



# Micro-Momentos

México

Los dispositivos móviles han cambiado para siempre la forma en la que vivimos. El camino del consumidor se ha fraccionado en miles de micro-momentos en tiempo real con intención de compra. Cada uno es una oportunidad crítica para las marcas de dar forma a las decisiones y preferencias del usuario.

Los micro-momentos suceden cada día y a todas horas:

65%

Accede a internet  
más veces que antes,  
pero en **sesiones  
más cortas de tiempo**.

61%

Declara que sus  
acciones en internet  
son más **espontáneas**  
que planeadas.

86%

Una actividad que  
quiere hacer

84%

Un pensamiento

81%

Una situación  
inesperada

## MOMENTO “QUIERO HACER”



Las personas investigan  
en internet cómo realizar  
tareas específicas:

81%

Buscan en su smartphone  
al **menos una vez por semana**  
información que le ayude  
a realizar una tarea.

89%

De las veces, **internet**  
ayuda a accionar  
**rápidamente**  
con una respuesta.

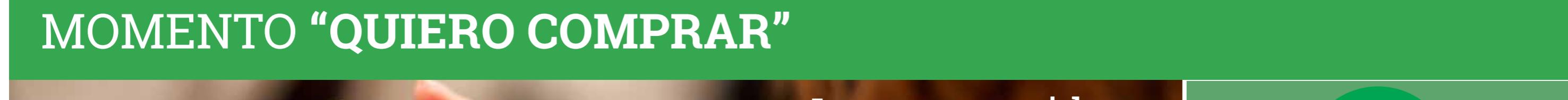
62%

**Valoran** las compañías que  
ofrecen contenido de sus  
productos en **video**.

96%

De los que prefieren  
ver videos recurren  
a **YouTube**.

## MOMENTO “QUIERO IR”



78%

**Busca direcciones** para  
llegar a un lugar, al menos  
una vez por semana.

70%

Utiliza **aplicaciones**  
para encontrar una dirección.

El momento “Quiero Ir” es especialmente importante al buscar rutas de viaje o direcciones a tienda:

8%

Luego de encontrar las direcciones,  
**busca más información** sobre esa tienda.

33%

Va a la tienda **inmediatamente**.

## MOMENTO “QUIERO COMPRAR”



Los consumidores  
investigan en línea  
antes de comprar:

69%

**Busca** información  
relacionada con **algún  
producto** que desea  
comprar, al menos  
una vez por semana.

70%

De la veces, la información  
que se encuentra en **Internet**  
ayuda a decidir si vale la pena  
pagar más por un producto.

52%

Considera los **buscadores**  
el mejor lugar en  
internet para **conocer  
marcas nuevas**.

72%

De las compras en una  
tienda son influenciadas  
por una **búsqueda  
en smartphone**.

54%

**Busca y compara**  
precios desde el celular,  
aún cuando se  
encuentra en tienda.

## MOMENTO “QUIERO SABER”



95%

Declara buscar **información**  
para **conocer más sobre un  
tema particular** al menos una  
vez por semana.

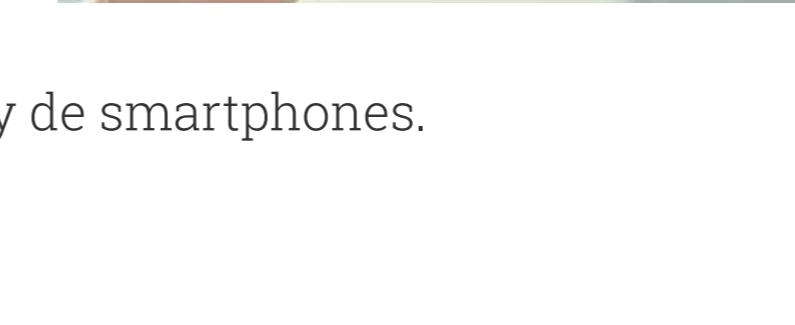
El lugar más relevante para  
conocer sobre un tema:

96%

Buscadores

86%

YouTube



Google y TNS, encuesta en línea con usuarios de internet y de smartphones.  
Micro-Momentos, septiembre 2015. México.  
[www.thinkwithgoogle.com](http://www.thinkwithgoogle.com)

Google