

# “UNA NUEVA MANERA DE BUSCAR”

ENTENDIENDO EL NUEVO COMPORTAMIENTO DE  
BÚSQUEDA EN LOS DISTINTOS PUNTOS DE CONTACTO

dentsu



“

*Lo importante es  
no dejar de hacer preguntas.  
La curiosidad tiene su propia  
razón de existir.*

Albert Einstein

Buscamos la **respuesta** a una realidad:



13+

Se está produciendo un **cambio** en el comportamiento de búsquedas.



Para dar con las **respuestas**, contamos con 2.000 personas y alrededor de 40.000 minutos de insights.

Profundizamos en 19 plataformas distintas y 15 de los sectores más importantes de nuestra economía.

**CUALITATIVO**  
Madrid y Barcelona



**8**

**GRUPOS**

1 en cada ciudad y 2 grupos por cada franja de edad, incluyendo:

- 18-24 años
- 25-35 años
- 36-45 años
- +45 años

**CUANTITATIVO**  
Representatividad nacional



**2.000**

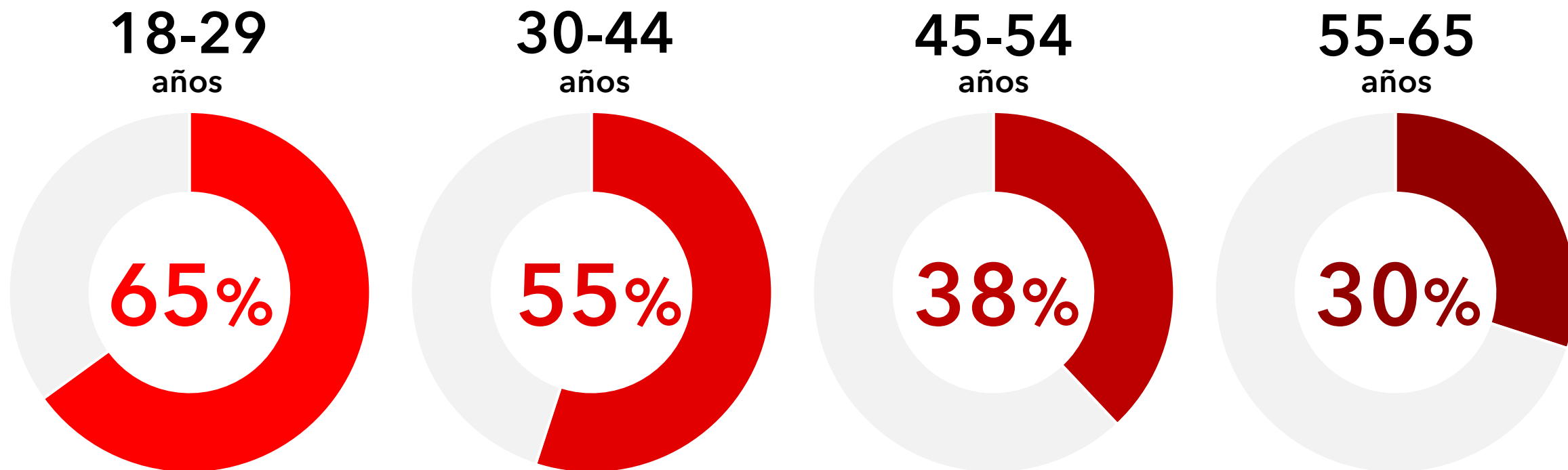
**ENTREVISTAS**

Individuos mayores de 18 años.

# 1/2

ha **cambiado** su  
manera de buscar...

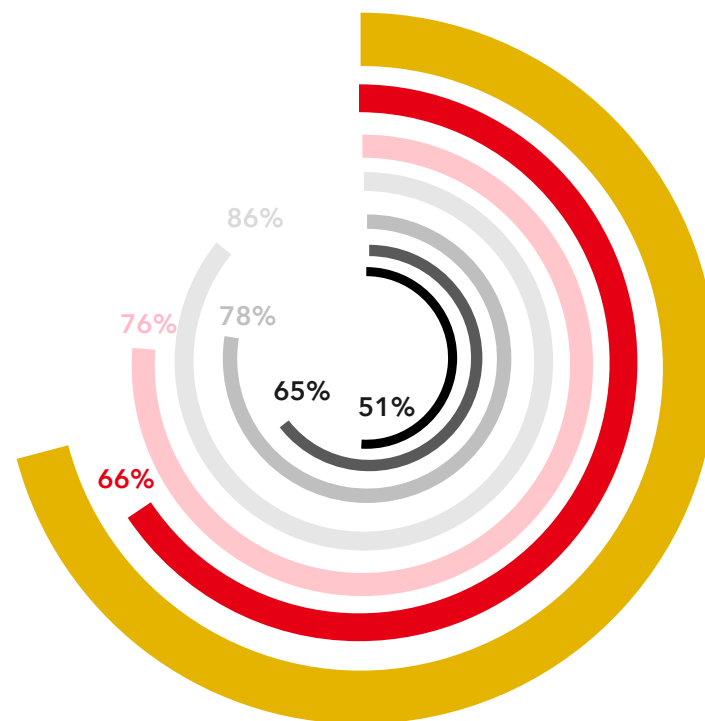
... siendo este cambio de comportamiento común a todas las generaciones, aunque más pronunciado en los **jóvenes**.



# No solo es una cuestión de uso, sino también de **percepción**.

Consideran a  
YouTube,  
Amazon, TikTok  
o Instagram  
como nuevos  
buscadores

# 71%



HOMBRE	18-29	45-54
MUJER	30-44	55-65

Base: Total (n=2000) Hombres (n=997) Mujeres (n=1000) 18-29 años (n=394) 30-44 años (n=725) 45-54 años (n=510) 55-65 años (n=371) / ¿Consideras que YouTube, Amazon, TikTok, Instagram ..., pueden considerarse como los nuevos buscadores?  
Base: Han respondido si lo consideran positivo(n total=1316)



98%

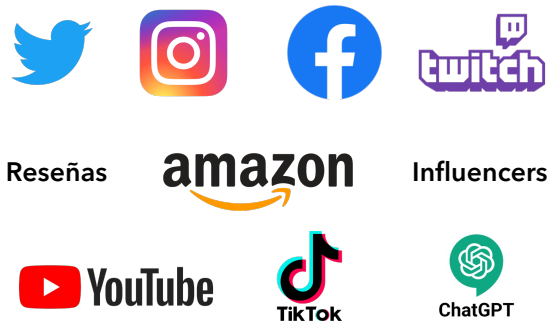
creen positivo que haya  
nuevos buscadores

una buena  
percepción ...

... pero sobre todo, **útil**

93%

“los nuevos buscadores ayudan a descubrir nuevos productos, marcas o servicios”



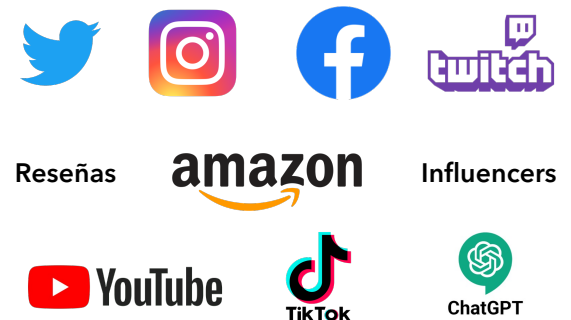
70%

usan Amazon para comparar productos o servicios

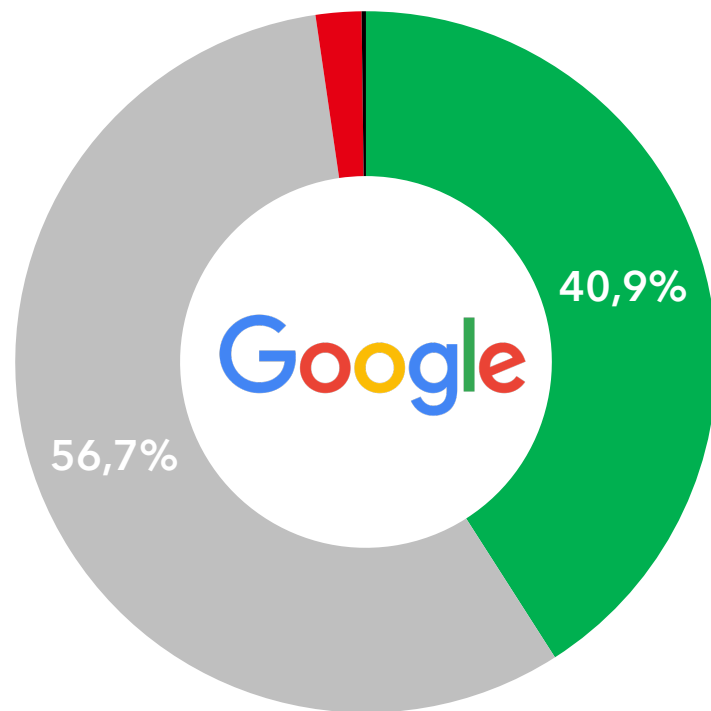


35%

de los canales mencionados para la compra o contratación son nuevos buscadores



# Los "nuevos buscadores" **no sustituyen** a la plataforma de referencia...



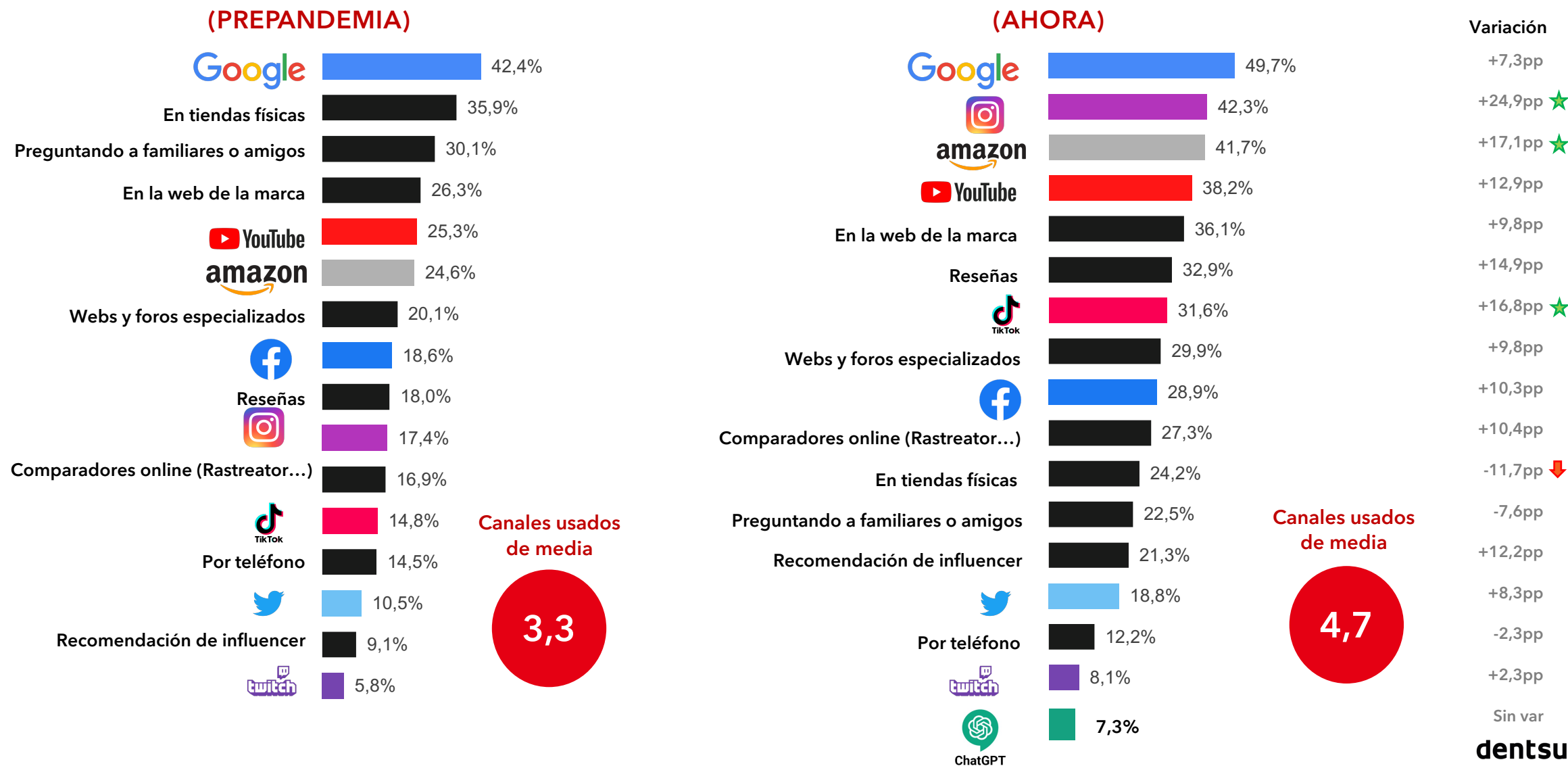
- Han aumentado después de la pandemia
- Son iguales que antes de la pandemia
- Son menores que antes de la pandemia
- No hago búsquedas en Google

Solo un

**2%**

de las personas han reducido el uso de Google

... sino que la **complementan**, haciendo que sea mayor el número de contactos en el proceso de búsqueda.



Lo **digital** gana terreno  
a lo personal.

**-36%**

caída del contacto interpersonal  
(teléfono, tiendas físicas,  
preguntando a familiares o  
amigos)

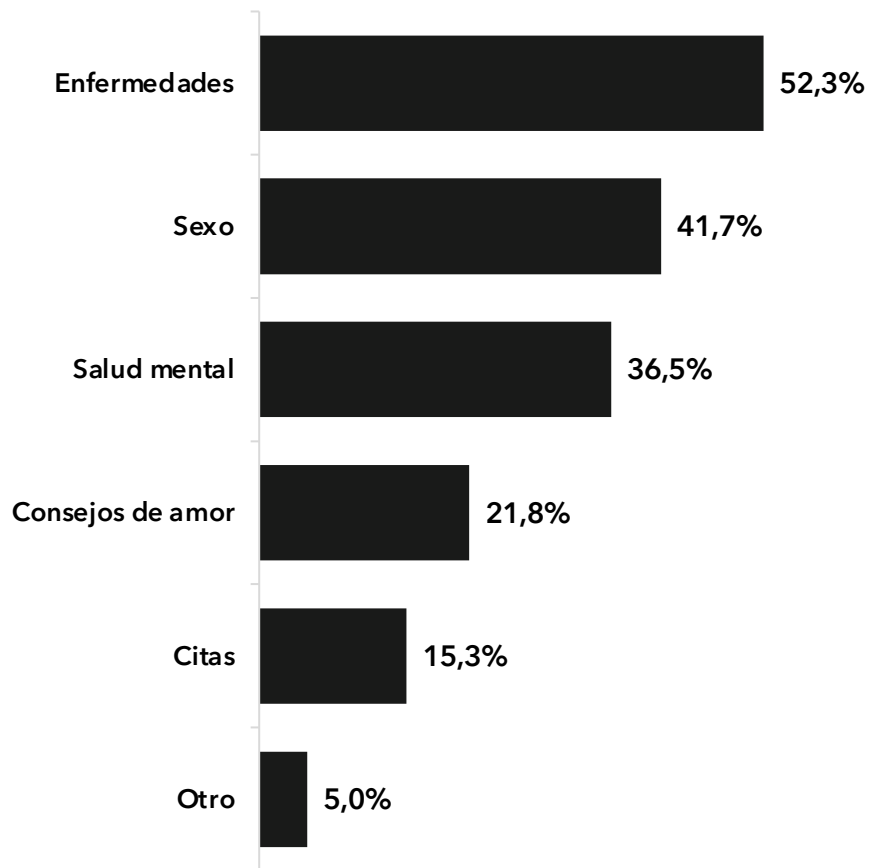
Y se transforma en  
**confidente**.

**70%**

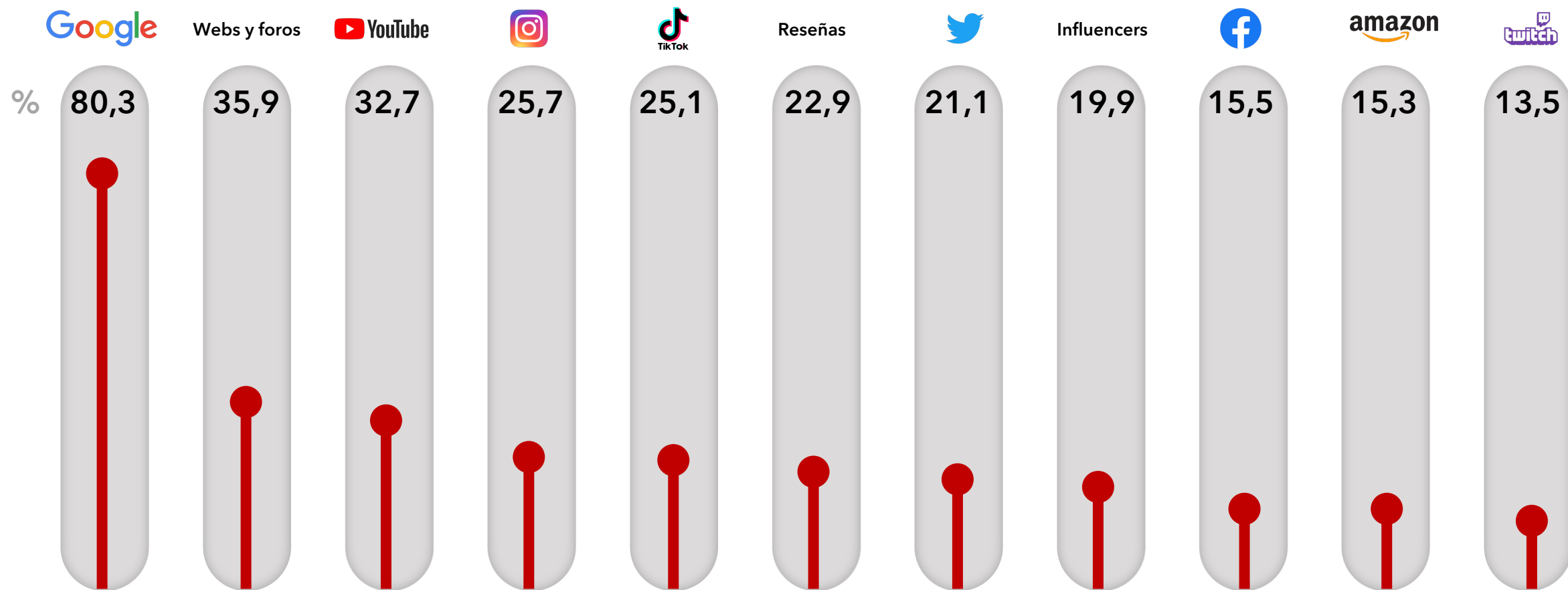
han buscado información o  
respuestas en internet que no se  
atrevían a hacer con alguien de  
confianza

# Digital es un punto de **consulta.**

Ranking del total preocupaciones tabú mencionadas



# Google como **punto de entrada**, también con presencia de “los nuevos buscadores”.



**¡GRACIAS!**

**dentsu**

