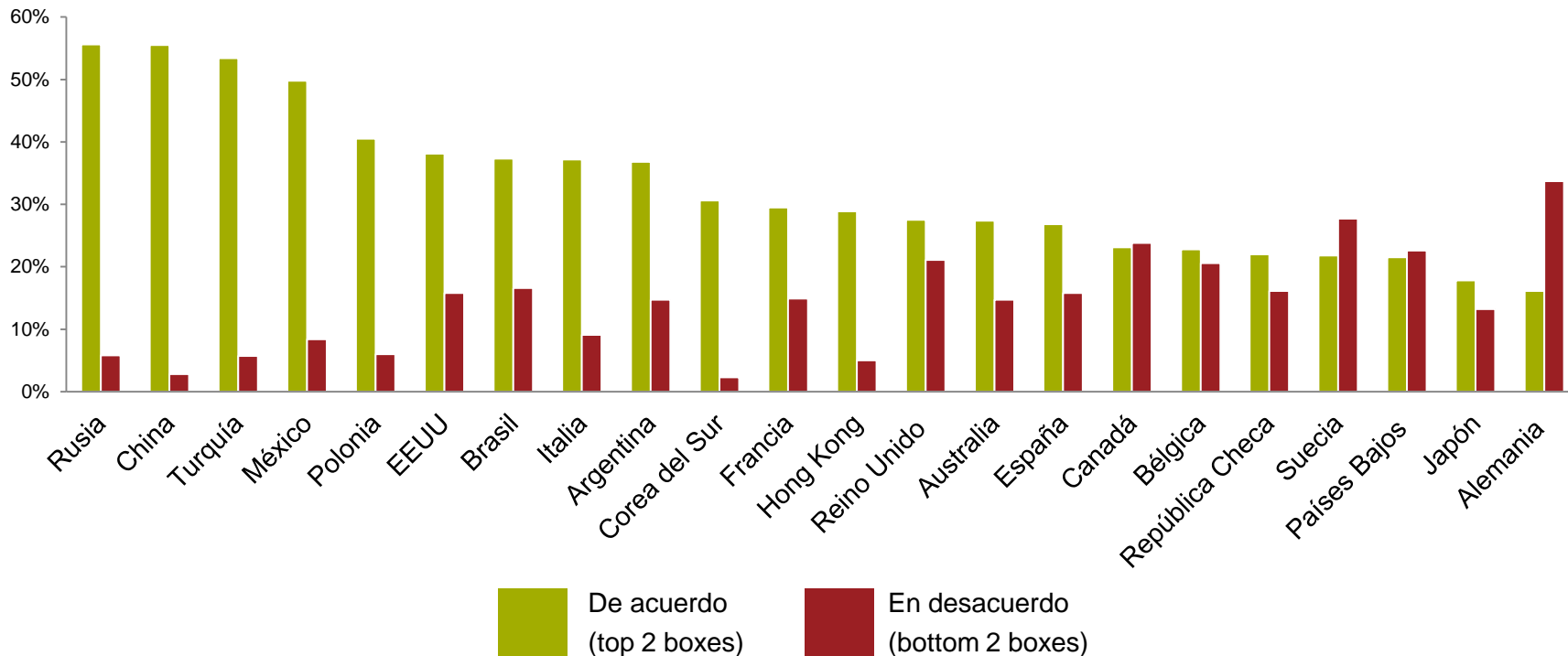
# Importancia de estar siempre localizable. En los 22 países, por grupos de edad



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 27.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas "de acuerdo" mientras que bottom 2 boxes incluye a "en desacuerdo", en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados.

# Importancia de estar siempre localizable.

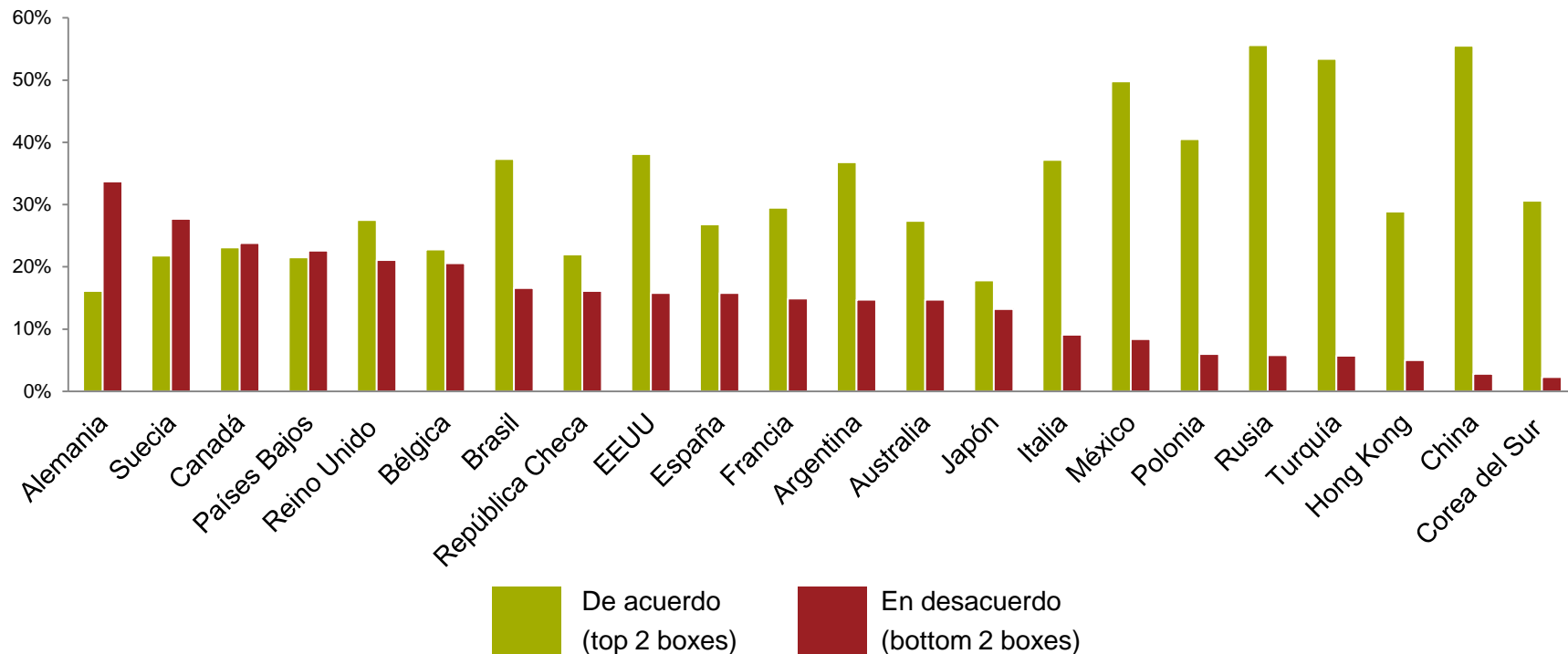
Comparación por países, ordenado de mayor a menor, según el grado de acuerdo



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 27.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados.

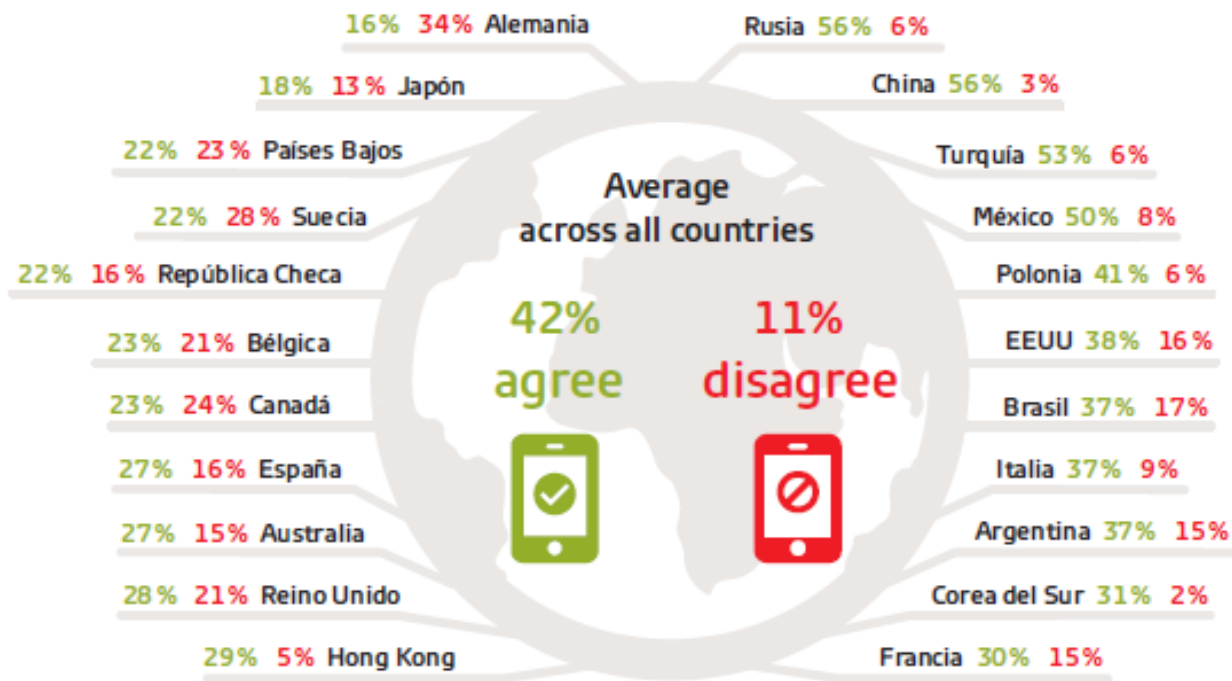
# Importancia de estar siempre localizable.

Comparación por países, ordenado de mayor a menor, de acuerdo al nivel de desacuerdo



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 27.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados.

# Importancia de estar siempre localizable. Resultados por países



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 27.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados.

---

# España

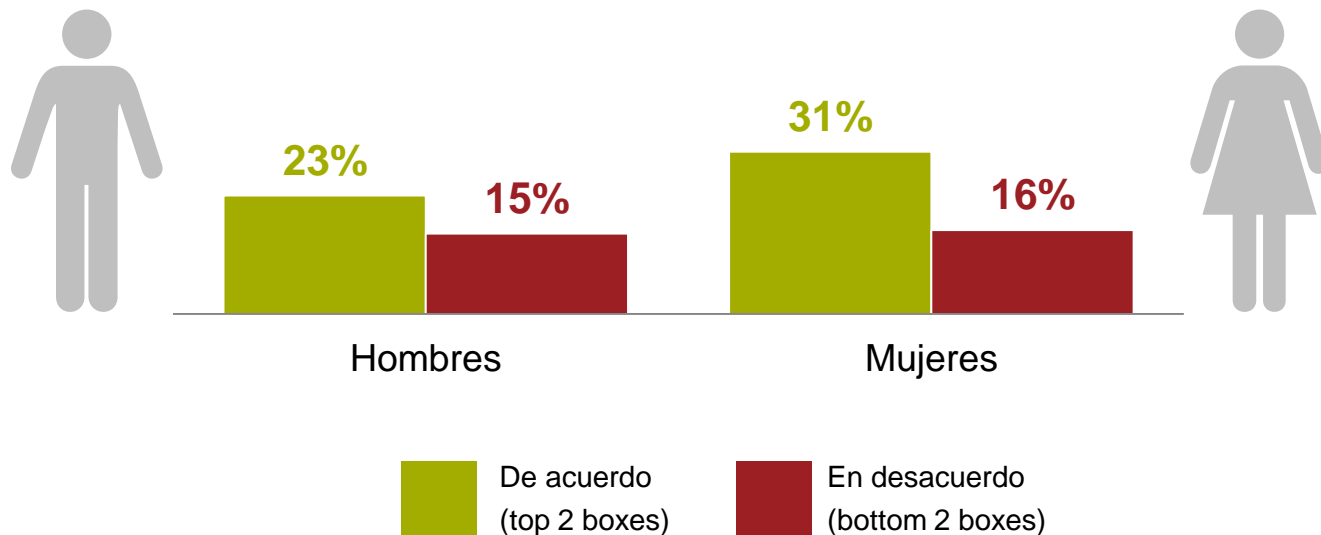


## España: Importancia de estar siempre localizable



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 27.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados.

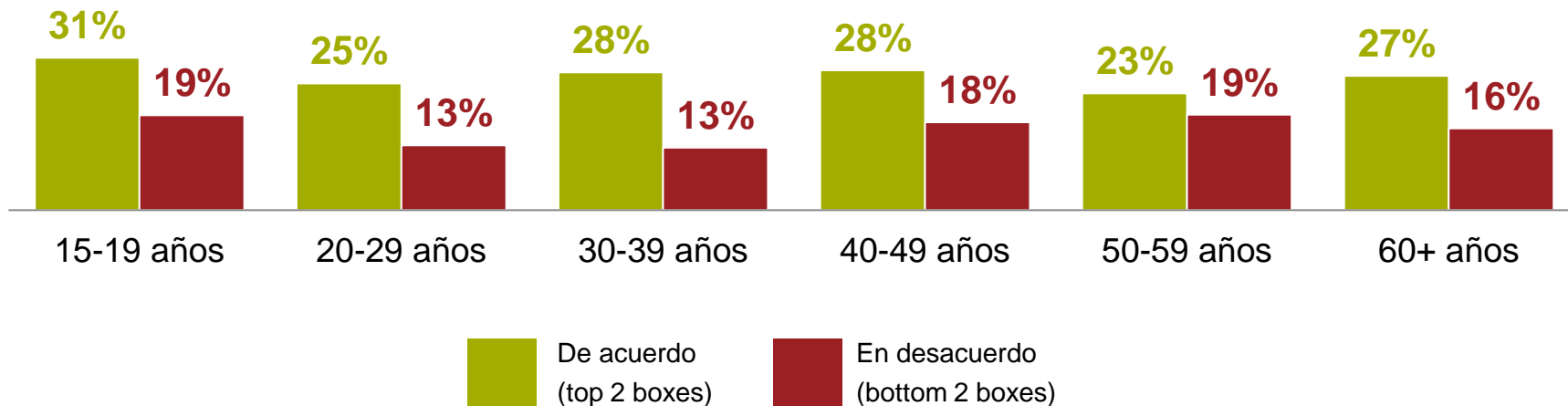
# España: Importancia de estar siempre localizable. Por género



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 27.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados.



# España: Importancia de estar siempre localizable. Por grupos de edad



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 27.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados.

Para más información:  
[es@gfk.com](mailto:es@gfk.com)