

Informe ditrendia:
Mobile en España
y en el Mundo 2018

Con el apoyo de:



ASOCIACIÓN
DE MARKETING
DE ESPAÑA



Informe ditrendia: Mobile en España y en el Mundo 2018

Tras 12 años elaborando Informe de Internet en España y en Mundo, hace 5 años decidimos que el cambiante mundo en el que nos encontrábamos nos obligaba a hacerlo evolucionar hacia el [Informe Mobile en España y en el mundo](#).

Esta **5ª edición** recoge las novedades que se han ido produciendo en el último año en el entorno mobile y cómo ha modificado nuestros hábitos de consumo, en los que la **Inteligencia Artificial**, los **chatbots**, las técnicas de seguridad como las **biométricas** o los **asistentes de voz**, están comenzando a tener una gran influencia, llevándonos a las puertas de los que algunos afirman que será la gran avalancha digital.

Desde **ditrendia** ayudamos a comprender **cómo estos cambios afectan a la forma en la que podemos conectar con nuestros clientes** y mostrarte un mundo de nueva posibilidades de interacción.

Esperamos que este informe cumpla tus expectativas y no dudes en ponerte en contacto con nosotros si necesitas más información o saber cómo sacarle partido.

Muchas gracias como siempre por tu atención.

Fernando Rivero
CEO **ditrendia**



Índice

Introducción	<u>2</u>	7. Uso de las Apps	<u>41</u>
Índice	<u>3</u>	8. Móviles y redes sociales	<u>52</u>
Resumen ejecutivo	<u>4</u>	9. Mobile-commerce	<u>58</u>
1. Móviles	<u>10</u>	10. Marketing móvil	<u>72</u>
2. Tablets	<u>13</u>	11. Banca móvil	<u>80</u>
3. Dispositivos conectados y wearables	<u>16</u>	12. Pagos móviles	<u>93</u>
4. Chatbots	<u>20</u>	Fuentes y referencias	<u>102</u>
5. Asistentes virtuales	<u>24</u>	Sobre ditrendia	<u>104</u>
6. Hábitos de consumo Mobile	<u>29</u>		

Con el apoyo de:



ASOCIACIÓN
DE MARKETING
DE ESPAÑA



Este informe se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento – Compartir Igual”: en cualquier explotación de la obra autorizada por la licencia hará falta reconocer la autoría de **ditrendia** como autora; La explotación autorizada incluye la creación de obras derivadas siempre que mantengan la misma licencia al ser divulgadas.



Resumen ejecutivo

Móviles

- ▶ El 68% de la población mundial ya cuenta con móvil, mientras que internet tiene una penetración tan solo del 53%.
- ▶ La penetración de usuarios móviles desciende hasta el 80% (un 8% menos que en 2016).
- ▶ El móvil es el dispositivo más utilizado en España para acceder a internet, usado ya por el 97% de los españoles.

Tablets

- ▶ Las ventas de Tablets continúan cayendo en todo el mundo, a un ritmo lento.
- ▶ Pese a ello, en España la tasa de penetración de las Tablets se estabiliza en un 74%.
- ▶ El tiempo dedicado a la Tablet a diario es de 1h 37 min.

Dispositivos conectados y wearables

- ▶ La venta de dispositivos conectados crece un 20% cada año y en 2022 se venderán 243 millones de unidades.
- ▶ La tasa de penetración se encuentra en un 6,1%. Los wearables relacionados con el mundo del fitness caen un 18% en 2017. En el último año se vendieron 41,5 millones de smartwatches.
- ▶ El internet de las cosas será la tecnología con mayor crecimiento de aquí a 2020, siendo los millennials el rango de edad que más apuesta por esta tecnología.





Chatbots

- ▶ En 2018, un 15% de los consumidores de 195 países del mundo han iniciado conversaciones con alguna web comercial utilizando el chat.
- ▶ Un 37% de los consumidores cree que los utilizará en el futuro para obtener respuestas rápidas ante emergencia.
- ▶ Un 68% los valora por ser un servicio abierto 24 horas y un 55% por la rapidez de respuesta.

Asistentes virtuales

- ▶ En Estados Unidos, un 60% ya se siente cómodo utilizando un asistente de voz. La evolución en Europa es más lenta. Reino Unido va en cabeza con un 46%.
- ▶ En España, el principal uso de los asistentes es la búsqueda de información (50%).
- ▶ El asistente en España que más acierta preguntas de cultura general es Google Assistant (95,2%), que está presente ya en 400 millones de dispositivos en el mundo.
- ▶ El 33% de las búsquedas por voz están relacionadas con la ubicación.



Hábitos de consumo mobile

- ▶ En 2017, no solo ha crecido el tiempo que dedicamos a los dispositivos móviles sino que el número de usuarios que se declara 'solo móvil' ha aumentado en casi todas las regiones.
- ▶ En el mundo, el 52% del total del tráfico web se realiza desde el móvil (4% más que en 2016).



Resumen ejecutivo

- ▶ Las actividades más realizadas desde el móvil son la mensajería instantánea y las redes sociales (74%), compras (60%) y consultar noticias e información (59%).
- ▶ Los españoles tenemos de media 3,2 dispositivos móviles conectados por persona.
- ▶ El 32% de la población española es 'solo móvil'.
- ▶ El 49% de los jóvenes entre 18 y 24 años hacen un uso intensivo del móvil que supera las 4h.
- ▶ Las búsquedas de información sobre productos en el móvil aumentaron 12 puntos porcentuales respecto a 2016.
- ▶ El 41% de la población española toma medidas para limitar su uso del smartphone.

Uso de las Apps

- ▶ Las Apps suponen ya más del 80% del tiempo que dedicamos al uso del móvil.
- ▶ En 2017 se **descargaron 178,1 millones de Apps** en el mundo.
- ▶ Un smartphone tiene de media **80 aplicaciones instaladas**, de las cuales solo se usan la mitad.
- ▶ Las aplicaciones de **redes sociales son las más utilizadas**, seguidas de las de mensajería instantánea.
- ▶ **El 28% de las aplicaciones descargadas se desinstala** en los 30 días siguientes a su descarga.
- ▶ En España, el número de **usuarios de Apps móviles asciende a 22 millones**.
- ▶ Un español dedica 3.248 minutos semanales a las Apps, de los cuales **64,35 minutos diarios los dedica a chatear en WhatsApp**.
- ▶ El 82% de los españoles **solo descarga Apps gratuitas**.





Móviles y redes sociales

- ▶ El 39% del total de la población mundial accede a las redes sociales desde su móvil.
- ▶ España cuenta con una penetración del 50%.
- ▶ El 95,1% de los usuarios activos en redes sociales accede a través de su móvil o Tablet.
- ▶ En España, las redes sociales móviles con más penetración son Facebook e Instagram
- ▶ En España dedicamos más tiempo móvil a la mensajería instantánea (WhatsApp) que a las redes sociales.
- ▶ El vídeo se ha convertido en el formato dominante en redes sociales.

Mobile commerce

- ▶ En el mundo, el 58% de las ventas online se realizaron desde el móvil, alcanzando un total 1.350 millones de dólares en 2017. En 2021 llegarán a suponer el 72,9% del total online.
- ▶ La región de Asia-Pacífico se sitúa a la cabeza con un 76,1% en 2017.
- ▶ En Europa, las transacciones realizadas desde el móvil crecieron un 28% entre el primer y el tercer trimestre de 2017, mientras que en la Tablet están cayendo.
- ▶ El 92% de los Millennials asegura haber realizado alguna compra desde el móvil en 2017.
- ▶ En España, el 57% de los usuarios compran desde su móvil. Las principales compras son de ocio (50%), moda (44%) y turismo (41%).
- ▶ Lo que más mueve a los españoles a comprar desde el móvil es la rapidez (88%) y la falta de horarios (84%).
- ▶ Los españoles no creen que las redes sociales sean un lugar para comprar.
- ▶ El 73% de los españoles utiliza el móvil en la fase de información y solo un 56% en el momento de la compra.





Marketing móvil

- ▶ En 2017, el 58% de la inversión en marketing online en el mundo ya iba destinada a los móviles.
- ▶ En Estados Unidos, se espera que a finales de 2018 el gasto publicitario en móvil supere por primera vez al de la televisión.
- ▶ Las conversiones móviles superan ya a las de escritorio.
- ▶ La inversión en marketing mobile en 2018 se situará como la tercera plataforma con un crecimiento del 67%.
- ▶ En España, un 71% de los directores de marketing ya realiza acciones de marketing móvil.
- ▶ El 75% de los españoles afirma haber hecho clic en algún anuncio desde su móvil en 2017.
- ▶ Para las comunicaciones, el consumidor español continúa prefiriendo la información comercial por email.
- ▶ El 90% de los usuarios abandona una página si tarda más de 5 segundos en cargar.

Banca móvil

- ▶ La banca móvil ya cuenta con más de 1.200 millones de usuarios en el mundo
- ▶ El 46% de los consumidores ha aumentado su uso de la banca móvil en 2017.
- ▶ España es el quinto país de Europa con más usuarios que acceden desde el móvil (52%).
- ▶ El 27% de los Millennials y usuarios de la Generación Z escoge la app móvil como su canal favorito para realizar acciones con su banco.
- ▶ En España dedicamos a la banca móvil un 30% del total de minutos digitales, frente al 40% de media mundial.
- ▶ España se sitúa en el top 3 mundial en descargas de aplicaciones Fintech, con un 10,4%.





Pagos móviles

- ▶ En el mundo, más de un tercio de los usuarios de smartphone usará su móvil para pagar en 2018.
- ▶ **Aumenta la confianza:** el 69% de los consumidores cree que estas plataformas están protegidas contra fraudes.
- ▶ En España, **más del 83% de los consumidores españoles ha utilizado alguna vez un mobile wallet.**
- ▶ El 93% de los Millennials espera realizar **pagos desde su móvil de manera regular** en 2020.
- ▶ **Las técnicas biométricas** de autenticación generan confianza en los usuarios.



Para más información sobre tendencias en el sector financiero, te recomendamos descargues nuestro [**Informe Tendencias de Marketing para el sector Financiero y Asegurador 2018.**](#)





1. Móviles

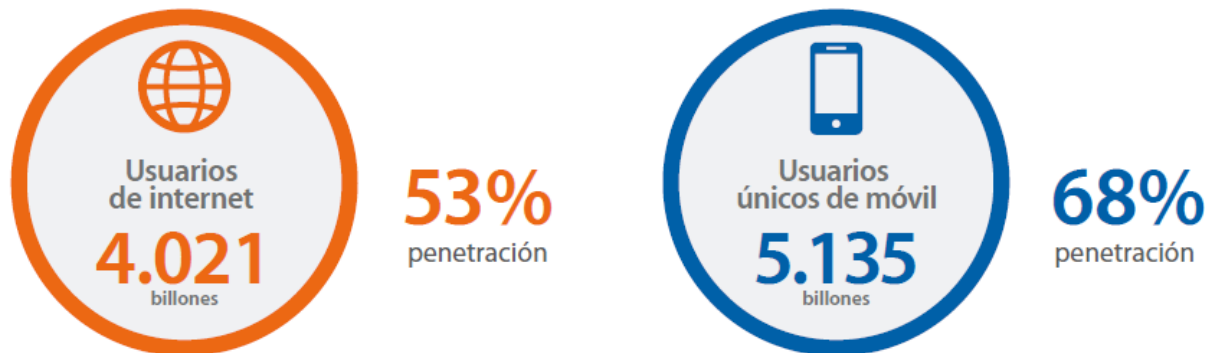
En el mundo

En 2018, el **número de usuarios de móviles en el mundo asciende a 5.135 mil millones**, lo que significa que el 68% de la población mundial ya cuenta con un móvil. El mundo es eminentemente móvil y la tendencia continúa.

Los **usuarios con acceso a internet llegan a los 4.021 mil millones** (una penetración del 53%).

La venta de **smartphones** (móviles con conexión a Internet) cae por primera vez en la historia: en 2017 se vendieron 24 millones menos de smartphones, un 5,6% menos que en 2016.

Usuarios móviles frente a usuarios de internet en el mundo





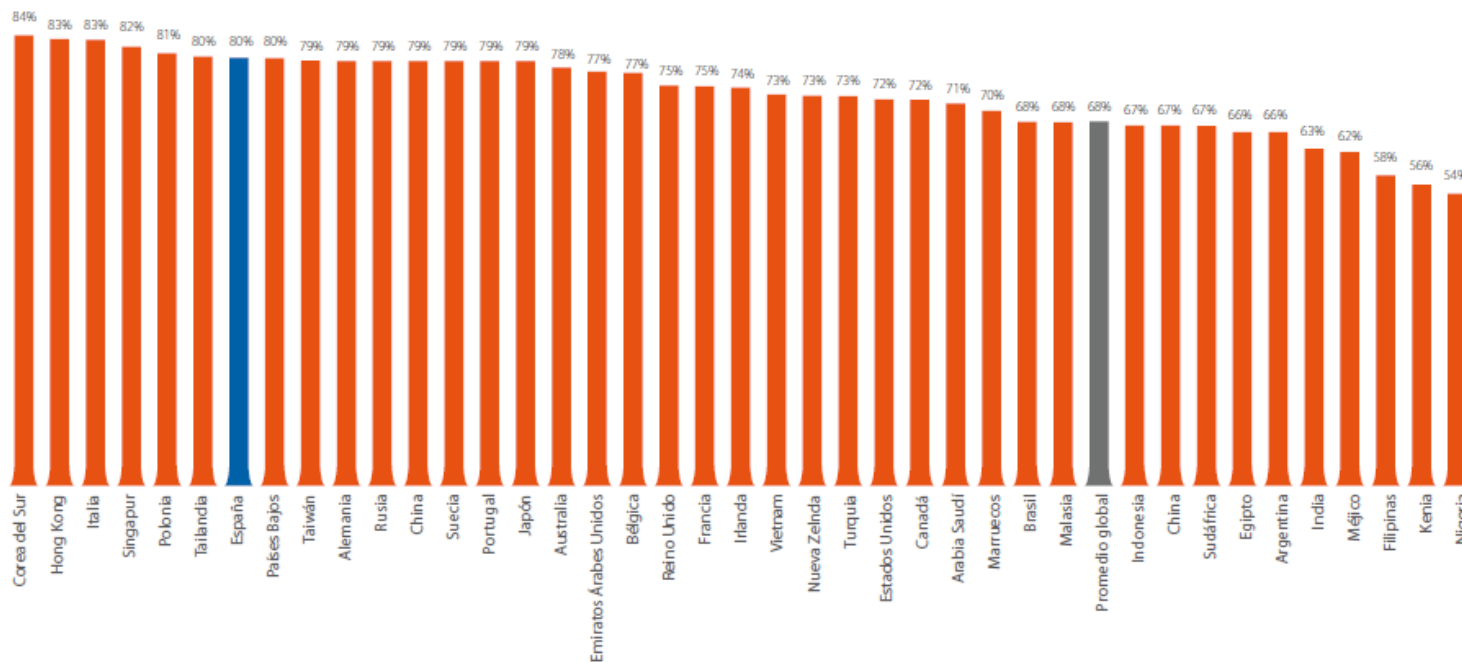
1. Móviles

En España

España se encuentra en el sexto lugar del ranking mundial en penetración, con un 80% de usuarios móviles. La lista la encabezan Corea del Sur (84%), Hong Kong e Italia (83%).

El móvil es el dispositivo más utilizado para acceder a internet, usado por el 97% de los españoles. Más de 29 millones de personas en España disponen de un smartphone. Para ello, los españoles prefieren utilizar el sistema operativo Android (con una penetración del 87% frente al 12% de iOS y el 0,1% de otros).

Penetración de usuarios móviles por país





1. Móviles

Si analizamos la evolución de la penetración de los smartphones a lo largo de los años, vemos que a partir de 2012 el número de usuarios de smartphone supera a los usuarios de Internet en España, **llegando en 2017 a rozar el 100% en todos los tramos de edad.**

Usuarios de Smartphone en España vs. Internautas

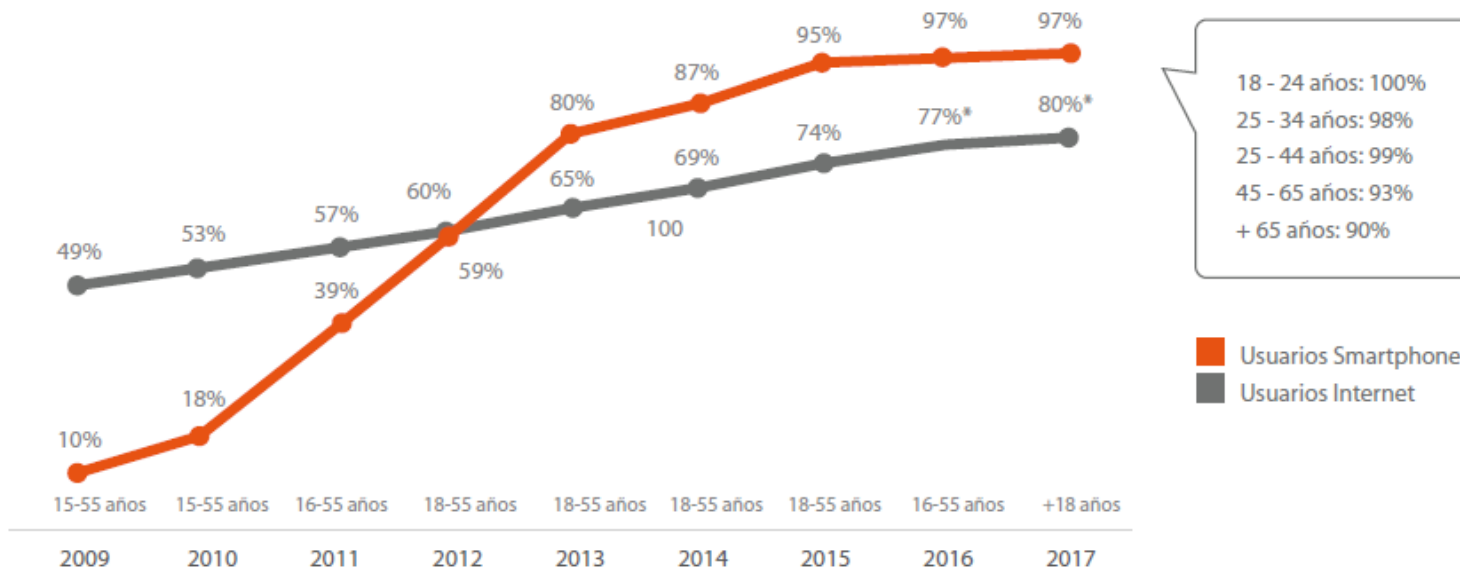


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de EGM



2. Tablets

En el mundo

En 2017 se vendieron más de 163 millones de Tablets, un 6,8% menos que en 2016. Sin embargo la caída de 2015 a 2016 fue de un 20%. Por lo que vemos que **la venta de Tablets baja a un ritmo lento pero continuo.**

La caída se estabiliza aunque no frena y se debe principalmente al uso que se le da (vídeo o lectura), lo que no afecta al rendimiento; al aumento de tamaño de las pantallas de los smartphones y a que **el ciclo de vida de una Tablet se equipara ya al de un PC.**

Evolución de las ventas de Tablets en el mundo

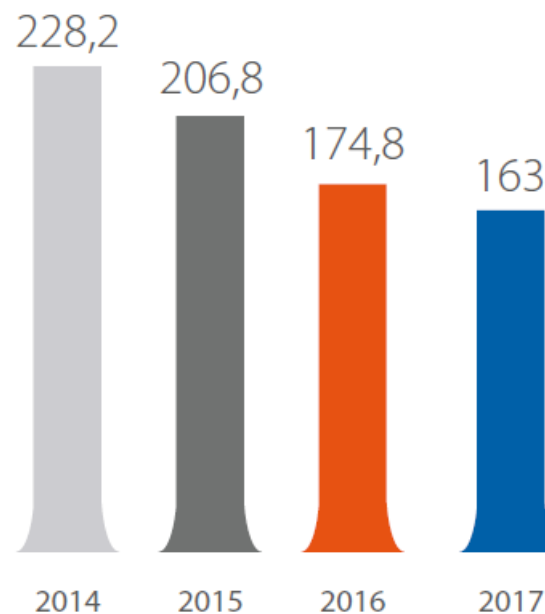


Gráfico elaborado por Ditrendia a partir de datos de IDC

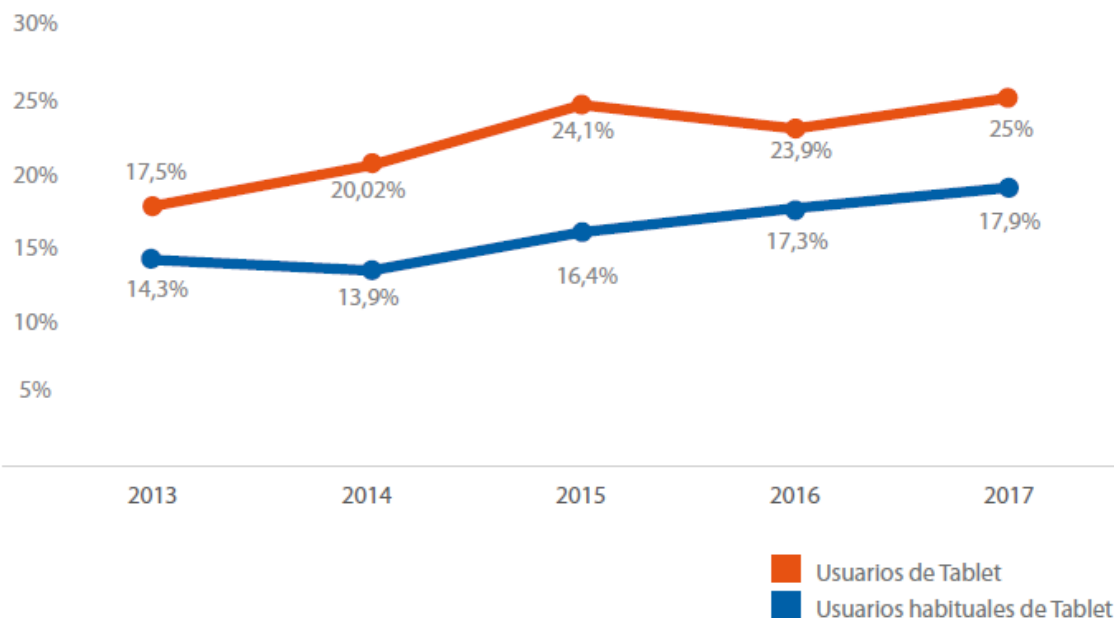


2. Tablets

En España

En España, siguiendo la tendencia internacional, **la venta de Tablets ha experimentado un descenso interanual del 7,9%**. Aun así, **la penetración de las mismas es de un 74%** y el 31,3% de los hogares cuenta con al menos una Tablet. El tiempo que los españoles dedican a la Tablet vs el portátil ha subido un 7% respecto a 2016. Ahora **invierten 1h 37min al día**.

Uso de la Tablet de los internautas en España



El portátil sigue ganando la batalla contra las Tablets aunque la diferencia se ha recortado un 7% respecto al año anterior, lo que supone un 37% de tiempo estimado del uso medio diario de las Tablets frente al 63% del ordenador.

En 2017, **el 25% de los internautas utilizaron una Tablet para navegar**.



2. Tablets

Tendencias

Parece que **en España las Tablets se utilizan principalmente para temas relacionados con el entretenimiento**. De hecho, 8 de las 10 Apps para iPad más descargadas en 2017 en España pertenecían a las categorías de videojuegos y de streaming de vídeo. Esto se debe principalmente al uso cada vez más generalizado de las Tablets por niños de entre 2 y 10 años.



Con 39.638 descargas el juego Football Strikes se posiciona en el Top 1

Ver videos es la segunda actividad favorita de los usuarios de Tablet. Apps como Netflix, HBO o RTVE a la carta se cuelan en el Top 10 de Apps más descargadas



Las comunicaciones online como Skype también tienen su espacio en las Tablets de los españoles

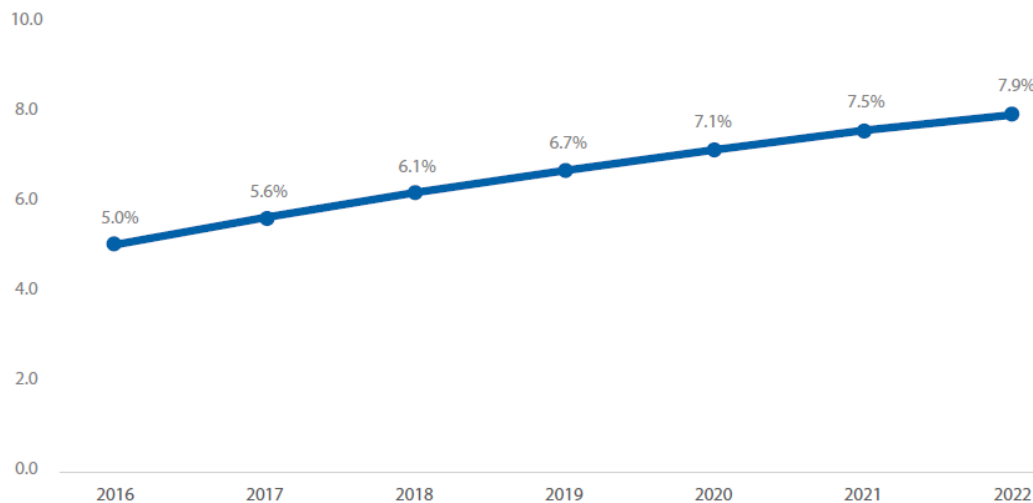


3. Dispositivos conectados y wearables

En el mundo

El mercado de los wearables crece a pasos agigantados. La **venta de estos dispositivos cada año aumenta en una media de un 20%**, tanto para el consumo diario como para el industrial. Se estima que **en 2022 se venderán 243 millones de unidades** y que el valor de mercado ascenderá a los 29 mil millones de dólares. La tasa de penetración de los wearables **en 2018 es de un 6,1%**.

Tasa de penetración de los wearables en el mundo





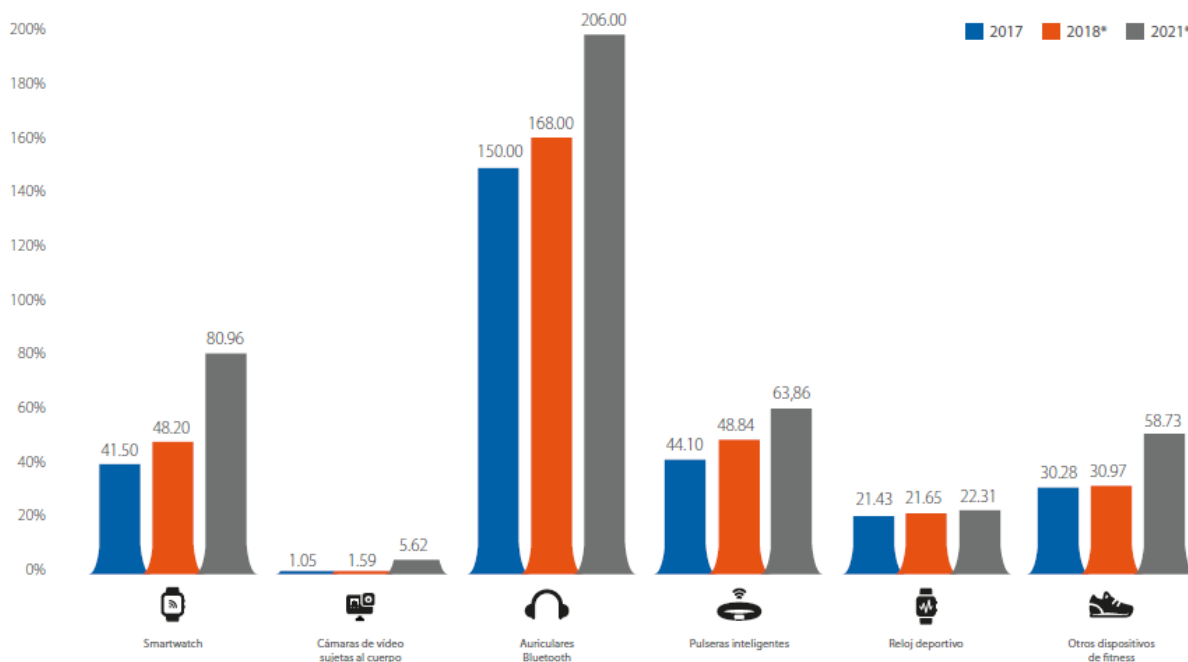
3. Dispositivos conectados y wearables

Los wearables relacionados con el **mundo del fitness** (pulseras de actividad especialmente) han registrado una caída del 18% en 2017. Dos marcas copan el mercado mundial: **Fitbit** (Occidente) y **Huami** (Asia).

Los **smartwatches** continúan siendo los dispositivos más populares. En **2017 se vendieron 41,5 millones** y se espera que en 2021 el dato se duplique, llegando a los 81 millones.

Las **gafas de realidad virtual** no han tenido la acogida esperada, principalmente por las barreras para alcanzar el mainstream: el contenido ha de ser diseñado y creado específicamente para ese formato.

Previsión de la penetración de los wearables en el mundo
En millones de unidades



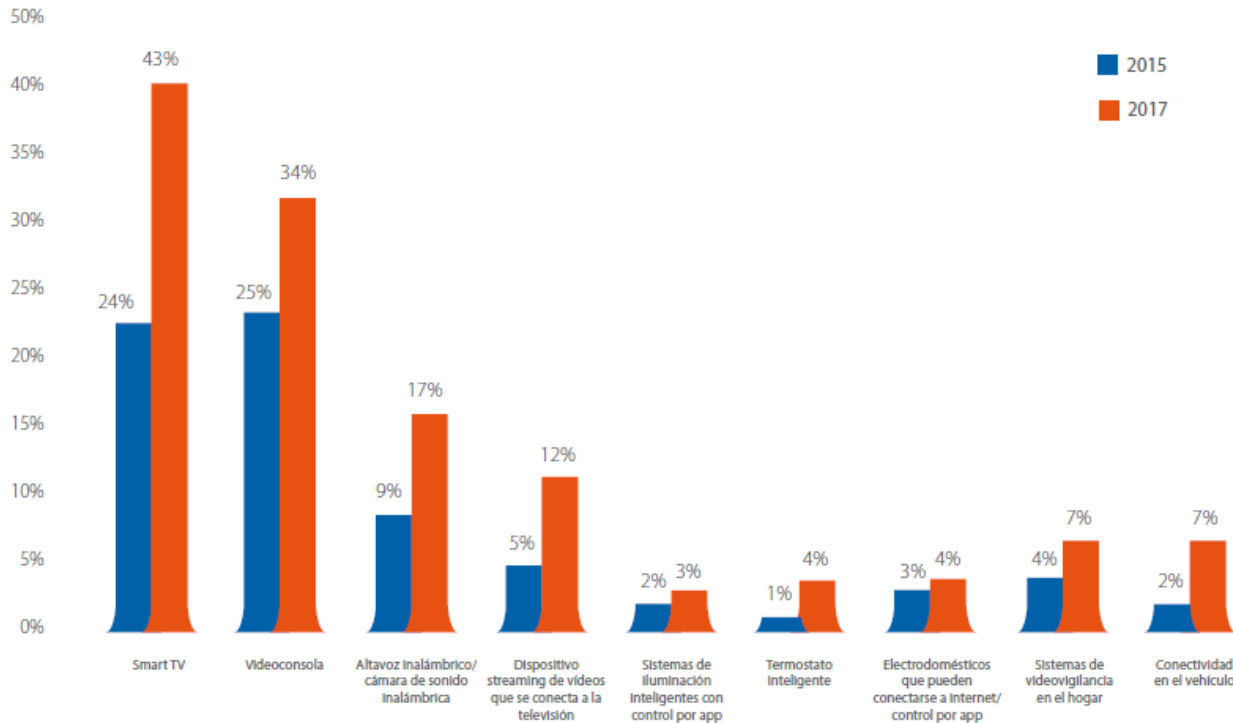


3. Dispositivos conectados y wearables

En España

A los españoles nos gustan las comodidades en el hogar, y si tienen que ver con nuestro tiempo de ocio, más aún. Las **Smart TV 's son el dispositivo conectado con mayor penetración en los hogares españoles (43%)** seguido de las videoconsolas (34%). El 17% de las casas en España cuenta con un altavoz inalámbrico o una torre de sonido sin cables.

Penetración en España de los dispositivos IoT por categorías



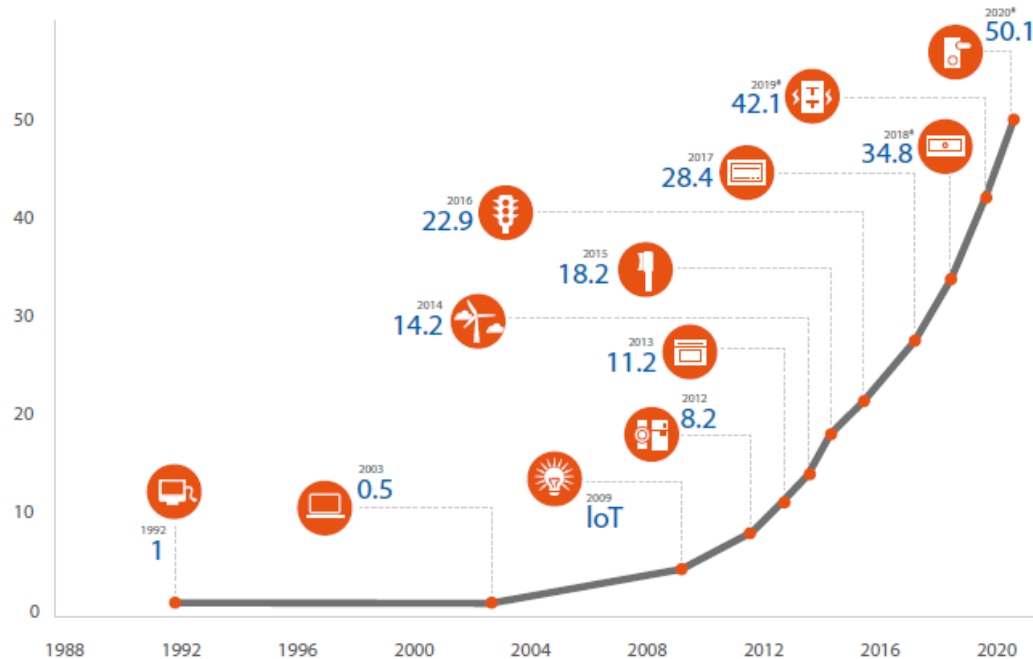


3. Dispositivos conectados y wearables

Tendencias

El **Internet de las Cosas** será la tecnología con mayor crecimiento de aquí a 2020, cuando se esperan más de 50.000 millones de dispositivos conectados. La inmersión de las **smart homes** gana cada vez más terreno, siendo los Millennials más mayores los que más apuestan por esta tecnología

Tendencia en la evolución del número de dispositivos conectados
En miles de millones



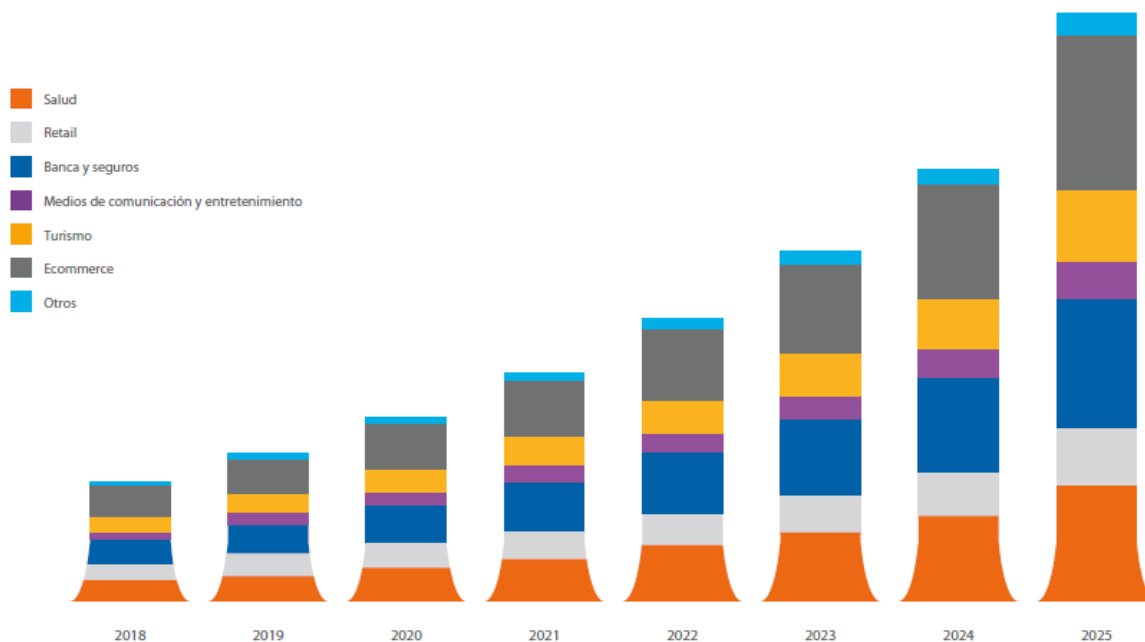


4. Chatbots

En el mundo

Los chatbots cada vez son más populares. En 2016, el mercado de los Chatbots estaba valorado en **190,8 millones de dólares** y se espera un crecimiento exponencial de aquí a 2025 prácticamente en todos los sectores.

Previsión del crecimiento del mercado de los chatbots por sectores



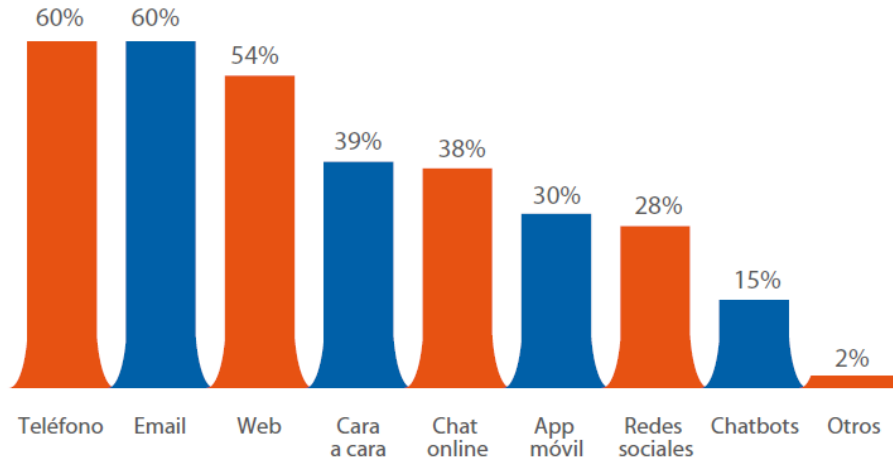


4. Chatbots

En 2018, un 15% de los consumidores de 195 países del mundo han iniciado conversaciones con alguna web comercial utilizando el chat.

La razón es que los chatbots permiten una interacción directa con el consumidor y proporcionan a los equipos de marketing datos útiles sobre sus preferencias lo convierte los convierten en una herramienta muy jugosa para las empresas, y los usuarios están contentos con su servicio. **Un 68% los valora por ser un servicio abierto 24 horas y un 55% por la rapidez de respuesta.**

*Canales de comunicación con las empresas
Cómo se comunicaron con una empresa en el último mes*



*Beneficios potenciales del uso de chatbots
Percepción del consumidor*

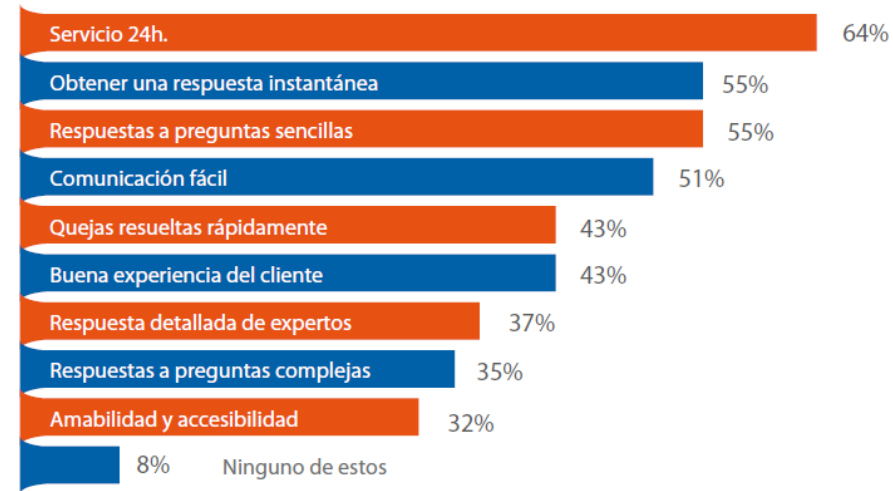


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Drift, Audience, Salesforce and Myclever

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Drift, Audience, Salesforce and Myclever



4. Chatbots

En España

En España, gracias a la alta penetración de las aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp (aplicación más descargada en España) o Facebook Messenger (cuarta más descargada), **los chatbots se imponen como un método de comunicación ágil, cercano y cómodo** tanto para el cliente como para la empresa.

Algunos ejemplos de chatbots en España:

- ▶ La Fintech **TheLogicValue**, en alianza con IBM Watson y Thomson Reuters, han creado **Julia**: un bot que es capaz de mantener conversaciones con inversores y asesores financieros. Permite a entidades y asesores personalizarlo y configurar las respuestas, portfolios y productos que cada uno de ellos parametrize.
- ▶ **ARAG**, ha lanzado un **chatbot de seguros de viaje** que permite a los usuarios conocer los productos de viaje de la compañía que mejor se adaptan a sus necesidades. El usuario, a través de un sistema de respuesta automático, recibe información sobre los seguros de viaje de ARAG, así como las coberturas específicas que tienen cada uno de ellos, sin olvidar que el robot utiliza, en todo momento, un lenguaje divertido, sencillo y ameno.
- ▶ La funcionalidad **Chatbot de BBVA** en un principio, permitía acceder a la operativa básica, como la consulta del saldo disponible, el número de IBAN o la ubicación de los cajeros más cercanos. Pero ahora también sirve para el envío de dinero desde Facebook Messenger y Telegram. Además, a través de Siri, basta con indicar el nombre del contacto al que se desea enviar dinero y la cantidad y el dispositivo se encargará de realizar la operación de forma segura, sin necesidad de acceder a la app de banca móvil.





4. Chatbots

Tendencias

Poco a poco los chatbots serán cada vez más sofisticados y sus respuestas parecerán más humanas y menos impersonales, de ahí que **un 37% de los consumidores cree que los utilizará en el futuro para obtener respuestas rápidas ante emergencias**, un 36% para resolver quejas o problemas y un 35% para recibir respuestas detalladas o explicaciones.

¿Para qué crees que utilizarás un chatbot en el futuro?





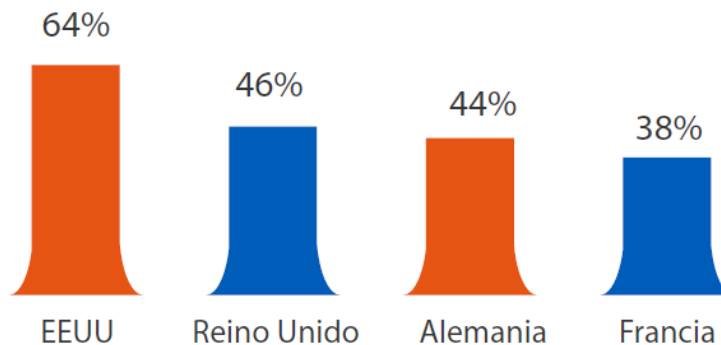
5. Asistentes virtuales

“Siri, cómprame unas botas”

Pese a que **Europa está muy por detrás todavía de lo que en Estados Unidos**, todo apunta a que este tipo de frases serán habituales en nuestro futuro próximo.

Mientras que la revolución de los asistentes virtuales y de voz ha sido mucho más rápida en EEUU, donde un 60% de los usuarios ya se siente cómodo utilizándolos, los europeos vamos más despacio siendo Reino Unido con un 46% la que se sitúa en cabeza.

Porcentaje de población que se siente cómoda utilizando el asistente de voz delante de otros





5. Asistentes virtuales

Los pagos por voz

La voz está adquiriendo protagonismo en el comercio electrónico general y en el mobile commerce en particular. En la actualidad, **un 20% de las búsquedas de productos en Google se producen a través de la voz**, cifra que aumentará hasta el 50% en 2020. Facilitar la compra a través del móvil y cambiar la manera de vender para adaptarnos a los nuevos compradores, permitirá a los e-commerce aumentar las ventas.

De los consumidores que cuentan con asistentes de voz en EEUU, Alemania, UK y Francia **un 28% ya realiza pagos y envía dinero a través de este sistema** y la tendencia apunta a que un 31% de los consumidores usará asistentes de voz en lugar de visitar una tienda o una oficina bancaria en 2021, momento en el que los asistentes por voz serán la forma dominante de consumo alcanzando solo en EEUU los 22 billones de dólares.

Pagos por voz en EEUU

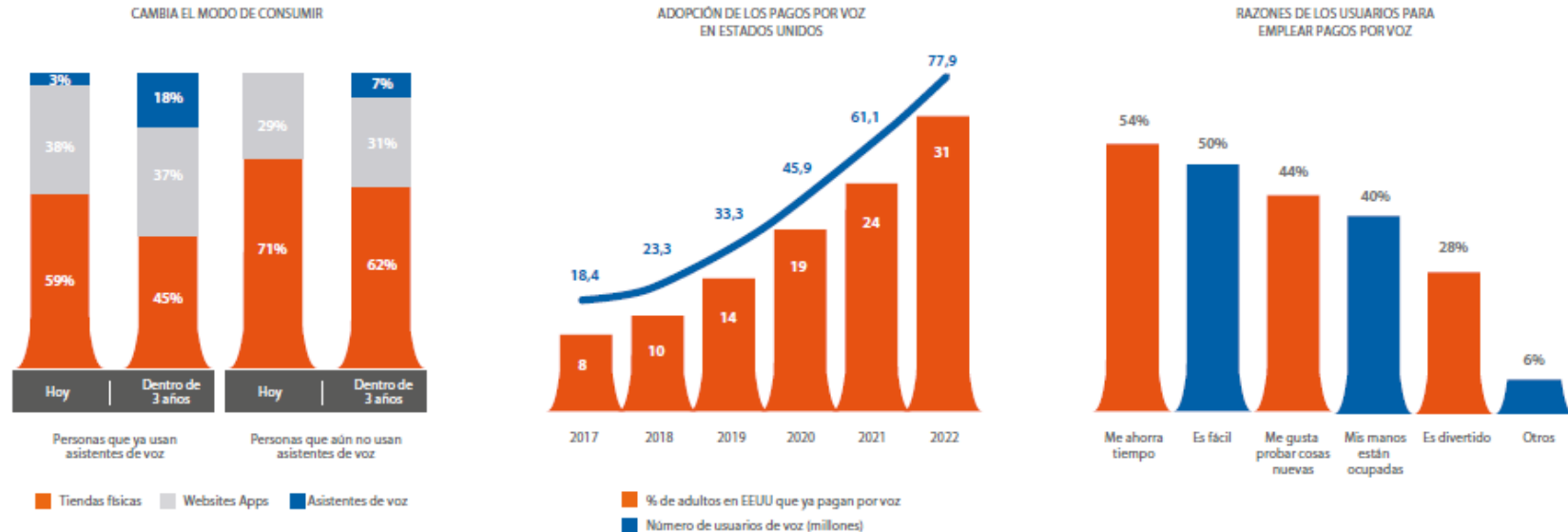


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Juniper Research



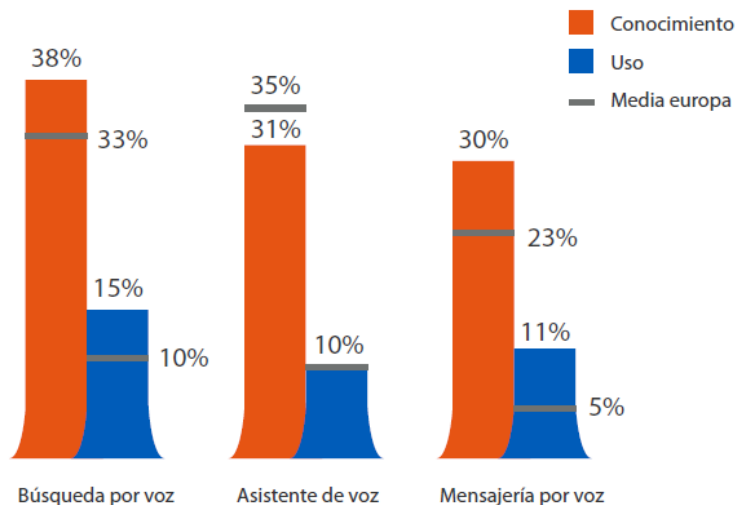
5. Asistentes virtuales

En España

En España este cambio se dará de forma progresiva ya que aunque **el 38% de los usuarios conoce la búsqueda por voz y el 31% los asistentes de voz**, de momento sólo el 15% utiliza la búsqueda por voz y el 10% el asistente por voz.

Los servicios más utilizados de los asistentes virtuales son para la búsqueda de información (50%), realizar llamadas (38%), ver el tiempo (34%), navegar (33%) o agendar en el calendario (28%).

Conocimiento y uso de los servicios activados por voz



Principales usos del asistente virtual en España



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Deloitte

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Deloitte



5. Asistentes virtuales

En España, **ya cuentan con asistente bancario de voz entidades** como EVO Banco y otras como Caixabank han creado un asistente virtual para empleados capaz de interactuar con los usuarios utilizando el lenguaje natural. En cuanto a pagos por voz, la filial británica del banco Santander está llevando a cabo un piloto que ya permite el pago por voz a través de su aplicación.

Estas nuevas tecnologías están experimentando **una curva de aprendizaje ascendente**, volviéndose más inteligentes cada año. El mejor desempeño en 2017 fue el del Asistente de Google para Smartphone, que es capaz de responder el 77.2% de las preguntas registrando un 95% de aciertos frente a Siri que tiene un ratio de respuestas del 40%, de las cuales un 80% son correctas.

Porcentaje de preguntas de cultura general respondidas correctamente por asistentes virtuales





5. Asistentes virtuales

Algunos datos de interés

Los asistentes por voz a través de altavoces inteligentes son más populares entre **usuarios de edades comprendidas entre los 33 a 45 años**, de un nivel adquisitivo alto, mientras que los de móvil son más utilizados por personas de entre 18 y 44 años.



El lugar donde más se utilizan los asistentes de voz actualmente es **en la oficina, el transporte público y los restaurantes**.

El 33% de **las búsquedas actuales por voz están relacionadas con la ubicación**: y de estas búsquedas un 76% visitan ese lugar en menos de 24 horas.



400 millones de dispositivos en el mundo usan **Google Assistant**.

El 62% de las marcas no desarrolla tecnología de búsqueda por voz.



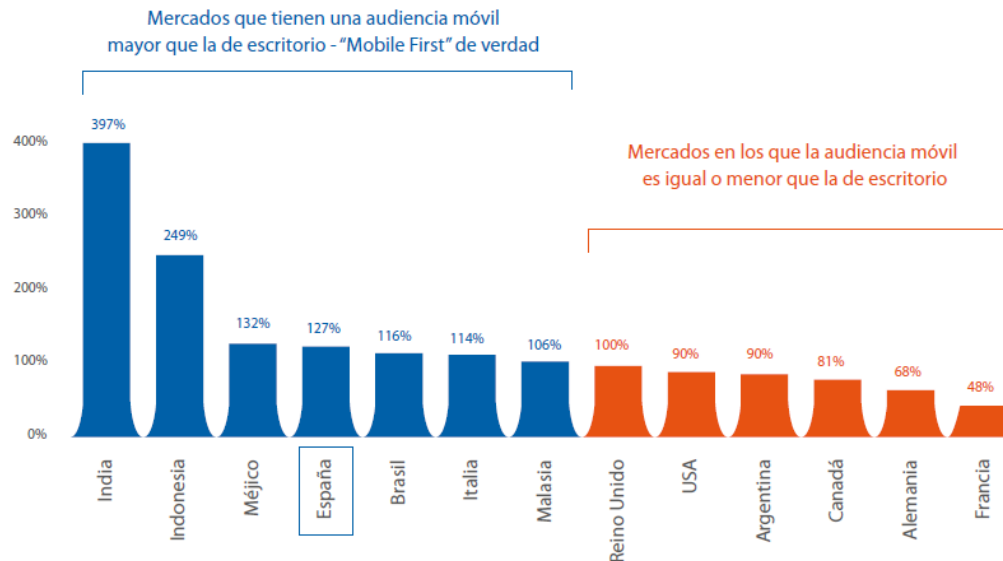


6. Hábitos de consumo Mobile

En el mundo

El móvil ha cambiado la forma en la que nos conectamos convirtiéndose en **el primer dispositivo al que recurrimos para casi todas las necesidades**. En 2017, el número de usuarios que se declara 'solo móvil' frente a los que combinan móvil y ordenador ha aumentado en casi todas las regiones, habiendo mercados como el de **España, donde ya hay más usuarios móviles que de escritorio**.

Usuarios solo móvil vs. Usuarios solo ordenador



6. Hábitos de consumo mobile

Los datos globales en número de **páginas vistas** en el móvil han aumentado en 2017 un 4% respecto al año anterior, sin embargo las visitas desde Tablets bajaron un 13%. Por actividad, a nivel global, **las categorías a las que dedicamos más tiempo desde el móvil** son las redes sociales y la mensajería instantánea (74% del total de minutos digitales), seguidas de las compras (60%) y de las noticias e información (59%).

Reparto del tráfico web por dispositivo

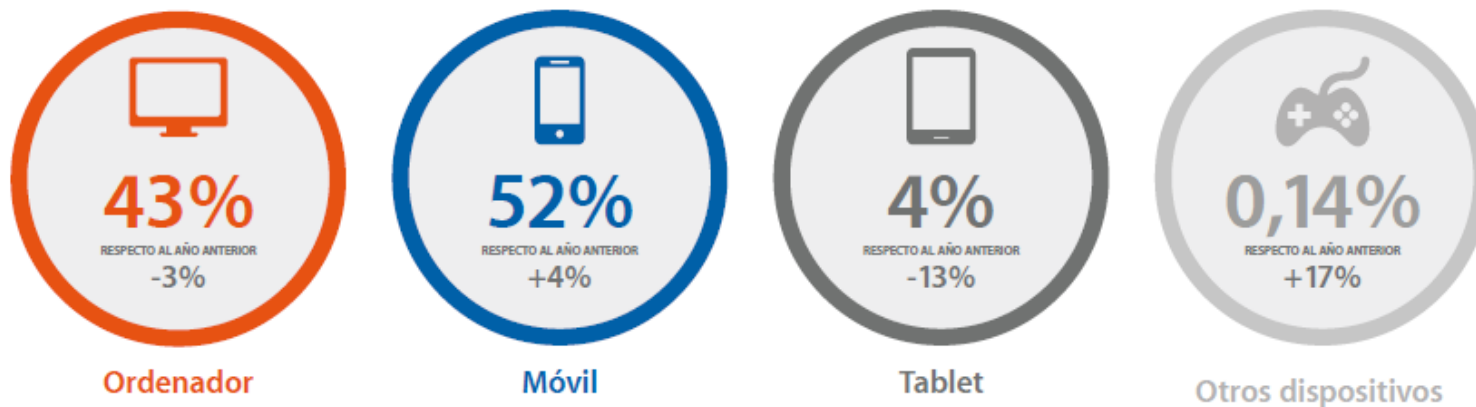


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are Social



6. Hábitos de consumo mobile

La **actividad** en la que los usuarios consumen más datos a través del móvil en el mundo continúa siendo la **visualización de vídeos** (55% frente al 42% de 2016). Esto se debe principalmente a la proliferación de las pantallas de alta resolución y a las nuevas plataformas de vídeo en streaming.

De hecho se prevé que **en 2023, los vídeos supongan el 75%** del uso de datos móviles a nivel mundial.

Tráfico de datos móviles por categorías

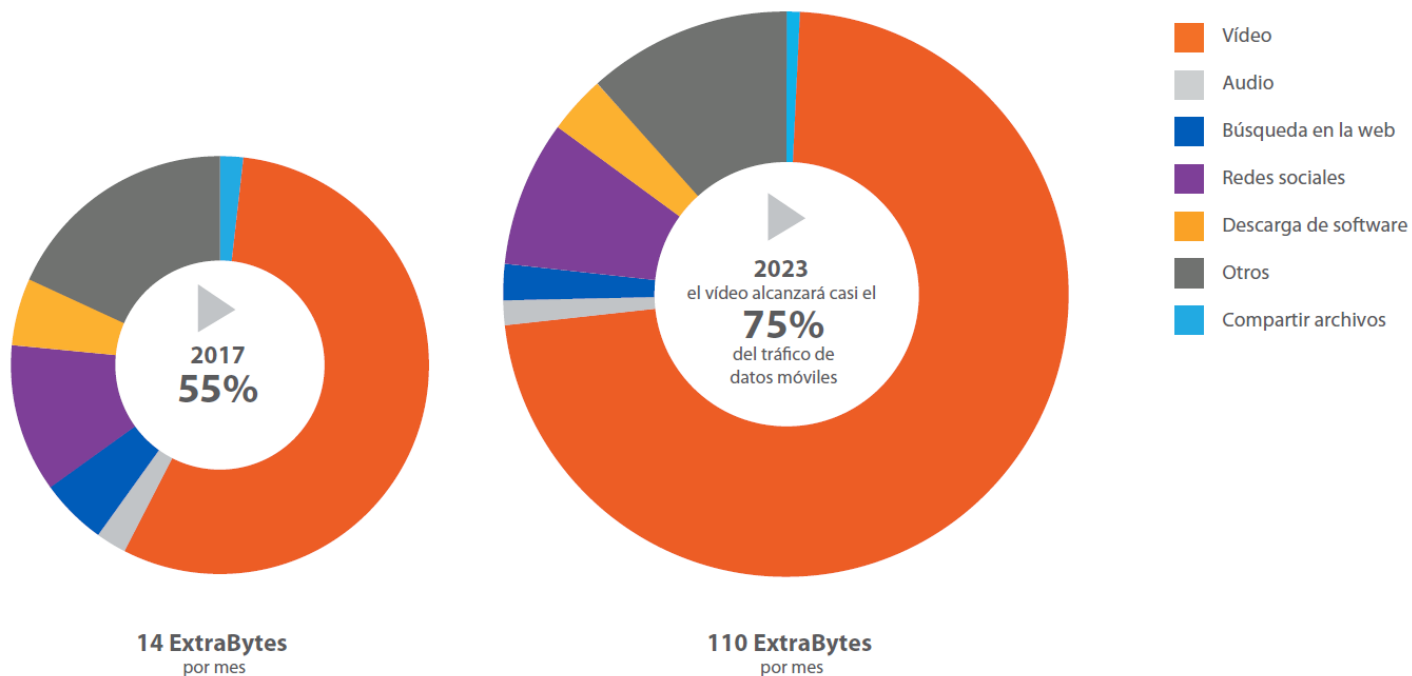


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Ericsson



6. Hábitos de consumo mobile

El tiempo dedicado por los usuarios del mundo a las páginas desde el móvil ha ido cayendo exponencialmente en los últimos 3 años, tanto en lo que se refiere al número de visitas realizadas como al tiempo pasado en la página.

Tiempo medio dedicado por los usuarios a cada web desde el smartphone

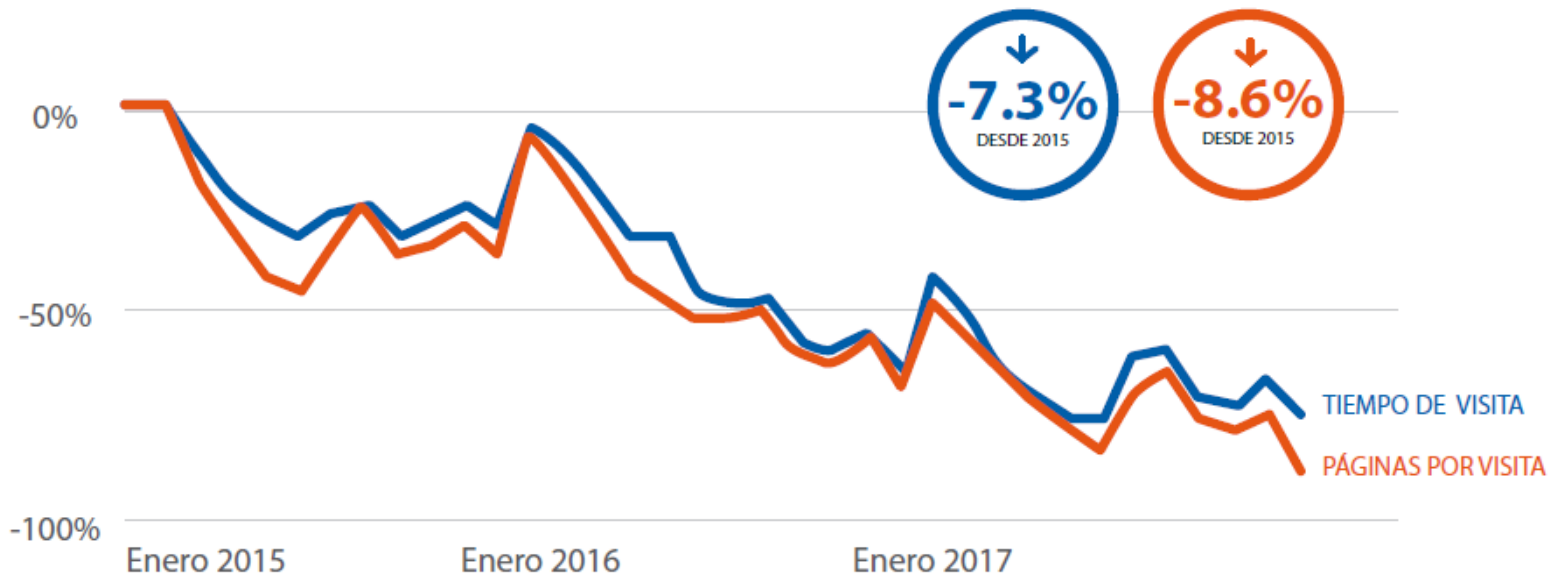


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Adobe Digital Insights



6. Hábitos de consumo mobile

En España

En 2017, el número de dispositivos conectados por persona ha crecido en más de un punto desde 2012, situándose en un 3,2 en 2017. Uno de ellos es sin duda un Smartphone ya que en el mismo año, el **95% de los usuarios de smartphone en España tenía contratada una tarifa de conexión a internet.**

Media de dispositivos conectados por persona

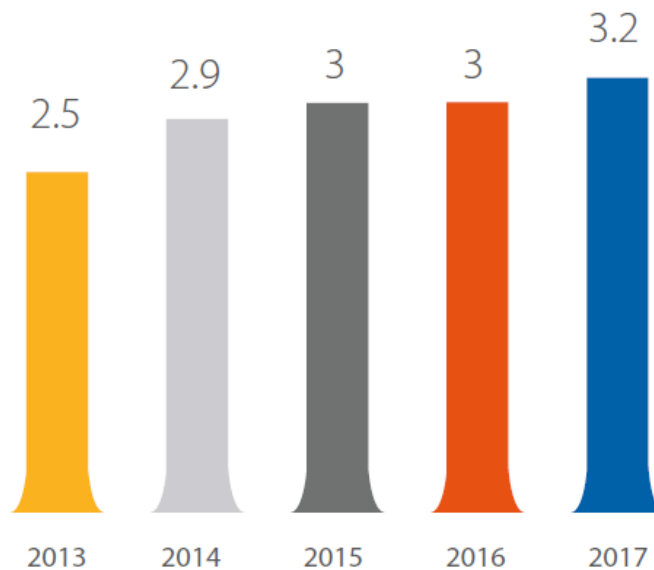


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de The Consumer Barometer



6. Hábitos de consumo mobile

España continúa teniendo un hueco en la lista de los países **con más usuarios 'solo móvil' del mundo**, encabezada por India (70%) e Indonesia (67%).

En 2017 **el 32% de la población española es 'solo móvil'** (un 5% más que en 2016) y más del 50% multiplataforma.

Usuarios 'solo móvil'

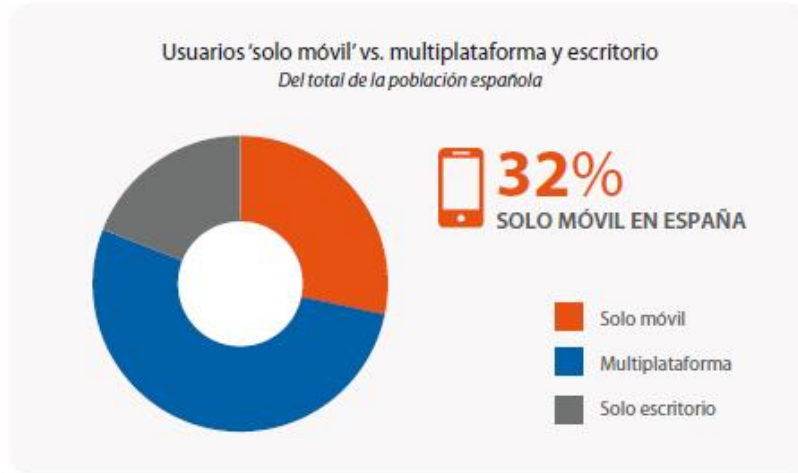


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Comscore

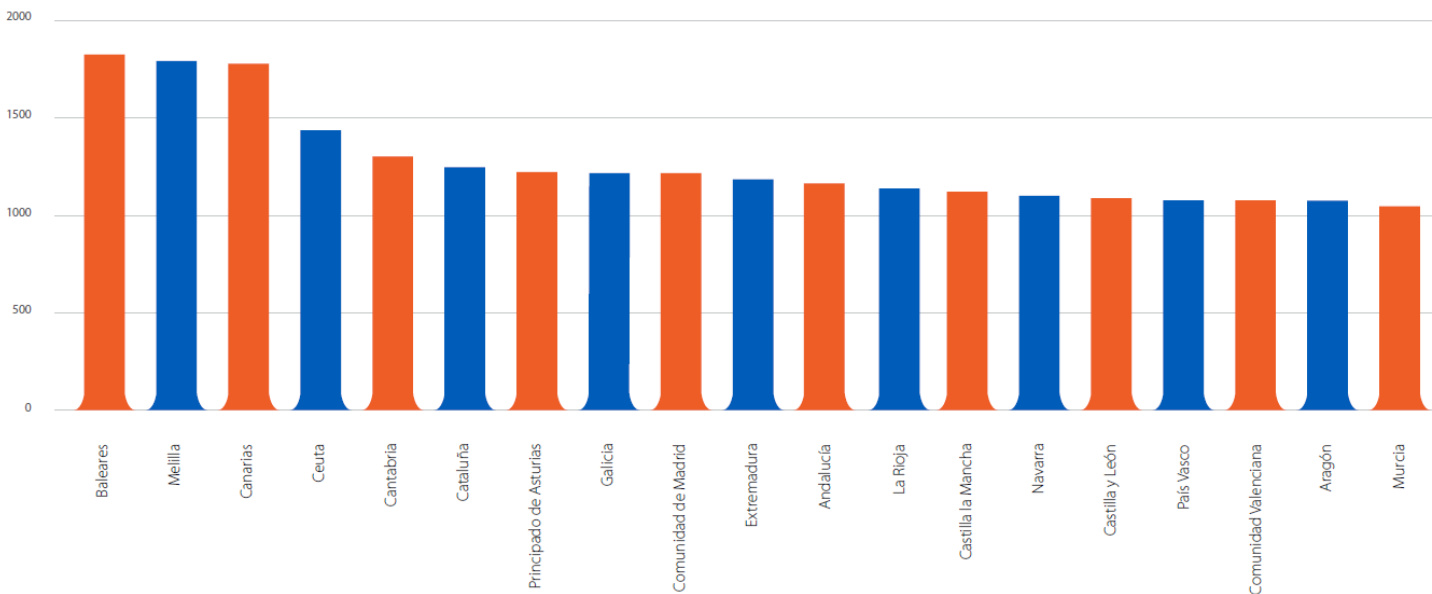


6. Hábitos de consumo mobile

Debido al aumento en el uso del móvil para navegar por internet, trabajar, participar en redes sociales o ver vídeos y televisión por internet, todas las comunidades autónomas españolas han registrado **en 2017 un consumo de datos por encima de 1GB de mensuales de media**, cuando en 2016 solo dos comunidades superaban esta barrera. Baleares lidera el ranking con más de 1,8GB al mes.

Por perfiles, los hombres siguen consumiendo más datos que las mujeres, y por franja de edad, el consumo de datos más alto se registra en la franja de edad entre los 15 y 20 años con una media de 1.766MB (más de 500MB mensuales por encima del consumo de 2016).

Consumo de MB por Comunidad Autónoma





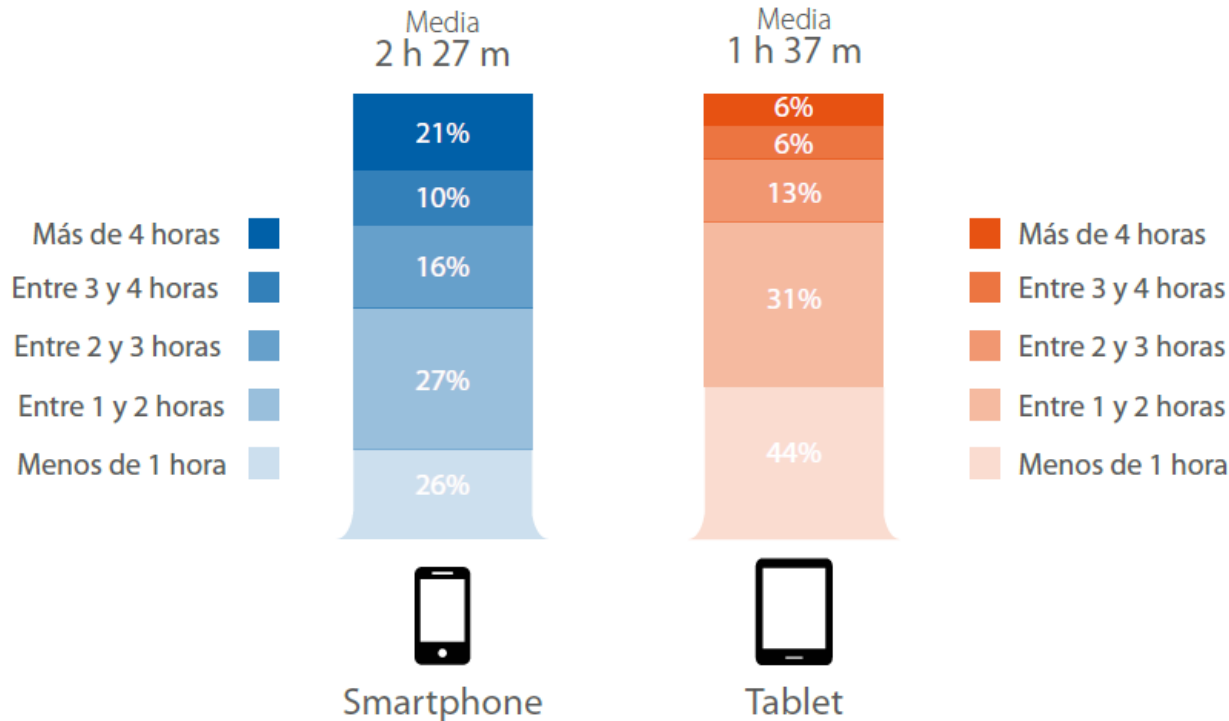
6. Hábitos de consumo mobile

Respecto al año pasado, **el tiempo de uso medio diario del móvil en España desciende 7 minutos.**

Por otro lado, **un 49% de los jóvenes entre 18 y 24 años** hace un uso intensivo del smartphone que supera las **4 horas diarias.** En el otro extremo, **un 54% de los mayores de 65 años** se conecta mediante el smartphone **menos de una hora.**

El tiempo de uso de la Tablet para conectarse a internet desciende ligeramente.

Tiempo de conexión diario





6. Hábitos de consumo mobile

El **smartphone es el dispositivo principal en España** para realizar muchas actividades diarias, como la mensajería instantánea o ver vídeos online. El 32% de los usuarios utiliza el móvil mientras realiza otra actividad de forma habitual, de entre los que el 51% de ellos son jóvenes entre 18 y 24 años. **El 87% de los usuarios utiliza su móvil mientras ve la televisión**, lo que supone un aumento de 6 puntos porcentuales respecto a 2016. Las principales actividades realizadas como **"second screen"** son chatear (58%), consultar el correo electrónico (55%) o utilizar las redes sociales (52%).

Viendo las actividades realizadas en España por dispositivo en 2017, el móvil gana al ordenador en todas las categorías, siendo destacable que se ha convertido en **la opción preferida de los usuarios para realizar sus búsquedas (60%)**, utilizar las redes sociales, jugar a juegos, ver vídeos y buscar información sobre productos. Los españoles que utilizaron el móvil para esta última actividad ascienden al 38% frente al 26% registrado en 2016.

*Actividades realizadas online en España por dispositivo
% del total de la población*



6. Hábitos de consumo mobile

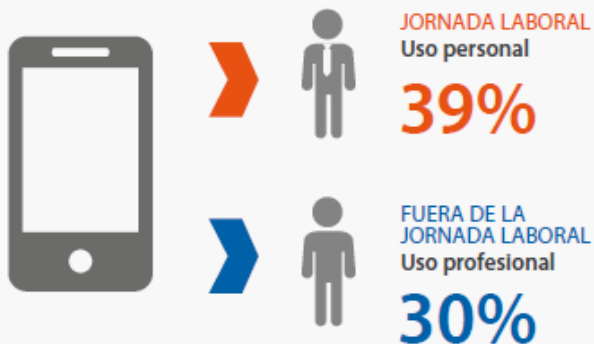
¿Dónde y cómo lo usamos?

Los españoles usamos el móvil durante todo el día, de hecho, **un 46% de los consumidores cree que utiliza demasiado el móvil** durante todo el tiempo, pero el lugar donde más lo utilizamos es en casa (un 80%).

Es destacable resaltar que el móvil nos hace confundir los límites entre lo laboral y lo personal. Un 39% de los españoles utiliza el móvil para temas personales durante el trabajo mientras que un 30% lo utiliza para trabajar cuando está fuera de la jornada laboral.

Uso del smartphone en actividades diarias

Uso del teléfono móvil dentro y fuera de la jornada laboral



Tiempo/ubicación donde usan demasiado el teléfono móvil





6. Hábitos de consumo mobile

Los españoles cada vez empezamos antes a usar el móvil

A finales de 2017, **el 88,8% de los niños de 10 años accedía a internet**, aunque en el caso del móvil no es hasta los 13 años cuando su uso se extiende.

En cuanto a sexo, las niñas con un 70% frente a un 68,2% de los chicos, son más móviles.

Edades a las que se adquiere el primer móvil en España

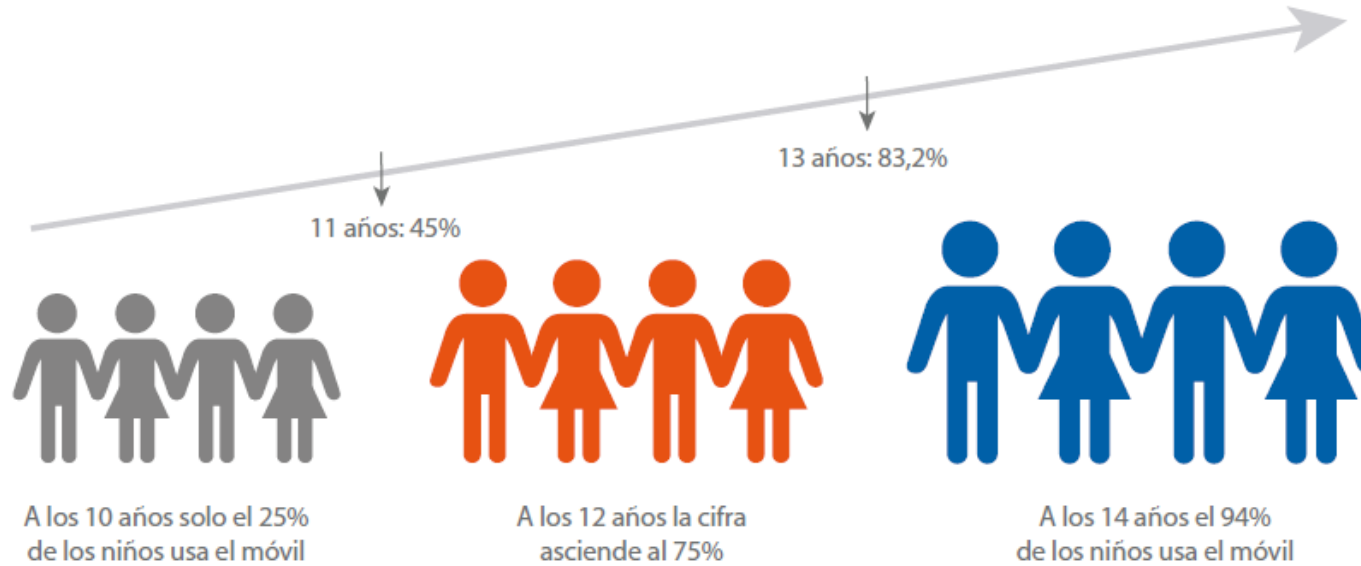


Gráfico elaborado por Ditrendia a partir de datos de Total Retail



6. Hábitos de consumo mobile

¿Somos realmente adictos al móvil?

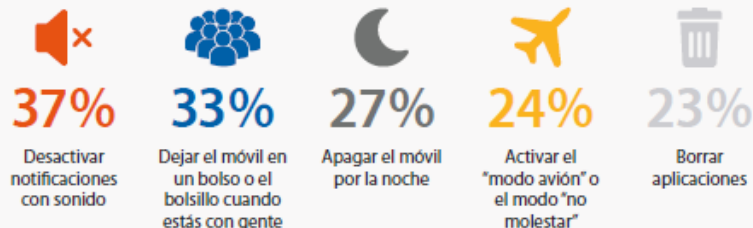
Nomofobia, mobilfilia o phubbing son términos cada vez más extendidos. El uso descontrolado de los dispositivos móviles ha llevado a que uno de cada cuatro jóvenes revise las notificaciones de sus redes sociales en mitad de la noche, lo que parece indicar que sí nos estamos convirtiendo en una sociedad adicta al móvil.

De ahí que **un 41% de la población española esté tomando medidas para limitar su uso del smartphone** para lo que pone en marcha acciones como desactivar las notificaciones con sonido (37%), dejar el teléfono en el bolso / bolsillo cuando está con gente (33%) o apagarlo durante la noche (27%).

Parece irónico, pero esto está derivando en que aparezca una **nueva categoría de aplicaciones enfocadas a controlar este uso desmesurado de los smartphones**, que controlan el tiempo, elaboran programas de uso o envían notificaciones solicitando apagar el dispositivo cuando se ha excedido su tiempo de uso.

Uso del smartphone en actividades diarias En España

Top 5 medidas para limitar el uso del teléfono móvil



¿Se limita el uso del móvil?



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Deloitte

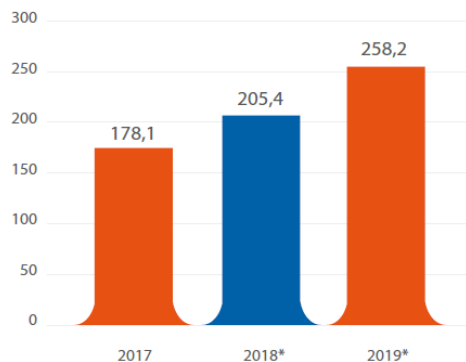
7. Uso de las Apps

En 2018 se cumplen 10 años desde que llegó al mercado la primera aplicación móvil y desde entonces las hemos ido utilizando cada vez más para nuestras tareas diarias hasta suponer **en 2017 más del 80% del tiempo que dedicamos al uso del móvil en el mundo**.

En 2017 se descargaron 178,1 miles de millones de aplicaciones móviles y se espera que en 2022 la cifra ascienda a 258,2 miles de millones de descargas. De hecho un smartphone tiene de media 80 aplicaciones instaladas, de las cuales solo se usan mensualmente la mitad. Aún así, **dedicamos 7 veces más tiempo a las aplicaciones que a los navegadores móviles** (la media se sitúa en 2 horas diarias).

El **crecimiento** interanual del **número de sesiones** en el mundo en 2017 se fija en un **6%**.

Evolución de las descargas de aplicaciones a nivel mundial
Descargas anuales en miles de millones



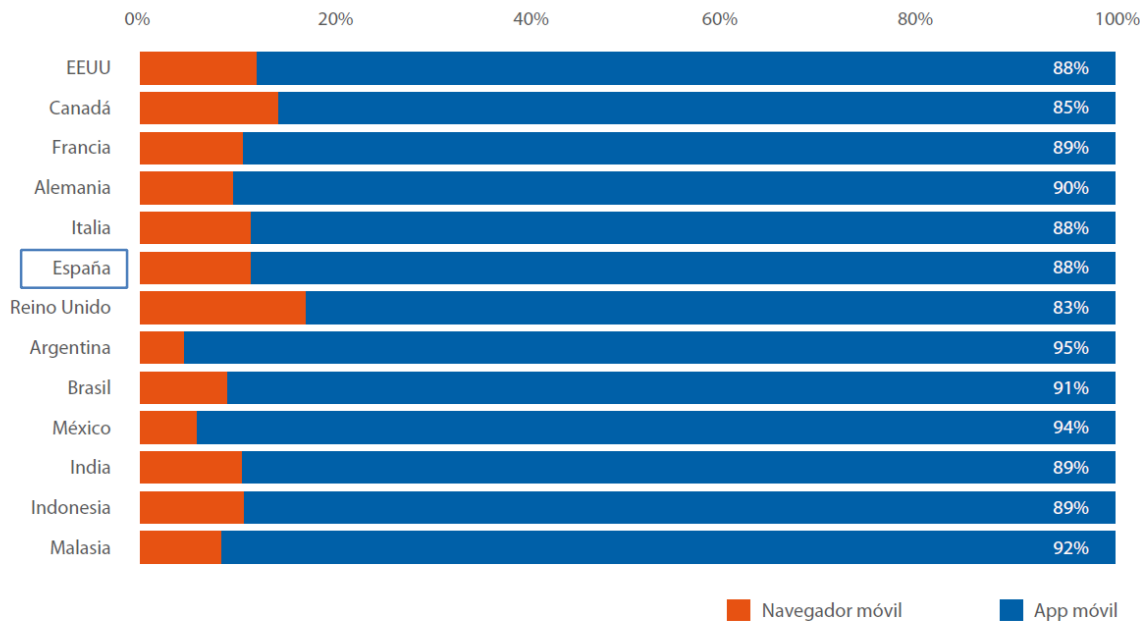


7. Uso de Apps

Si analizamos el tiempo dedicado a las Apps frente a los navegadores en el mundo observamos que una media de **casi el 90% de los minutos móviles de los usuarios se dedican a las aplicaciones**. Poco más del 10% del tiempo que pasamos en el teléfono lo dedicamos al navegador.

Reino Unido es aun el país que más tiempo dedica al navegador (17%) y Argentina el que menos (5%). El tiempo de las Apps en **España alcanza ya el 88% de sus minutos vs. Navegador**.

Participación de minutos móviles totales por navegador/aplicación

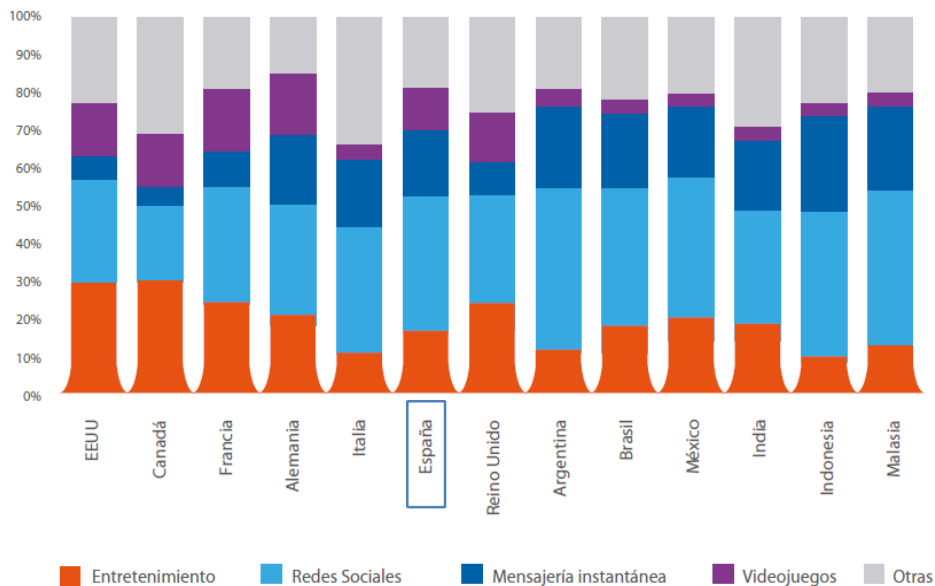




7. Uso de Apps

Existen infinitos tipos de aplicaciones disponibles pero finalmente los usuarios dedican la mayor parte de su tiempo (dos tercios) a cuatro categorías. **Las redes sociales son las que mayor promedio de participación tienen** en todos los mercados, siendo Facebook quien lidera el ranking de aplicaciones más utilizadas en el mundo seguido de WhatsApp.

Participación por categoría en los minutos totales en aplicaciones
En el mundo



Ranking mundial de aplicaciones móviles por usuarios activos mensualmente

	NOMBRE APP	DESARROLLADOR / COMPAÑÍA
01	FACEBOOK	FACEBOOK
02	WHATSAPP MESSENGER	FACEBOOK
03	WECHAT	TENCENT
04	FACEBOOK MESSENGER	FACEBOOK
05	QQ	TENCENT
06	INSTAGRAM	FACEBOOK
07	TAOBAO	AUBABA GROUP
08	ALIPAY	ANT FINANCIAL SERVICES GROUP
09	WIFI MASTER KEY	SHANGAI LANTERN NETWORK
10	TENCENT VIDEO	TENCEN

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Comscore



7. Uso de Apps

Por categorías, las aplicaciones de **compras, con un crecimiento interanual del 54%** en el número de sesiones que realizan los consumidores son las más crecen en el mundo, frente a las de estilo de vida o juegos, que descienden considerablemente.

Crecimiento interanual del uso de las apps

Sesiones

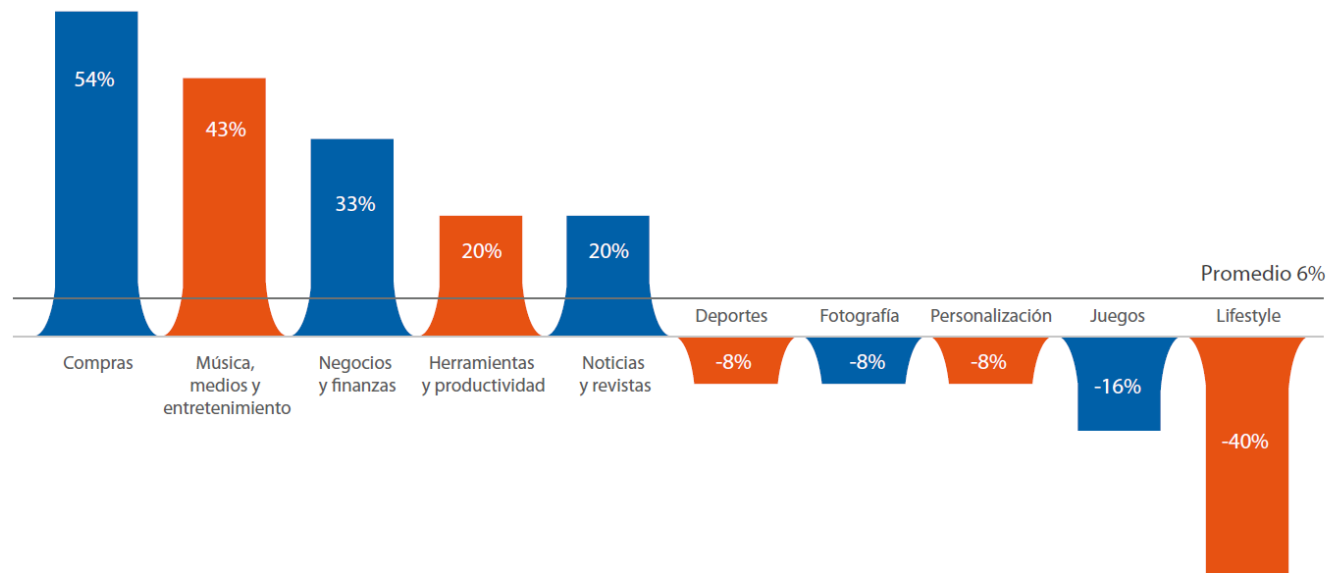


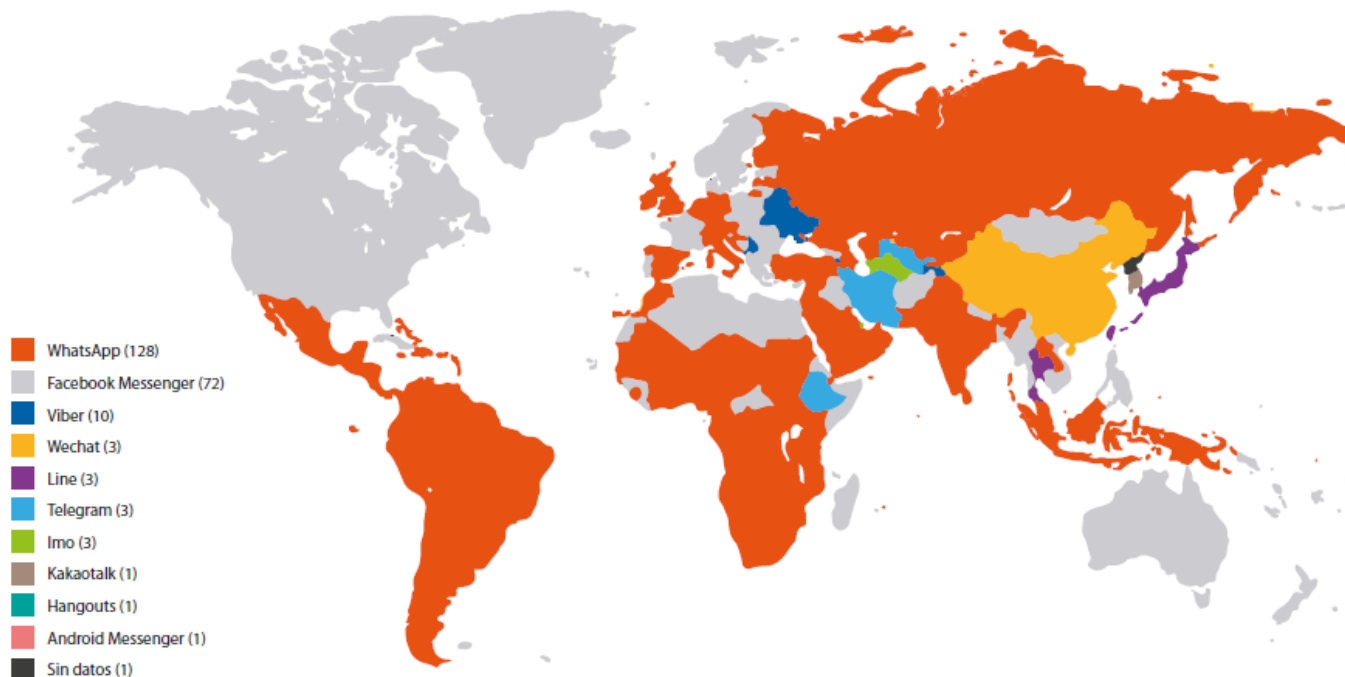
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Flurry Analytics



7. Uso de Apps

Las **aplicaciones de mensajería** son la segunda categoría más utilizada en el móvil por los usuarios. **WhatsApp** lidera en penetración en número de países teniendo presencia en 128 y superando los 1.500 millones de usuarios activos. Un usuario medio del mundo dedica cada día 35,15 minutos al día a chatear en la aplicación, sin embargo, **un español emplea 64,35 minutos diarios**. En España, el día de la semana con menos actividad en WhatsApp es el sábado. La hora punta en España son las 22h.

*Top 10 penetración de aplicaciones de mensajería por países
Entre paréntesis el número de países en los que esa aplicación lidera el mercado*



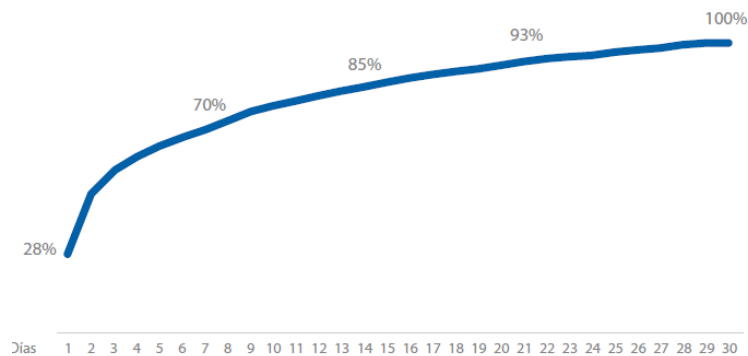


Aplicaciones desinstaladas

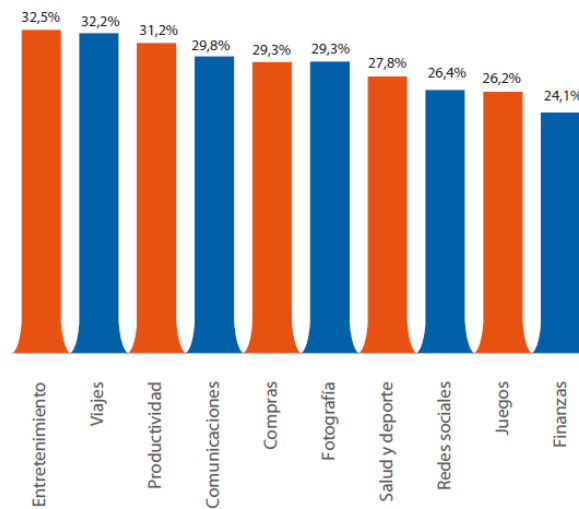
Para los creadores de aplicaciones, conseguir que un usuario descargue su aplicación es un reto, pero más aún lo es que vuelvan a ella para utilizarla y no terminen por eliminarla o por olvidarse de que la tienen. **El 28% de las aplicaciones que se instalan en el mundo son eliminadas en los 30 días siguientes a su descarga.** Y 3 de cada 10 consumidores que desinstala una aplicación lo hace en las 24h siguientes a descargarla.

Las Apps de entretenimiento son las más eliminadas y las de finanzas, las que menos.

Cuánto tiempo pasa desde que los usuarios descargan la app hasta que la desinstalan



Porcentaje de aplicaciones desinstaladas por categoría



Gráficos elaborados por ditrendia a partir de datos de Appsflyer



7. Uso de Apps

Los usuarios pasan casi **la mitad del tiempo que dedican al móvil utilizando una única aplicación favorita**. Y más de un 95% de sus minutos móviles los reparten entre sus 10 aplicaciones top. Hay una estrecha relación entre las aplicaciones que los usuarios consideran esenciales y las que colocan en la página de inicio de su teléfono móvil. Para, más del 35% de los usuarios mundiales, Facebook es la aplicación más esencial.

Aplicaciones esenciales vs. pantalla de inicio

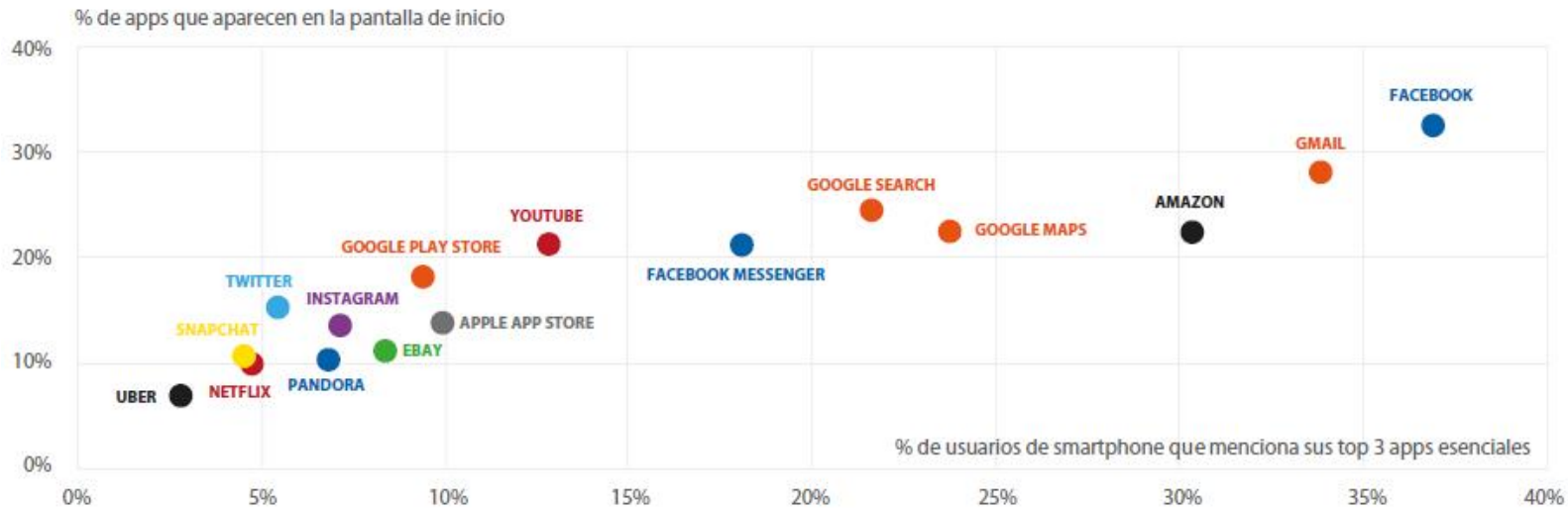


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Comscore



7. Uso de Apps

En España

El número de españoles que utilizan activamente aplicaciones móviles asciende ya a **22 millones de usuarios**.

El tiempo dedicado a ellas también ha aumentado. Un tercio de los españoles dedica 20h semanales a navegar por aplicaciones móviles y el 13% hasta 5 horas semanales.

La media de minutos en España por visitante de Apps se encuentra en 3.248 minutos semanales (7,7h semanales).

Uso semanal de aplicaciones móviles

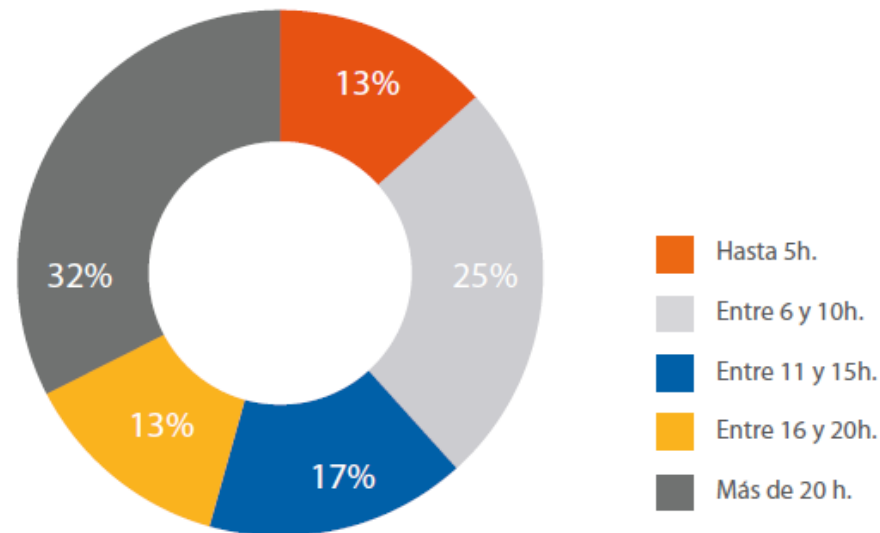


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Privalia

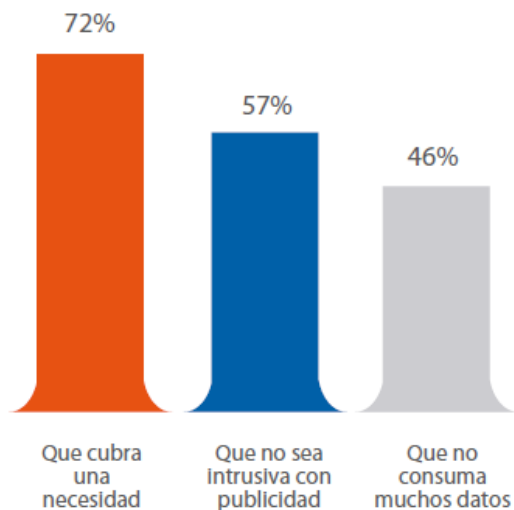


7. Uso de Apps

Cada día se descargan en España 4 millones de aplicaciones y el **82% de los españoles solo descarga aplicaciones gratuitas**

Lo que más valoramos los españoles en una aplicación es que cubra una necesidad (72%). Y si deja de cubrirla no tenemos problema en desinstalarla en cuanto nos estorbe. El 79% de los españoles asegura que solo mantiene las aplicaciones que realmente necesita frente a un 14% que dice conservar todas las que se descarga. Los principales motivos que nos mueven a borrar aplicaciones son los fallos en su funcionamiento (64%) y la falta de uso (60%).

¿Qué valoramos en las aplicaciones?



¿Por qué las borramos?

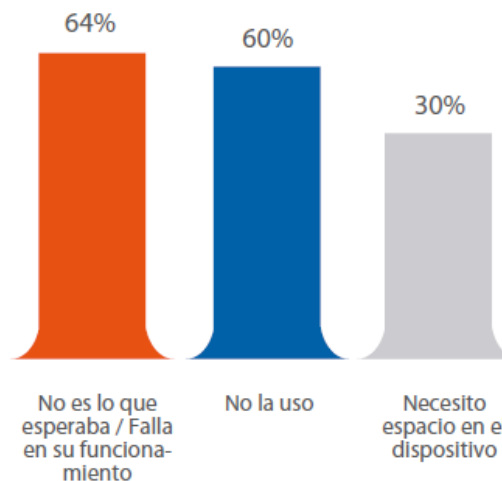


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Privalia



7. Uso de Apps

El 80% de los jóvenes españoles de entre 18 y 24 años utiliza aplicaciones de mensajería instantánea, un 74% las de redes sociales y un 69% las relacionadas con música y audio. Por su parte, un 76% de los españoles de entre 45 y 65 años utiliza aplicaciones que ofrecen herramientas (despertador, notas, el tiempo, etc.).

Las aplicaciones más utilizadas en España son WhatsApp (96%), seguida del email personal (89%) y del email profesional (68%).

Tipos de apps más utilizadas en España

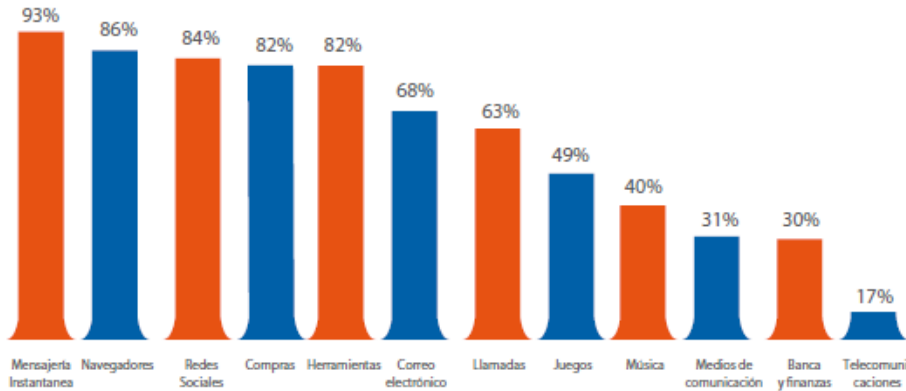


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

Ranking de aplicaciones móviles por usuarios activos mensualmente en España

RANKING	NOMBRE APP	DESARROLLADOR / COMPAÑÍA
02	WHATSAPP MESSENGER	FACEBOOK
01	FACEBOOK	FACEBOOK
06	INSTAGRAM	FACEBOOK
04	FACEBOOK MESSENGER	FACEBOOK
03	TWITTER	TWITTER
05	SPOTIFY	SPOTIFY
07	WALLAPOP	WALLAPOP
08	AMAZON	AMAZON
09	SHAZAM	SHAZAM ENTRETAINMENT
10	DROPBOX	DROPBOX

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are Social



7. Uso de Apps

Tendencias

Gastaremos más en Apps de pago: En 2018 se espera **que los usuarios se gasten un 30% más en aplicaciones** de nivel mundial de lo que lo hicieron en 2017, superando los 110 miles de millones de dólares a nivel global.

La irrupción de las 'Progressive Web Apps' (PWA) va a cambiar el modo en el que usamos las Apps: se trata una tecnología que combina lo mejor de la web y lo mejor de las Apps, ya que hace que una web funcione como una app (cuentan con icono en escritorio, envían notificaciones relevantes y ofrecen experiencia de pantalla completa) pero no requieren descarga ni conexión.

Actualmente ya hay empresas que han optado por desarrollar PWA como:

- ▶▶ **AliExpress:** el gigante asiático del ecommerce ya cuenta con su PWA y es una de las más completas en cuanto a funcionalidad.
- ▶▶ **Telegram:** el principal rival de WhatsApp. Su PWA no tiene mucho que envidiar a su app nativa: tiene todo lo que necesitas para hablar con tus contactos.
- ▶▶ **Twitter:** su versión Lite es una PWA y está diseñada para smartphones con recursos limitados. Su velocidad de carga es de menos de 5 segundos en conexiones de 3G en la mayoría de dispositivos.
- ▶▶ **Lancome:** desde el lanzamiento de su versión PWA, las ventas móviles se incrementaron un 16% de un año a otro y la velocidad de carga se incrementó un 50%.
- ▶▶ **Forbes:** la página principal de su versión PWA se carga en apenas 0,8 segundos.

Al adaptarse a cada dispositivo y facilitar el uso, generan un mejor engagement y mejoran la experiencia de usuario.





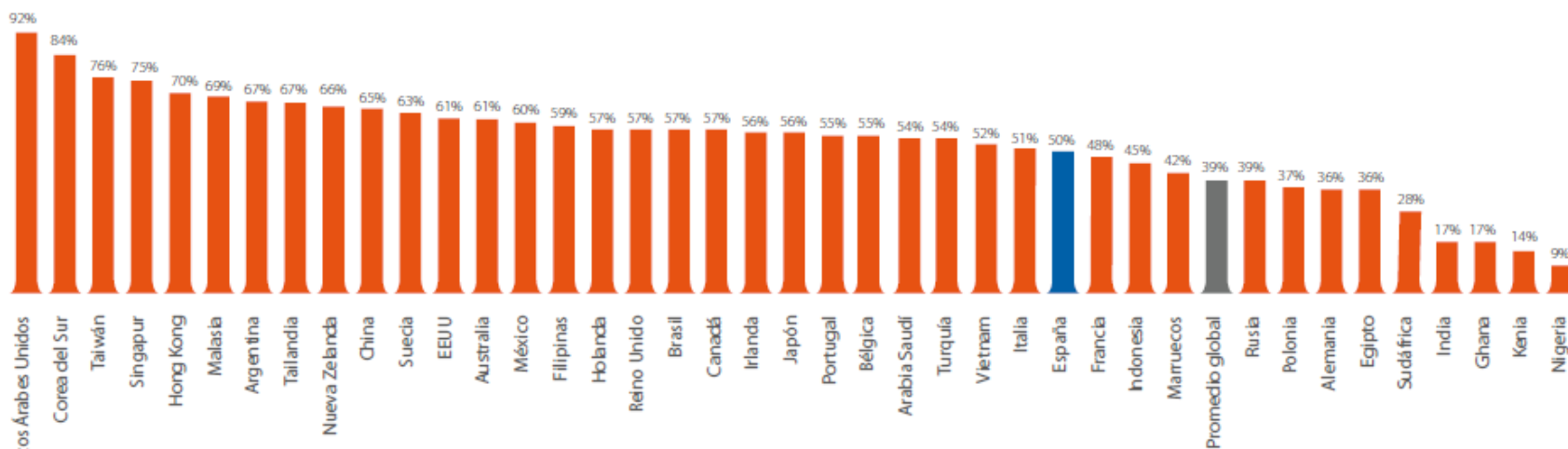
8. Mobile y redes sociales

En el Mundo

Más de 2,9 mil millones de personas acceden habitualmente a las redes sociales desde su smartphone, lo que supone el **39% del total de la población mundial**, y un aumento del 52% respecto al año pasado.

Por países, los Emiratos Árabes Unidos (92%) o Corea del Sur (84%) encabezan el ranking de mundial. España se sitúan en el lugar 28 del ranking de penetración, con un 50%.

Penetración de redes sociales móviles en el mundo





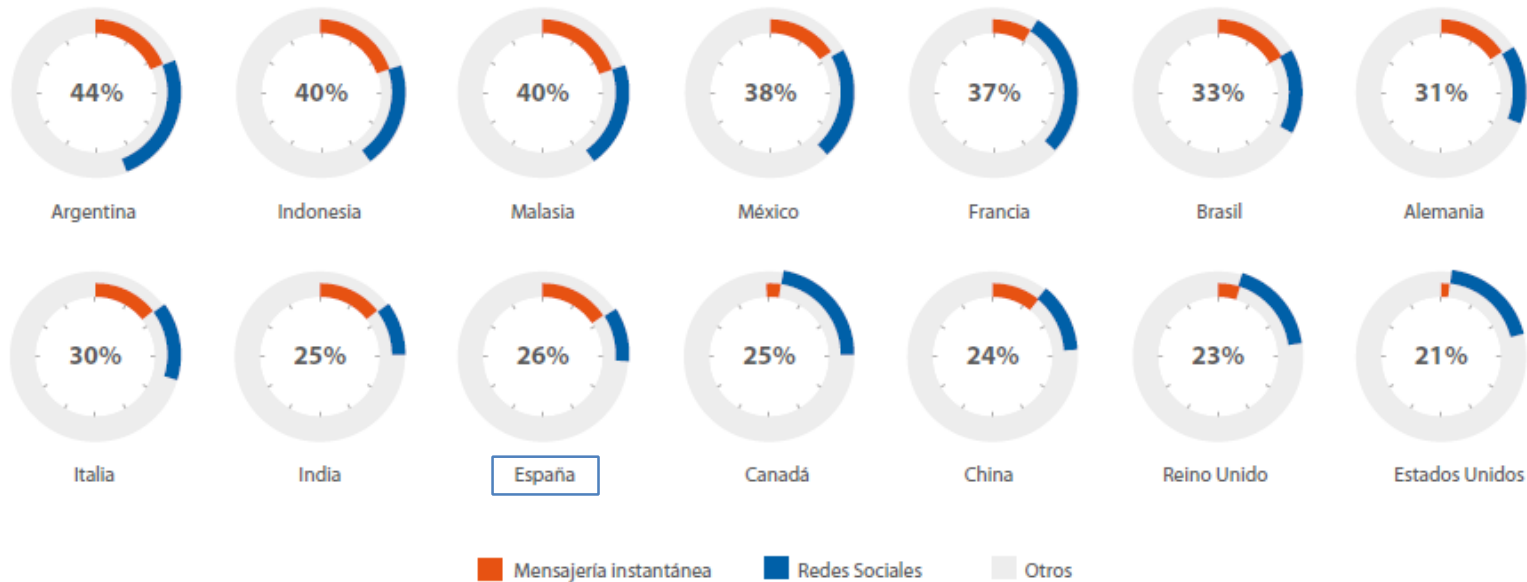
8. Mobile y redes sociales

Facebook mantiene su liderazgo como la red social que más usuarios tiene del mundo y a la que más tiempo dedican en cualquier dispositivo. **El 95,1% de sus usuarios activos (2,055 millones) accede desde su teléfono móvil o Tablet.**

Y sumando su penetración con la de Instagram (propiedad también de Facebook), es el rey indiscutible del mercado de las redes sociales.

Instagram ha duplicado sus usuarios en un año y ya cuenta con más de 800 millones de usuarios, en su mayoría jóvenes entre 18 y 34 años.

Tiempo que los usuarios móviles dedican a las redes sociales y mensajería





8. Mobile y redes sociales

Los países en los que la aplicación de Facebook tiene mayor alcance (red social principal en todos los países) son Canadá, Estados Unidos, Francia y Reino Unido. **España se sitúa con un 40%.**

Compañías telefónicas de muchos países han instaurado ya las ‘tarifas planas de redes sociales’, que no consumen datos de los contratados en la tarifa de internet y permiten navegar sin límites en las principales aplicaciones de redes sociales. En España, Vodafone cuenta con tarifas de este tipo.

Alcance de las dos principales aplicaciones de redes sociales por países

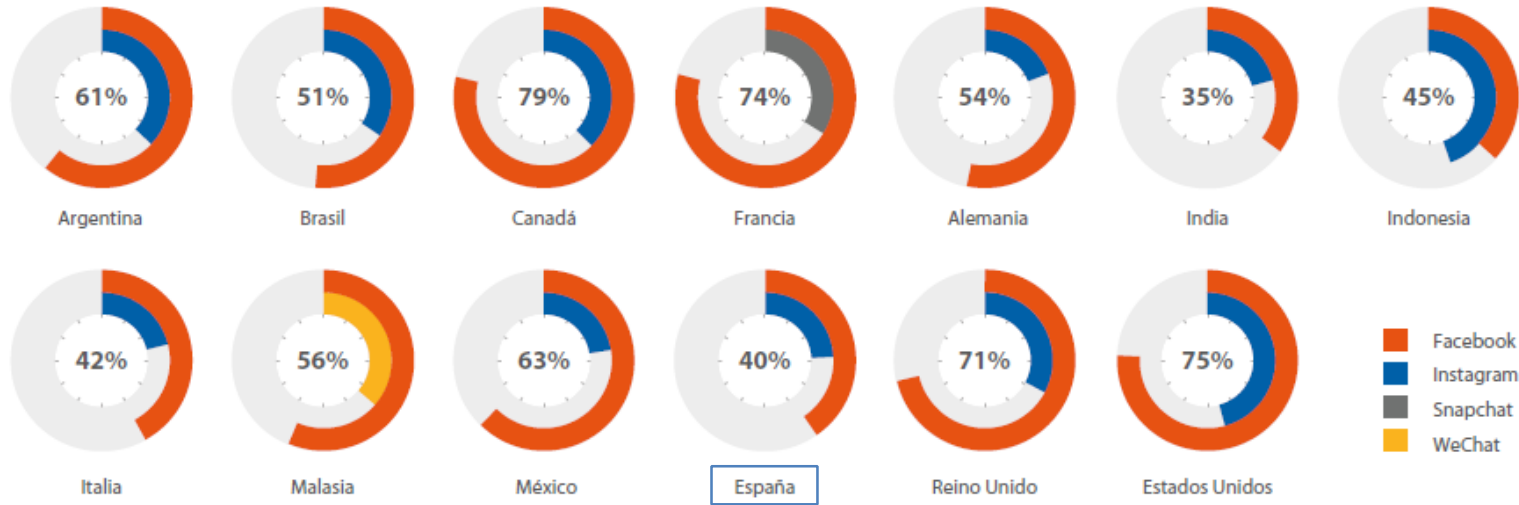


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Comscore



8. Mobile y redes sociales

En España

En España **hay 23 millones de usuarios móviles de redes sociales**. El 95% de los españoles se conecta desde su teléfono, frente al ordenador (91%) o la Tablet (48%).

La red social con más usuarios en España continúa siendo Facebook (si no contamos a WhatsApp por considerarla aplicación de mensajería instantánea). **Facebook cuenta con 27 millones de usuarios activos en España**, de los cuales un 85% accede con su smartphone.

Instagram tiene ya en España 13 millones de usuarios, en su mayoría menores de 39 años (65%).

Situación redes sociales móviles en España





8. Mobile y redes sociales

En España dedicamos más tiempo a chatear con nuestros contactos que a cualquier otro tipo de actividad.

La media de minutos por usuario dedicados a los juegos se fija en 2017 en más de 500 minutos mensuales, frente a los 480 minutos mensuales que dedicaría un usuario a las redes sociales.

Tiempo que los usuarios españoles dedican en el móvil a redes sociales vs otras categorías

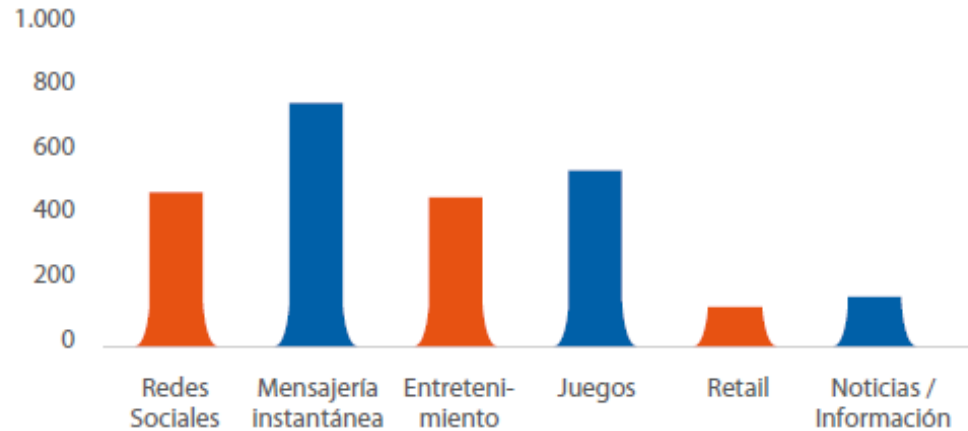


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Comscore



8. Mobile y redes sociales

Algunos datos de interés



El **vídeo** se está posicionando como el formato de contenido dominante en las redes sociales.



El **consumo pasivo de contenidos ha aumentado**. El 60% de los usuarios de internet busca entretenerse cuando accede a las aplicaciones de redes sociales.



Las **búsquedas en Instagram para realizar alguna compra por internet han aumentado** un 13% en 2017.

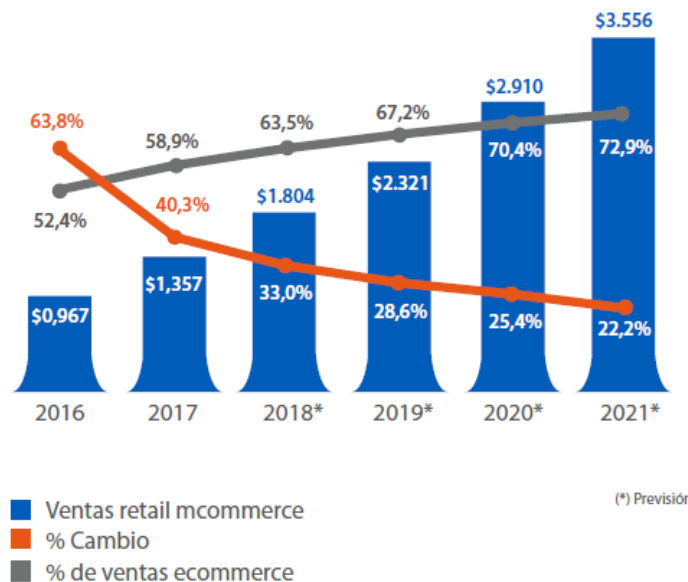


La **hora más frecuente de conexión a las redes sociales desde el móvil** es entre las 20:30 y las 00:30h.



9. Mobile commerce

Tendencia ventas retail a través de mobile commerce en el mundo
Millones de millones, % de cambio y % de ventas ecommerce



En el Mundo

Las ventas online en todo el mundo alcanzaron los **2.304 mil millones de dólares** en 2017, lo que supone **un aumento del 24,8%** con respecto al año anterior.

De estas ventas, un total de **\$1,35 mil millones, se realizaron a través del móvil.**

Esto implica que **un 58,9% de las ventas digitales totales ya se realizan a través de mobile**, una tendencia que continuará en aumento y llegará a su auge conforme los nativos digitales vayan madurando como consumidores, llegando a suponer un 72,9% en 2021.

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de eMarketer



9. Mobile commerce

Crecimientos dispares según los países

Todas las regiones han experimentado un gran crecimiento en este sentido, siendo **Asia-Pacífico** la región que se sitúa a la cabeza pasando de un 70.3% en 2016 a un 76.1% en 2017.

En Europa, por su parte, el porcentaje de ventas a través del móvil ha crecido algo más de cuatro puntos, alcanzando un 35,4% en 2017 frente al 31,3% de 2016.

El porcentaje de tráfico comercial a través del móvil varía según el país. Mientras que en **Reino Unido** el 31.1% del tráfico comercial está en el móvil, esta cifra baja al 8% en **Polonia**. En **España** este porcentaje es del 29,1%.

Reparto tráfico móvil comercial por países

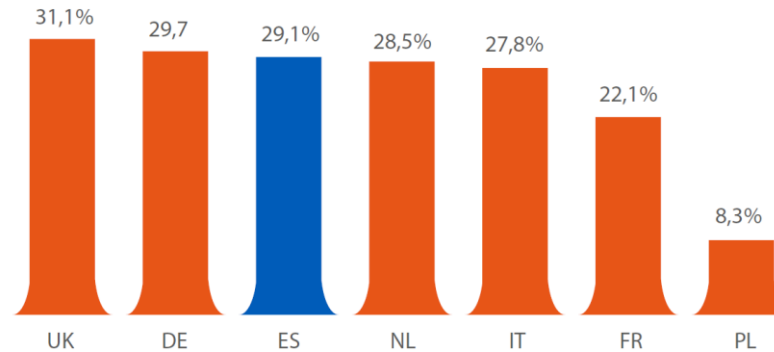


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Enterprise Europe Network

Esta tendencia europea choca, sin embargo, con la evolución de países como **Estados Unidos**, donde las ventas mobile están experimentando un inesperado descenso, pasando de suponer un 43% del total de las ventas online en 2016 a un 36% en 2017.



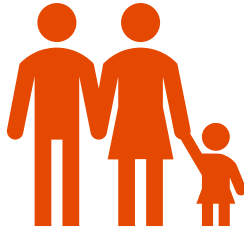
9. Mobile commerce

Los europeos cada vez **utilizan más el móvil para buscar y comprar productos**. Las transacciones realizadas desde el **móvil** crecieron un 28% entre el primer y el tercer trimestre de 2017.

No ocurre lo mismo con la Tablet. **Las ventas a través de Tablets disminuyeron en la región** un 19% en 2017 en relación con el año anterior. Pese a ello, Europa es la única región donde las compras a través de tablet siguen suponiendo **más del 10% del total de las transacciones** (con una cuota del 11%) frente al 7% de la media mundial o regiones como Latinoamérica donde solo suponen un 2% de las ventas).

¿Quién compra a través del móvil?

Todavía existe una **brecha generacional en los hábitos de compra móviles**. En Estados Unidos, por ejemplo, los Millennials (Entre 18-34 años) están a la vanguardia, siendo el 92% los que aseguran ya haber realizado alguna compra a través del Smartphone, frente a un 75% de los llamados Generación X (entre 35 y 54 años) y solo un 33% de los Baby Boomers (mayores de 55 años).



La presencia de niños en el hogar promueve la compra móvil: El 86% de los padres estadounidenses con niños menores de 18 años han comprado usando un dispositivo móvil en el último año, lo que los convierte en un perfil de consumidor a tener muy en cuenta en el entorno del mobile commerce.



9. Mobile commerce

En España, el futuro de las compras es móvil

En nuestro país, las compras a través de Smartphone siguen aumentando sin descanso. Frente a **una caída de las ventas a través de Tablets de un 5%** y un **descenso del 13% de las compras a través de un ordenador**, el **Smartphone** se afianza como dispositivo preferido para los españoles, con **un crecimiento interanual del 30%**.

Un 56% de los compradores online en España realizó compras a través del móvil en 2017, y un 90% está convencido de que en el futuro la mayoría de las compras serán mobile.

Crecimiento interanual de ventas mcommerce por dispositivo

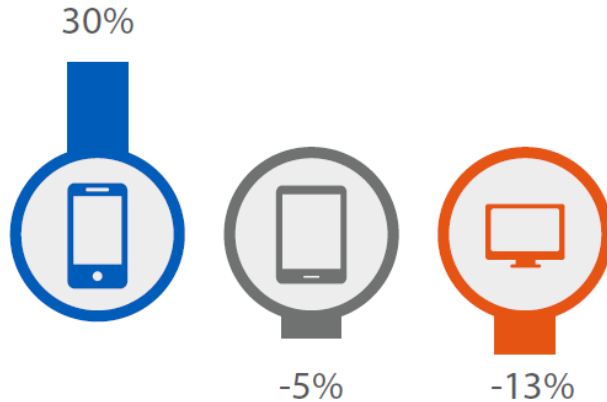


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Criteo

Porcentaje de usuarios que compran desde su móvil

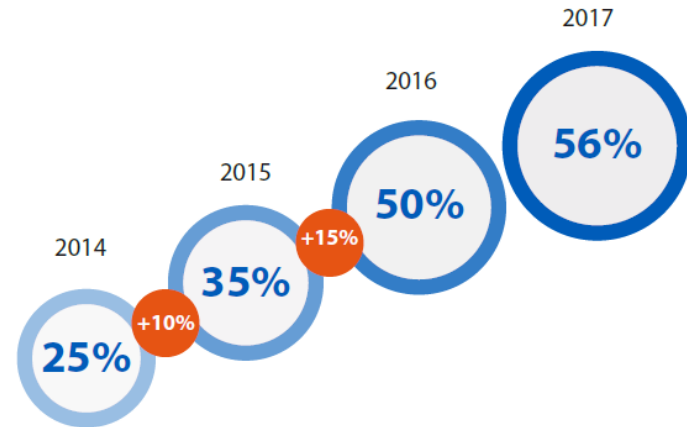


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Cetelem



9. Mobile commerce

Ventas en España por sectores

Este crecimiento generalizado se ha visto reflejado en todos los sectores, siendo los **productos de ocio** (entradas, libros o música) la categoría que más ha crecido, seguida de **moda y de turismo**.

¿Quién compra a través del móvil?

Por perfiles de comprador, **los jóvenes de entre 18 y 34 años prefieren artículos de moda** (51%) mientras que **los de 35 a 44 años compran más productos de ocio** (43%) y **viajes y transportes** (41%).

Top 3 compras a través del móvil por sectores

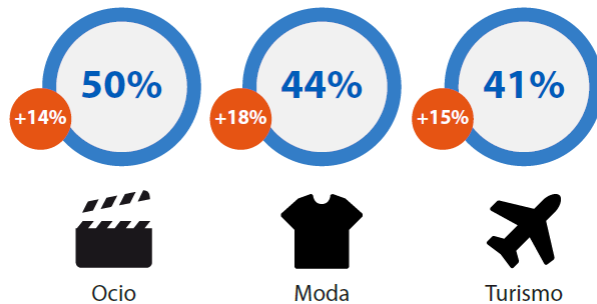


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Cetelem

Porcentaje de ventas a través del móvil en España por tipología de producto

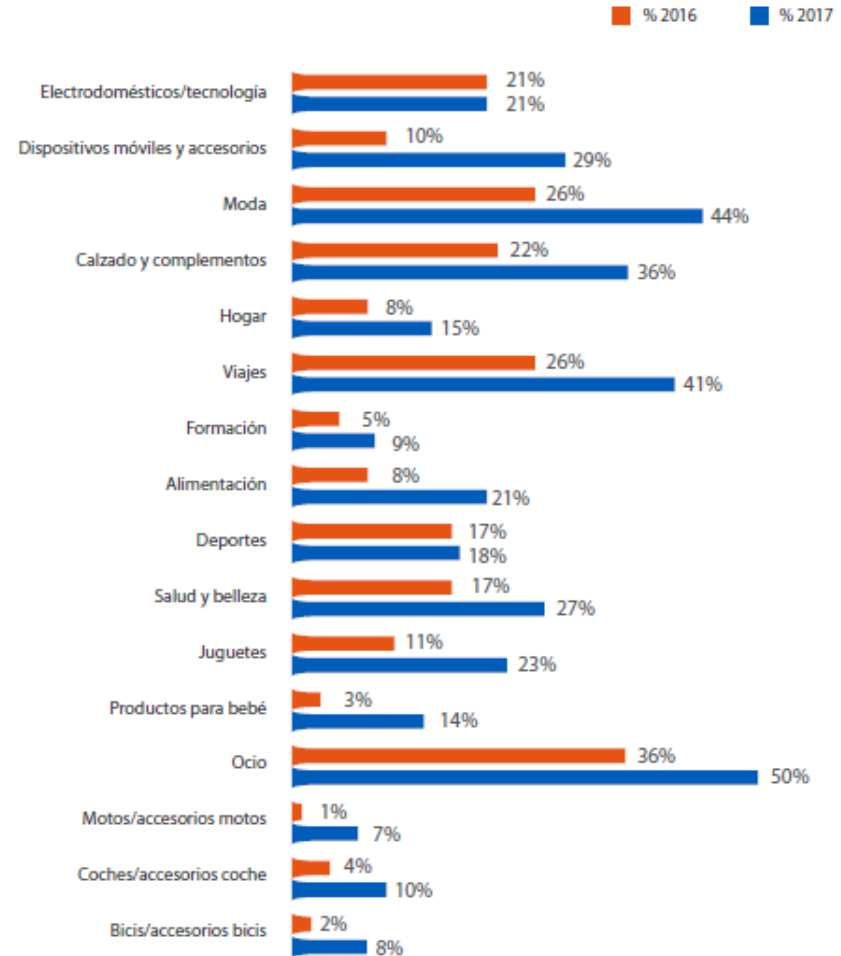


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Observatorio Cetelem



9. Mobile commerce

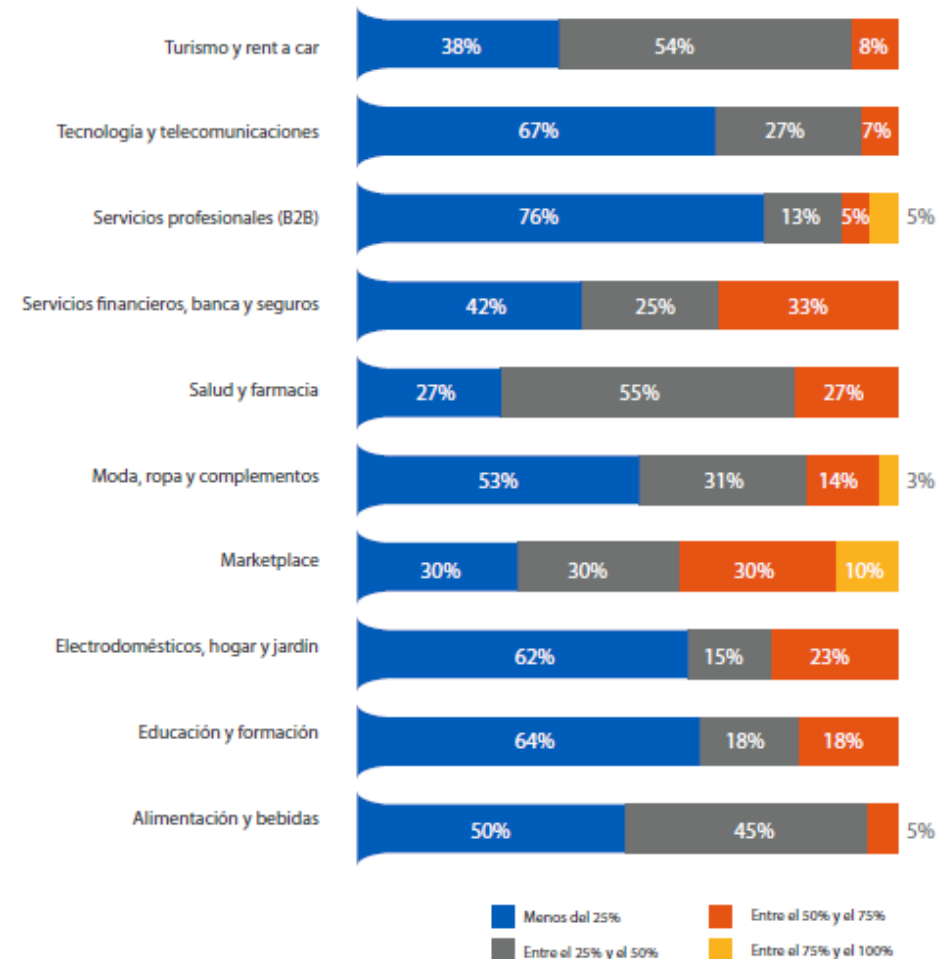
Si analizamos estos datos por sectores **aquellos en los que la compra precisa más tiempo o investigación**, como tecnología, electrodomésticos o educación, **son los que obtienen menos ventas en el entorno móvil.**

En el lado opuesto se encuentran productos más de impulso como los de turismo y rent a car.

En el **sector de los servicios financieros, banca y seguros**, un 33% de las empresas vende por canal móvil entre el 50 y el 75% de sus ventas.

En el caso de **sectores como la alimentación**, todavía el 50% de las empresas vende menos del 25% por canal móvil.

Distribución del porcentaje de empresas que vende por canal móvil
Por colores, porcentaje del total de sus ventas que se realiza desde el móvil





9. Mobile commerce

Los españoles optamos por comprar por el móvil por **la rapidez y la flexibilidad de horarios**, movidos principalmente por haber visto el producto en una app (23%), haberlo encontrado en las búsquedas de Google (20%) o haberlo visto antes en una tienda física (18%).

Para pagar estas compras en España un 56% de los compradores apuesta por **PayPal**, seguido de la **tarjeta de crédito y de débito**.

Nos gusta usar el móvil para comprar, por rápido y sin horarios

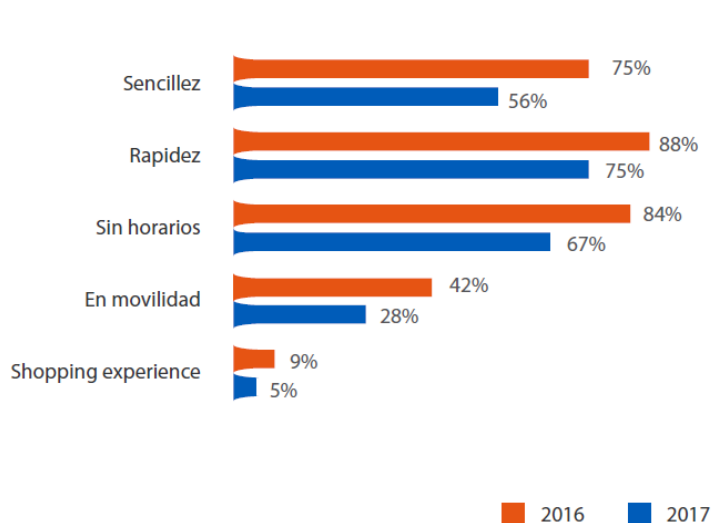


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Observatorio Cetelem

*¿Qué forma de pago utilizaste en tus compras a través de los dispositivos móviles?
% respuesta múltiple*

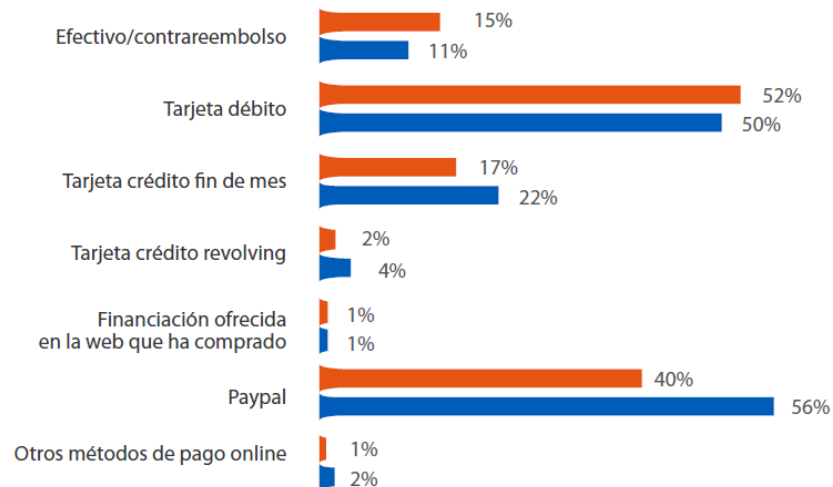


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Observatorio Cetelem

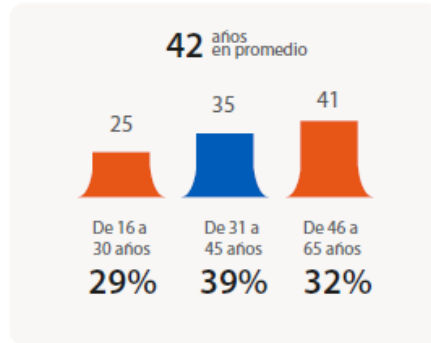


9. Mobile commerce

Aún quedan detractores

En España, **todavía hay quien se resiste a comprar desde el móvil, especialmente los consumidores adultos, mayores de 42 años**. Este perfil de consumidor prefiere el ordenador para realizar sus compras, aunque tampoco lo hace de una manera muy habitual (con una media de 1,9 compras al mes).

*¿Quiénes no compran a través del móvil? ¿Cómo son?
% del total de la población*





9. Mobile commerce

¿Cuándo y por qué dispositivo compramos?

El ordenador ha quedado relegado a la búsqueda y la compra de productos entre semana y en horario de trabajo, mientras que **la compra a través de Smartphones y Tablets se realiza principalmente en las primeras horas del día y de la noche y en fin de semana.**

Es curioso destacar que los miércoles a primera hora, los españoles utilizan muy a menudo el entorno mobile para realizar compras.

Ventas en España por tipo de dispositivo y hora del día

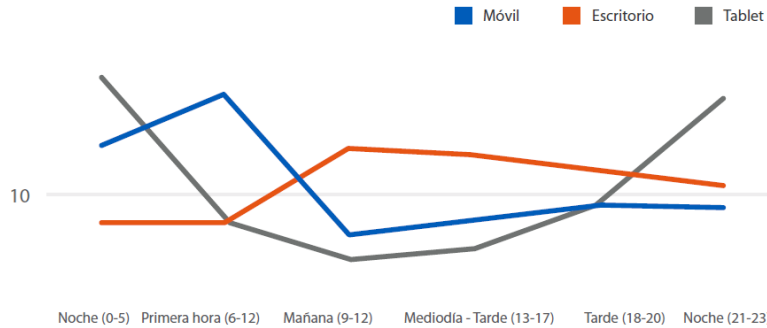


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Critico

ditrendia
digital marketing trends

Ventas en España por tipo de dispositivo y día de la semana

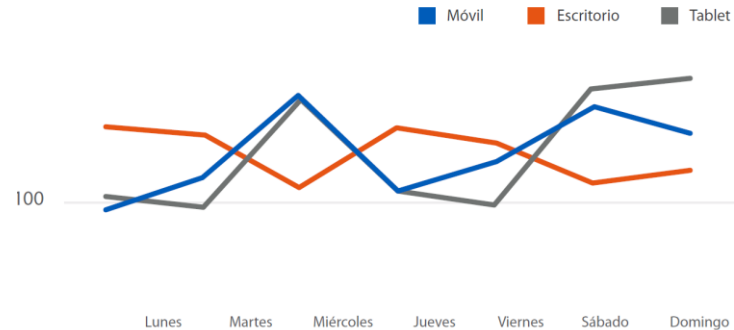


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Critico

ditrendia
digital marketing trends



9. Mobile commerce

¿Cómo compran?

Las Apps de compras ya registran el 66% de las compras móviles y generan una tasa de conversión 3 veces superior a la de las web móviles.

El reto de los e-commerce está ahora en conseguir destacar entre el gran número de Apps de compras existente.

En España, la tasa de conversión en las apps supera 3 veces a la tasa de conversión en web móvil, y supera en 4 puntos porcentuales a la de escritorio.

Tasa conversión app vs. Web mobile o escritorio

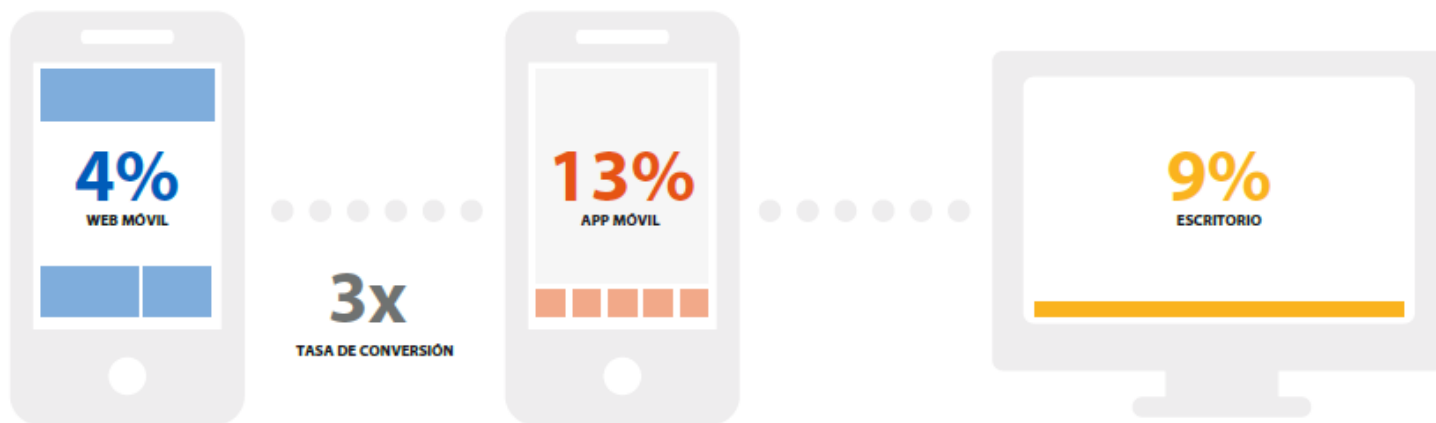


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Criteo



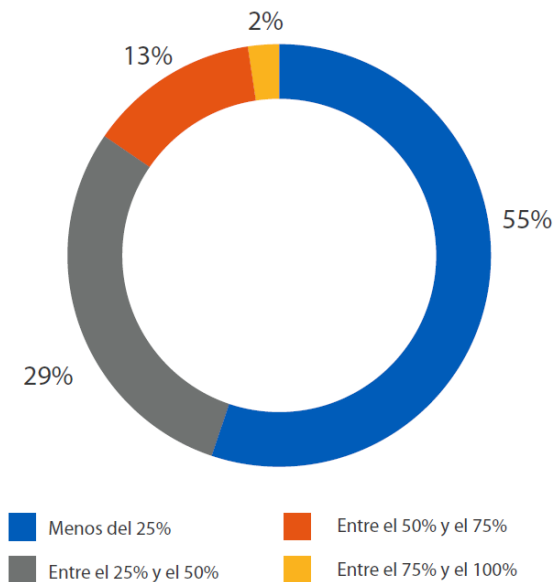
9. Mobile commerce

Los e-commerce conocen la importancia del Smartphone pero no terminan de despegar

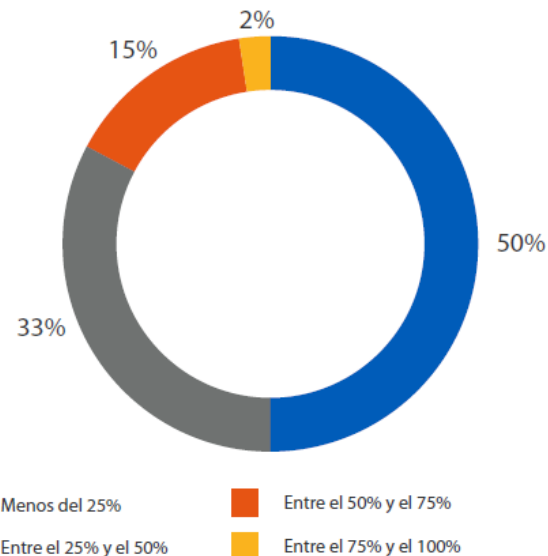
Las ventas a través del móvil **supusieron en 2017 todavía menos del 25% del total de las ventas** para más de la mitad de los e-commerce españoles. Sin embargo, en 2016 esta cifra ascendía a las tres cuartas partes (74% de los e-commerce en 2016 frente a un 55% en 2017) lo que demuestra que las ventas obtenidas por estos dispositivos comienzan a tomar peso entre el comercio.

De cara al cierre de 2018, un 33% de las tiendas espera que esta cifra aumente hasta suponer entre el 25% y el 50% del total de las ventas.

Ventas a través del móvil 2017



Previsión de ventas a través del móvil 2018





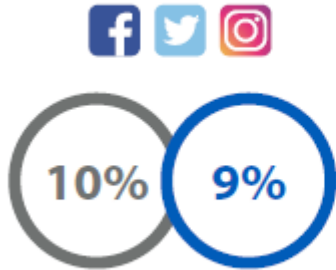
9. Mobile commerce

¿Comprar por Facebook en España? Todavía no

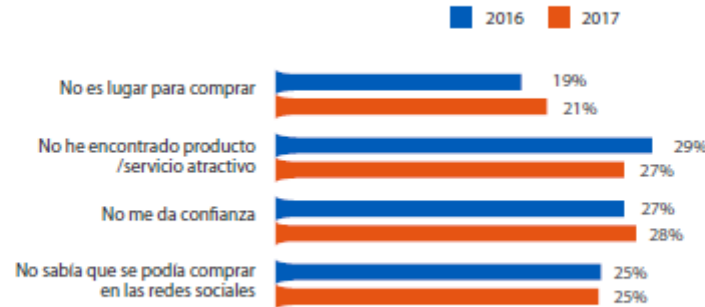
Los españoles no creen que las redes sociales sean un lugar para comprar. Durante 2017, las ventas realizadas en Facebook, Twitter o Instagram no solo no han crecido, sino que han descendido, siendo solo un 9% de los españoles los que alguna vez han escogido estos canales para realizar sus compras.

Por canales, Facebook ha sido la red escogida por la mayoría de estos compradores, seguida de Youtube.

Porcentaje de usuarios que realizaron alguna compra en redes sociales



Principales razones para no comprar en redes



Principales redes donde los usuarios realizan la compra

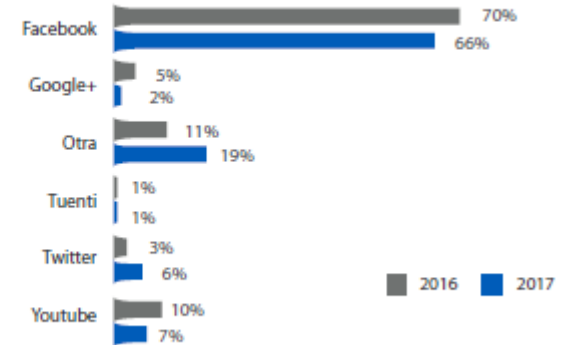


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Observatorio Catelem



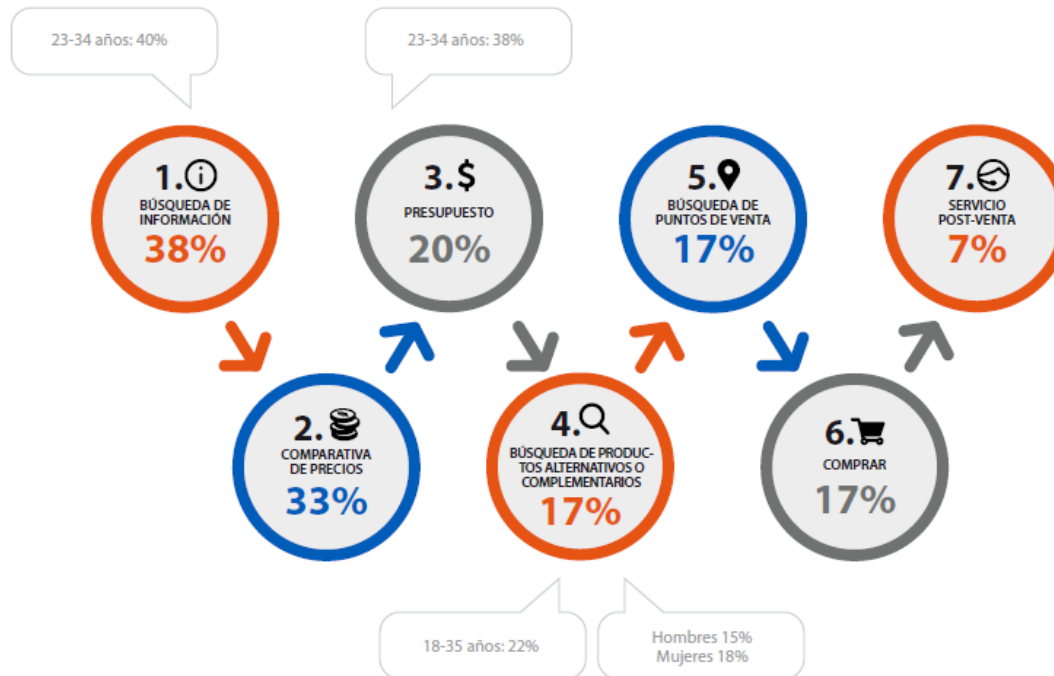
9. Mobile commerce

El móvil en el proceso de compra

Como ya adelantamos en el informe del año pasado, el móvil se ha convertido en una parte omnipresente de todo el proceso de compra.

En España el móvil está presente de manera determinante desde la búsqueda de información (fase que se considera clave en un 38%), hasta el servicio de post-venta (determinante para el 7% de los consumidores), siendo los de edades comprendidas entre 25 y 34 años los que más importancia le dan en las primeras fases.

Fases del proceso de compra donde nuestro smartphone es más determinante



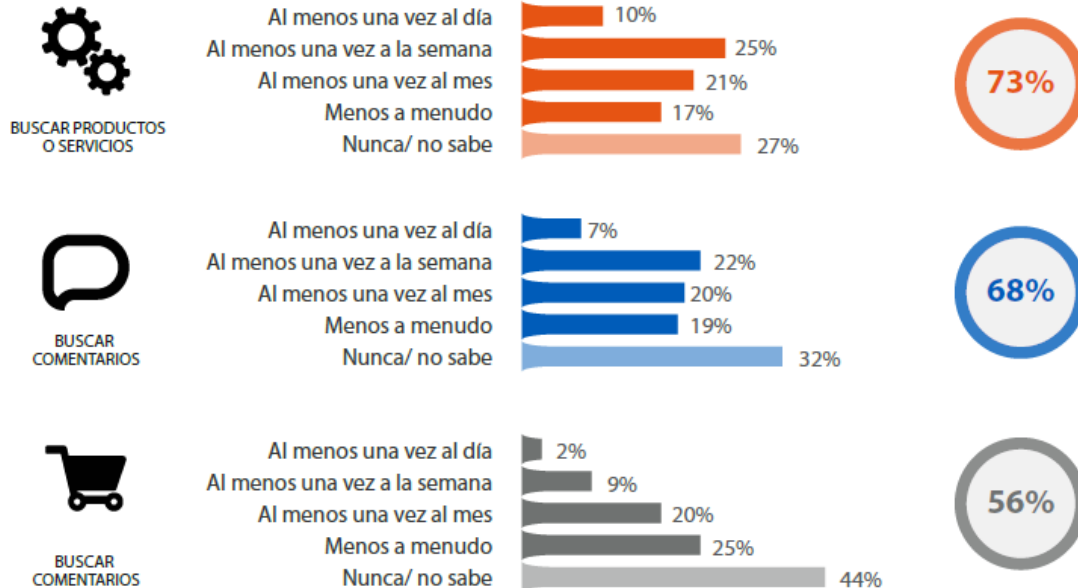


9. Mobile commerce

Sin embargo, pese a que un **73% de los españoles utiliza el móvil en la fase de información, solo un 56% lo utiliza durante el momento de la compra.** Esto choca con la tendencia global ya que **en el mundo**, un 35% de los consumidores lo utiliza para buscar promociones o descuentos mientras están tiendas físicas y un 34% para comparar precios online frente al que ven en la tienda.

Buscar información de los productos (33%) o leer reseñas (32%) son otras de las acciones habituales que hacen los consumidores españoles en las tiendas físicas.

Frecuencia del uso de los españoles del móvil por actividad comercial





10. Marketing móvil

En 2017, el 58% de la inversión en marketing online en el mundo ya iba destinada a los dispositivos móviles y se espera que este crecimiento continúe hasta alcanzar un 59% en 2018 y un 62% en 2019, donde, con una inversión de 132.000 millones de euros, supondrá ya el 26% del total de la inversión publicitaria.

La publicidad crecerá en el móvil un 23,5% lo que supone una velocidad tres veces mayor que en el total de medios que crecen solo un 6,6% y se espera que a finales de este año, **el gasto publicitario en el móvil será por primera vez superior al de la televisión** en Estados Unidos.

Canales más efectivos para PPC



Esto se debe a que **las conversiones en dispositivos móviles ya han superado a las de escritorio**, lo que lleva a las compañías a enfocar sus recursos cada vez más hacia estos dispositivos. De hecho, el gasto publicitario online destinado a escritorio sólo representa un 14,6% del presupuesto general, y se espera que continúe bajando en los próximos años.

Pese a esto, el móvil no ha sido el canal que ha generado un mejor retorno en marketing digital en el mundo, situándose en la tercera posición, por detrás de los anuncios de texto y el remarketing.



10. Marketing móvil

En cuanto al **presupuesto**, durante 2017 **el gasto destinado a marketing mobile creció un 60%** en el mundo, siguiendo la línea del resto de áreas de marketing digital que continúan experimentando un aumento progresivo, siendo la publicidad en redes sociales la que más ha crecido con un 72% de aumento en el último año.

Aumento de la inversión en PPC por canales respecto a 2016

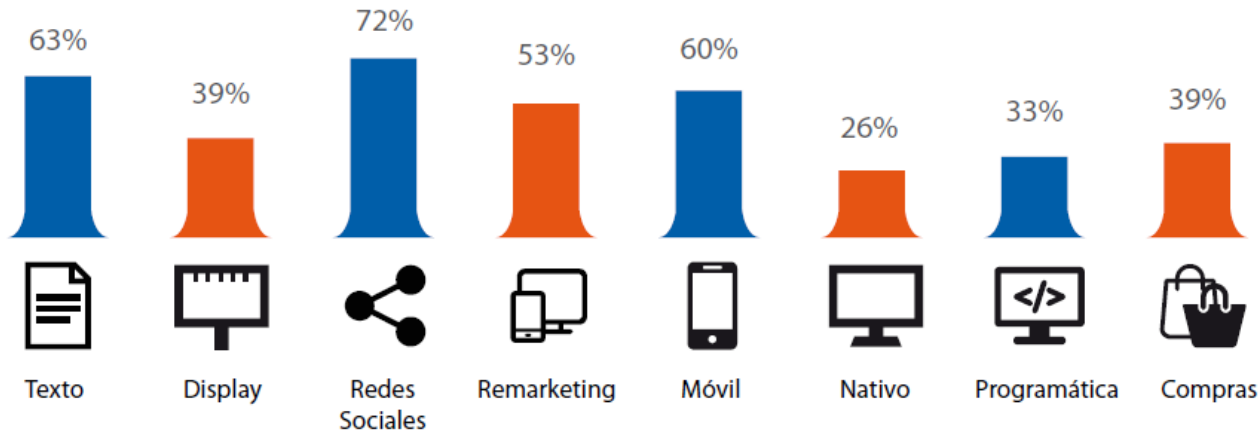


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Hanapin



10. Marketing móvil

En cuanto a inversión por plataformas, todo apunta a que 2018 no será muy diferente de lo que fue 2017. Google AdWords y Facebook seguirán dominando el gasto digital, seguidos del marketing mobile que se sitúa en tercera posición con un crecimiento del 67%.

Canales más efectivos en PPC

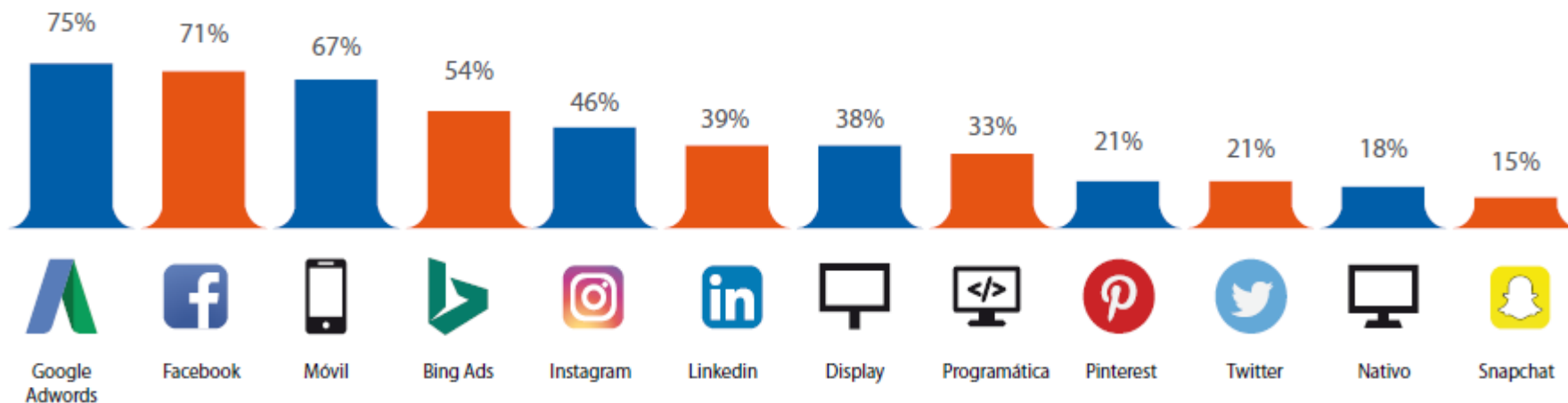


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Hanapin



10. Marketing móvil

La experiencia de usuario: en el foco de los directores de marketing

Los consumidores móviles son más exigentes e impacientes que nunca. A nivel global, la rapidez de carga de una página en el móvil es uno de los elementos clave para provocar o no el abandono de un usuario.

Promociones, experiencia de usuario y velocidad



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de DigitalHotelier

ditrendia
digital marketing trends

- ▶ **El 40% de los usuarios abandona una página que tarda más de 3 segundos en cargar** y el 90% si tarda más de 5 segundos.
- ▶ Si la página tarda en cargar 10 segundos, las probabilidades de rebote aumentan un 123%.
- ▶ **Por cada segundo de retraso en la carga de una página móvil las conversiones caen un 20%.**
- ▶ Cuando un usuario tiene una mala experiencia de compra en una web móvil, está un 62% menos dispuesto a comprar.
- ▶ **El 89% de los usuarios están dispuestos a recomendar una página tras una buena experiencia de usuario móvil.**



10. Marketing móvil

En España

Analizando los datos de España, **un 71% de los directores de marketing ya realiza acciones de marketing móvil**, lo que ha llevado a que en 2017 la inversión destinada a este tipo de acciones aumentara un 12,1%. La importancia del móvil para las empresas es indiscutible por lo que se espera que en 2019, el 70% del total de la inversión en publicidad digital será en mobile.

Las **acciones de marketing mobile más utilizadas** por los profesionales digitales son la inversión en la web responsive (78%), display mobile (64%) y Apps (62%).

Tendencias actuales publicitarias en Mobile utilizadas por los profesionales digitales

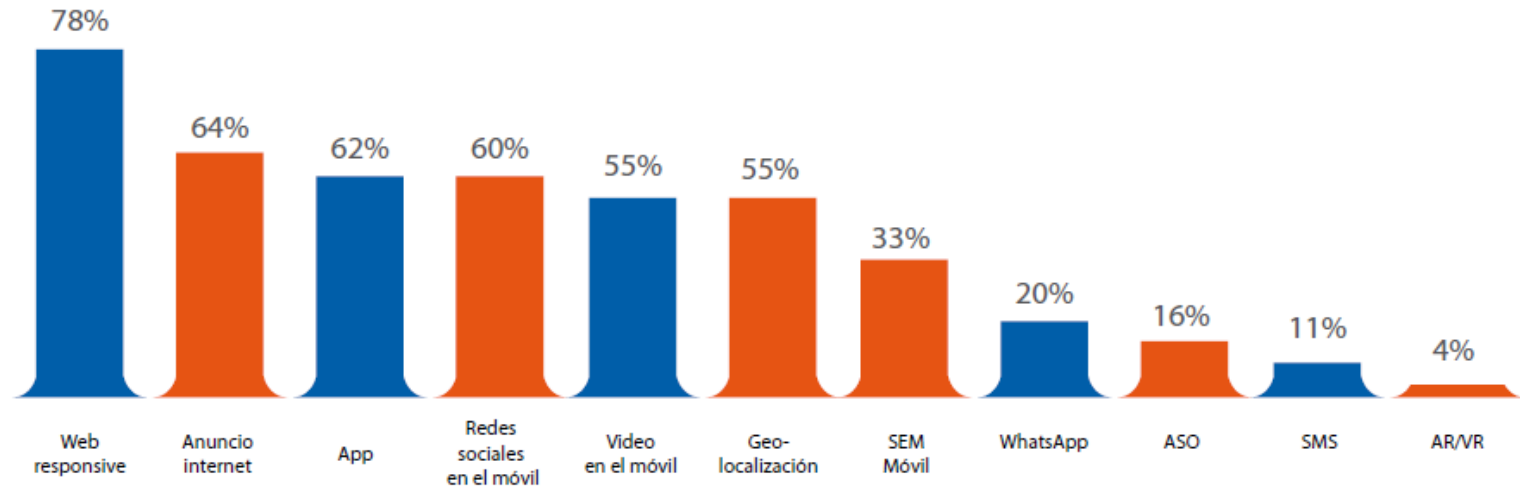


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB



10. Marketing móvil

Viendo la evolución que ha tenido la venta a través del móvil, no sorprende que **casi la mitad de los directores de marketing en España (un 47%)** hayan incluido una partida en sus presupuestos para potenciar el mobile marketing.

El video mobile, social media mobile y la geolocalización serán las actividades de marketing más utilizadas en 2018, con un 64%, 60% y 55% respectivamente, mientras que el SMS cae casi en el olvido, siendo solo un 5% de los profesionales los que cree que lo va a utilizar durante este año.

Campos de marketing digital a invertir en 2018

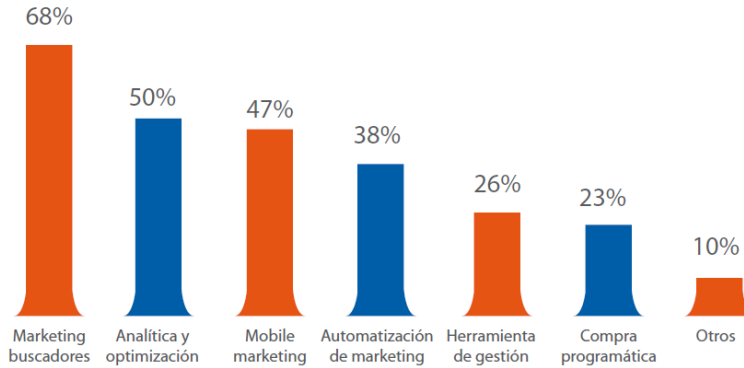


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Kanili



Importancia de las diferentes actividades según los responsables de marketing



64% VIDEO MOBILE
60% SOCIAL MEDIA MOBILE
55% GEOLOCALIZACIÓN

>50%
profesionales



42% WEB RESPONSIVE
42% WHATSAPP
35% SEM MÓVIL
31% DISPLAY
29% APPS

>30%
profesionales



18% AR / VR MÓVIL
11% ASO
5% SMS

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

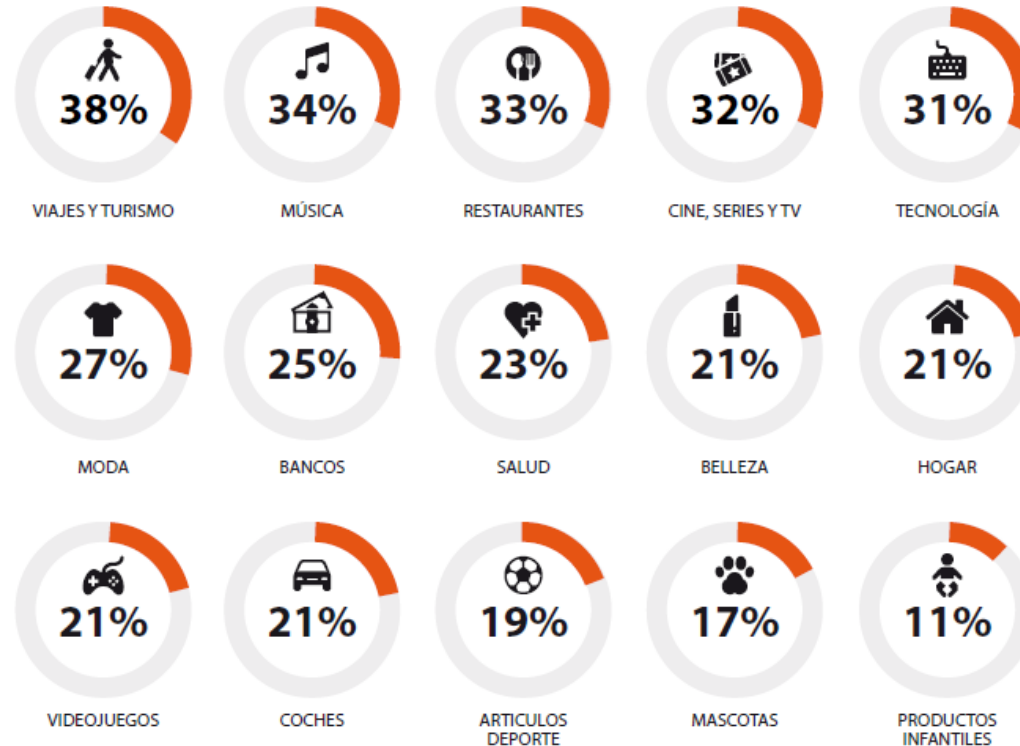


10. Marketing móvil

¿Cómo responden los usuarios españoles al marketing móvil?

Un **75%** de los españoles afirma haber hecho clic alguna vez en anuncios a través de su dispositivo móvil en 2017. Entre estos, los anuncios relacionados con viajes y turismo, música y restaurantes son los que más éxito han tenido, siendo destacable resaltar que **la publicidad relacionada con los bancos, con un 25% de porcentaje de clics, ha experimentado un crecimiento del 13%** respecto a 2016.

Usuarios que clicaron en publicidad de interés



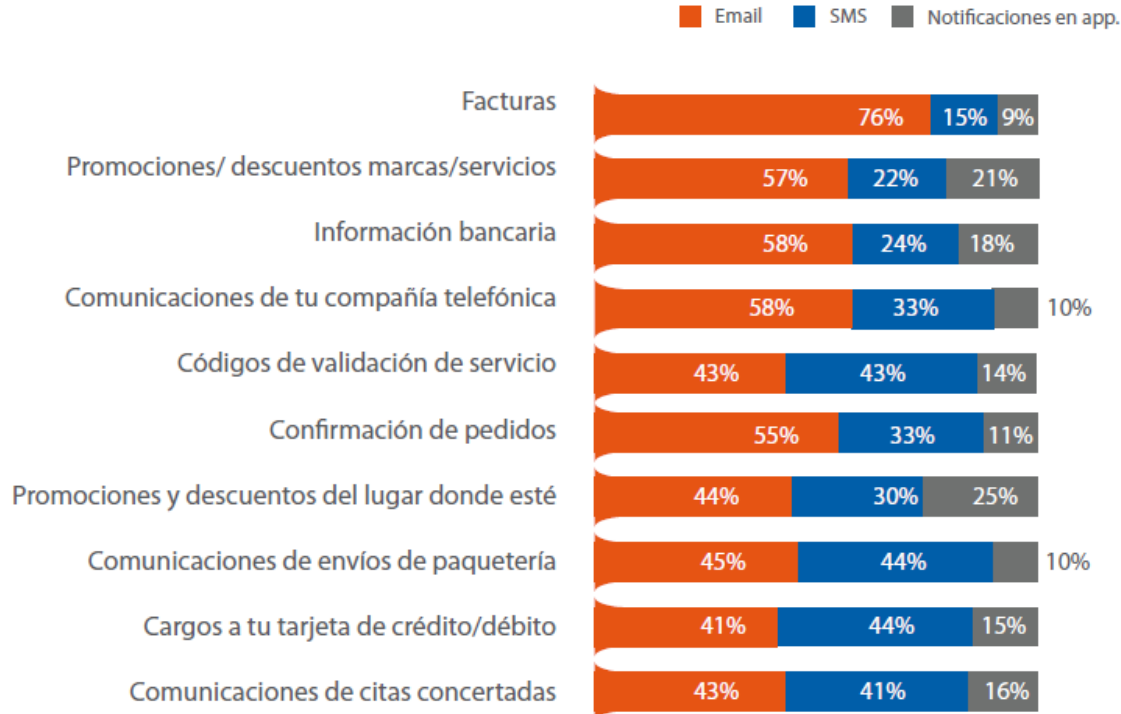


10. Marketing móvil

Para las comunicaciones, el consumidor español continúa prefiriendo **recibir información comercial de todo tipo a través del email**.

Las notificaciones a través de las Apps, son el canal menos preferido por los usuarios, solo considerada ligeramente cuando se trata de recibir promociones o descuentos del lugar en el que se encuentra (un 25%).

Comunicaciones preferidas por el consumidor



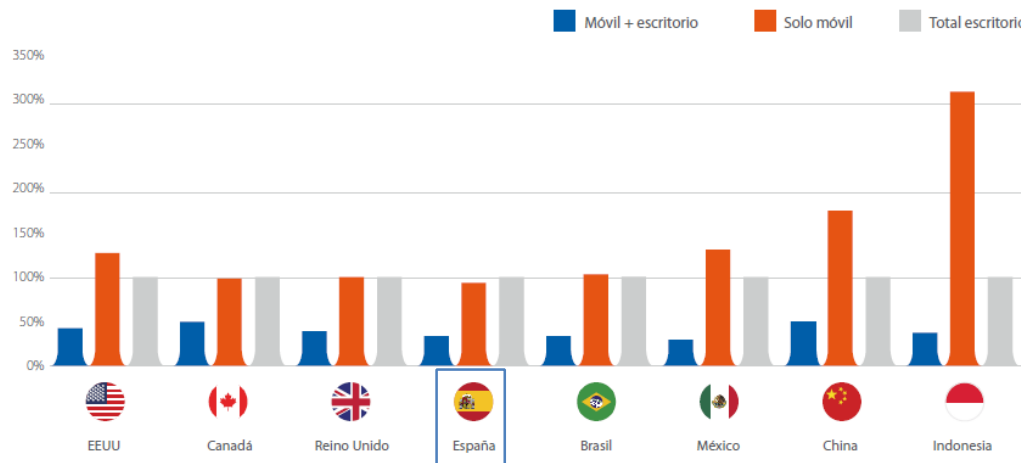


11. Banca móvil

Con **aproximadamente 1.200 millones de usuarios en todo el mundo** a fines de 2017, la banca móvil se está convirtiendo rápidamente en el principal punto de contacto para los bancos. Tanto es así que en Estados Unidos, las Apps de banca móvil son las terceras más usadas, solo por detrás de las aplicaciones de redes sociales y del tiempo.

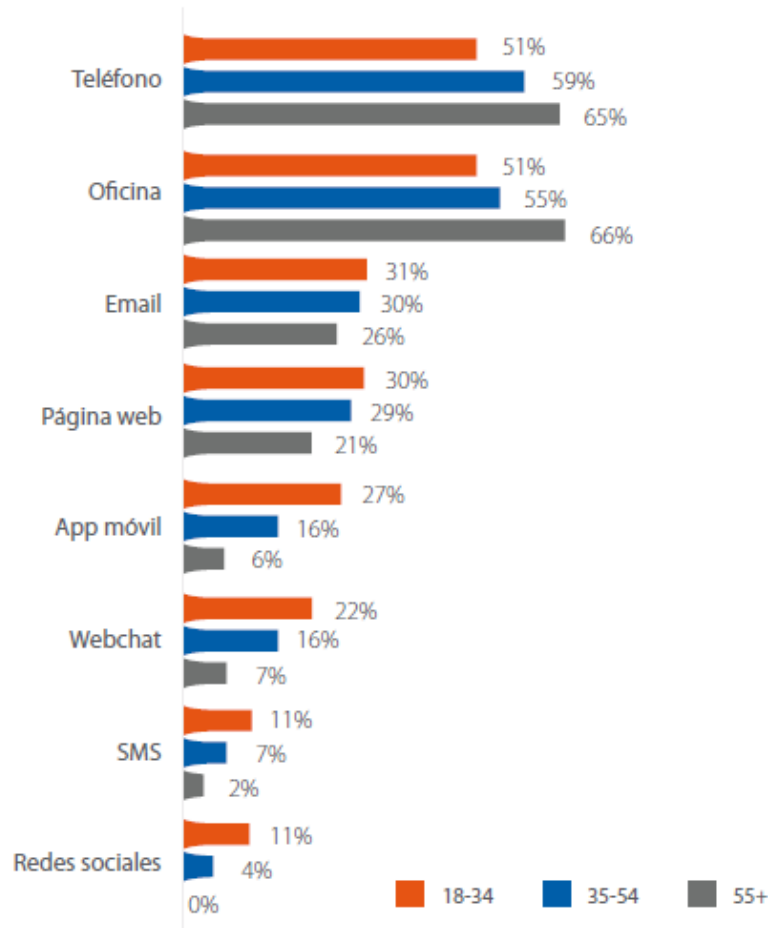
Este aumento viene acompañado de la experiencia que los bancos ofrecen a los usuarios, tanto en información, servicios y funcionalidades como en mejoras tecnológicas de las propias aplicaciones. Esto ha llevado a que **el 46% de los consumidores hayan aumentado su uso de la banca móvil durante el 2017 en el mundo.**

La banca móvil ya es un hecho. Más del 50% de los usuarios de banca móvil han abandonado por completo la banca online. *Porcentaje de visitantes móviles a servicios de banca vs. escritorio*





Canales preferidos por los usuarios para actividades bancarias



En el mundo, los canales preferidos por los usuarios para realizar acciones con su banco varían en función de las edades.

Mientras que un 27% de los Millennials y usuarios de la Generación Z (usuarios de 18 a 34 años) escogen la **app móvil** como canal preferido para contactar con su banco, los mayores de 55 años continúan apostando por ir a **la sucursal** (66%) o llamar por **teléfono** (65%) cuando tienen que realizar alguna gestión.

Aun así, un **63% del total de los usuarios sigue queriendo abrir una cuenta en persona** y un 48% quiere que alguien personalmente le enseñe cómo utilizar los servicios online.

Alrededor del 81% de los consumidores usan la banca móvil nueve días al mes, mientras que el 31% lo hace 10 o más veces al mes.

▶▶ 11. Banca móvil

La satisfacción de los usuarios según su experiencia con el banco, también varía según los canales

En el mundo, 9 de cada 10 clientes de banca que visita una sucursal se siente satisfecho con la experiencia, pero no ocurre lo mismo en los canales digitales.

Solo un 65% de los usuarios se considera satisfecho con la experiencia con su banco a través de una app móvil frente al 69% que lo está con la experiencia a través de los formularios de contacto de la web de su banco.

Satisfacción de los usuarios en su experiencia con el banco por canales

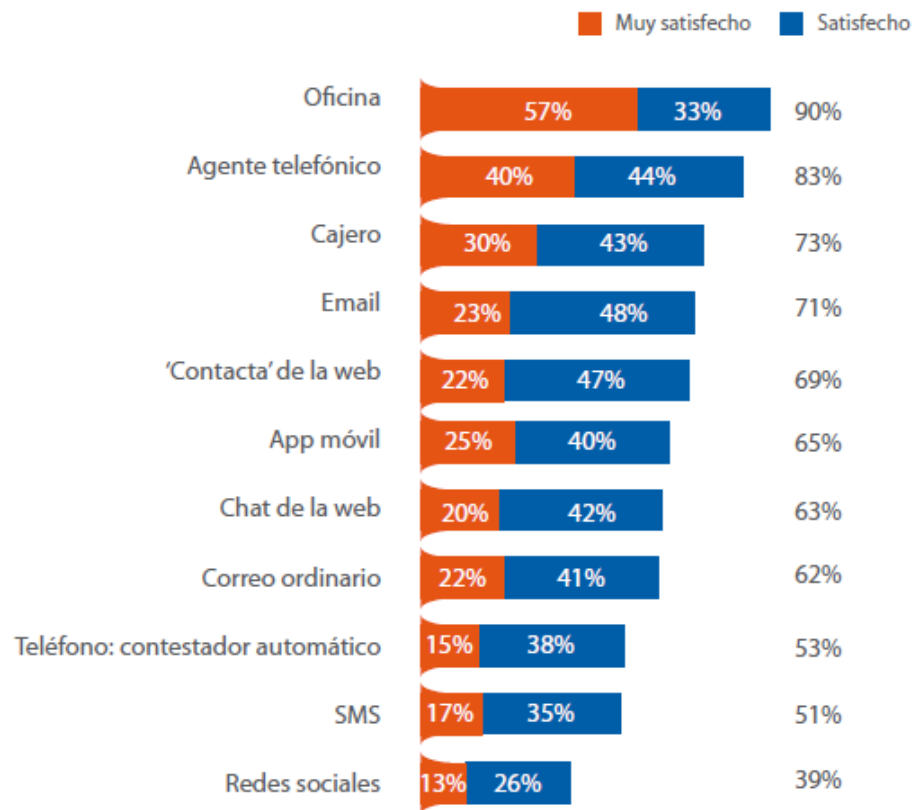


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Think with Google



11. Banca móvil

En el mundo, los Millennials son los principales consumidores de banca móvil, pero también los más exigentes

Un 43% abandona la aplicación sin terminar de realizar sus gestiones por encontrarse con procesos largos (38%), complicados (19%) o porque les resulta complicado rellenar los formularios desde su dispositivo móvil (18%).

Solo el 25% de los Millennials asegura no haber tenido problemas con su banca móvil, frente al 33% de la Generación X o el 35% de los Baby Boomers.

*Razón para abandonar una actividad de banca en el móvil por generaciones
Porcentaje de individuos que abandonaron al menos una actividad*

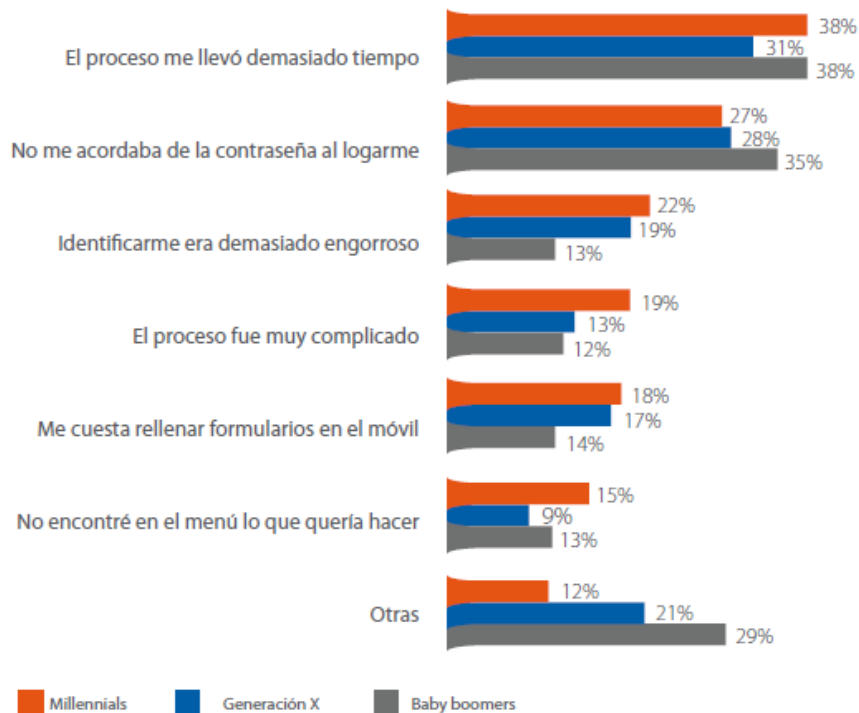


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Javelin Research Report



11. Banca móvil

En Europa, un 45% de los usuarios de banca accedió a ella a través del móvil en el último mes, siendo más activos en este canal los de edades comprendidas entre 25 y 34 años.

Los europeos de entre **55 y 64 años** que utilizan la banca online acceden notablemente más desde su móvil (66%) que desde el escritorio.

Dispositivos utilizados para la banca online
Porcentaje de usuarios europeos que ha usado un servicio de banca online en el último mes

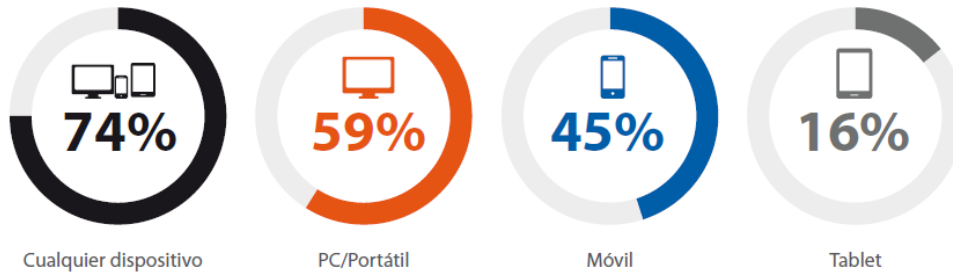


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Global Web Index

Dispositivos utilizados para la banca online por edades
% usuarios europeos

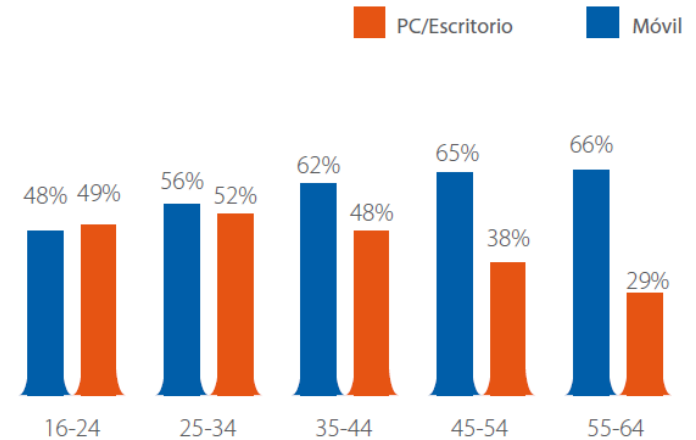


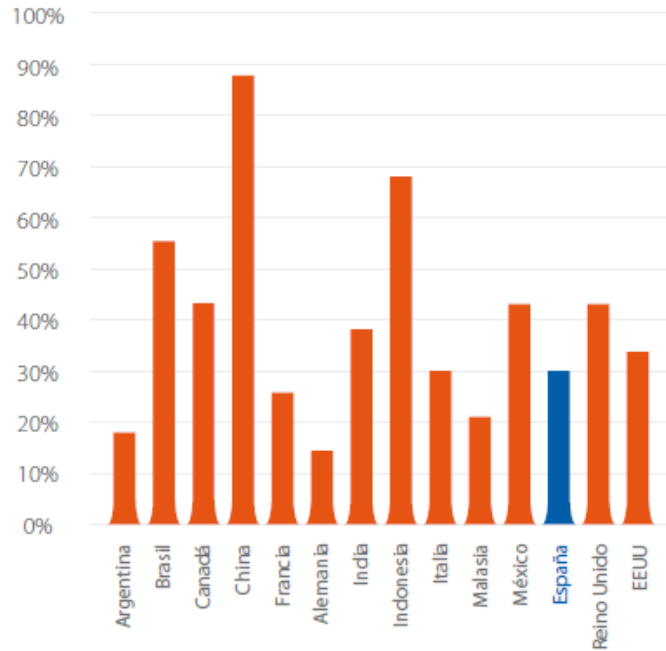
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Global Web Index



11. Banca móvil

Comparando los hábitos de consumo entre países, **en España dedicamos poco tiempo a la banca móvil** (un 30% del tiempo total que dedicamos al mundo digital frente al 40% de media mundial o países como China que casi alcanzan el 90%).

*Porcentaje de tiempo invertido en banca móvil del total de minutos digitales
España comparado con el mundo*



Porcentaje de audiencia de banca móvil vs. escritorio

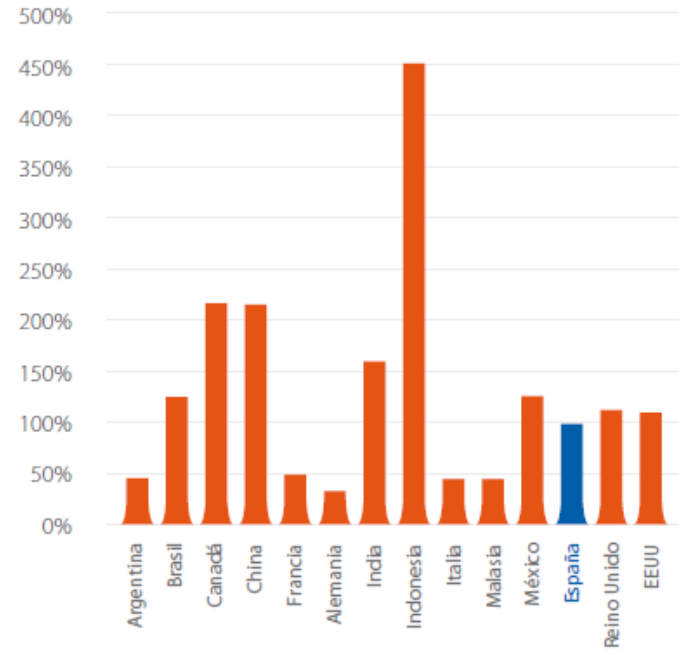


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Comscore



11. Banca móvil

Uso de Fintech

Con un 10,4%, **España se sitúa en el top 3 mundial en descargas de aplicaciones Fintech**, solo por detrás de Estados Unidos, un uso muy por delante del 1% de españoles que afirma utilizar las Fintech a través de su ordenador.

Principales países que han adoptado apps y webs Fintech

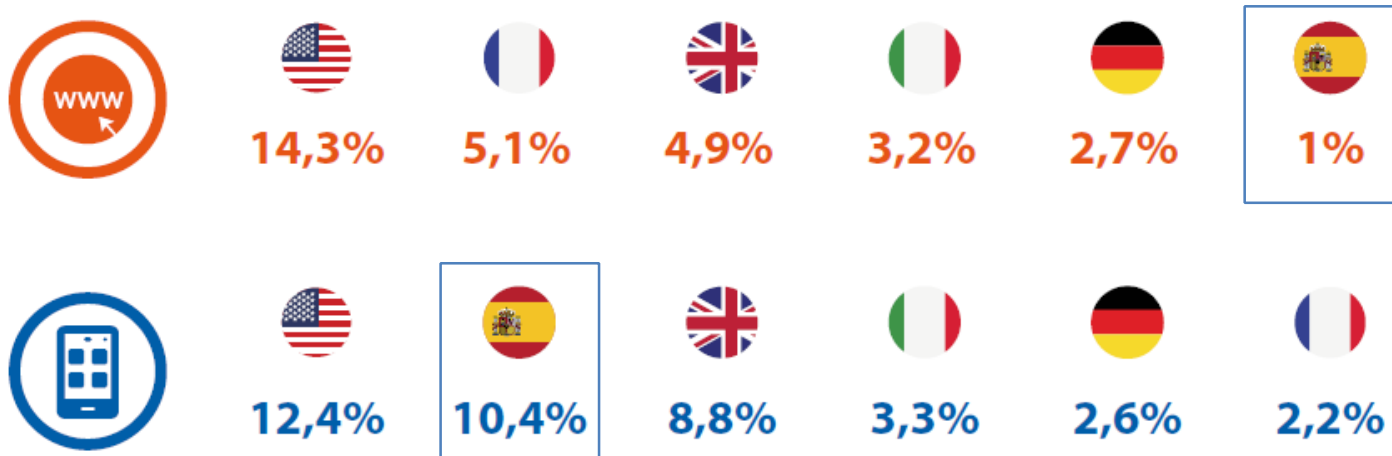


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Ogury



11. Banca móvil

Comparando el uso del móvil frente al ordenador para acceder a la banca por países, Turquía, Suiza e Irlanda se sitúan en las primeras posiciones, siendo Turquía e Irlanda los únicos países donde los usuarios de banca móvil superan a los de la banca online.

España se encuentra ya en el quinto puesto, con un 52% de usuarios que acceden desde el móvil frente a un 62% que lo hace desde el ordenador.

Porcentaje de penetración de la banca online móvil vs. escritorio por países

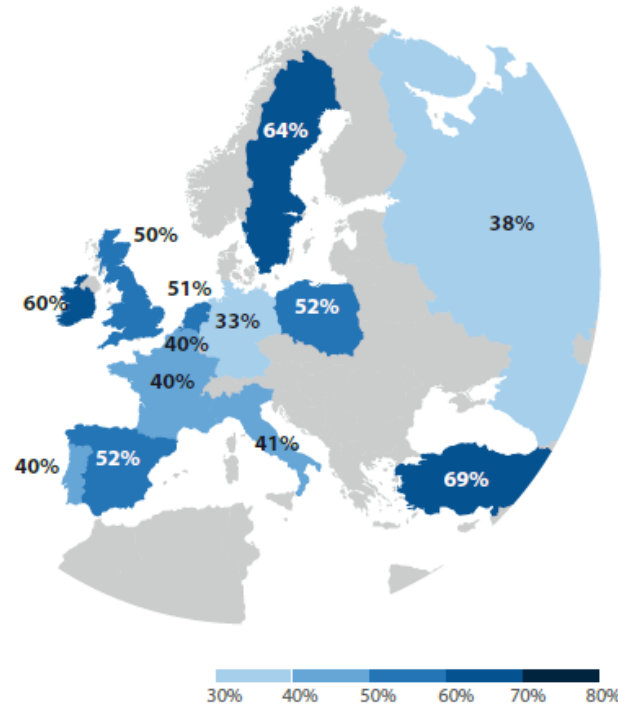


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Global Web Index



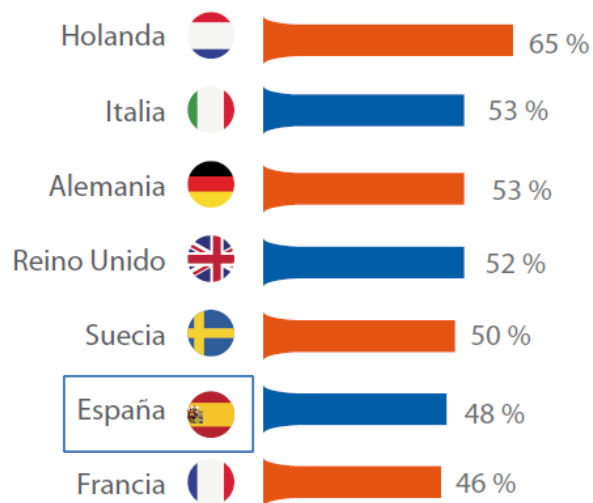
País	Penetración Móvil (%)	Penetración Escritorio (%)
Turquía	69%	51%
Suecia	64%	67%
Irlanda	60%	57%
Polonia	52%	77%
España	52%	62%
Holanda	51%	64%
Reino Unido	50%	63%
Italia	41%	49%
Bélgica	40%	69%
Francia	40%	63%
Portugal	40%	58%
Rusia	38%	54%
Alemania	33%	60%

11. Banca móvil

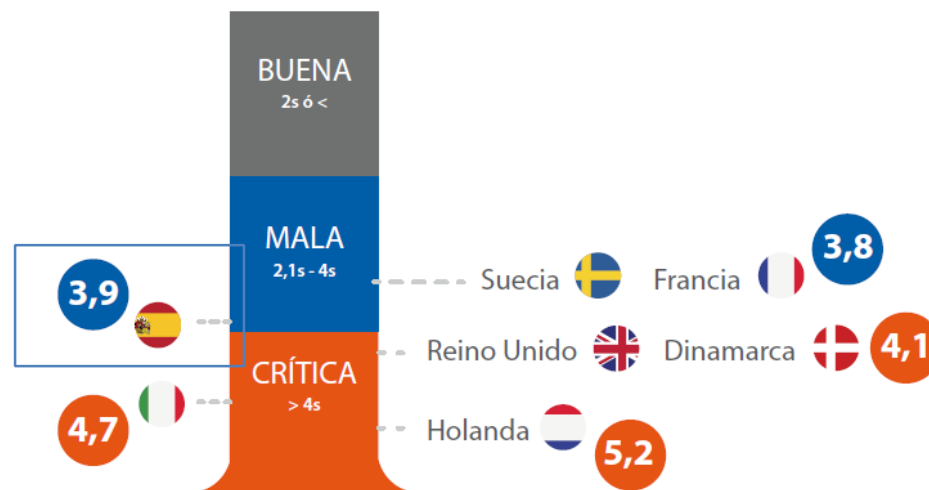
En la experiencia de usuario influyen tanto aspectos de **usabilidad como de velocidad de carga**. Viendo estos datos por países **Holanda** es el país donde los bancos cuentan con una mejor usabilidad móvil y **Francia** el país donde cuentan con mayor velocidad de carga.

Las web móviles de los bancos españoles solo cumplen un 48% de los estándares de usabilidad y tienen una media de tiempo de carga de 3.9 segundos, lo que no nos sitúa en una gran posición. Pese a esto, dos bancos españoles se encuentran entre el Top 20 de Europa en rapidez: **Banco Popular y Unicaja**.

Experiencia de usuario en banca móvil por países



Velocidad en segundos de los sitios de banca móvil por países w





11. Banca móvil

Los usuarios de redes sociales, más predispuestos a usar la banca móvil

Si analizamos la relación del uso de banca móvil con el de las redes sociales, vemos que **en Europa**, los usuarios de aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp o Facebook Messenger tienen un 23% más de probabilidades de haber usado un servicio de banca móvil. De hecho un 55% y un 58% afirman haber utilizado la banca móvil en el último mes. Por redes, los usuarios de Snapchat son los que más utilizan la banca móvil.

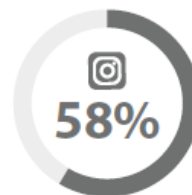
Porcentaje de usuarios de redes sociales que usaron banca móvil en el último mes



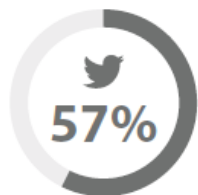
Snapchat



Facebook
Messenger



Instagram



Twitter



WhatsApp



Facebook



11. Banca móvil

En España

Centrándonos en el uso de la banca móvil en España, **CaixaBank** con un 28,4% es el banco con más visitas en su web móvil, seguido de **BBVA** con un 23,1% y **Bankia** con un 18,4%.

*Los cinco bancos españoles que más visitas móviles tienen en sus webs
Porcentaje de móvil respecto del tráfico total*

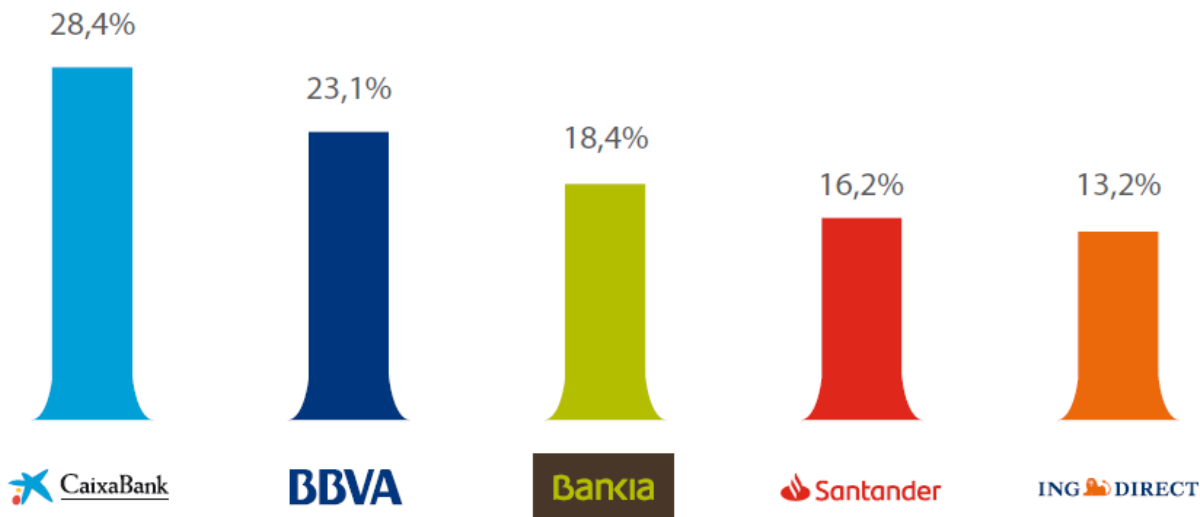


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Ogury



11. Banca móvil

En cuanto a las **aplicaciones de banca móvil**, **La Caixa** gana por partida doble, siendo **CaixaBank** la aplicación más descargada en 2017 en Google Play e **ImaginBank**, con un 4,6 sobre 5, la mejor valorada por los usuarios.

En el otro extremo, la aplicación de **WiZink** es la que menos gusta a los usuarios, con un 2,5.

*Aplicaciones de banca móvil favoritas por los usuarios
Por calificación y número de descargas en Google Play*

Banco	Calificación 3/12/2017	Calificación 3/2/2018	Descargas 13/2/2018	Banco	Calificación 3/12/2017	Calificación 3/2/2018	Descargas 13/2/2018
Revolut	4.6	4.7	500.000-1.000.000	Cajasur	3.7	3.7	100.000-500.000
ImaginBank	4.6	4.6	500.000-1.000.000	Banco Santander	3.6	3.6	1.000.000-5.000.000
Abanca	4.4	4.4	500.000-1.000.000	Laboral Kutxa	3.7	3.6	100.000-500.000
N26	4.3	4.4	500.000-1.000.000	Cajamar	3.6	3.6	100.000-500.000
Evo Banco	4.3	4.3	500.000-1.000.000	Bankinter	3.5	3.6	100.000-500.000
CaixaBank	4.2	4.2	5.000.000-10.000.000	Kutxabank	3.5	3.5	100.000-500.000
BancoPopular	4.1	4.2	100.000-500.000	Ferratum Bank	3.5	3.5	50.000-100.000
Oficinadirecta	4.2	4.2	5.000-10.000	Bankia	3.5	3.4	1.000.000-5.000.000
BBVA	4.1	4.1	1.000.000-5.000.000	ING	3.3	3.3	1.000.000-5.000.000
Triodos Bank	4.2	4.1	10.000-50.000	Coinc	3.2	3.2	10.000-50.000
Banco Sabadell	4	4	1.000.000-5.000.000	Ruralvia	3.1	3.1	500.000-1.000.000
Unicaja Banco	4	4	500.000-1.000.000	Openbank	2.9	3	100.000-500.000
BMN	3.8	3.8	100.000-500.000	Self Bank	3	2.9	10.000-50.000
Ibercaja	3.8	3.8	100.000-500.000	Deutsche Bank	2.7	2.7	100.000-500.000
ActivoBank	3.8	3.8	10.000-50.000	Wizink	2.5	2.5	100.000-500.000

▶▶ 11. Banca móvil

Uso de Fintech en España

Entre las Apps, **Verse** con un 32,3%, **Fintonic** con un 14% y **Trading 212** con un 9,6% son las más descargadas en España.

Un área en particular donde las compañías de **Fintech** más nuevas están captando cuota de mercado a los bancos es **en las transferencias de dinero**. Esto se debe a que las nuevas Fintech pueden ofrecer tarifas muy competitivas a sus clientes. La inglesa **Transferwise** con un 30,3% es la aplicación más utilizada en España para hacer transferencias seguida de **TorFX y Worldremit**.

Top 5 Apps fintechs en España

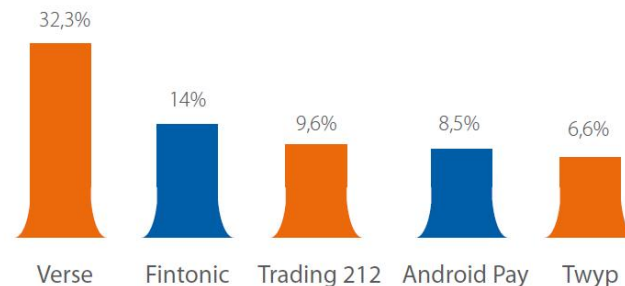


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Ogury

ditrendia
digital marketing trends

Top 5 webs España para transferencias realizadas a través de la web móvil



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Ogury

ditrendia
digital marketing trends

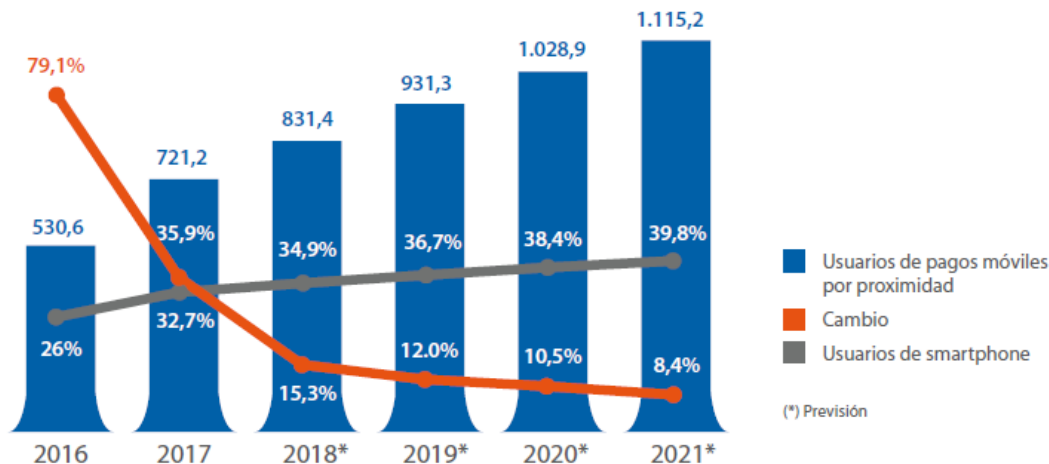


12. Pagos móviles

Hacia un mundo sin efectivo

10 años después de su llegada, **los pagos móviles por fin empiezan a asentarse a nivel mundial**. Las aplicaciones de smartphones para efectuar pagos sin necesidad de tarjetas de crédito o efectivo están en auge y por primera vez, **en 2018 más de un tercio de los usuarios de Smartphone lo utilizará para pagar**. por una compra en una tienda física al menos una vez cada seis meses (34,9%). **El líder global en pagos móviles es China**, cuya cuota de mercado supondrá el 61,2% del total de los pagos móviles en el mundo.

Penetración y usuarios de pagos móviles por proximidad en el mundo





12. Pagos móviles

Los **tres proveedores principales de pagos móviles por proximidad en el mundo** son **WeChat Pay, Alipay y PayPal**, a los que le siguen Apple Pay y Samsung Pay.

En Estados Unidos, la aplicación de pagos móviles de Starbucks es la más exitosa y se espera que a finales de año cuente con 23,4 millones de usuarios en el país.

*Principales plataformas de pagos móviles en el mundo en 2017
en millones de usuarios*

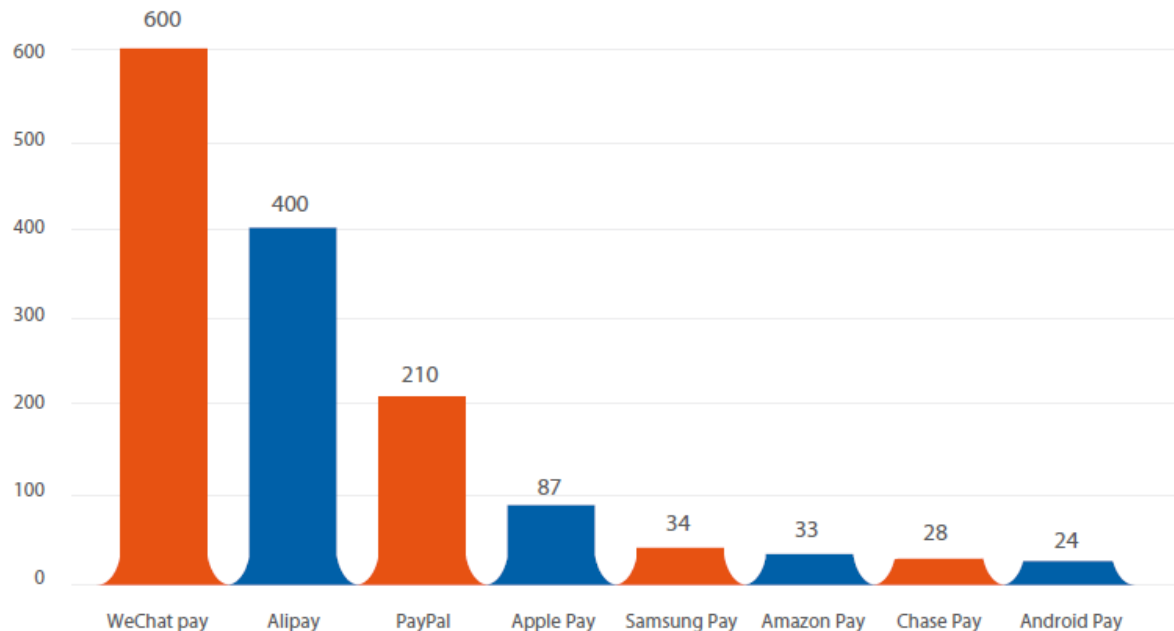


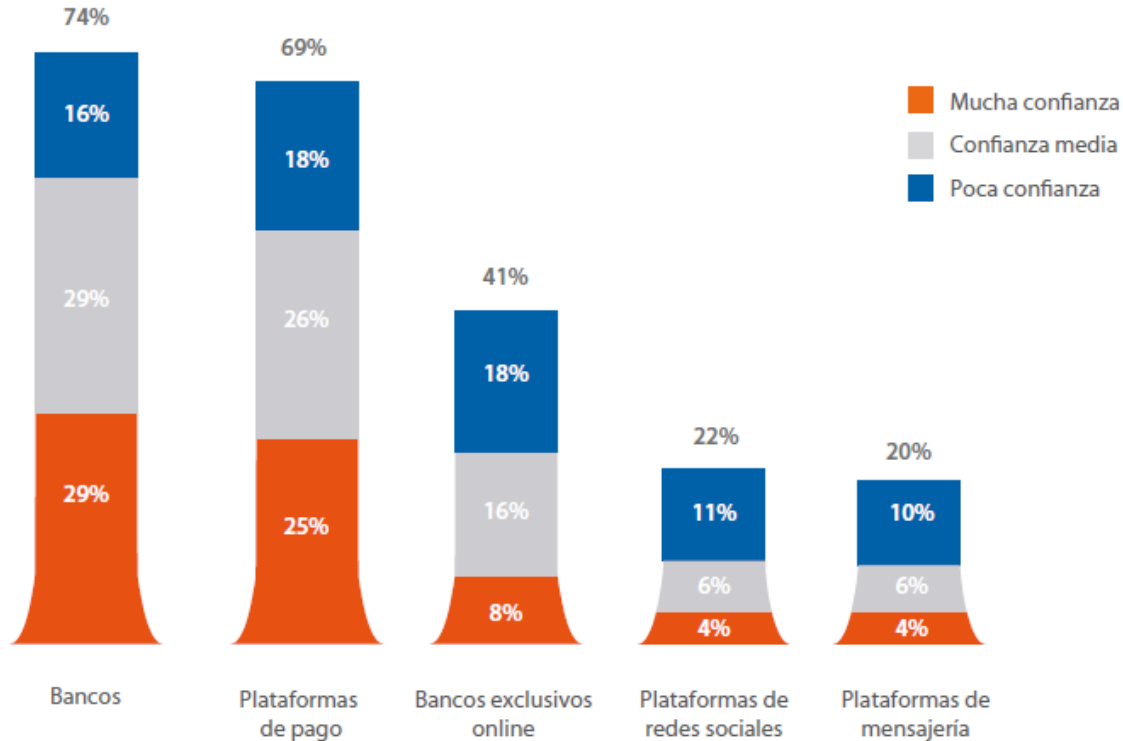
Gráfico elaborado por Ditrendia a partir de datos de Statista



12. Pagos móviles

La **confianza de los usuarios en las plataformas de pago para realizar sus transacciones financieras ha aumentado**. Un 69% de los consumidores cree que estas plataformas están protegidas contra el fraude, lo que ha llevado sin duda a que cada vez se realicen más pagos desde el móvil en el mundo.

Confianza de los usuarios para sus transacciones financieras por tipo de plataforma





12. Pagos móviles

Crecimiento más rápido en España que en Europa

Más del 83% de los consumidores españoles (frente al 68% de europeos) ha utilizado alguna vez un mobile wallet como PayPal, ha pagado con el móvil en tiendas móviles o lo ha hecho en tiendas físicas. Entre estos, **un 29% utiliza el contactless para realizar pagos desde su móvil en tiendas físicas** (siendo un 69% los que lo hacen de forma habitual). Las compras más habituales que se realizan desde el móvil son las del día a día, con pagos menores de 20€.

El smartphone como herramienta de pago por contactless





12. Pagos móviles

Las soluciones más utilizadas para pagar en establecimientos en España son PayPal (con la funcionalidad de su aplicación de escanear el cobro y pagar), seguido de las Apps de bancos y Samsung Pay (con un 14% frente al 5% de la media europea).

Sin embargo, el pago por SMS se conforma con un 4% frente al 11% que registra la media europea.

Soluciones de pago desde el móvil en el establecimiento en España y otros

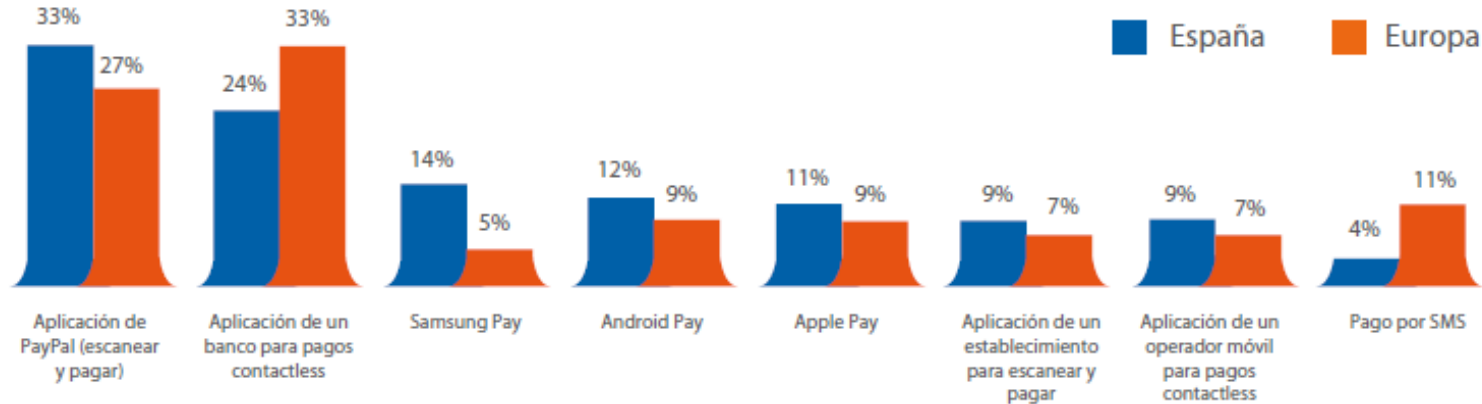


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Deloitte



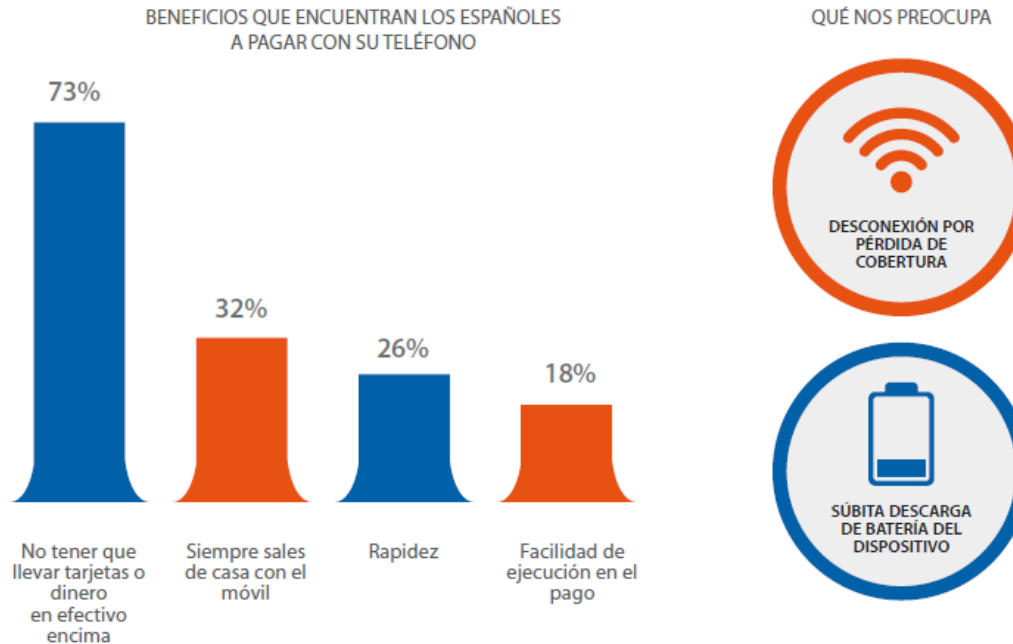
12. Pagos móviles

Preferencias de los españoles para pagos móviles

Los jóvenes son los más propensos a utilizar el móvil como medio de pago en España: Un 64% de los Millennials utiliza el móvil para pagar online, un 86% es usuario de dinero móvil y un 93% espera realizar pagos digitales desde sus dispositivos de manera regular antes de 2020.

En general, la confianza y la percepción de los españoles sobre la seguridad de los pagos móviles ha aumentado y el **no tener que llevar dinero encima** es la principal razón que nos mueve para realizar este tipo de pagos (73%).

Preferencias de los españoles para pagos móviles

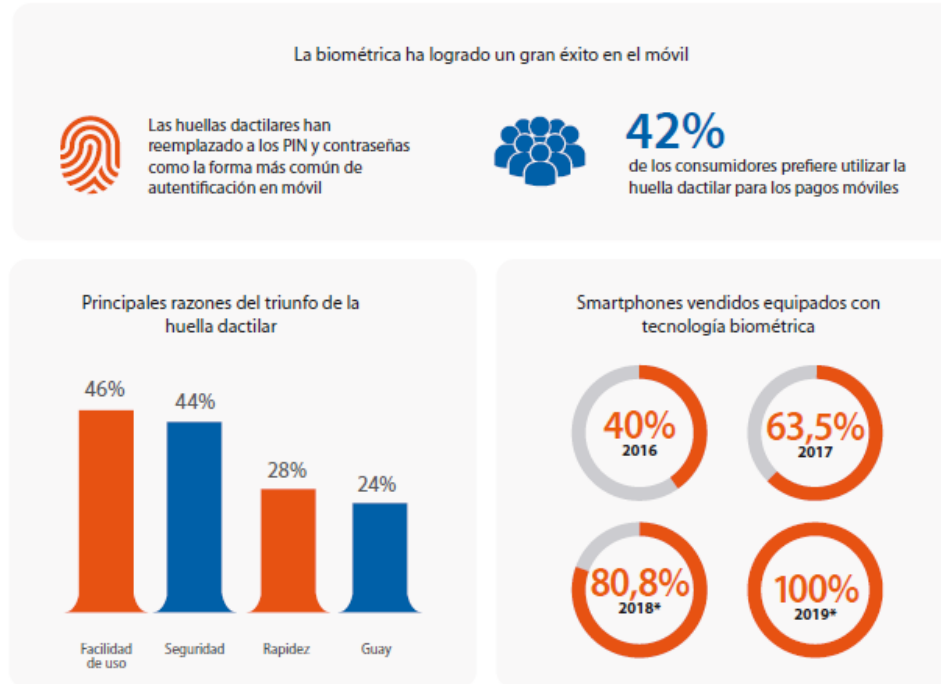




Métodos de autenticación usados en el mundo

Pese a esto, todavía un tercio de los usuarios a nivel global no cree que utilizar el móvil como medio de pago sea seguro o no le ve ninguna ventaja. El auge de la biometría (que ya está presente en un 60% de smartphones en el mundo), puede ser el paso necesario para solventar estos miedos. De hecho, para un 42% de los usuarios la huella dactilar es su método de identificación preferido para realizar pagos móviles ya que consideran que le ofrece seguridad (44%) y es sencillo de usar (46%).

Éxito de la biométrica en los móviles





12. Pagos móviles

Otras técnicas biométricas como **el escáner de iris o facial, así como el reconocimiento de voz** son también percibidas por los usuarios del mundo como métodos sencillos y efectivos, seguros y de fácil uso para los consumidores móviles.

Percepción de los usuarios de la seguridad y efectividad de las opciones biométricas de autenticación

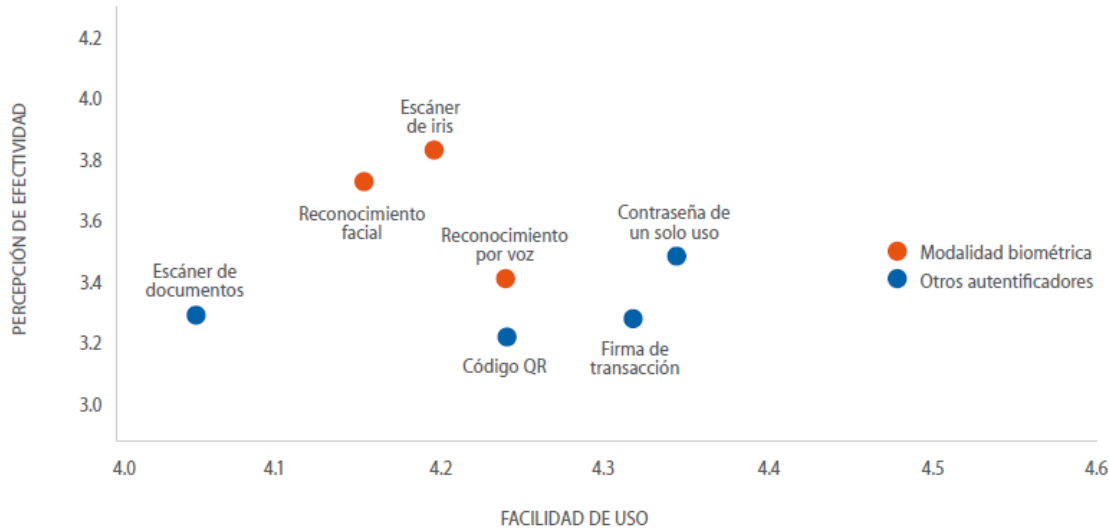


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Javelin



12. Pagos móviles

Tendencias en pagos móviles

En un mundo en el que ya existen negocios como Uber que ya no aceptan pagos en metálico y donde en países como Dinamarca ya se ven carteles anunciando que no se admite efectivo, el pago a través del móvil continuará aumentando incorporando nuevas modalidades como el pago por voz.

El año pasado adelantábamos que Google permitiría próximamente **los pagos a través de Google Assistant**: desde marzo de 2018, los usuarios de Estados Unidos pueden utilizar el **asistente de voz** para enviar pagos a sus contactos sin necesidad de tener cuenta de Google Pay y en breve habilitará esta función en los Smart Speakers conectados Google Home.

Las aplicaciones de pagos a través de redes sociales o aplicaciones de mensajería (**Social Money**) no han evolucionado con la velocidad esperada. Facebook Messenger y WhatsApp ya disponen de servicios de pago a amigos en algunos países (por ejemplo, EEUU e India respectivamente), pero en España tendremos que esperar un poco más.

Para más información sobre tendencias en el sector financiero, te recomendamos descargues nuestro [**Informe Tendencias de Marketing para el sector Financiero y Asegurador 2018**](#).





Fuentes y referencias

Fuentes y referencias usados en la elaboración del presente informe (orden alfabético):

- ▶▶ Adobe Digital Insight. A Mobile First World 2018
- ▶▶ Appsflyer. Varios artículos
- ▶▶ ATM Market Place. Varios artículos
- ▶▶ BankingTech. Varios artículos
- ▶▶ Bizreport. Varios informes
- ▶▶ Brick and Mobile. Varios informes
- ▶▶ Caixa Bank. Varios informes
- ▶▶ Chatbot Chocolate. Varios artículos
- ▶▶ Comscore. Varios estudios
- ▶▶ Deloitte. Varios informes
- ▶▶ Developers Google. Varios artículos
- ▶▶ Digitalhotelier. Varios artículos
- ▶▶ Dircomfidencial. Varios artículos
- ▶▶ Ditrendia. Varios informes
- ▶▶ EGM. Varios estudios
- ▶▶ El Economista. Varios artículos
- ▶▶ El Mundo. Varios artículos
- ▶▶ El País. Varios artículos
- ▶▶ Emarketer. Varios artículos
- ▶▶ Ericsson. Varios informes
- ▶▶ E-show Magazine. Varios artículos
- ▶▶ Europa Press. Varios artículos
- ▶▶ European Payments Council. Varios informes
- ▶▶ Facebook Insights. Varios informes
- ▶▶ Finanzas. Varios artículos
- ▶▶ Finextra. Varios artículos
- ▶▶ Flurry Mobile. Varios artículos
- ▶▶ Forbes. Varios artículos
- ▶▶ Foromarketing. Varios artículos
- ▶▶ Fundación Telefónica. Varios informes
- ▶▶ Futureofeverything. Varios artículos
- ▶▶ Gartner. Varios informes
- ▶▶ Genpact. Varios estudios
- ▶▶ GfK. Varios informes



- ▶▶ Global Web Index. The Online Banking Landscape in Europe
- ▶▶ Google. Varios informes
- ▶▶ Grand View Research. Varios informes
- ▶▶ Hanapin. Varios estudios
- ▶▶ IAB. Varios informes
- ▶▶ IBS intelligence. Varios artículos
- ▶▶ IDC. Varios informes
- ▶▶ INE. Varios informes
- ▶▶ ING. Varios informes
- ▶▶ Ipmark. Varios artículos
- ▶▶ Javellin Research. Varios informes
- ▶▶ Kanlli. Varios estudios
- ▶▶ La Sexta. Varios artículos
- ▶▶ La Vanguardia. Varios artículos
- ▶▶ Marcommnews. Varios artículos
- ▶▶ Marketingdirecto. Varios artículos
- ▶▶ Masmovil. Varios estudios
- ▶▶ Moneyobserver. Varios artículos
- ▶▶ Multiplica. Tendencias Homebanking en España y Latam
- ▶▶ Muycanal. Varios artículos
- ▶▶ Nttdata. Varios informes
- ▶▶ Observatorio Cetelem. Varios informes
- ▶▶ Observatorio de e-commerce y transformación digital. Varios informes
- ▶▶ Ogury. Varios informes
- ▶▶ Online Status Monitor. Varios estudios
- ▶▶ PaymentsJournal. Varios artículos
- ▶▶ Planeta Chatbot. Varios artículos
- ▶▶ Privalia. Varios artículos
- ▶▶ PwC. Varios informes
- ▶▶ Rambus. Varios artículos
- ▶▶ Recode. Varios artículos
- ▶▶ Report Linker. Varios informes
- ▶▶ Total Retail. Varios artículos
- ▶▶ Valencia Plaza. Varios artículos

DIGITAL



Conocer qué hacer en el **entorno digital**, mobile y el 2.0, con un **enfoque omnicanal**

MARKETING



Captar, fidelizar, cualificar, conocer,... a tus clientes y **mejorar su experiencia**

TRENDS



Estar al tanto de las **tendencias** y **cambios** de los **consumidores** y del entorno

►► **Te ayudamos en la digitalización de tu marketing**



[Informe Mobile en España y en el Mundo 2017 >>](#)



[Informe Tendencias de Marketing 2017 - Entidades Financieras y Aseguradoras >>](#)



[Informe publicidad digital en el móvil - Entidades Financieras y Aseguradoras >>](#)



[Informe Cómo mejorar la conversión móvil - Entidades Financieras y Aseguradoras >>](#)

▶▶ **Otros informes que quizá te interesen**

Gracias.

Esperamos te haya resultado interesante y de utilidad este informe.

Si deseas enviarnos comentarios o solicitarnos más información respecto a nuestros Informes o respecto a nuestros servicios, no dudes en [contactar con nosotros](#).

Fernando Rivero
CEO ditrendia



¿Te ha gustado? Compártelo:



Y síguenos en:

