



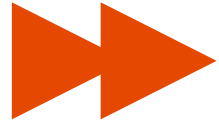
Informe

Mobile 2021

España y Mundo

Octubre 2021





Informe Mobile 2021

España y Mundo



Este 2021 **hace 20 años que empezamos a realizar informes sobre el entorno digital**, inicialmente el informe “Internet en España y el mundo” desde **tatum**, y desde 2014, el **informe Mobile**, ya desde **ditrendia**. Otro hito en nuestra particular historia profesional.

En 1995, cuando empezamos a diseñar y desarrollar las primeras webs que hacíamos para nuestros clientes, era mucho más difícil argumentar la importancia de Internet, pero aún hoy hay todavía muchas organizaciones que no aprovechan todo el potencial que ofrece para conseguir nuestros objetivos de negocio.

Es por ello que seguimos haciendo estos informes: con el ánimo de que organizaciones que aún creen que lo digital, lo mobile y lo social no les afecta, se vayan dando cuenta de que esto no es algo sólo de unos pocos, sino un cambio provocado por la imparable digitalización de los clientes.

Esperamos que la información que hemos seleccionado, ordenado y sintetizado en este informe te resulten de interés para entender este entorno en permanente cambio.

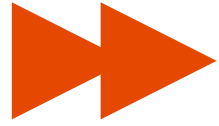
Pero en **ditrendia** hacemos más que informes. Somos una consultora de estrategia de marketing y ventas digital, muy especializados en el sector financiero y asegurador.

No dudes en [ponerte en contacto](#) con nosotros si necesitas más información, si quieres que te ayudemos en tu estrategia de marketing o venta digital o si quieres que te ayudemos a presentar estos datos en tu organización.

Muchas gracias como siempre por tu atención.

Fernando Rivero
CEO **ditrendia**





Informe Mobile 2021

España y Mundo

Un año más, la Asociación de Marketing de España (MKT) apoya, con decisión y entusiasmo, el **Informe Mobile** elaborado por **ditrendia**, con la convicción de que supone un estudio riguroso y de enorme utilidad para el análisis de esta área tan importante en las estrategias de marketing de cualquier organización.

MKT es una asociación profesional, sin ánimo de lucro, cuyo compromiso es impulsar el buen marketing, entendido como el motor del éxito empresarial, así como ofrecer apoyo y herramientas a los profesionales de marketing para que puedan crecer profesionalmente.

MKT agrupa a más de mil socios entre empresas, directivos y profesionales de marketing en España. Fundada en 1961 bajo la denominación de Club de Dirigentes de Marketing de Madrid, en el año 2009 se convierte en MKT.

La acción de la Asociación se estructura en torno a tres ejes que conforman la propuesta de valor que ofrece a sus socios:

- ▶▶ **Desarrollo profesional:** proporcionar al socio las mejores herramientas y contenidos de valor para que puedan estar al día, evolucionar en su carrera profesional y mejorar el rendimiento de sus empresas.
- ▶▶ **Networking de socios:** fomentar el conocimiento y el intercambio de experiencias entre los socios.
- ▶▶ **Reconocimiento de la profesión:** difundir las mejores prácticas y poner en valor al profesional de marketing dentro de las organizaciones.

En resumen, **MKT** aspira a ser la casa en la que todos los profesionales relacionados con el marketing se integren en pro de una profesión cada vez mejor.

Víctor Conde

Director General
Asociación de Marketing de España





Índice

Introducción	<u>2</u>	5. Redes sociales móviles	<u>86</u>
Índice	<u>4</u>	6. Comercio móvil	<u>100</u>
Resumen ejecutivo	<u>5</u>	7. Marketing móvil	<u>126</u>
1. Móviles y dispositivos conectados	<u>11</u>	8. Banca móvil	<u>150</u>
2. La red 5G	<u>27</u>	9. Pagos móviles	<u>178</u>
3. Hábitos de consumo móvil	<u>40</u>	Fuentes y referencias	<u>204</u>
4. Uso de aplicaciones móviles	<u>67</u>	Sobre ditrendia	<u>206</u>

Una iniciativa de:



Con el apoyo de:



Resumen ejecutivo (I)

1. Móviles y dispositivos conectados:

- ▶ El confinamiento y las restricciones de movilidad provocadas por la pandemia han convertido a internet en nuestro mayor aliado siendo el móvil nuestro medio preferido de comunicación, trabajo y ocio : ya somos más de 5 mil millones de usuarios móviles en todo el mundo.
- ▶ El número de usuarios únicos de móviles en el mundo ha aumentado en más de 93 millones de usuarios desde 2020 a 21,7 millones de hogares en el mundo ya cuentan con dispositivos conectados y un 43% utiliza la voz para acceder a internet.
- ▶ De media en cada hogar español hay 5 dispositivos conectados. Más de la mitad de los hogares españoles cuentan con móvil, ordenador portátil, Tablet, Smart TV y ordenador de sobremesa.
- ▶ 3 de cada 10 españoles utilizan dispositivos conectados en el hogar pero 1 de cada 5 aún desconoce estos dispositivos.
- ▶ El 50% de los españoles ya utiliza asistentes de voz y un 28,3% de los españoles los utiliza varias veces al día.

2. La red 5G:

- ▶ La red 5G ya está disponible en todas las regiones del mundo tras el lanzamiento de servicios comerciales 5G en América Latina y África subsahariana durante el último año.
- ▶ En 2025 se espera que la red 5G represente más de una quinta parte del total de dispositivos, supere el 20% del total de las conexiones y que más de 2 de cada 5 personas utilicen esta red.
- ▶ El aumento del uso de los servicios de video, música o juegos en streaming y videollamadas está fomentando la adopción de la red 5G.
- ▶ España se posiciona como uno de los países pioneros en la instalación de esta red: un 24% ya tiene dispositivos que lo utilizan y un 25,2% se conectan siempre a través de esta red.
- ▶ España cuenta con 43 ciudades con acceso a 5G. Sin embargo, un 16% de la población española aún no dispone de esta red en su municipio.

Resumen ejecutivo (II)

3. Hábitos de consumo móvil:

- ▶ En el mundo los usuarios dedican de media 6 horas 54 minutos a los dispositivos conectados, del que 4h 10 minutos las pasan en el móvil (lo que supone un 20% más de tiempo que en 2019).
- ▶ Uno de los principales cambios en nuestros hábitos de consumo móvil ha sido el crecimiento exponencial del uso de los servicios de video y TV por streaming, liderado por los usuarios de la generación Z.
- ▶ En total en 2020 el número total de servicios de videollamada alcanzó los 1,8 mil millones (frente a los 1,2 mil millones de 2019) con un total de usuarios de más de 2,1 mil millones.
- ▶ España es el país europeo donde más tiempo dedicamos al móvil: 3 horas y 27 minutos al día. De este tiempo, 24,4 minutos al día lo dedicamos a las aplicaciones de comunicación y otros 24 minutos a acceder a las redes sociales. El resto del tiempo lo dedicamos a jugar o acceder a actividades de “media on demand” (streaming).
- ▶ Tocamos nuestro móvil una media de 142 veces al día y ahora lo utilizamos más para escuchar podcast (41,7%), trabajar (37,8%) o mantenernos en forma o cuidar nuestra salud (73,8%).
- ▶ Los códigos QR han regresado con fuerza, siendo un 54% de los españoles los que los utiliza.
- ▶ La preocupación por la privacidad sigue siendo importante para los españoles. Un 12% cree que las empresas hacen un uso inadecuado de sus datos y un 15% cree que sus datos no están suficientemente protegidos lo que deriva en que muchos españoles toma medidas como denegar el uso de sus datos para acceder a publicidad personalizada o denegar el acceso a su geolocalización.
- ▶ Los españoles cada vez estamos más concienciados sobre las consecuencias que puede sufrir nuestro móvil ante ciertos imprevistos, descuidos o despistes. Por ello, la contratación del número de pólizas de siniestros de móviles se ha incrementado de manera destacada en los últimos años. Sin embargo, también ha aumentado el número de fraudes al seguro móvil. Madrid concentra más del 50% de los casos de fraude de seguros de los móviles, seguida de Cantabria, Cataluña y Andalucía.

Resumen ejecutivo (III)

4. Uso de aplicaciones móviles:

- ▶▶ 2020 fue el año récord en número de descargas en el mundo: En total se descargaron 218 mil millones de aplicaciones, lo que supuso un gasto de 143 mil millones de dólares y un crecimiento del 7% respecto al año anterior.
- ▶▶ El uso de Apps creció en pocos meses lo que debería haber hecho en 2 o 3 años: Las restricciones provocadas por la pandemia han generado un aumento destacado del uso de aplicaciones, especialmente de Apps de tiendas de alimentación (+ 306%) o Apps relacionadas con servicios de Salud (+ 194%).
- ▶▶ En España, pese a que el móvil continúa siendo el dispositivo donde más se tienen y utilizan Apps, cada vez instalamos más aplicaciones en la TV o el coche.
- ▶▶ El 95% de los españoles tiene instaladas en su móvil aplicaciones de mensajería y redes sociales, mientras que en la Tablet o las TV destaca el uso de aplicaciones relacionadas con audio o video.
- ▶▶ La pandemia también ha influido en los hábitos de los españoles que en el último año han utilizado más aplicaciones relacionadas con la alimentación, distribución belleza, moda y hogar.
- ▶▶ Solo el 20% de los españoles pagó por descargarse alguna aplicación en 2020.

5. Redes sociales móviles:

- ▶▶ Un 98,8% de los más de 4,20 mil millones de usuarios de redes sociales en el mundo acceden desde su móvil.
- ▶▶ Los usuarios de redes en el mundo dedican una media de 2h y 25 minutos a visitar e interactuar en una media de 8,4 redes sociales diferentes.
- ▶▶ TikTok, cuyo crecimiento en los últimos años está siendo imparable ya se sitúa en el séptimo puesto, por delante de redes como Twitter, Snapchat o Telegram, aunque la líder sigue siendo Facebook.
- ▶▶ En España el móvil sigue siendo el dispositivo más utilizado para conectarse a las redes sociales (97%), pero las televisiones conectadas, pasando de un 25% a un 68% de usuarios que las utilizan para acceder a sus redes, crece exponencialmente.

Resumen ejecutivo (IV)

- ▶ Cada año los españoles dedicamos más tiempo a las redes sociales: los miembros de la Generación Z le dedican 1 hora 45 minutos diarios mientras que los mayores de 34 le dedican 59 minutos al día (un 26% que en el año anterior).
- ▶ Instagram reina entre los más jóvenes y Facebook capta el mayor número de los mayores de 34 años. TikTok también crece y se posiciona entre las 5 redes más utilizadas por los españoles, por encima de Twitter.
- ▶ Un 71,6% de los españoles ha realizado compras a través de redes sociales, el 48% sigue en redes a marcas o influencers y un 32% las utiliza para comentar productos o servicios.
- ▶ A un 31% de los españoles le gusta ver publicidad segmentada en función de sus interés en redes sociales y la mitad afirma que esta publicidad cumple con sus expectativas de información, usabilidad o formato.

6. Comercio móvil:

- ▶ 2020 ha sido el mayor año de crecimiento del comercio electrónico: El gasto en comercio digital ascendió a 10,5 mil millones de dólares en 2020 y se espera que alcance los 11,6 mil millones a finales de 2021 (+ 11,5%). Entre esto, el comercio móvil acaparará el 73% del valor total de las transacciones digitales y alcanzará el 75% a finales de 2025.
- ▶ 3 de cada 4 europeos compran de manera digital siendo los españoles, con un 76%, los más dispuestos a ello (solo por detrás de Alemania).
- ▶ En concreto en España un 76% de los usuarios ya ha comprado a través de sus dispositivos móviles (+ 3%) y un 23% (7%) asegura comprar únicamente por internet. El perfil medio del comprador online en España es un hombre con hijos, de entre 35 y 44 años, activo en 4,7 redes sociales que realiza 3,5 compras por internet al mes.
- ▶ Ali Express, Amazon y Wallapop son las Apps más utilizadas para comprar y la moda, el ocio, calzado y complementos y los productos de salud o belleza son los productos que más se compraron desde el móvil.
- ▶ Pese a que 3 de cada 4 españoles busca y compra de manera online, un 19% realiza sus búsquedas online para terminar su compra en la tienda física.

Resumen ejecutivo (V)

7. Marketing móvil:

- ▶ En 2020 las compañías en el mundo destinaron 355,6 mil millones de euros al marketing digital (240 mil millones de dólares en sus estrategias móviles), inversión que se destinó especialmente a publicidad en buscadores, social media y banners.
- ▶ Se espera que en 2022 el gasto en publicidad móvil en el mundo supere por primera vez a la publicidad en escritorio.
- ▶ Y es que la tendencia a largo plazo de alejarse de las plataformas tradicionales (televisión, cine...) hacia los canales digitales se aceleró por el confinamiento, que hizo que el tiempo dedicado al móvil por los usuarios aumentara.
- ▶ Pese a ello, el exceso de anuncios en internet, o la percepción de los anuncios como molestos o irrelevantes o intrusivos son las principales razones de los usuarios para utilizar bloqueadores de anuncios.
- ▶ Para el 84% de los directores de marketing europeos, y el 75% de los españoles, consideran que el móvil juega un papel muy importante en el proceso de compra de los consumidores.
- ▶ Debido a esta importancia, 3 de cada 5 directores de marketing europeos han adaptado una estrategia de marketing mobile-first.
- ▶ El COVID ha impactado directamente en el presupuesto destinado al marketing móvil en España, siendo un 68% de los responsables de marketing los que lo han visto reducido durante el último año. Estos presupuestos se distribuyen principalmente entre anuncios display (20%), video y buscadores (18%) y redes sociales (16%).
- ▶ Instagram (100%) y TikTok (92%) son las redes que generan más impacto y engagement en las estrategias de marketing digital, seguidas de Facebook con un 91%.
- ▶ El 50% de los españoles mayores de 16 años asegura haber interactuado con la publicidad online desde alguno de sus dispositivos conectados en el último mes, siendo el móvil con un 43% el dispositivo en el que se producen la mayoría de estas interacciones.
- ▶ Poco más de la mitad de los responsables de marketing se consideran preocupados por el impacto de la muerte de las cookies en sus estrategias de marketing, lo que provocará que la segmentación contextual se vuelva más importante que nunca a partir de ahora.

Resumen ejecutivo (VI)

8. Banca móvil:

- ▶▶ 1 de cada cinco usuarios en el mundo de entre 18 y los 44 años ha empezado a utilizar la banca online debido al confinamiento y 1 de cada 10 ha utilizado una App de Fintech primera vez en 2020.
- ▶▶ Los usuarios en el mundo han dedicado 16,3 mil millones de horas en las aplicaciones financieras, un 45% más que el año anterior.
- ▶▶ Más del 80% de los usuarios demandan una experiencia omnicanal de sus bancos.
- ▶▶ En 2020, un 72% de los españoles realiza operaciones con su banco a través de Apps de banca móvil, frente a un 69% de usuarios que realiza gestiones a través de la página web del banco. La consulta de saldos y movimientos (95%), realizar transferencias (83%) y pagar facturas y recibos (59%) e impuestos (43%) son las actividades más realizadas por los españoles en su banca móvil.
- ▶▶ La edad media del usuario de banca online en España se sitúa en los 34 años, aunque en 2020 se incorporaron 325.000 usuarios mayores de 65 años, y 183.000 de entre 16 y 25 años.

9. Pagos móviles:

- ▶▶ Con un crecimiento del 24% en el último año, los pagos digitales han alcanzado un valor de 4,93 mil millones de dólares en el mundo donde, de media, un 30,7% de los usuarios han realizado algún pago desde el móvil en el último mes.
- ▶▶ En 2024, los pagos móviles en el punto de venta igualarán a los pagos en comercio digital y en 2025, se prevé que 704 millones de usuarios ya utilizarán los pagos por voz.
- ▶▶ 28,26 millones de españoles pagan ya desde el móvil gastando una media de 1.601 dólares al año a través de transacciones digitales.
- ▶▶ Del total de las ventas realizadas en 2020 en España, un 40% corresponde al comercio móvil. Un 30% del gasto en comercio electrónico se realizó a través billeteras digitales o móviles que también son responsables de un 7% del total del gasto en punto de venta.
- ▶▶ Samsung Pay, seguido de Google Pay y CaixaBank Pay son las Apps de pagos más utilizadas en España.

#1

Móviles y dispositivos conectados



1. Móviles y dispositivos conectados

La pandemia ha acelerado aún más nuestra conectividad - Mundo

- ▶▶ El confinamiento y las restricciones de movilidad han convertido a internet en nuestro mayor aliado. El móvil, que ya era parte vital de nuestras vidas, ha acaparado toda nuestra atención convirtiéndose en nuestro medio preferido de comunicación, trabajo y ocio.
- ▶▶ En el último año más de 316 millones de personas se convirtieron en nuevos usuarios de internet.
- ▶▶ El número de usuarios únicos de móviles en el mundo asciende ya a 5,22 mil millones lo que supone un aumento de más de 93 millones de usuarios desde 2020. Esto significa que más de la mitad de la población mundial utiliza el móvil.

Uso de internet en el mundo

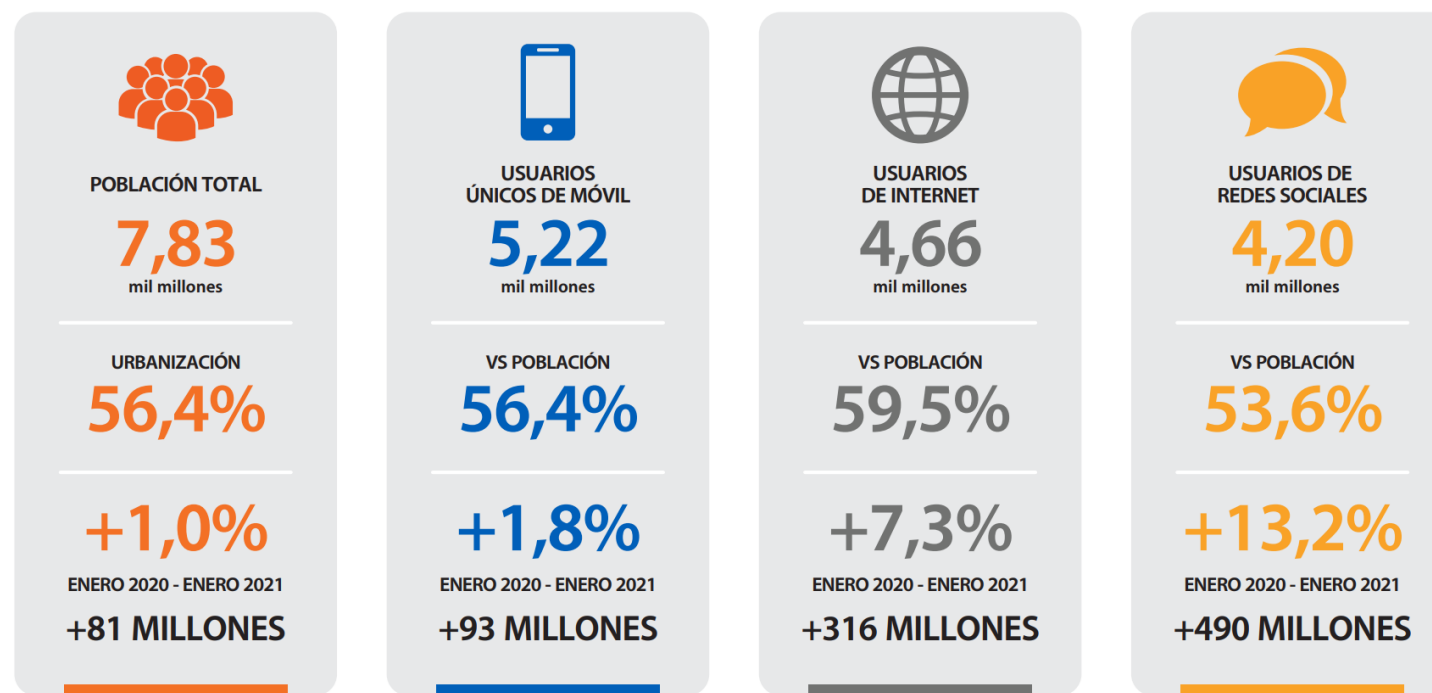


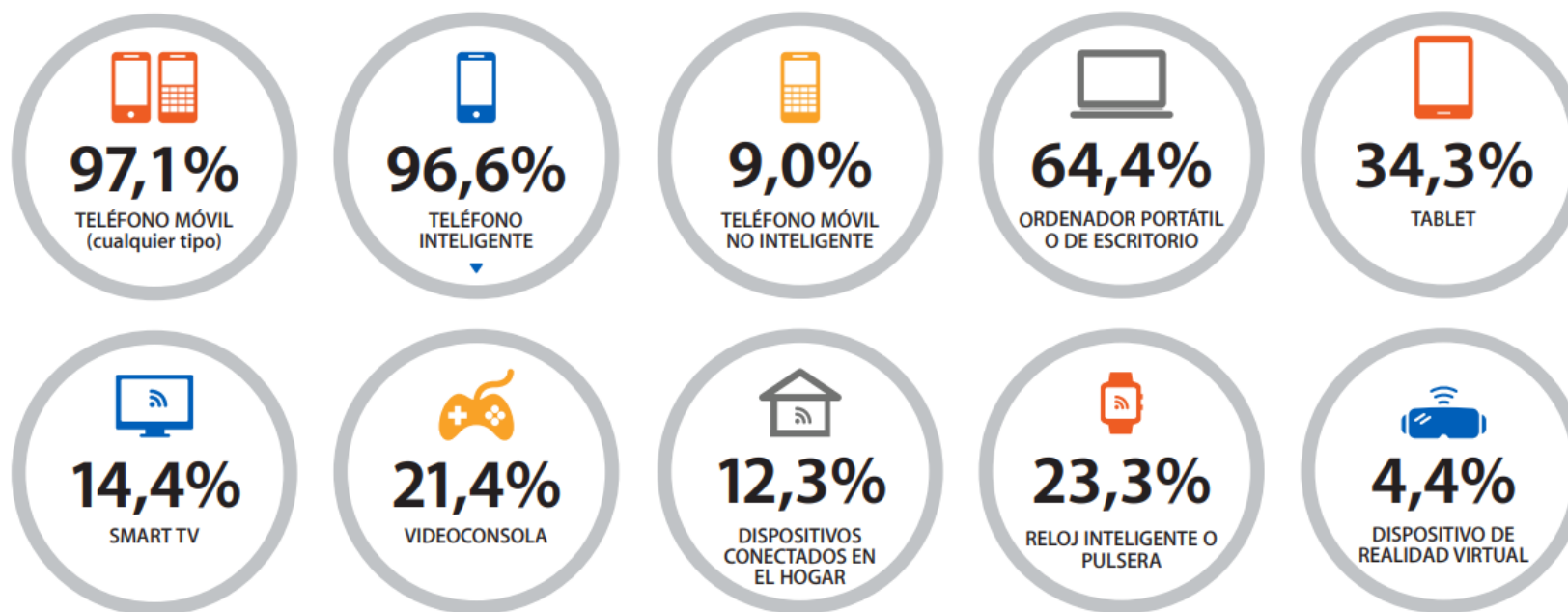
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are social

1. Móviles y dispositivos conectados

El móvil lidera un mundo donde cada vez utilizamos más dispositivos - Mundo

- ▶▶ El 97,1% de la población mundial tiene teléfono móvil de los que el 96,6% es móvil en comparación con el 64,4% que tiene ordenador y el 34,3% que tiene Tablet.
- ▶▶ El uso del resto de dispositivos conectados también aumenta a nivel mundial siendo los relojes inteligentes con un 23,3% de usuarios que los utilizan los que alcanzan una mayor penetración.

Porcentaje de internautas que poseen algún dispositivo conectado en el mundo



1. Móviles y dispositivos conectados

El móvil lidera un mundo donde cada vez utilizamos más dispositivos - Mundo

- ▶▶ El 92,6% del total de los internautas (4.32 mil millones) accede a la red desde su móvil, dedicándoles una media de 3 horas y 39 minutos al día.

Uso de internet móvil en el mundo

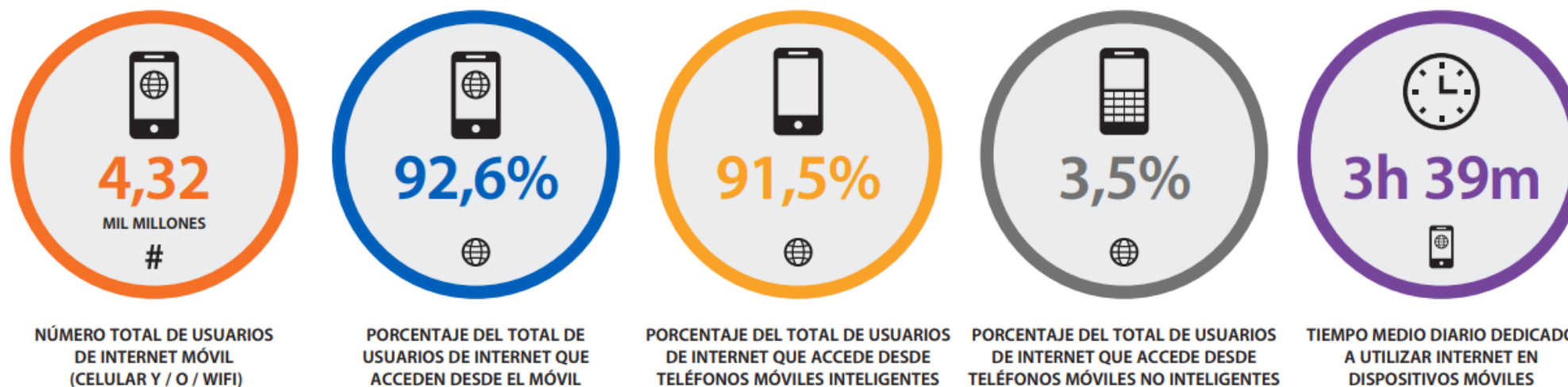


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are Social

1. Móviles y dispositivos conectados

Más de la mitad del total del tráfico web es móvil - Mundo

- ▶ Mientas que el tráfico desde el móvil asciende un 4,6% y el de la Tablet aumenta un 3,3% para situarse en el 2,8%, el del ordenador continúa bajando.

Porcentaje de tráfico web en navegadores por dispositivos

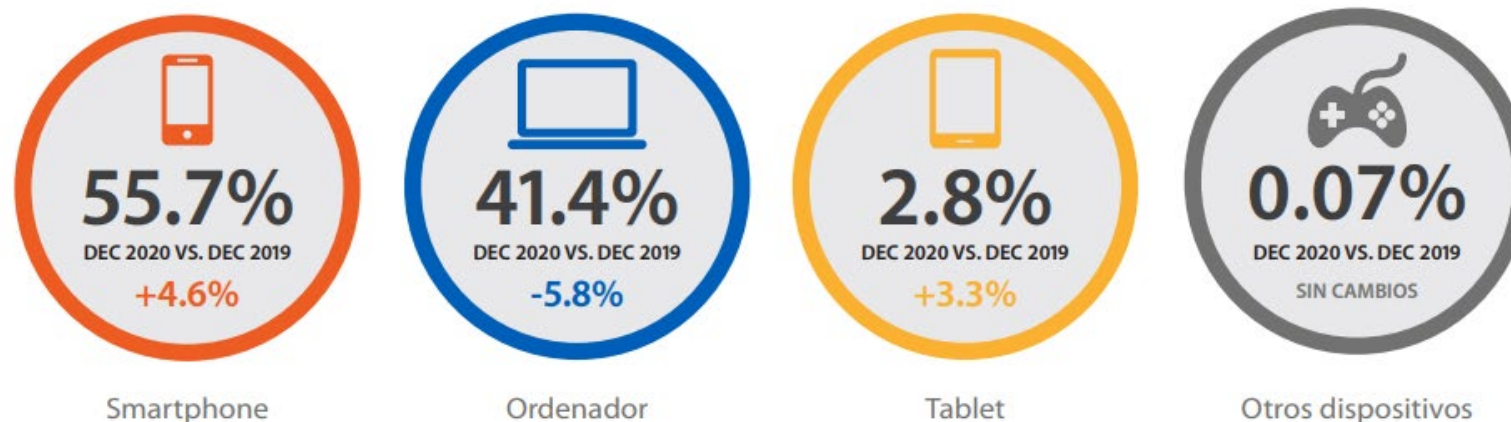


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are social

1. Móviles y dispositivos conectados

Android es el sistema operativo más utilizado - Mundo

- ▶ Pese a un descenso de 2,2%, la mayoría de los accesos a internet desde el móvil en el mundo se realizan a través de un dispositivo Android. Entre estos, Samsung con un crecimiento del 27,8%, lidera el mercado.

Porcentaje de tráfico web por sistema operativo en el mundo

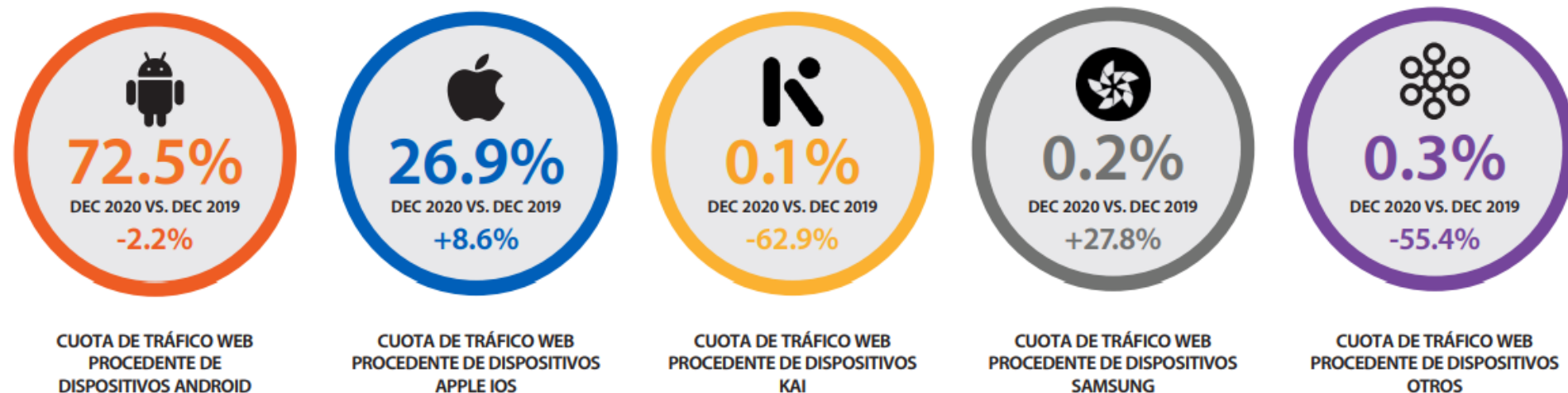


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are social

1. Móviles y dispositivos conectados

África del Sur y el Este de Europa, las regiones con más conexiones móviles/hab. - Mundo

- ▶▶ Con una representación del 163% del total de la población, el Sur de África es la región con mayor conectividad móvil seguida el Este de Europa con 146% y el Sureste de Asia con 132%.

Porcentaje de conexiones móviles en el mundo vs el total de la población

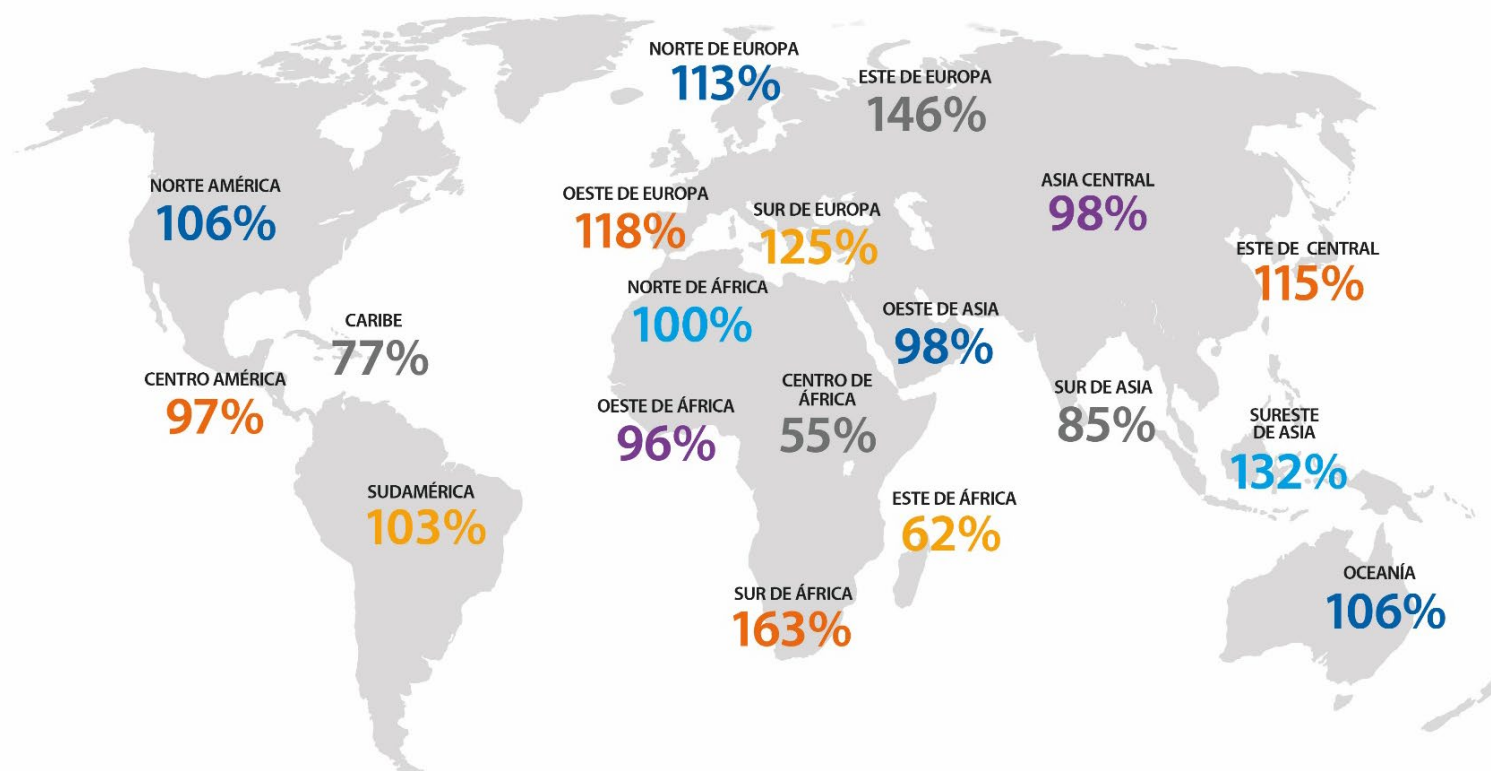


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are social

1. Móviles y dispositivos conectados

221,7 millones de hogares en el mundo ya cuentan con dispositivos conectados - Mundo

- ▶▶ Cada vez hay más hogares que cuentan con dispositivos inteligentes conectados a Internet, propiciando el llamado Internet de las cosas (IoT- Internet of Things).
- ▶▶ El mercado de los dispositivos conectados no deja de crecer, ascendiendo ya a 77,39 mil millones de dólares.
- ▶▶ Por categorías, los electrodomésticos conectados son el segmento de mayor valor del mercado, seguido de los dispositivos de seguridad en el hogar y los de entretenimiento.

Estado de los dispositivos de Hogar Conectado en el mundo



NÚMERO DE HOGARES
CON DISPOSITIVOS DE
HOGARES INTELIGENTES



VALOR ANUAL TOTAL DEL
MERCADO DE DISPOSITIVOS
DOMÉSTICOS INTELIGENTES



VALOR DEL MERCADO DE
DISPOSITIVOS DE CONECTIVIDAD
Y CONTROL DEL HOGAR
INTELIGENTE



VALOR DEL MERCADO DE
ELECTRODOMÉSTICOS
INTELIGENTES



VALOR DEL MERCADO DE
DISPOSITIVOS DE
SEGURIDAD DEL HOGAR
INTELIGENTE



VALOR DEL MERCADO DE
DISPOSITIVOS DE
ENTRETENIMIENTO DOMÉSTICO
DEL HOGAR INTELIGENTE



VALOR DEL MERCADO DE
LA ILUMINACIÓN Y EL
CONFORT DEL HOGAR
INTELIGENTE



VALOR DEL MERCADO DE
GESTIÓN DE ENERGÍA EN EL
HOGAR INTELIGENTE

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

1. Móviles y dispositivos conectados

Un 43% utiliza la voz para acceder a internet - Mundo

- ▶ El auge de los dispositivos conectados ha provocado que el uso de los comandos de voz y de los altavoces inteligentes sea otra de las tendencias actuales.
- ▶ Por regiones, pese a que Norte América es la región donde el uso de los altavoces inteligentes está más afianzado, el Oeste de Europa y el Lejano Oriente y China avanzan rápidamente en la penetración de este tipo de dispositivos.

Usuarios que utilizan comandos de voz



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

Número de altavoces conectados en el mundo por regiones

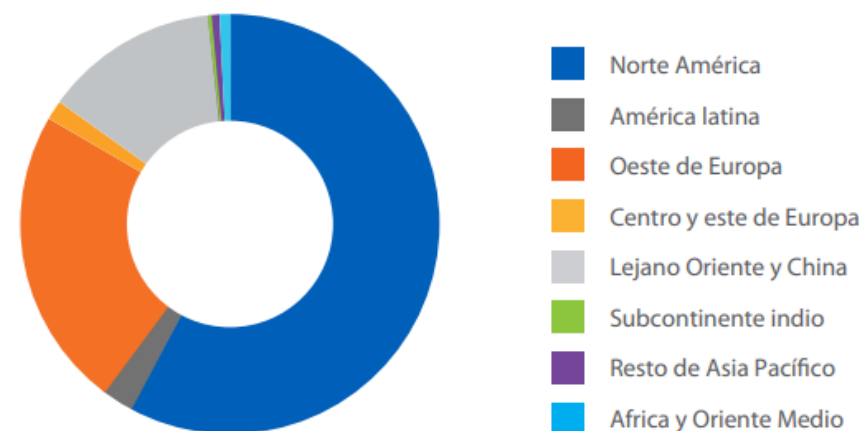


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Juniper Research

1. Móviles y dispositivos conectados

Jóvenes, varones, de 16 a 24 años, los que más usan comandos de voz - Mundo

- ▶▶ La adopción del uso de comandos de voz es generalizada entre todos los usuarios, independientemente de su edad, si bien, cuanto más jóvenes es más probable que los usen.
- ▶▶ Pese a ello, aún queda un amplio recorrido de crecimiento en el uso de estos dispositivos, especialmente entre los mayores de 45 años.

Usuarios que utilizan comandos de voz por edad y género en el mundo

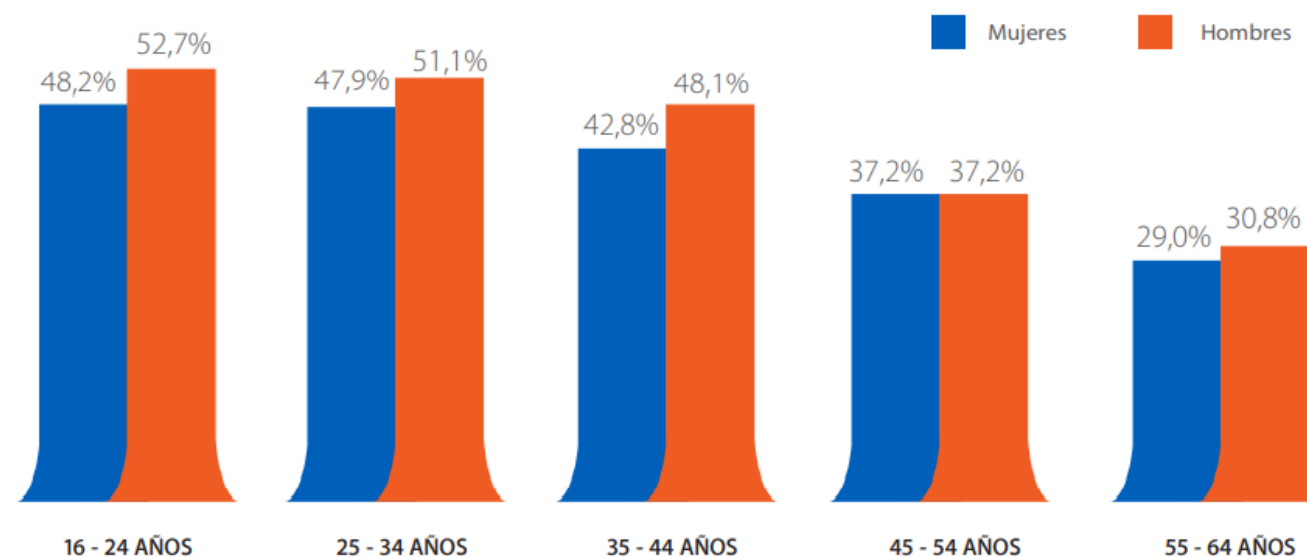


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are social

1. Móviles y dispositivos conectados

India, China e Indonesia lideran el uso comandos de voz - Mundo

► España se sitúa por debajo de la media mundial en el uso de comandos de voz.

Usuarios que utilizan comandos de voz por países

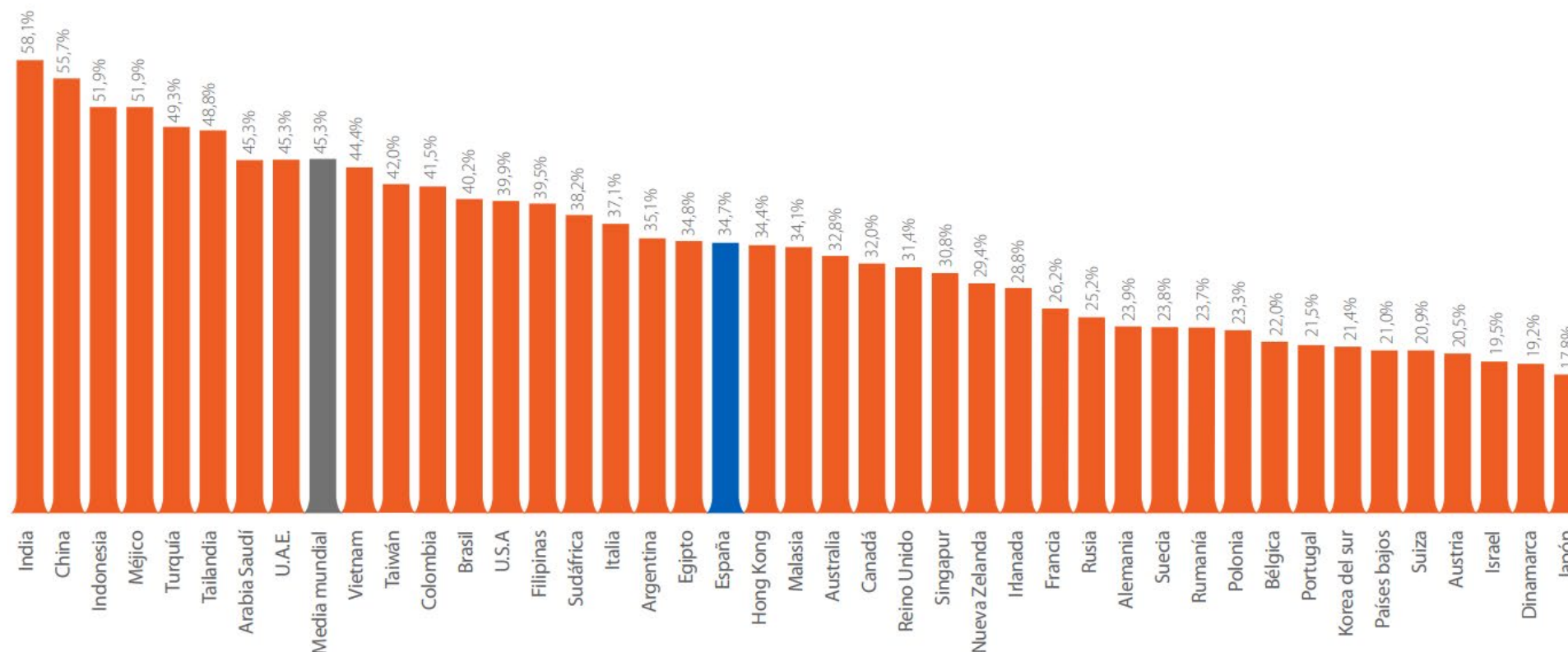


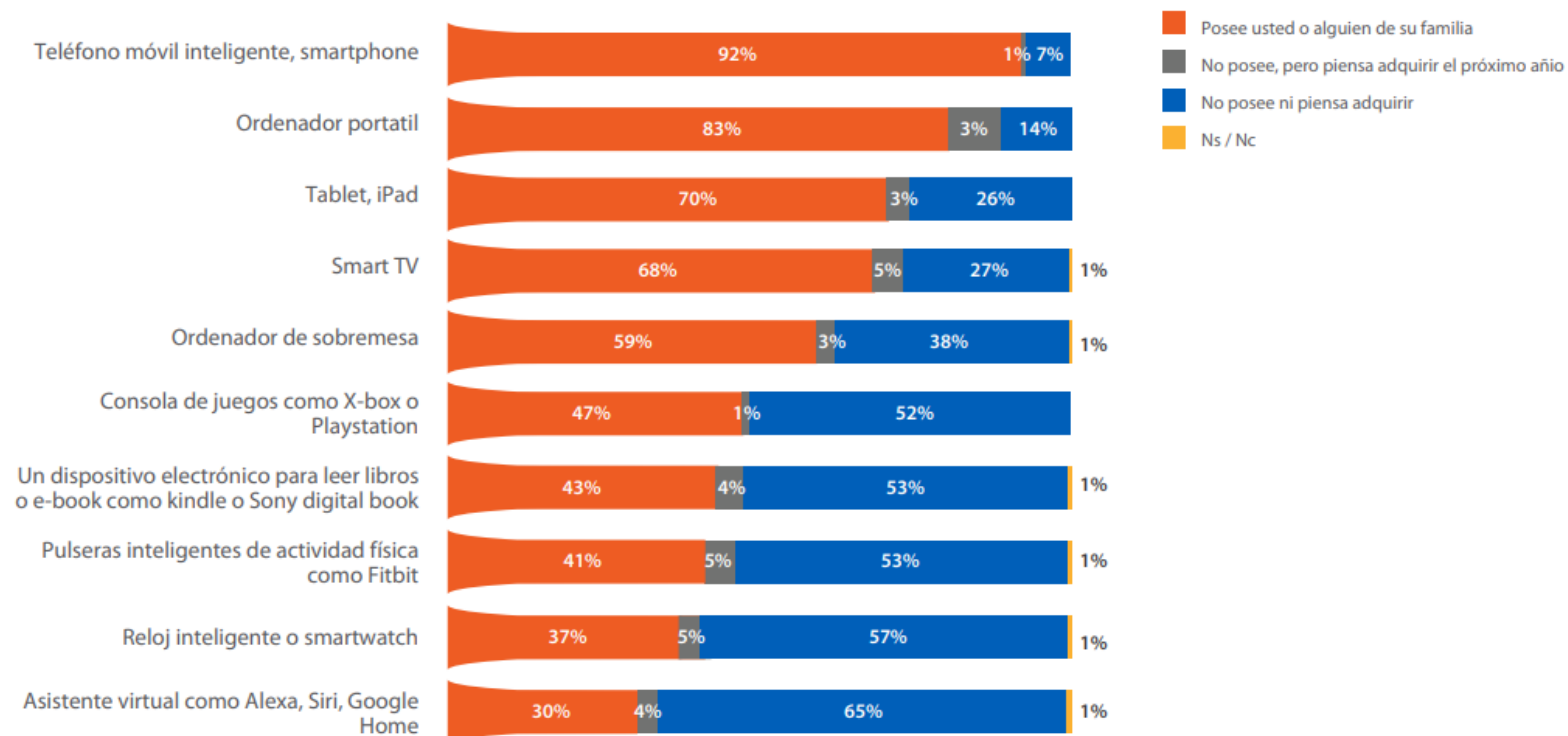
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are social

1. Móviles y dispositivos conectados

Solo un 7% de los hogares españoles se resisten al móvil - España

- ▶▶ Más de la mitad de los hogares españoles cuentan con móvil, ordenador portátil, Tablet, Smart TV y Ordenador de sobremesa.
- ▶▶ De media en cada hogar español hay 5 dispositivos conectados.

Dispositivos que tienen los españoles



1. Móviles y dispositivos conectados

3 de cada 10 españoles utilizan dispositivos conectados en el hogar - España

- ▶▶ El 29,9% de los españoles ha utilizado dispositivos o servicios de domótica en el hogar en el último año. En concreto, un 16,9% ha utilizado altavoces inteligentes, un 10,1% electrodomésticos conectados y un 8,9 dispositivos conectados relacionados con la seguridad en el hogar (alarmas, cerraduras inteligentes, etc.).
- ▶▶ Hombres, entre 25 y 34 años, los que más utilizan dispositivos conectados en sus casas.

Uso de dispositivos o servicios domóticos por sexo y edad. Año 2020

	USO DE ALGÚN DISPOSITIVO DOMÓTICO	ADMINISTRACIÓN DE ENERGÍA EN EL HOGAR	SISTEMAS DE ALARMA/SEGURIDAD	ELECTRODOMÉSTICOS	ASISTENTE VIRTUAL ALTAVOZ INTELIGENTE	NO USA NINGUNO DE ESOS DISPOSITIVOS DOMÓTICOS
TOTAL	29,9	7,8	8,9	10,1	16,9	71,0
POR SEXO						
Hombres	30,3	8,8	10,0	10,2	17,4	69,7
Mujeres	27,7	6,9	7,8	10,0	16,3	72,3
POR EDAD						
De 16 a 24 años	36,0	8,3	6,4	10,5	26,5	64,0
De 25 a 34 años	37,9	11,4	10,3	16,4	22,1	62,1
De 35 a 44 años	35,6	10,5	11,6	14,6	19,3	64,4
De 45 a 54 años	28,3	8,0	9,0	9,0	16,4	71,7
De 55 a 64 años	22,0	5,2	8,0	5,9	11,5	78,0
De 65 a 74 años	12,8	2,7	6,2	3,0	6,3	87,2

1. Móviles y dispositivos conectados

1 de cada 5 españoles desconoce los dispositivos conectados en el hogar - España

- ▶ Aun así, todavía un 22,1% de los españoles desconoce estos dispositivos y un alto 77,9% afirma no utilizarlos.
- ▶ Entre las razones para no hacerlo se encuentra la falta de necesidad para ello (74,8%) su alto coste (38,7%) y la reticencia a usarlos por temas de privacidad, seguridad y protección de datos (35,6%).

¿Por qué no usan dispositivos conectados en el hogar los españoles?



No lo necesito

74,8%

Son caros

38,7%

Invaden mi privacidad

35,6%

1. Móviles y dispositivos conectados

El 50% de los españoles ya utiliza asistentes de voz - España

- ▶▶ Los asistentes de voz también se afianzan en nuestro país donde un 28,3% de los españoles los utiliza varias veces al día.
- ▶▶ El móvil con un 70,6% es el dispositivo más utilizado para acceder a los asistentes de voz seguido por el altavoz inteligente y la Tablet.

Uso de asistentes de voz en España

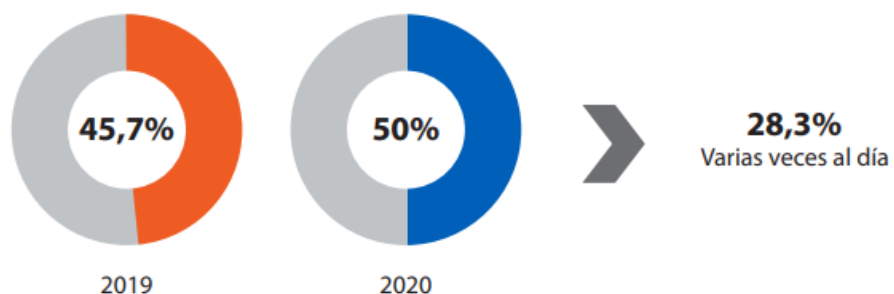


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC

Uso de asistentes de voz en España por dispositivo

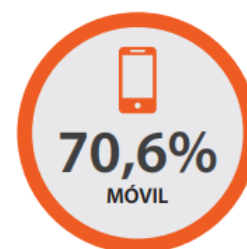
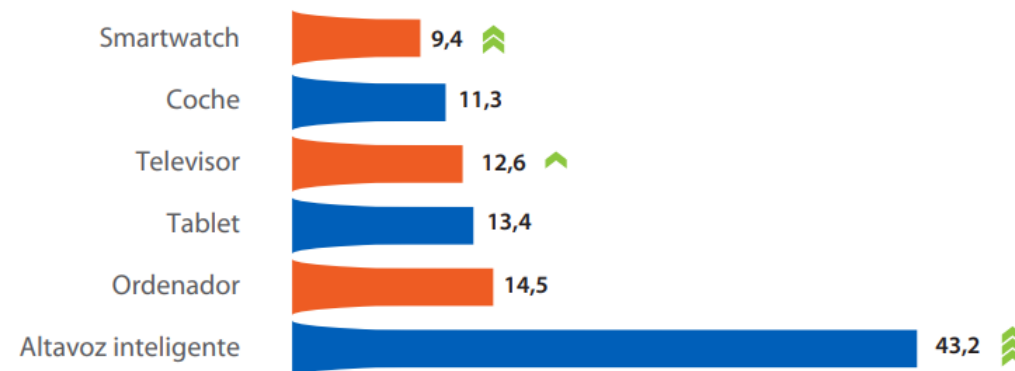


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC



1. Móviles y dispositivos conectados

Google, Alexa y Siri los asistentes de voz más utilizados - España

- ▶▶ Entre las actividades preferidas de los españoles para realizar a través de los asistentes de voz se encuentra escuchar música, realizar consultas generales o sobre el tiempo y el tráfico o activar alertas y recordatorios.

Asistentes de voz más utilizados en España

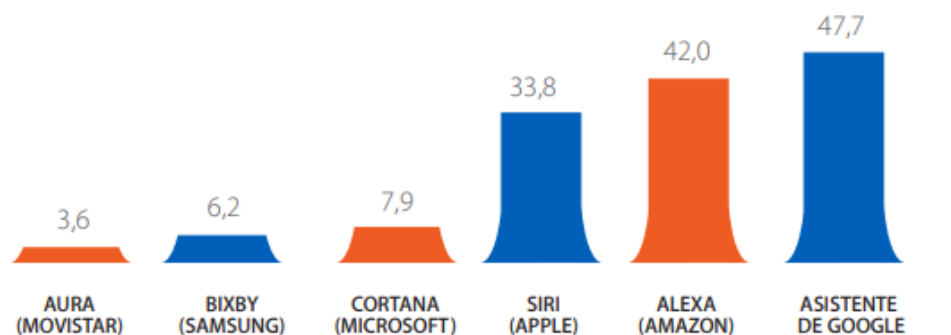


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC

ditrendia
digital marketing trends

Actividades que realizan los españoles a través de asistentes de voz

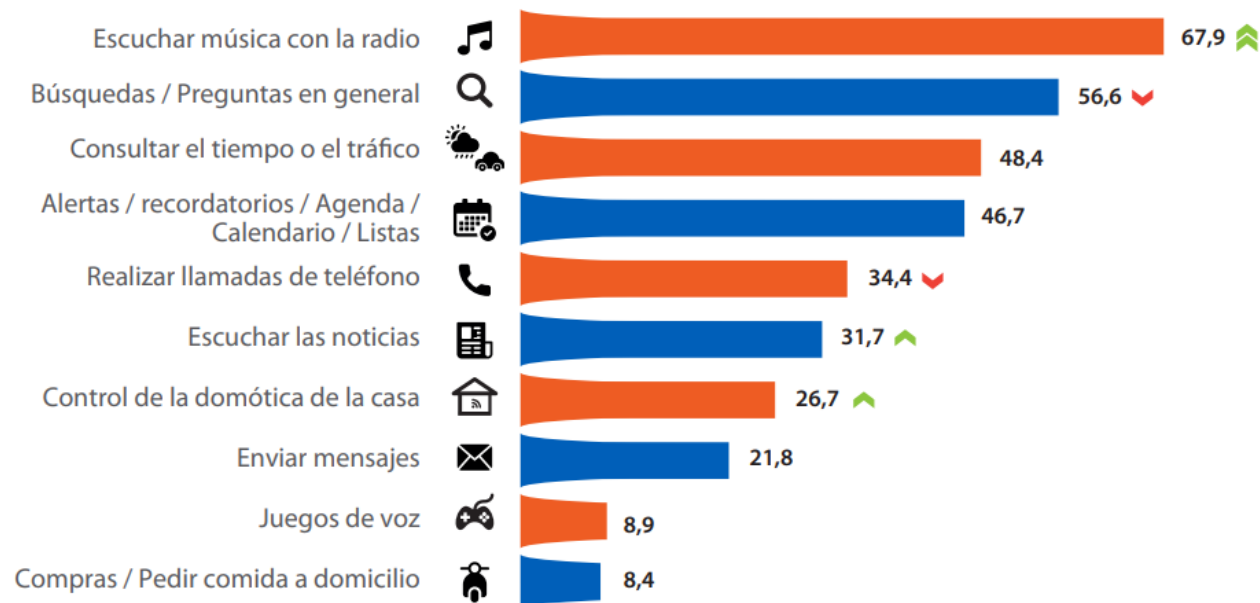


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC

ditrendia
digital marketing trends

#2

La red 5G

5G

2. La red 5G

Ya hay más de 500 millones de conexiones 5G en el mundo - Mundo

- ▶▶ La red 4G ha alcanzado su punto máximo en numerosos países, lo que supone que casi 3 de cada 5 conexiones se basan ahora en 4G y supondrá que en 2025 alcance el 57% del total de las conexiones móviles.
- ▶▶ 2025 sigue siendo el año esperado para el alcance del punto álgido de la red 5G, donde se espera que represente más de una quinta parte del total de dispositivos, supere el 20% del total de las conexiones y que más de 2 de cada 5 personas utilicen esta red.

Evolución del porcentaje de conexiones por tipo de tecnología en el mundo

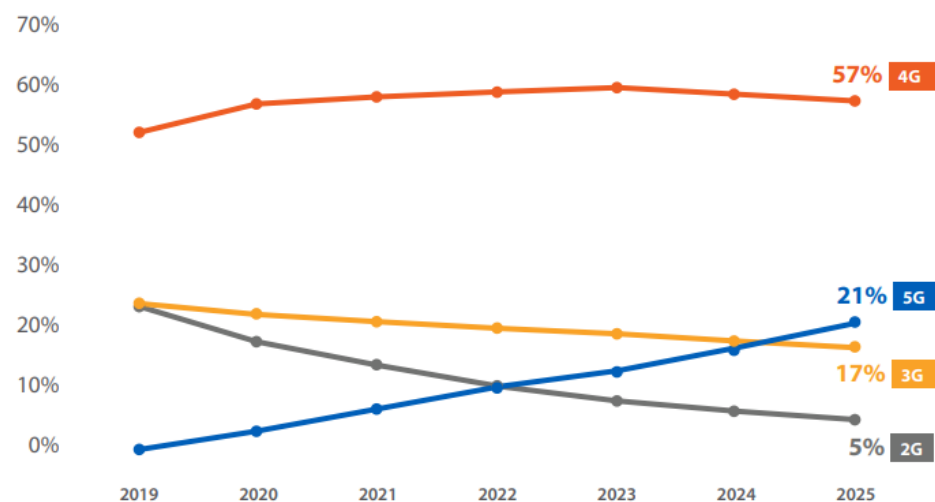


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de GSMA

Perspectivas de evolución del número de conexiones 5G en el mundo

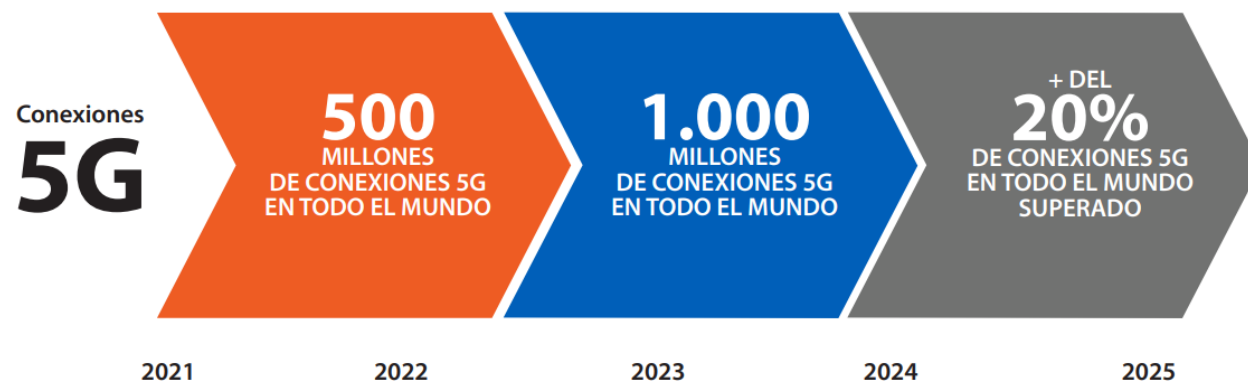


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de GSMA

2. La red 5G

Más de 65 países tienen ya 5G - Mundo

- ▶▶ La red 5G ha pasado de estar disponible en 3 países en 2019 a tener 165 redes en más de 65 países en todo el mundo.
- ▶▶ Las ciudades de Corea, Taiwán o Arabia Saudí las zonas donde la velocidad promedio de descarga de 5G es mayor.

Ciudades con mayor velocidad 5G en el mundo

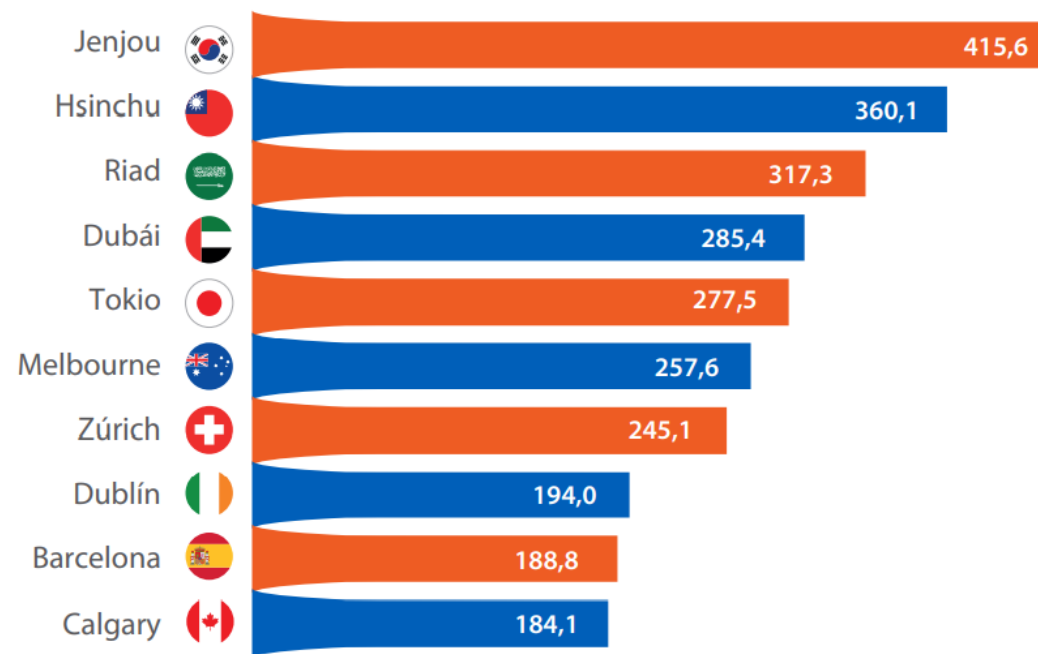


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de OpenSignal

2. La red 5G

Una industria lucrativa en desarrollo (I) - Mundo

- ▶▶ La adopción global de la red 5G se ha visto favorecida por la alta inversión en la red así como por la expansión de un cada vez mayor ecosistema de dispositivos.



Ecosistema de dispositivos

157 redes comerciales

Incluyendo 55 redes FWA* en 62 mercados
en el mundo

+ de 600 dispositivos 5G

Incluyendo más de 400 dispositivos
disponibles comercialmente

2. La red 5G

Una industria lucrativa en desarrollo (II) - Mundo

- ▶▶ Tanto es así que los fabricantes de hardware esperan que sus ingresos por móviles 5G aumenten un 210% en los próximos 5 años, hasta llegar a los 337 mil millones de dólares en 2025.

*Ingresos de los fabricantes de terminales 5G en 2025 por países
Perspectivas*

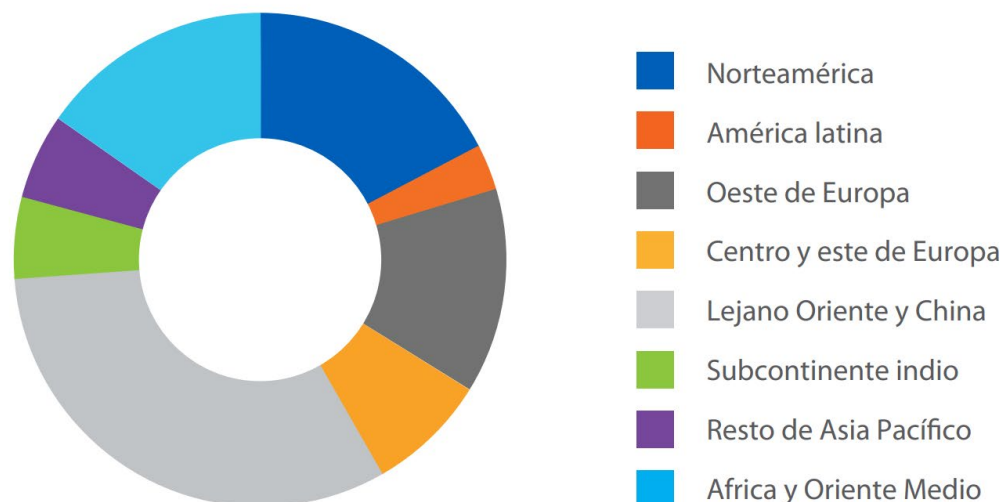


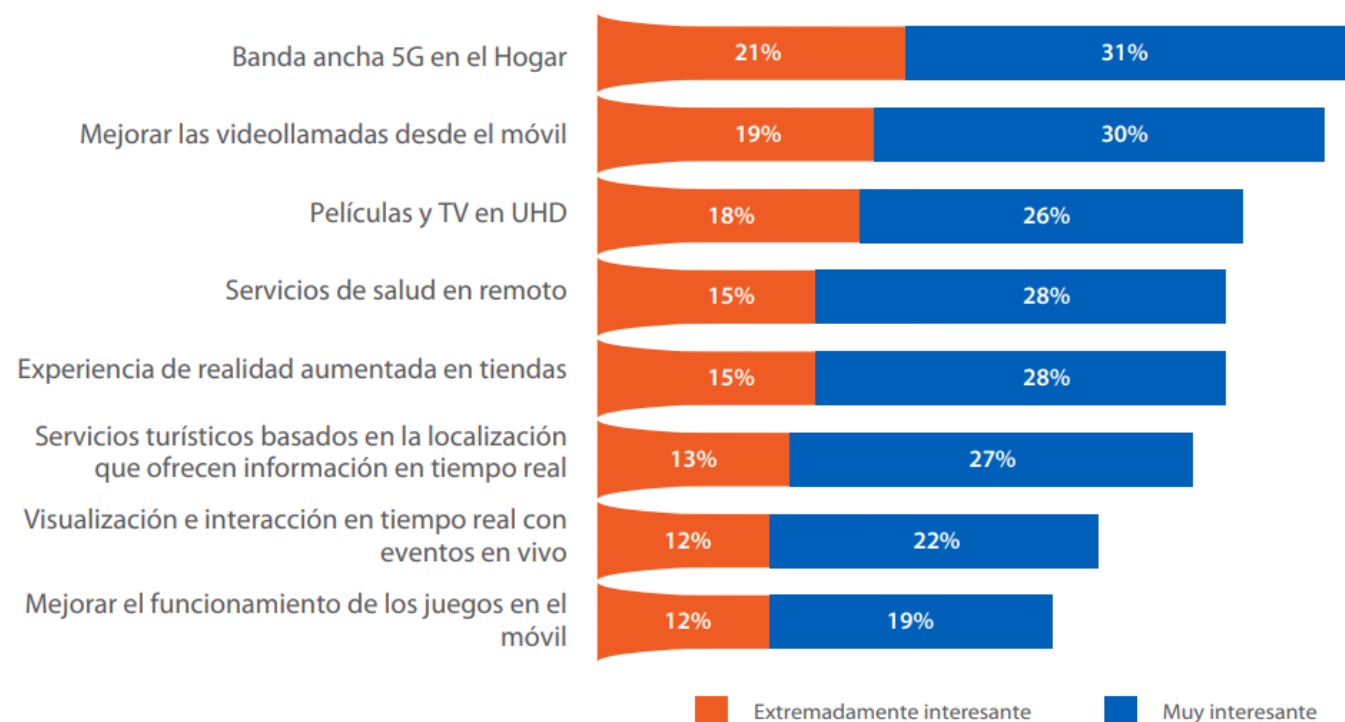
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Juniper Research

2. La red 5G

El streaming impulsa el interés por la red 5G - Mundo

- ▶ Otra de las razones que está fomentando la adopción del 5G es un cambio de hábitos entre usuarios que cada vez utilizan más los servicios de video, música o juegos en streaming. Para estos, la banda ancha y videollamadas son las principales ventajas de esta red.

¿Qué interés tienes en la incorporación de este tipo de servicios?



2. La red 5G

Más de 200 millones de conexiones 5G en 2025 - Europa

- ▶▶ Pese a que la red 4G es la tecnología móvil líder en la región, en Europa se espera que a partir de 2023 esta descienda a medida que los usuarios se decanten a favor del 5G, hasta alcanzar las 203 millones de conexiones 5G en Europa en 2025, lo que significará el 29% del total de conexiones.

Estado y Evolución del mix de tecnologías en Europa

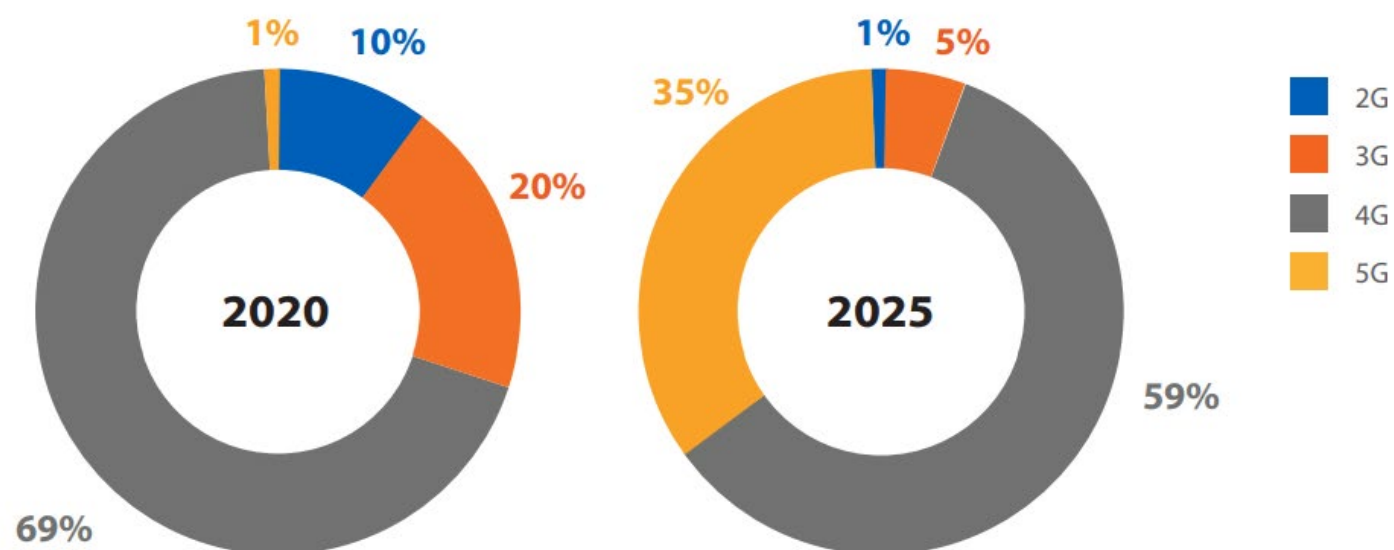


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de GSMA

2. La red 5G

El 5G aún no llega a más del 16% de los españoles - España

- ▶ Los españoles no solo ya conocen la red 5G (8 de cada 10 usuarios) sino que un 24% ya tiene dispositivos que lo utilizan y un 25,2% se conectan siempre a través de esta red.
- ▶ Aún así, el obstáculo geográfico sigue siendo una barrera para la llegada plena del 5G ya que un 16% de la población no dispone de esta red en su municipio.

Grado de conocimiento de los españoles de las redes 5G

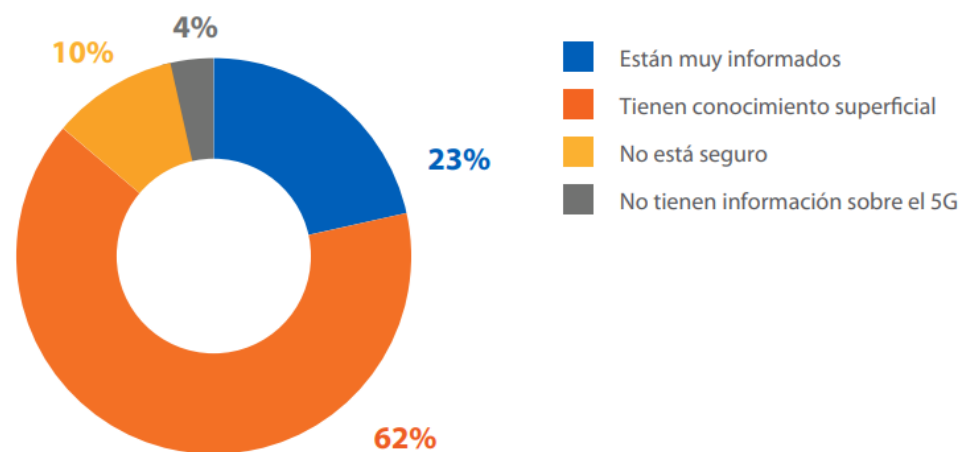


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

Utilización de los españoles de los dispositivos 5G

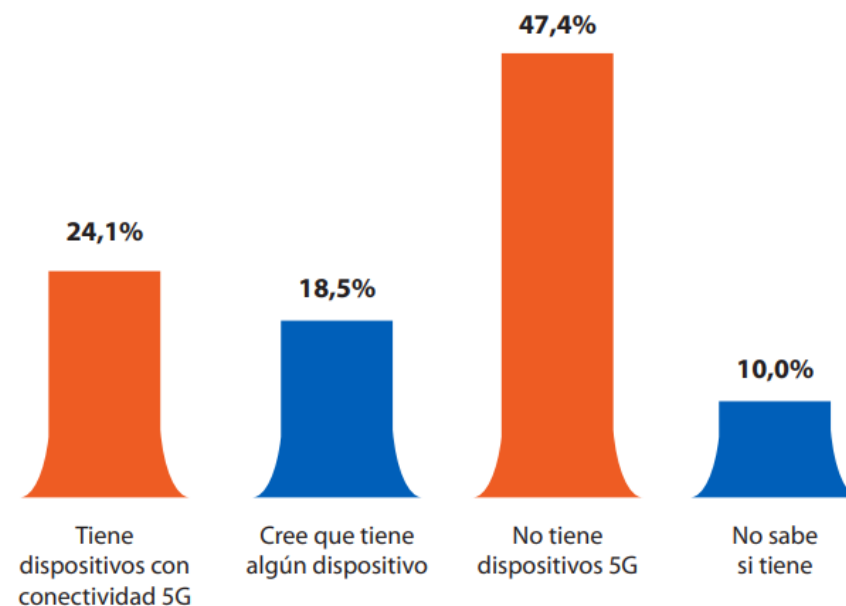


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

2. La red 5G

Los que tienen 5G, lo usan - España

- ▶▶ De entre los que cuentan con dispositivos con conexión 5G, más de la mitad (un 56,8%) lo utilizan siempre o habitualmente. Destaca un 13,6% que indica que nunca se conecta a través de esta red en sus dispositivos conectados.

Con qué frecuencia se conectan los españoles al 5G

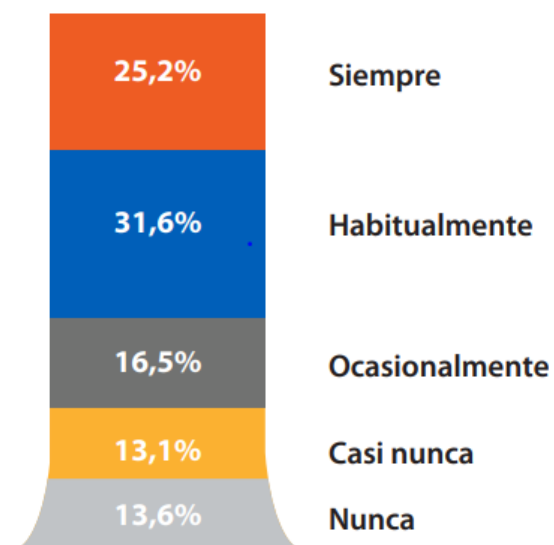


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

2. La red 5G

43 ciudades españolas cuentan con acceso a la red 5G - España

- ▶▶ Desde la llegada en 2019 del 5G a España de la mano de Vodafone, operadores como Movistar, Orange o Másmovil se han sumado a este despliegue dejando un mapa de España con 43 ciudades con acceso a 5G.

Mapa del despliegue de la red 5G en España por operador
Datos de septiembre 2020

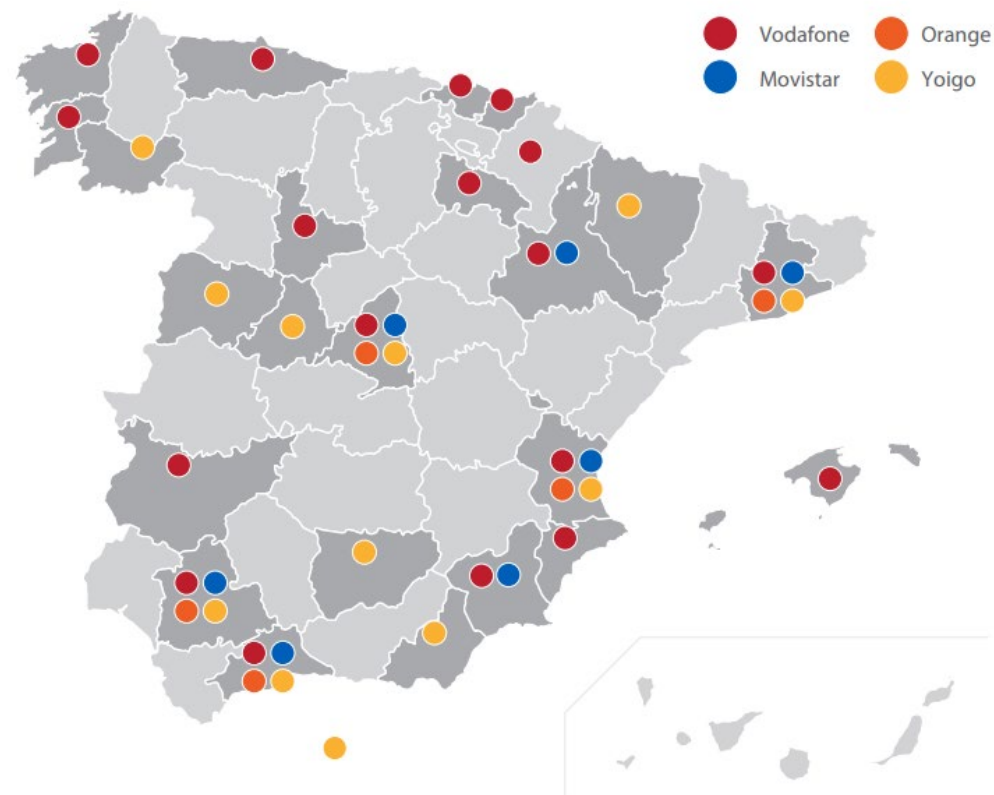


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de El Economista

2. La red 5G

5G, pero no tan rápida como se esperaba - España

- ▶▶ Desde entonces, el ritmo de expansión de cada operador ha sido diferente ya que, junto al despliegue de 5G con espectro propio en diversas ciudades (con una banda de 3,5 GHz), los operadores están complementando sus despliegues con 5G DSS* (compartiendo bandas medias entre 1.800–2.100 MHz, que están utilizando para 3G o 4G, con el 5G) lo que permite mejorar la cobertura.

	4G+ EN 1,8 GHZ	5G DSS	5G NSA EN 3,5 GHZ
VELOCIDAD MÁXIMA	400 Mbps	400 Mbps	1.000 Mbps en Vodafone, 500 Mbps en Movistar, Orange y Yoigo
LATENCIA	Alrededor de 30 ms	Alrededor de 30 ms	Alrededor de 15 ms
DISPOSITIVOS CONECTADOS	Hasta 100.000 por km ²	Hasta 1 millón por km ²	Hasta 1 millón por km ²
COBERTURA DISPONIBLE CON	Movistar Orange Vodafone MásMovil/Yoigo	Movistar (85%) Orange (28%) MásMovil/Yoigo (29%)	Movistar Orange Vodafone (25 ciudades) MásMovil/Yoigo

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Xakata Móvil

2. La red 5G

Diversidad de resultados según el operador - España



- ▶ **Movistar:** En el primer trimestre de 2021 su cobertura 5G en España alcanzaba ya el 80% de la población, con la instalación de un total de más 4.300 nodos que ofrecen cobertura a más de 37 millones de habitantes y 1.253 municipios de toda España.



- ▶ **Vodafone:** La primera operadora en lanzarse a la tecnología 5G, ha desplegado la primera red 5G SA* en España en fase precomercial, un 5G independiente que ofrece velocidades más altas, menos latencia y ancho de banda. Pese a ello, actualmente ofrece 5G NSA* en 25 ciudades españolas y solo cubre al 50% de la población.



- ▶ **Orange:** Desde que en septiembre de 2020 activara su red 5G en 5 ciudades, la operadora ha desplegado su servicio hasta alcanzar los 442 municipios lo que supone el 28% de la población. Su objetivo es llegar al 90% de la población española en 2022.



- ▶ **Másmóvil:** Según indican desde la propia compañía, dispone de espectro 5G en la banda 3,5GHz y es el operador con mayor cantidad de espectro 5G por cliente de España, aunque no aclara cuanta población cubre con su red 5G.

#3

Hábitos de consumo móvil

3. Hábitos de consumo móvil

Casi 7 horas al día dedicadas a navegar con nuestros dispositivos - Mundo

- ▶▶ Como decíamos al principio, la pandemia ha provocado que cada vez utilicemos más nuestros dispositivos conectados a los que en el mundo dedicamos de media 6 horas 54 minutos.
- ▶▶ El auge del uso de los servicios de streaming ya sean de televisión, video o radio (podcasts) ha influido de manera destacada en este ascenso del tiempo, aunque también hemos incorporado nuevos hábitos y usos que han influido en esta dedicación.

Tiempo diario dedicado a los dispositivos en el mundo



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

3. Hábitos de consumo móvil

Aumenta un 25% el tiempo dedicado a la semana a nuestro móvil - Mundo

- ▶▶ Tanto es así que desde junio de 2020, las horas que los usuarios a nivel mundial pasamos en el móvil a la semana comenzó a ascender de manera destacada hasta alcanzar el hito de 25% más de media durante el confinamiento.

Horas a la semana dedicadas al móvil en el mundo

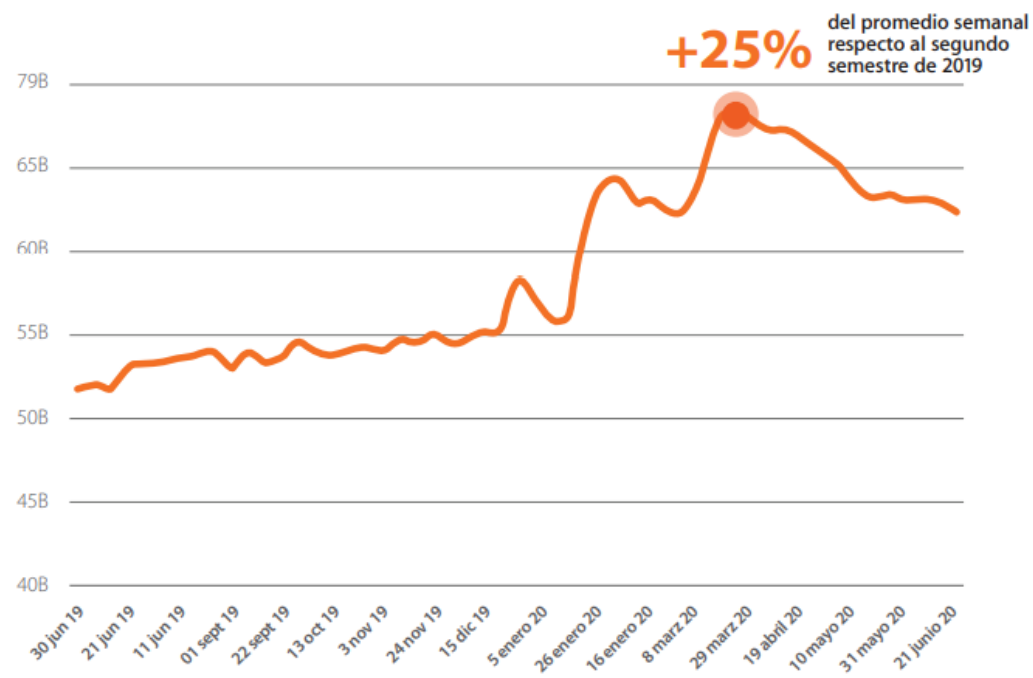


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de App Annie

3. Hábitos de consumo móvil

Las aplicaciones móviles consumen nuestro tiempo - Mundo

- ▶▶ Del tiempo total que los usuarios en el mundo dedican a utilizar internet en dispositivos conectados, 4h 10 minutos las pasan utilizando sus móviles (lo que supone un 20% más de tiempo dedicado a los teléfonos móviles que en 2019).
- ▶▶ Y un 92% de estas cuatro horas lo dedican a utilizar aplicaciones móviles y el resto, navegando por la web.

Tiempo dedicado al móvil en el mundo por actividad

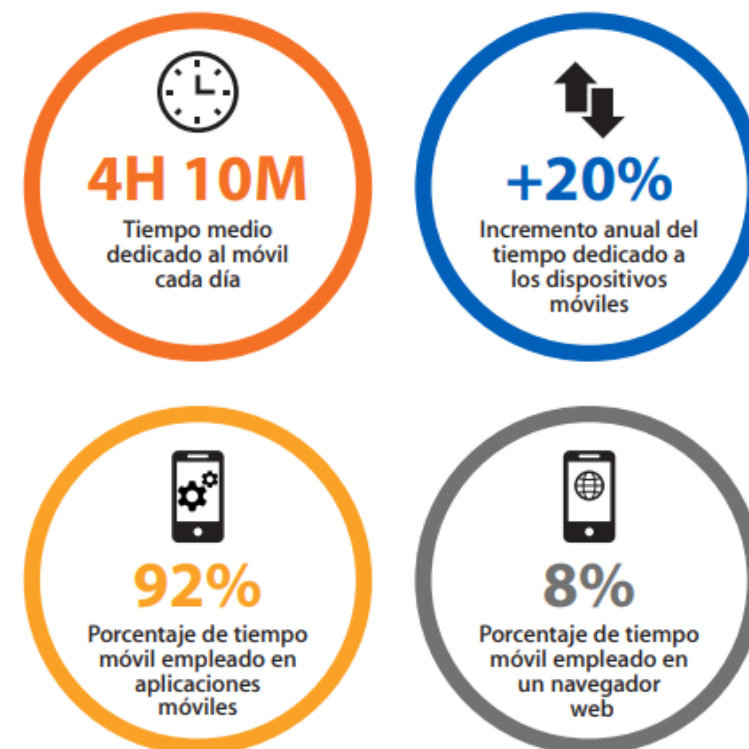


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are social

3. Hábitos de consumo móvil

Cada vez más conectados - Mundo

- ▶ En 2020 el tiempo promedio dedicado a conectarnos a internet desde el móvil ha ascendido a 3h 39 minutos de media, siendo Filipinas, Brasil, Tailandia e Indonesia las regiones que se posicionan a la cabeza del tiempo dedicado al móvil.

Tiempo dedicado a acceder a internet desde el móvil por regiones

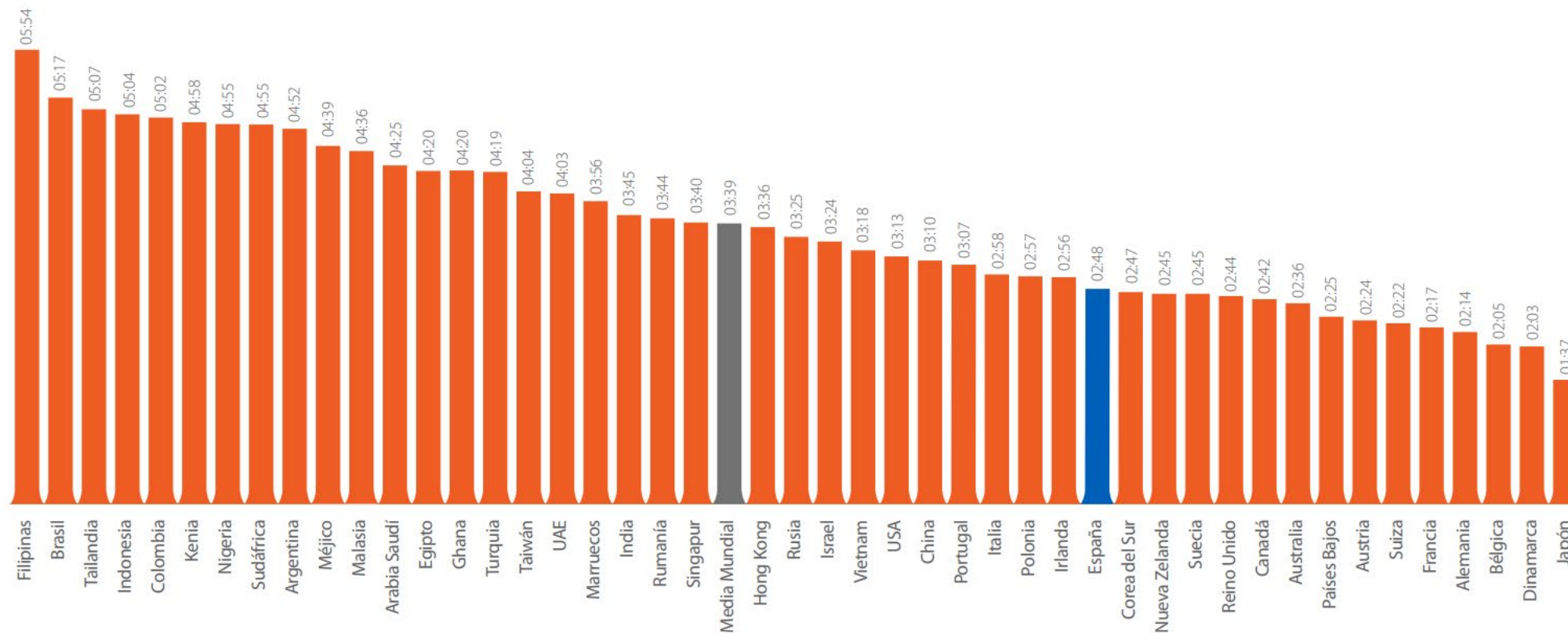


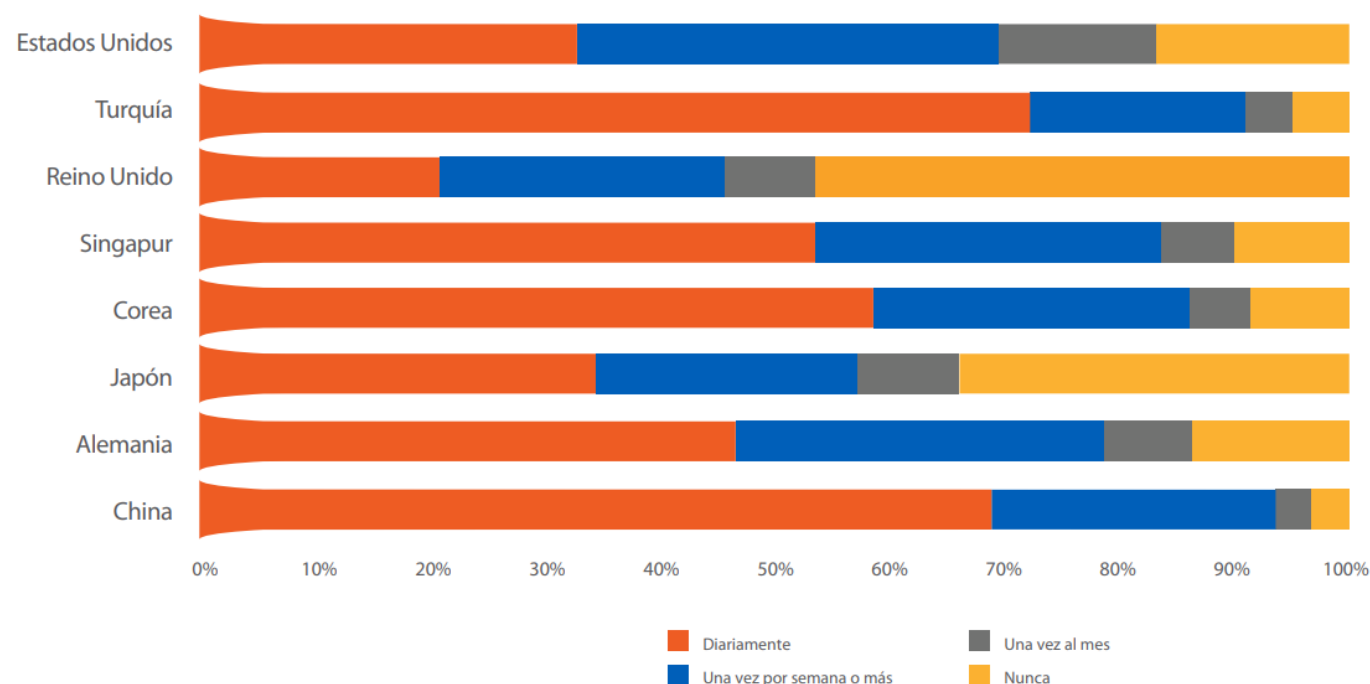
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We are social

3. Hábitos de consumo móvil

El auge del streaming - Mundo

- ▶▶ Como comentábamos, uno de los principales cambios en nuestros hábitos de consumo móvil ha sido el crecimiento exponencial del uso de los servicios de video y TV por streaming.
- ▶▶ Asia-Pacífico es la región cuenta con la mayor cantidad de usuarios que utilizan estos servicios de manera diaria. Por países, destaca Turquía, cuyo uso del streaming supera en un 25% al uso de estos servicios en Estados Unidos.

Frecuencia de acceso a servicios de Streaming por países



3. Hábitos de consumo móvil

La Generación Z encabeza el uso de los servicios de streaming - Mundo

- ▶▶ Los usuarios de la Generación Z, junto con los Millennials, encabezan el uso de los servicios de streaming, aunque los mayores de 55 años también se han visto atraídos por este tipo de uso siendo ya más de un 30% los que aseguran utilizar este tipo de servicios diariamente.

Frecuencia de acceso a servicios de Streaming en el mundo por edad

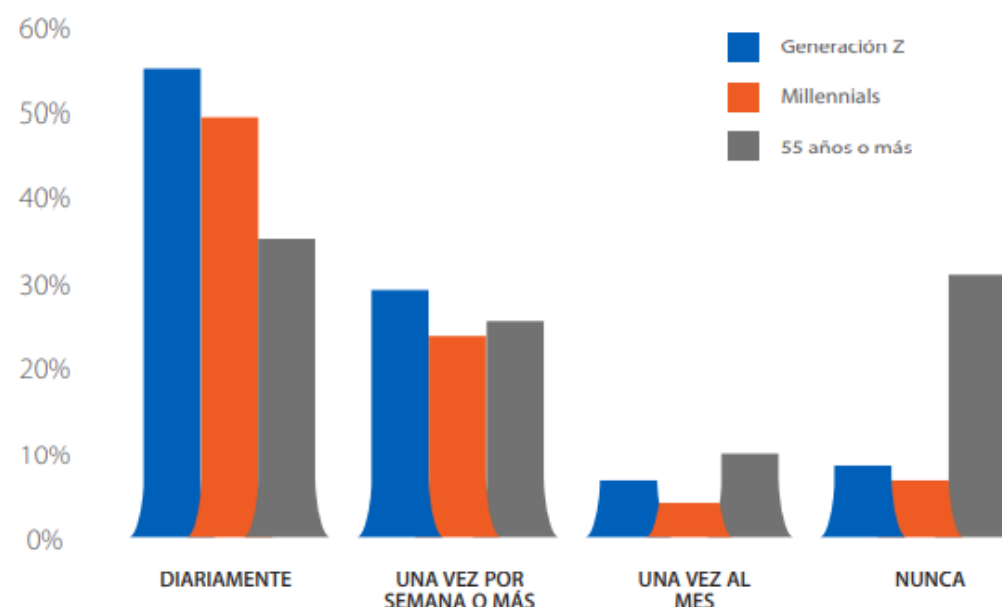


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Adjust

3. Hábitos de consumo móvil

Más de 2 mil millones de usuarios de videollamadas - Mundo

- ▶▶ Otro de los cambios provocados por la pandemia, favorecido también por la expansión del uso de la red 5G, ha sido el auge de las videollamadas.
- ▶▶ En total en 2020 el número total de servicios de videollamada alcanzó los 1,8 mil millones (frente a los 1,2 mil millones de 2019) con un total de usuarios de más de 2,1 mil millones.
- ▶▶ De nuevo Asia-Pacífico, encabezada por China, lidera el uso de las videollamadas seguida por Norteamérica y Europa con un uso prácticamente similar.
- ▶▶ Las perspectivas indican que el número de usuarios de videollamadas continuará aumentando hasta alcanzar los 4,5 mil millones de usuarios en 2025, lo que supone el 50% del total de los usuarios de móvil en el mundo.

Usuarios de Videollamadas por regiones

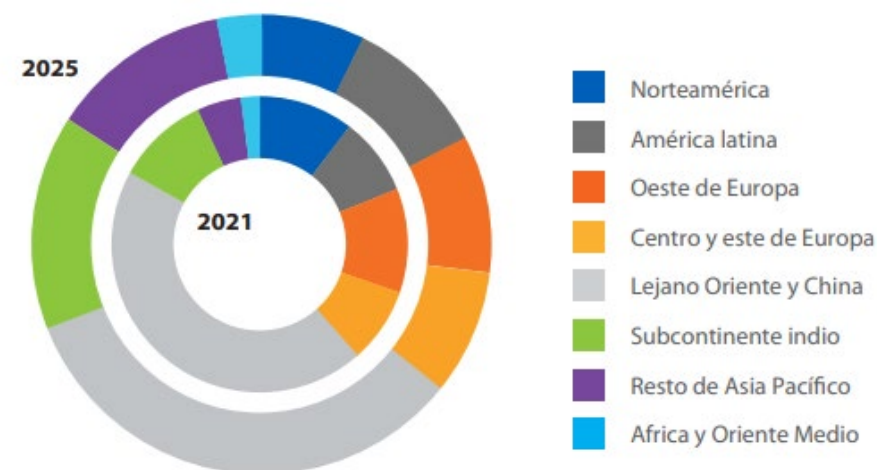


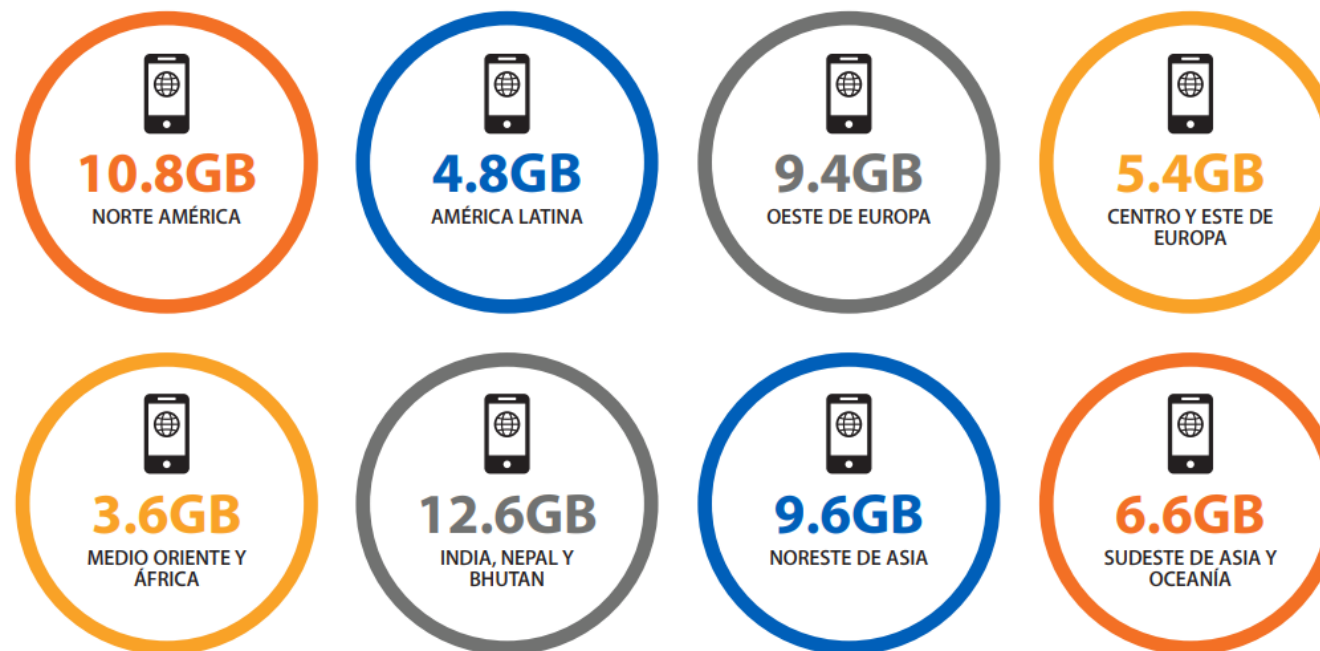
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Juniper Research

3. Hábitos de consumo móvil

Cada vez consumimos más datos - Mundo

- ▶▶ Este aumento del tiempo que dedicamos a nuestro móvil así como por el uso de videollamadas y los servicios de streaming, provoca también que consumamos más datos.
- ▶▶ Por regiones, India, Nepal y Bután son las regiones donde más datos se consumen al mes (12.6 GB), seguida de Norte América con 10.8GB al mes y el Noreste de Asia con 9.6 GB de consumo medio al mes.

Consumo de datos al mes desde Smartphone por regiones

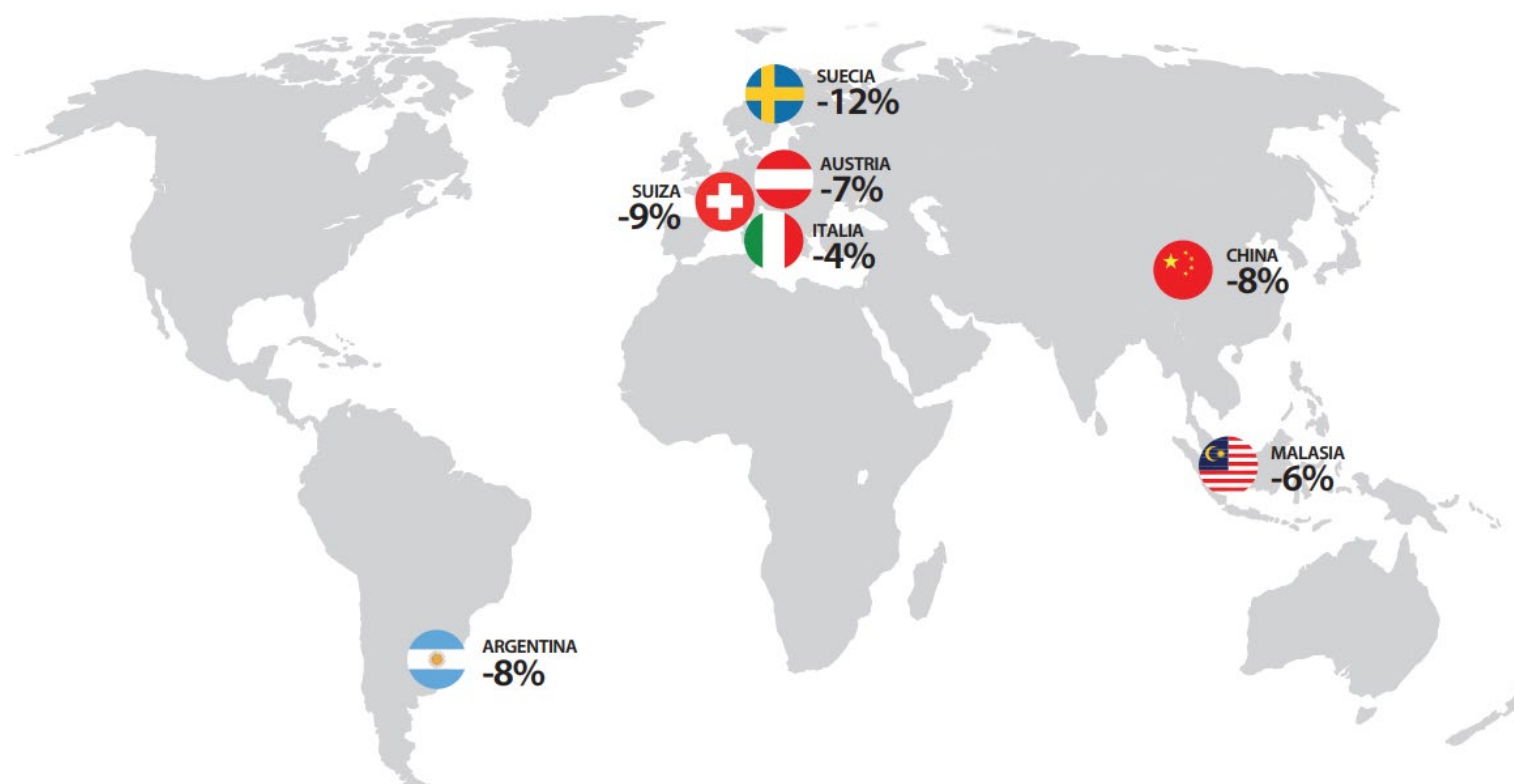


3. Hábitos de consumo móvil

La preocupación por la privacidad baja - Mundo

- ▶▶ Quizá influida por nuestra hiperconexión, la preocupación de los usuarios móviles en el mundo por su privacidad ha descendido en todas las regiones. Por países, Suecia es el país donde más destaca este descenso seguido de Suiza, Argentina y China.

¿Cómo ha cambiado la preocupación de los usuarios por su privacidad en el móvil por países?



3. Hábitos de consumo móvil

17 minutos más al día en internet - España

- ▶ El tiempo dedicado por los españoles a conectarse a internet continúa aumentando, sumando 17 minutos más cada día a acceder a la red desde cualquier dispositivo, lo que se traduce en 4h 12 minutos diarios dedicados a internet.
- ▶ El móvil lo tenemos prácticamente siempre conectada a la Wifi (88,5%); el Bluetooth y el GPS están conectados habitualmente (>50%).

Tiempo de conexión diaria a internet en España

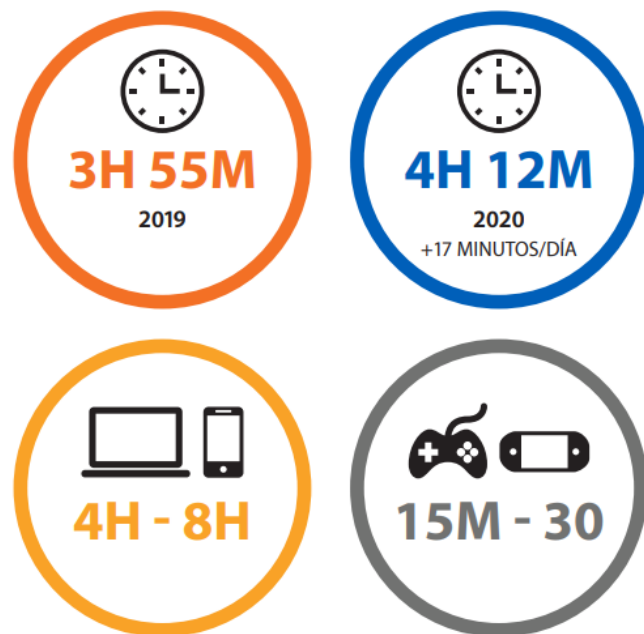


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC

Modo de conexión a internet en España

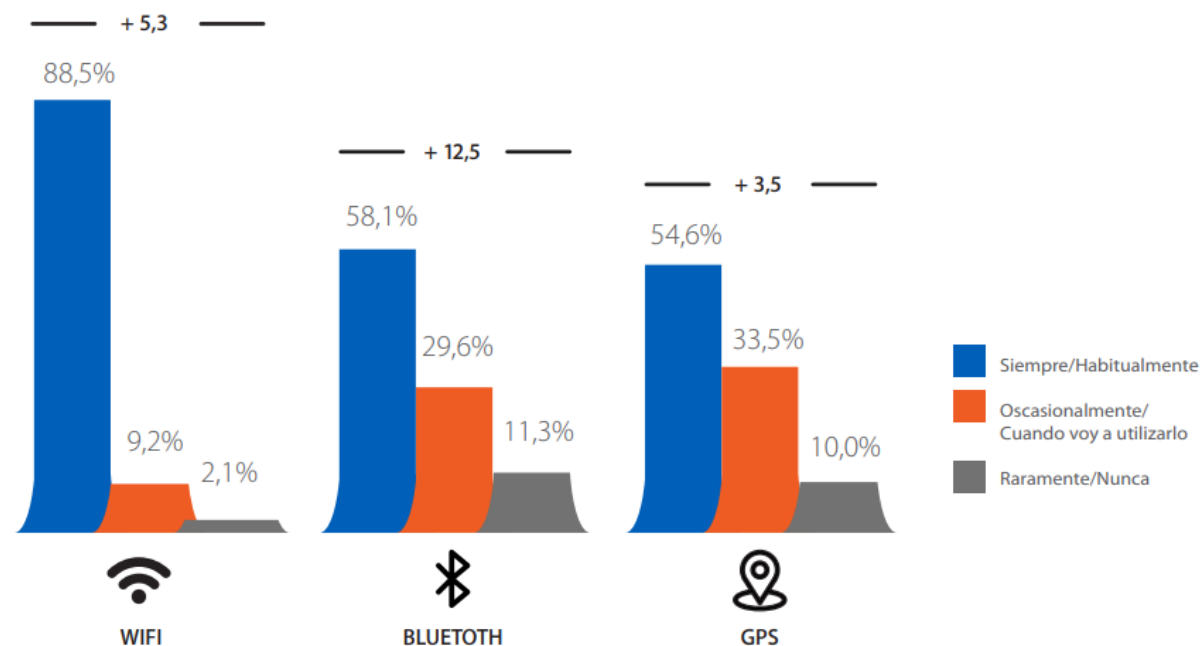


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC

3. Hábitos de consumo móvil

Sin cambios en el liderazgo móvil (I) - España

- ▶▶ Pese a que los españoles cada vez utilizamos más todos los dispositivos conectados (a excepción del ordenador de sobremesa que continúa retrocediendo), el móvil continúa liderando con un 93,1% de los españoles que lo utilizan de manera activa.
- ▶▶ Por dispositivos, el Smartwatch con un aumento del 2%, el Smart TV con un 2,9% más y los Altavoces Inteligentes con un auge del 5,1% son los que han experimentado un mayor crecimiento durante 2020.

Dispositivos de acceso a internet en España

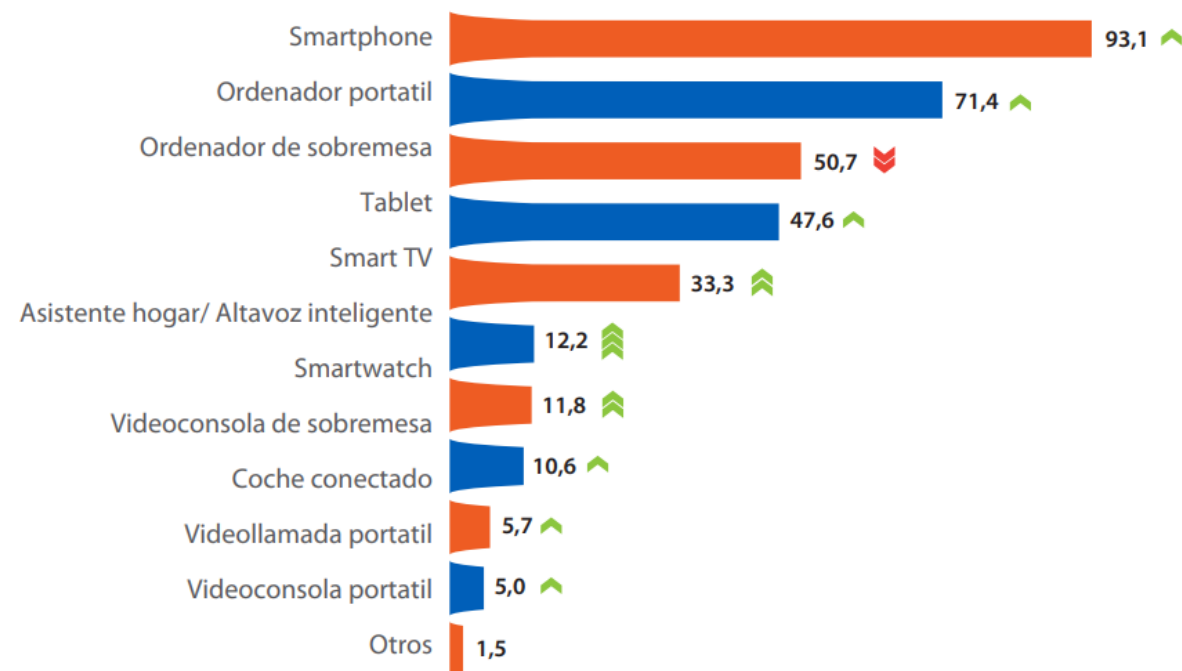


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC

3. Hábitos de consumo móvil

Sin cambios en el liderazgo móvil (II) - España

- ▶▶ Repartimos nuestro tiempo diario entre dispositivos, utilizándolos de manera individual o conjunta.
- ▶▶ Del tiempo que dedicamos a los dispositivos, el móvil, al que dedicamos un 55% de nuestro tiempo y donde realizamos el 66% de las sesiones, es nuestro dispositivo principal.
- ▶▶ Además, consumimos más aplicaciones móviles que navegación en páginas webs desde el móvil.

Consumo multidispositivo en España

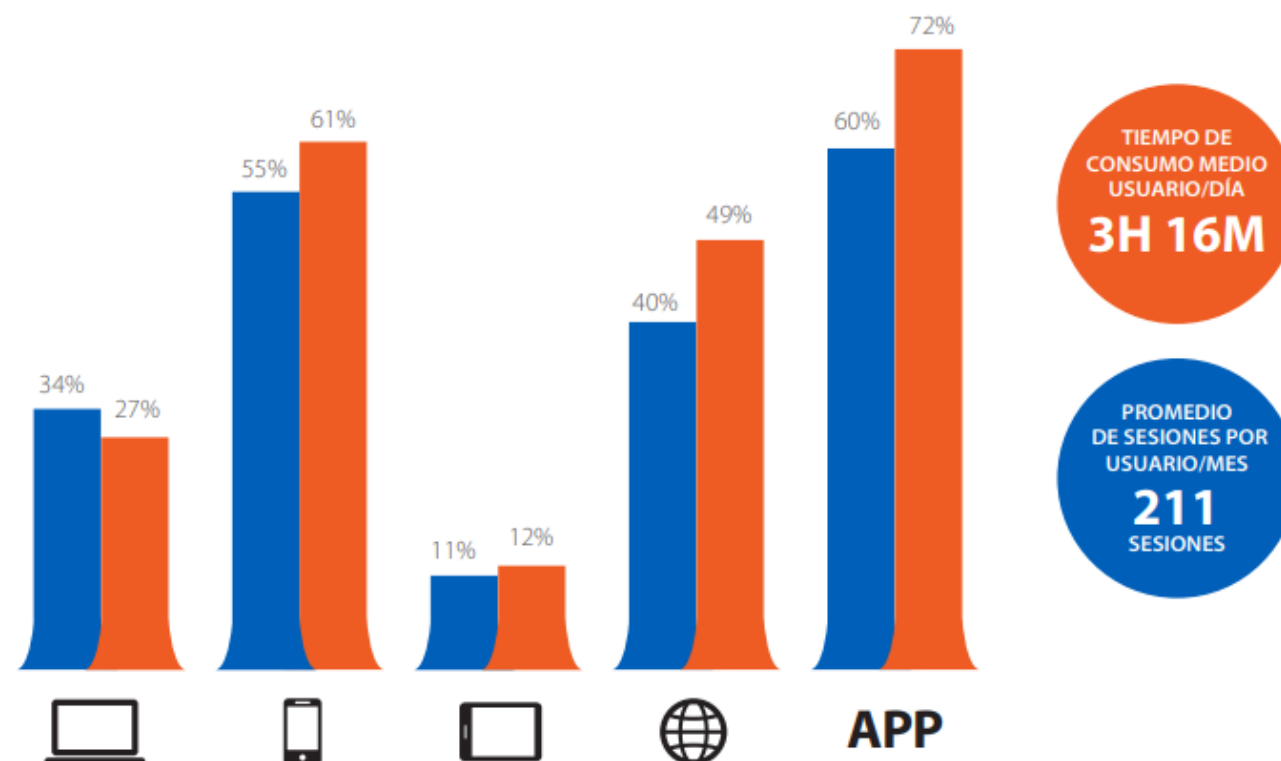


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

3. Hábitos de consumo móvil

Somos el país europeo que más tiempo dedicamos al móvil - España

- ▶▶ España es el país europeo donde más tiempo dedicamos al móvil: 3 horas y 27 minutos al día, mientras que Alemania y Portugal son los que menos, con solo dos horas diarias.
- ▶▶ Tocamos nuestro móvil una media de 142 veces al día, pasando semanalmente utilizándolo 18 horas y 12 minutos.



3h 27 minutos
al día



18h 12 minutos
a la semana



142
veces al día
tocamos el móvil

3. Hábitos de consumo móvil

Pocas diferencias entre generaciones - España

- ▶▶ La generación Z, con una media de 141 visitas diarias a su móvil al que le dedican 4h 6 minutos al día, son los que más utilizan los móviles en España; aunque hay que destacar el aumento de más del 30,5% en el tiempo dedicado al móvil por los mayores de 34 años, que ya acuden a su móvil una media de 108 veces al día y le dedican 3h 16 minutos.

Tiempo dedicado al Smartphone en España por edades

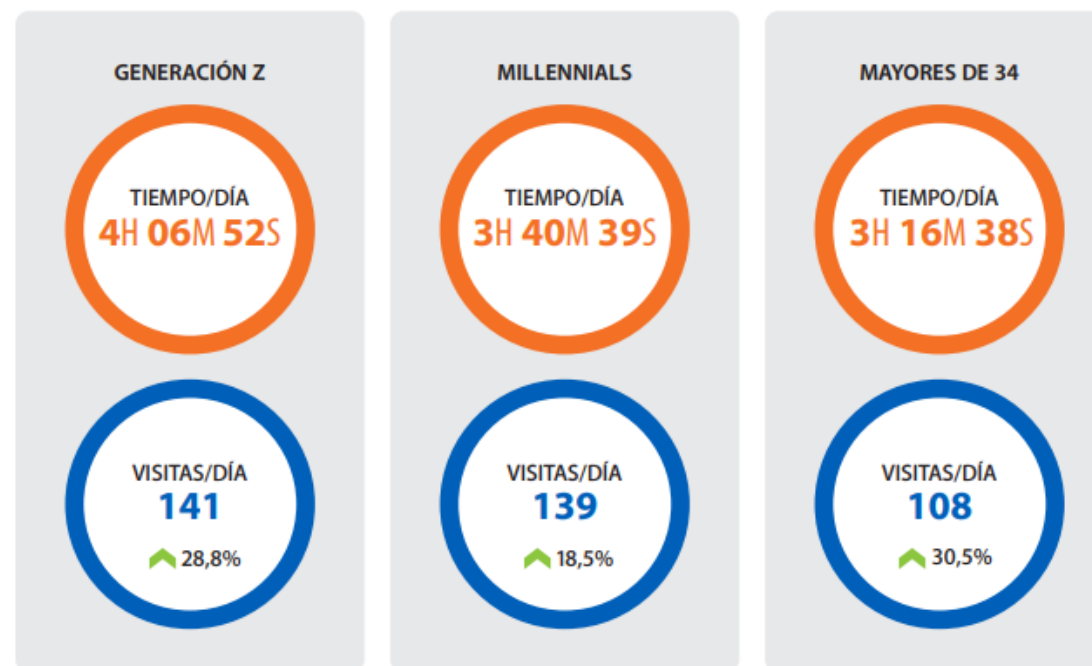


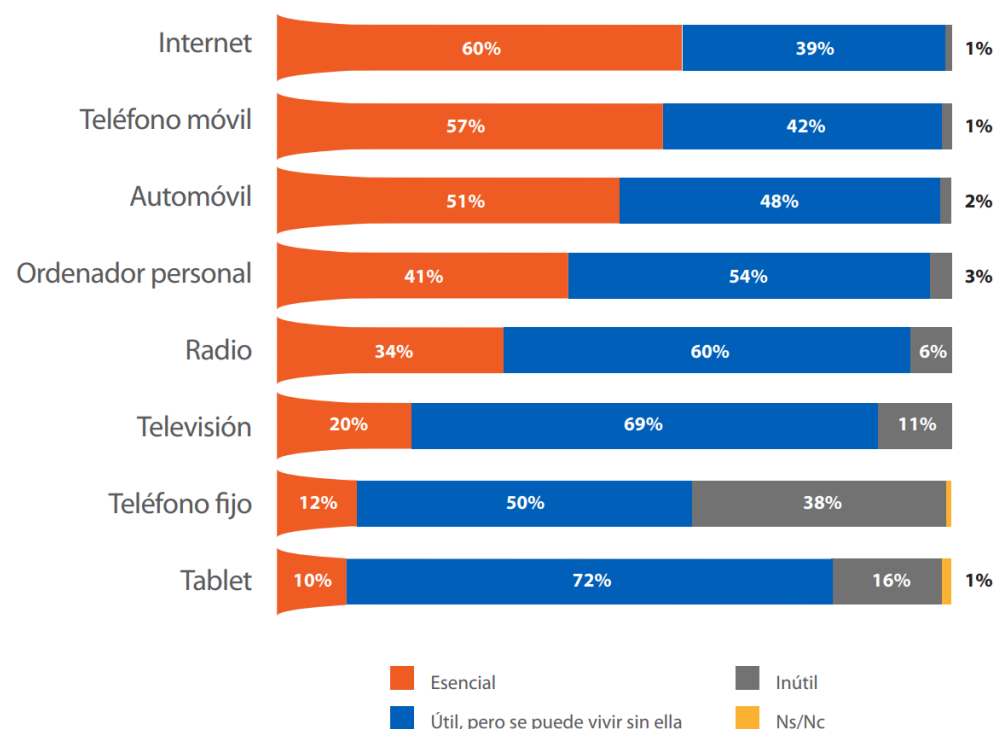
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Smartme Analytics

3. Hábitos de consumo móvil

Internet y el móvil, las tecnologías más importantes - España

- ▶▶ Y es que el móvil se ha convertido en una tecnología esencial para el 57% de los españoles, solo un 3% por debajo del nivel de esencialidad que los españoles otorgan a internet. Solo un 1% considera que es una tecnología inútil.

Grado de importancia que los españoles dan a las tecnologías



3. Hábitos de consumo móvil

Más móviles asegurados, pero también más fraude - España

- ▶ Los españoles cada vez estamos más concienciados sobre las consecuencias que puede sufrir nuestro móvil ante ciertos imprevistos, descuidos o despistes. Por ello, la contratación del número de pólizas de siniestros de móviles se ha incrementado de manera destacada en los últimos años. Sin embargo, también ha aumentado el número de fraudes al seguro móvil (salvo en 2020 donde, la reducción de la movilidad y el parón en el consumo durante la pandemia hicieron que los fraudes se redujeran un 47%).
- ▶ El perfil de la persona que defrauda al seguro en España es un menor de 30 años que tiene un móvil de alta gama, que denuncia robo con violencia sin poder determinar al autor del mismo por producirse en lugares concurridos, y generalmente, conoce ampliamente las coberturas de su póliza y los requisitos exigentes para de notificar el supuesto robo de su terminal.
- ▶ Madrid concentra más del 50% de los casos de fraude seguida de Cantabria, Cataluña y Andalucía.

Nivel de fraude al seguro móvil en España por Comunidades Autónomas

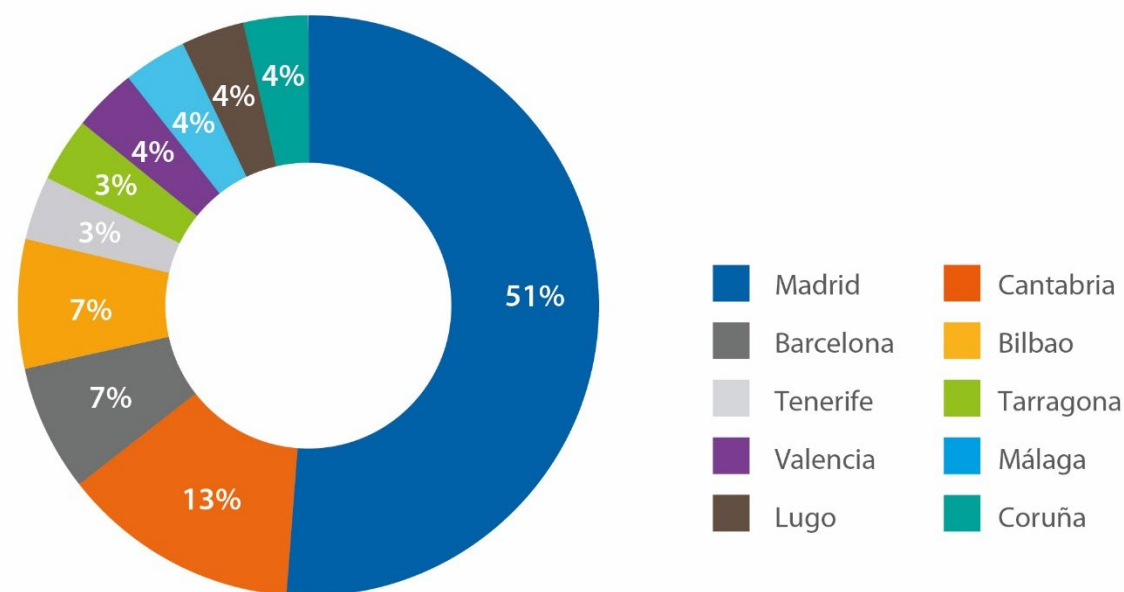


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de CPP Group Spain

3. Hábitos de consumo móvil

Desde casa y conectados con fibra óptica - España

- ▶▶ En un año de restricciones no es de extrañar que los españoles nos conectemos más desde casa que desde locales o transporte público.
- ▶▶ Este auge del uso de internet desde casa nos ha llevado a mejorar el nivel de calidad y velocidad de nuestras conexiones, apostando más por la fibra óptica y por la telefonía móvil, frente al uso del ADSL.

Uso del móvil desde casa en España



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC

Modo de conexión móvil en España

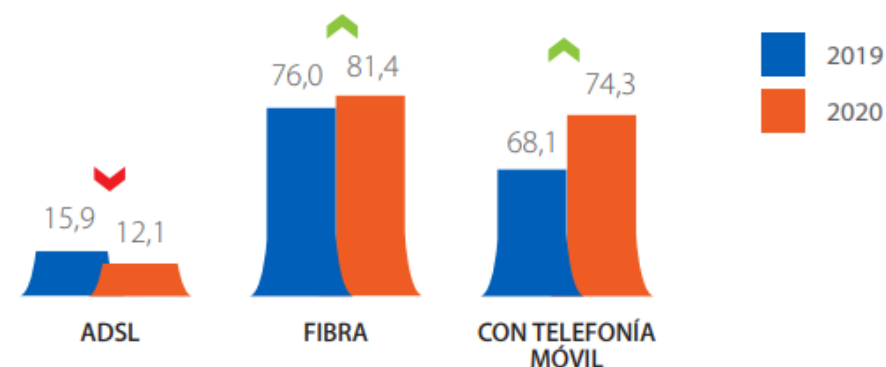


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC

3. Hábitos de consumo móvil

El móvil como medio de comunicación y entretenimiento (I) - España

- ▶▶ Del tiempo que dedicamos al móvil la mayor parte la dedicamos a utilizar aplicaciones de comunicación como WhatsApp y Redes Sociales.
- ▶▶ Diariamente los españoles dedicamos 24,4 minutos al día a las aplicaciones de comunicación y otros 24 minutos a acceder a las redes sociales.
- ▶▶ El resto del tiempo que utilizamos nuestro móvil lo dedicamos a jugar o acceder a actividades de “media on demand” (streaming).

Intensidad de uso de las diferentes categorías por dispositivo

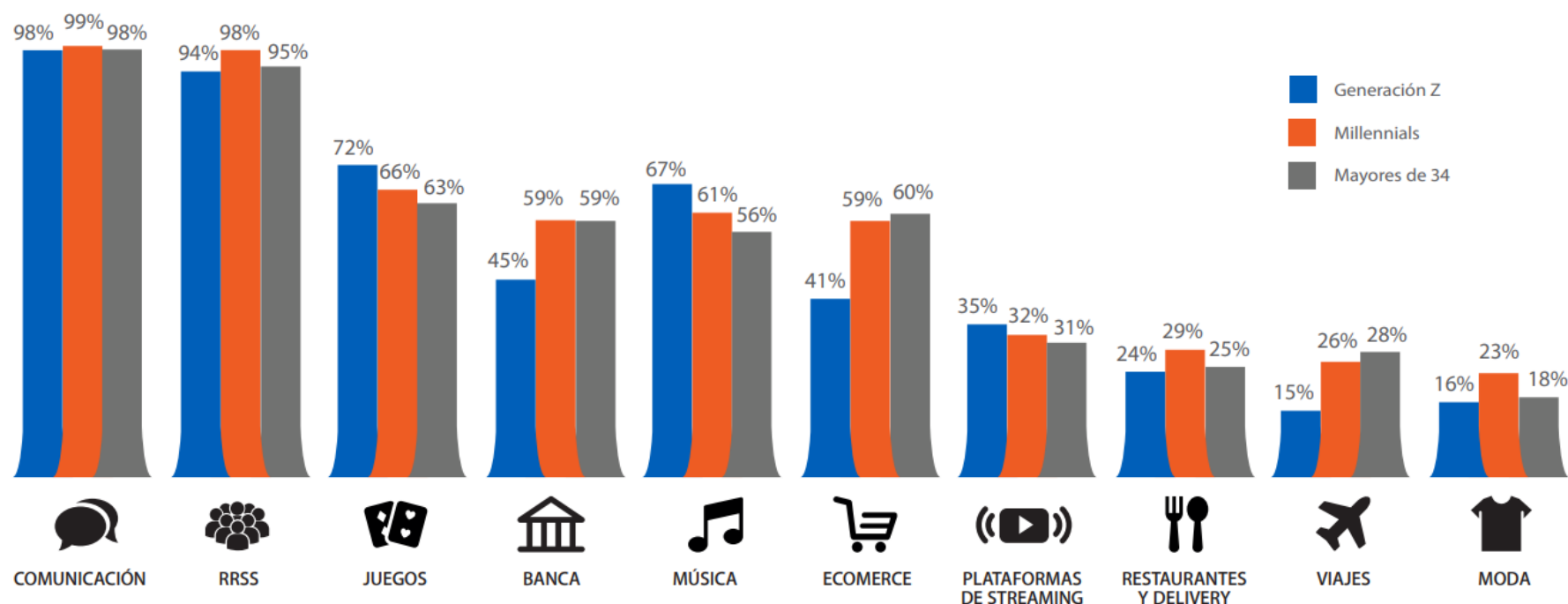
	Móvil		Tablet	
	NÚMERO DE SESIONES MEDIO/MES	DURACIÓN MEDIA POR INDIVIDUO/ MES (MIN)	NÚMERO DE SESIONES MEDIO/MES	DURACIÓN MEDIA POR INDIVIDUO/ MES (MIN)
Compras / Subastas / Alquiler	27	92	30	100
Comunicación	100	732	103	739
Media On-Demand	30	671	34	801
On-Site Search	18	58	18	60
Productividad	19	44	20	48
Búsquedas Web	29	66	30	71
Utilidades	22	48	23	50
Descargas	13	43	14	48
Redes Sociales	59	731	59	730
Noticias/ Información	15	48	16	52
Gaming	32	760	35	840
Administración del dinero	12	25	12	25
Personalización	52	216	51	211
Media Broadcasting	5	19	5	19
Comparador de precio/producto	5	12	5	13
Gambling	2	7	2	7
X-clasificado/adulto	2	14	2	16
Otra actividad	17	50	18	56

3. Hábitos de consumo móvil

El móvil como medio de comunicación y entretenimiento (II) - España

- ▶▶ Por edades, mientras que la Generación Z lidera el uso de aplicaciones móviles (Apps) de juegos, música y streaming, los Millennials son los más activos en el uso de redes Sociales, Apps de Comunicación, pedidos a domicilio o moda. Los mayores de 34 años, que ostentan un nivel económico mayor, lideran el uso de m-commerce y viajes y están empatados con los Millennials en Apps de banca.

Categorías más utilizadas por los españoles desde su móvil por edad
Porcentaje de usuarios



3. Hábitos de consumo móvil

Cambios en nuestros hábitos de uso móvil - España

- ▶▶ Nuestros hábitos en el móvil cambian continuamente. En el último año, los españoles utilizamos más el móvil para escuchar podcast (41,7%), para trabajar (37,8%) o para mantenernos en forma o cuidar nuestra salud (73,8%).

73,8%

Utiliza el móvil para mantenerse
en forma y cuidar su salud

71,6%

Compra a través de
redes sociales

41,7%

Escucha más podcast

37,8%

Trabaja desde el móvil

3. Hábitos de consumo móvil

El regreso de los códigos QR - España

- ▶ Otra de las novedades de este último año ha sido el regreso de los códigos QR, una tecnología que creíamos olvidada y que, sin embargo, se ha visto beneficiada por las restricciones provocadas por la pandemia.
- ▶ Esta vuelta de los códigos QR a nuestras vidas se traduce en que un 54% los utiliza de nuevo. De entre estos un 18,4% los utiliza habitualmente y un 37% de manera ocasional.
- ▶ Consultar la carta de un bar o restaurante, acceder a información ampliada sobre productos o descargar cupones de descuento son los usos más habituales que los españoles utilizamos los códigos QR.

¿Para qué utilizamos los códigos QR los españoles?

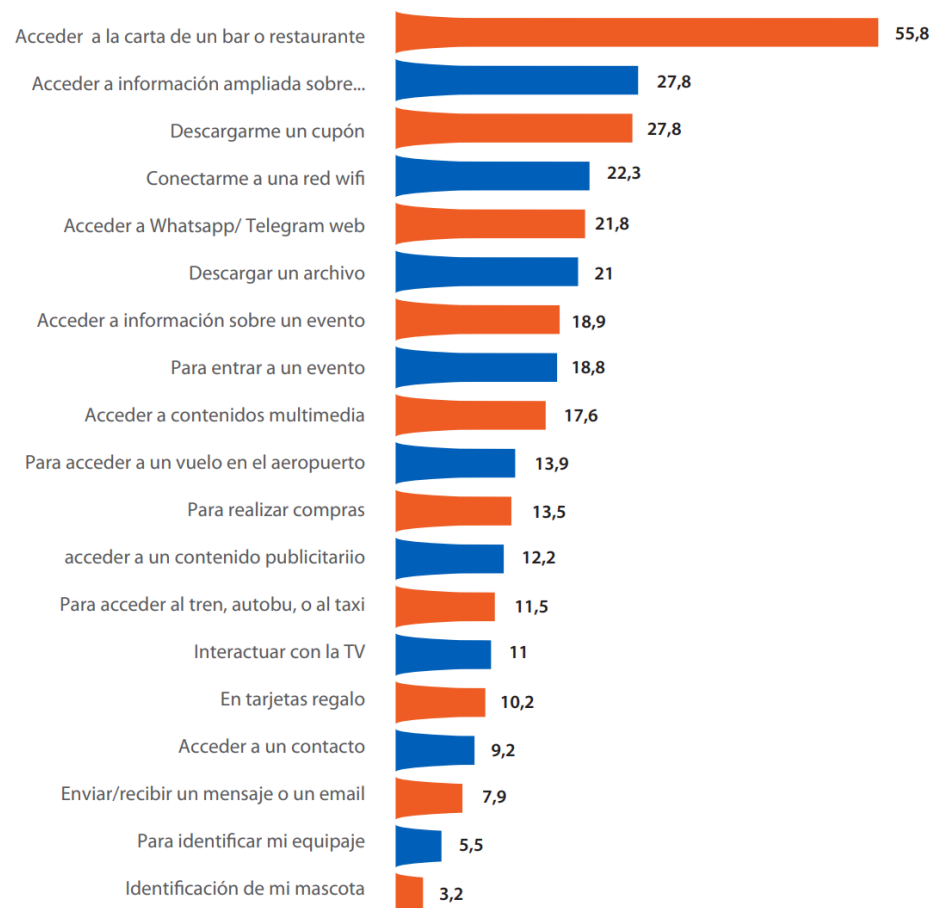


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

Uso de códigos QR en España

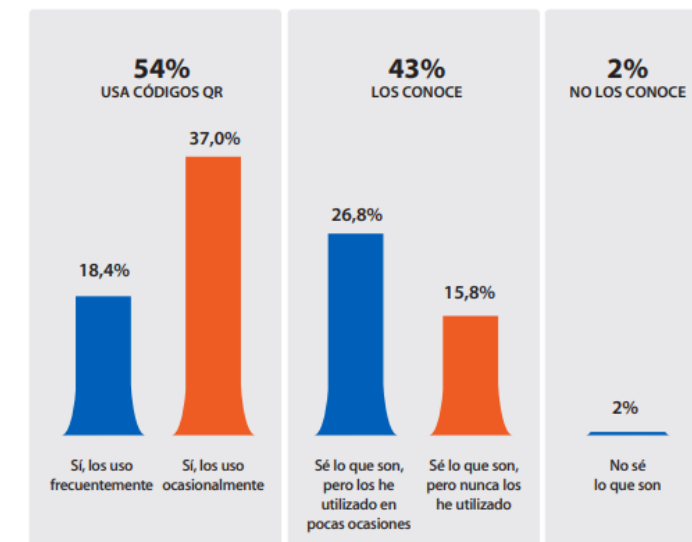


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

3. Hábitos de consumo móvil

Uso combinado de dispositivos (I) - España

- ▶▶ La interconexión entre dispositivos es habitual entre los españoles. De hecho, el 85% de los usuarios de Smartphone conectan su móvil con otros dispositivos, así como el 59% de los propietarios de Tablet.

¿Con qué conectan su Smartphone y su tablet?

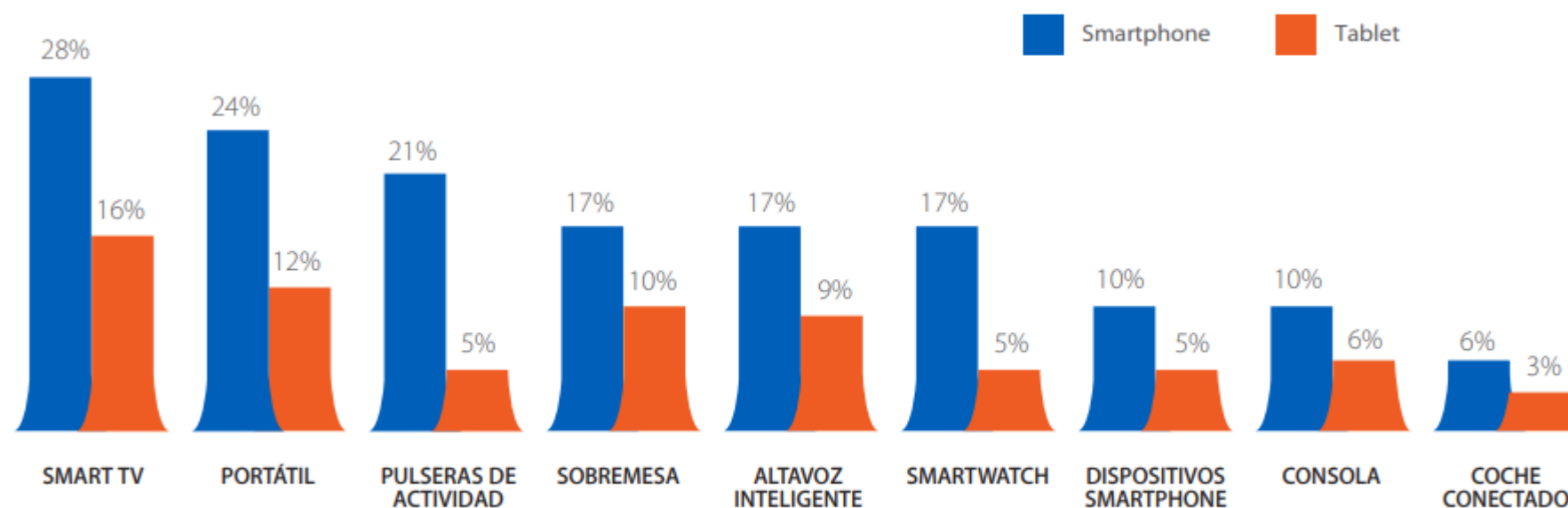


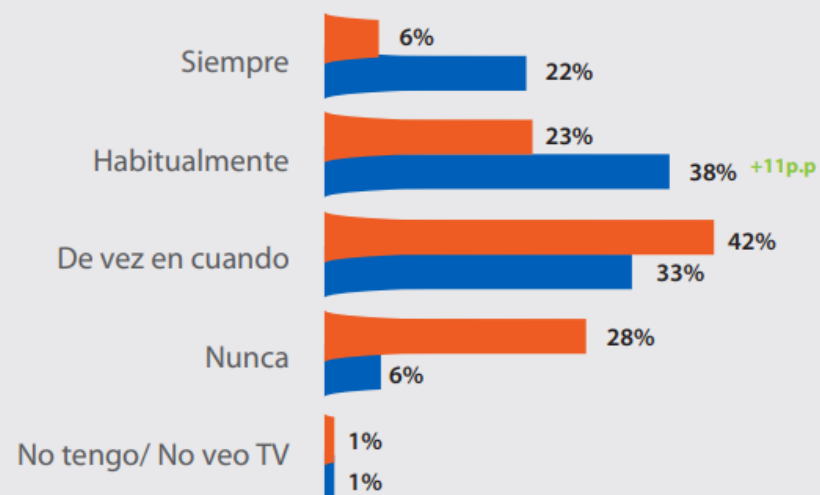
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

3. Hábitos de consumo móvil

Uso combinado de dispositivos (II) - España

- ▶ El 61% de los españoles utilizamos el móvil o la Tablet mientras vemos la televisión, principalmente para usar las aplicaciones de comunicación, consultar las redes sociales o el correo electrónico.

¿Usan dispositivos mientras ven la TV?



¿Qué hacen mientras usan sus dispositivos cuando ven la televisión?

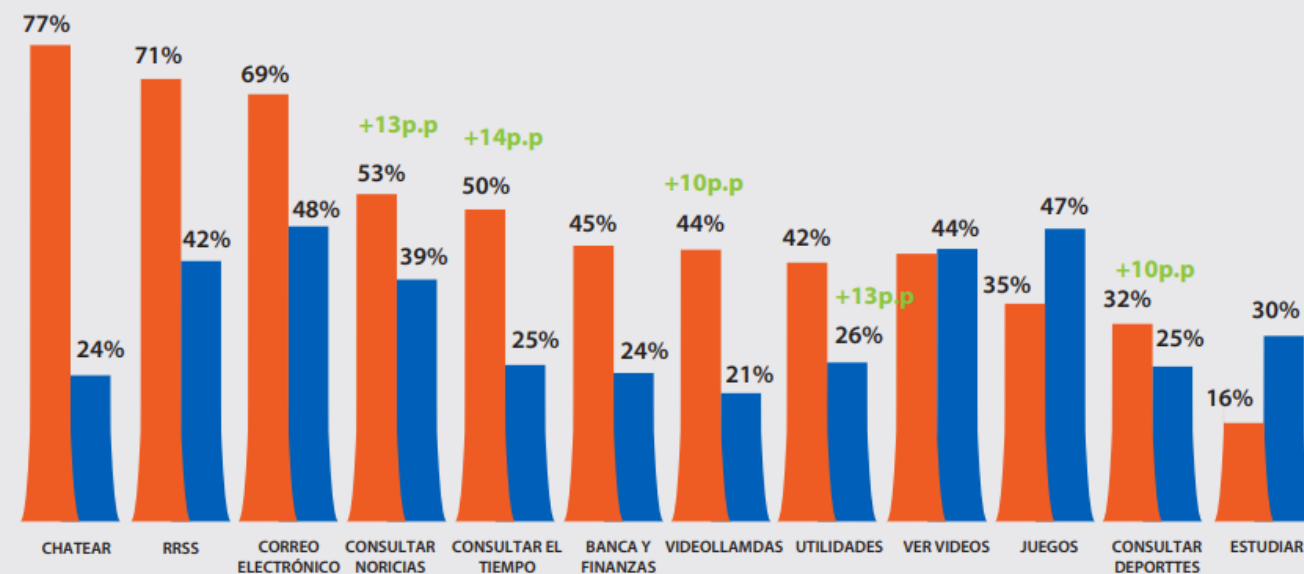


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

3. Hábitos de consumo móvil

Preocupados por nuestra privacidad y por la seguridad (I) - España

- ▶▶ En contra de lo que hemos visto que ocurre en otros países de Europa, la preocupación sobre la privacidad y la seguridad al utilizar internet continúan siendo importantes por los españoles.
- ▶▶ Es destacable también que el exceso de publicidad es considerado preocupante para los españoles en un 8,2 sobre 10.

¿En qué medida cree que cada una de las siguientes cuestiones constituye o no un problema al utilizar internet?

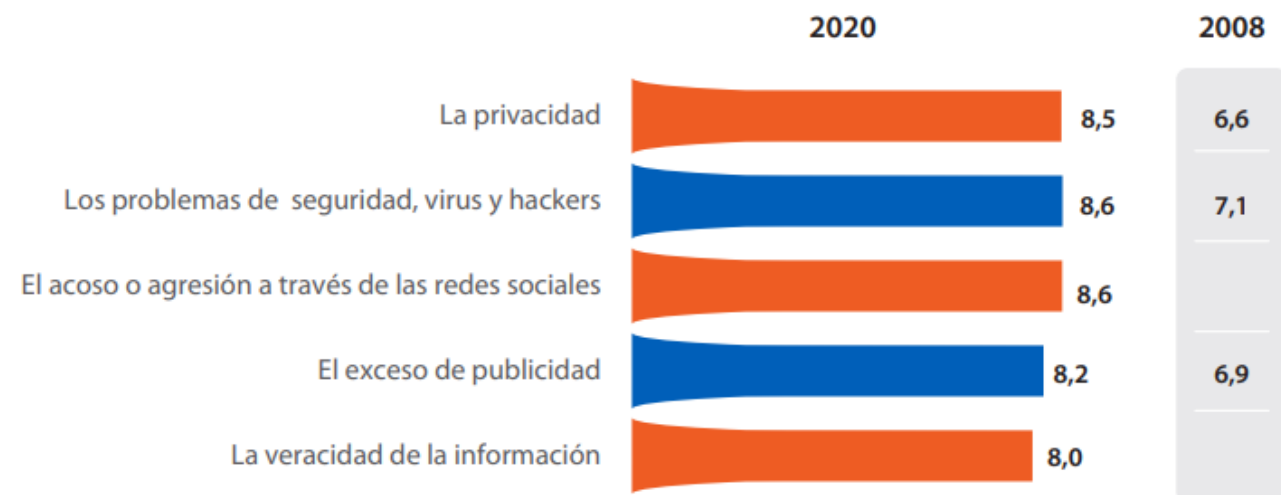
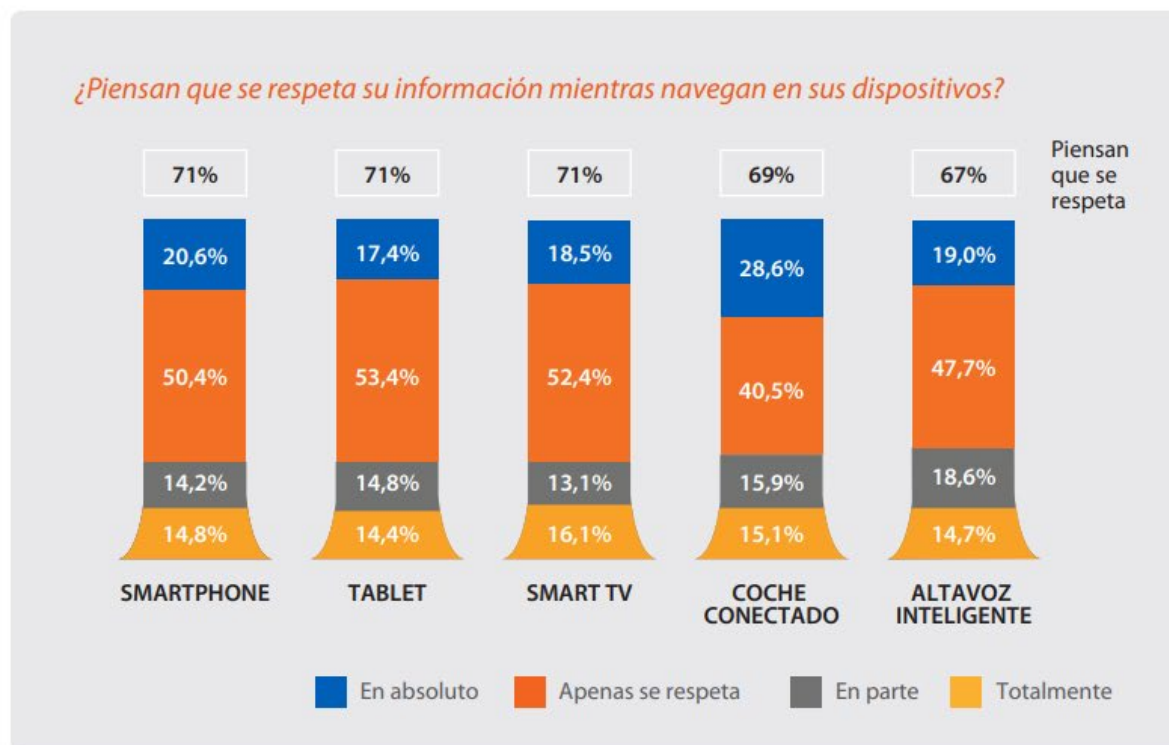
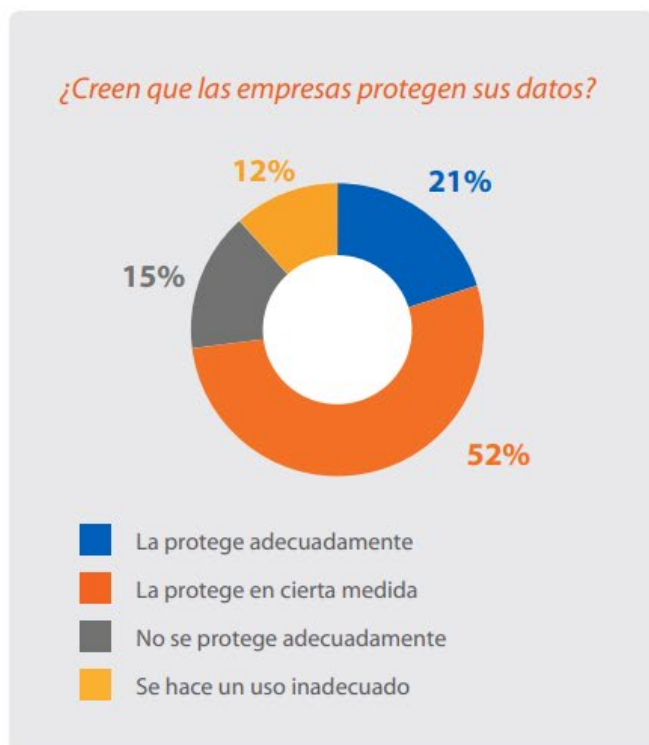


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Fundación BBVA

3. Hábitos de consumo móvil

Preocupados por nuestra privacidad y por la seguridad (II) - España

- ▶▶ Un 12% cree que las empresas hacen un uso inadecuado de sus datos y un 15% cree que sus datos no están suficientemente protegidos.
- ▶▶ Por dispositivo, los usuarios del coche conectado son los que más (y los que menos) confían en el buen tratamiento de sus datos por parte de las empresas; mientras que los usuarios de Altavoces Inteligentes son los que se sienten más protegidos.

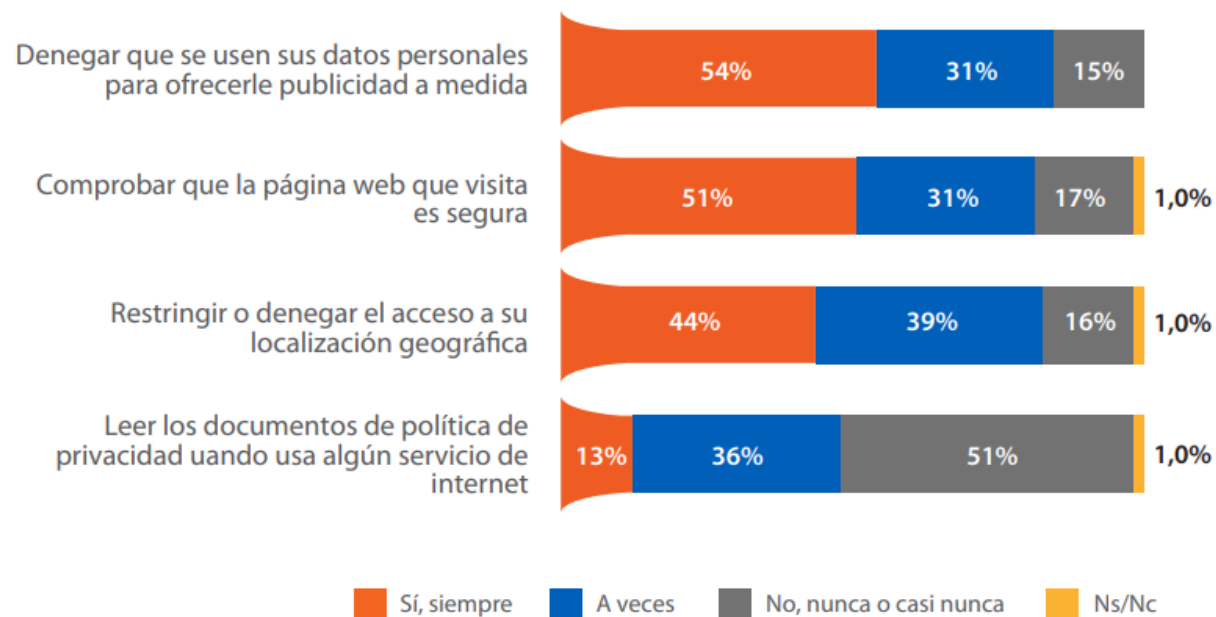


3. Hábitos de consumo móvil

Preocupados por nuestra privacidad y por la seguridad (III) - España

- ▶▶ Esta falta de confianza deriva en que muchos españoles toma medidas como denegar el uso de sus datos para acceder a publicidad personalizada o denegar el acceso a su geolocalización.
- ▶▶ Sin embargo, pocos españoles leen las políticas de privacidad antes de utilizar algún servicio de internet.

Medidas utilizadas por los españoles para gestionar el acceso a sus datos personales por internet



#4

Uso de aplicaciones móviles



4. Uso de aplicaciones móviles

Más aplicaciones y más tiempo dedicados a ellas - Mundo

- ▶▶ 2020 fue el año récord en número de descargas en el mundo: En total se descargaron 218 mil millones de aplicaciones, lo que supuso un gasto de 143 mil millones de dólares en las App Store y un crecimiento del 7% respecto al año anterior.
- ▶▶ La pandemia marcó un punto de inflexión en el uso de Apps, acelerando un crecimiento en unos pocos meses, lo que debería haber sucedido en 2 o 3 años.

Consumo de apps en el mundo



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de App Annie

4. Uso de aplicaciones móviles

Los teléfonos móviles cada vez cuentan con más aplicaciones - Mundo

- ▶ Solo en el segundo trimestre de 2020 se descargaron en el mundo 37,8 mil millones de aplicaciones, más del doble de las descargas realizadas en el mismo trimestre de 2015.

*Evolución del número de descargas de apps en el mundo 2015-2020
En miles de millones*

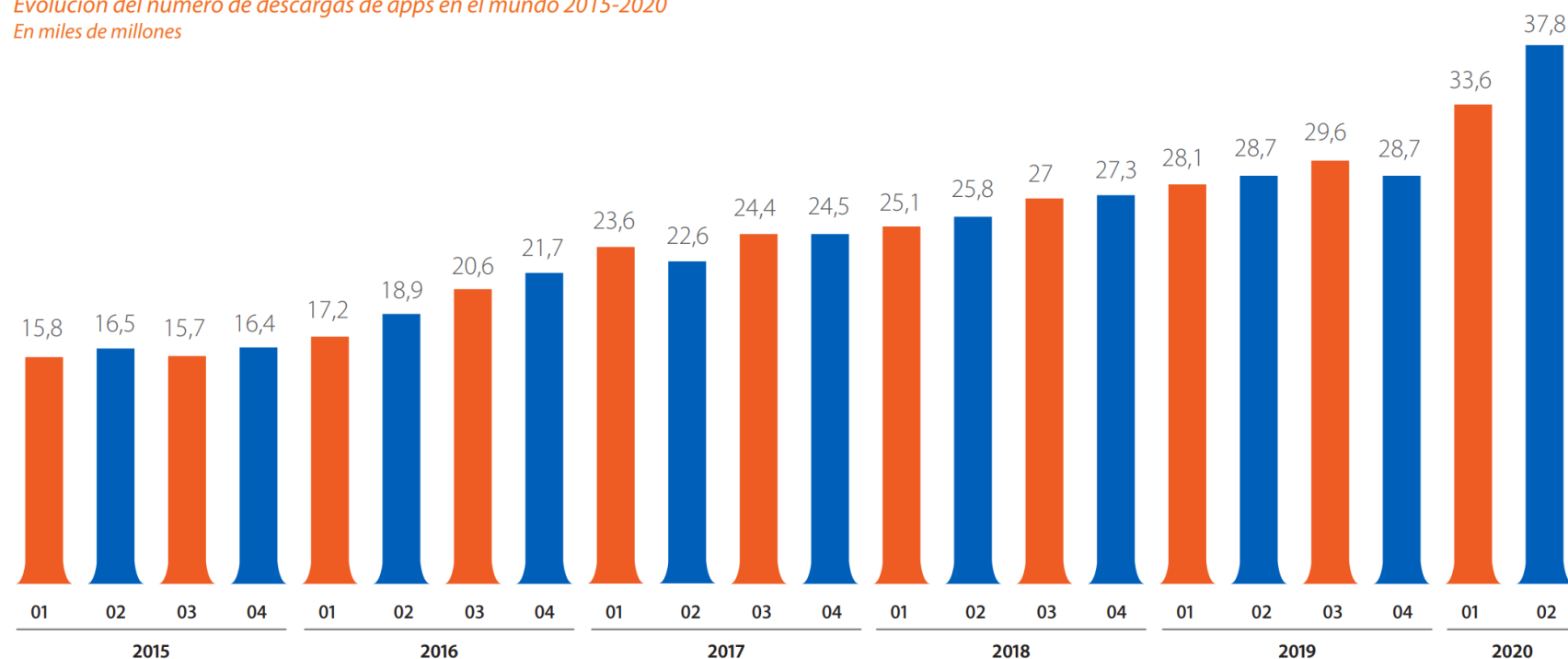


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Sensor Tower

4. Uso de aplicaciones móviles

Dedicamos a las aplicaciones más tiempo que en años anteriores - Mundo

- ▶▶ En total el tiempo promedio que empleamos en aplicaciones móviles es 4 horas 10 minutos de media al día.
- ▶▶ Por categorías, este tiempo lo invertimos principalmente en aplicaciones de mensajería y entretenimiento, incluyendo la visualización de videos.

Consumo de apps en el mundo

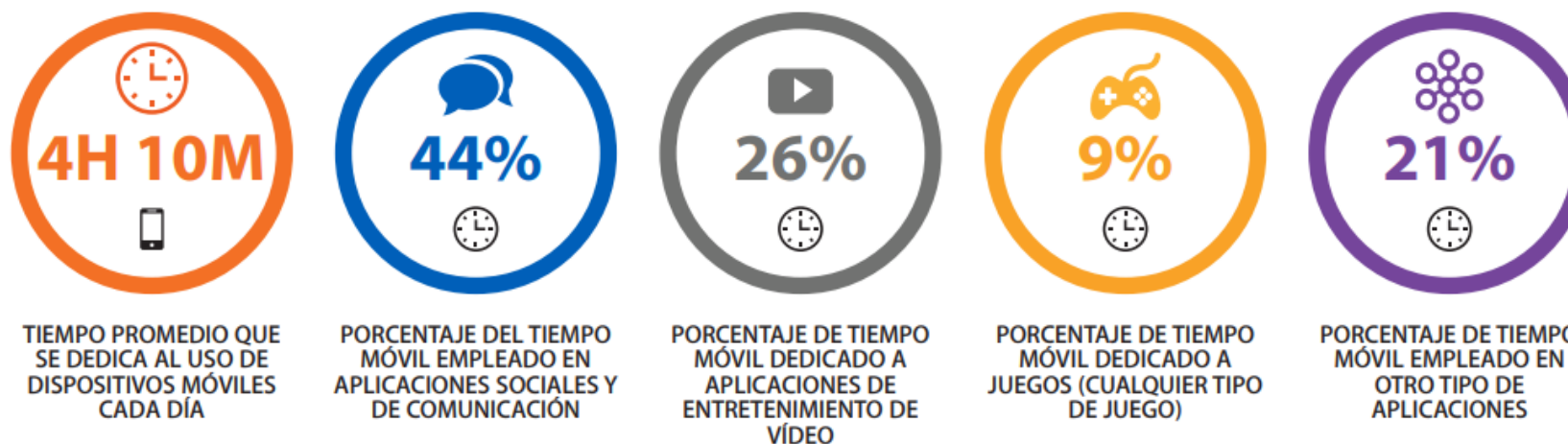


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de App Annie

4. Uso de aplicaciones móviles

Los jóvenes, los que más tiempo dedican a utilizar Apps - Mundo

- ▶▶ Indonesia el país donde más tiempo se pasa utilizando Apps (6 horas), mientras que en España le dedicamos 3,2 horas al día.
- ▶▶ Por edades, los usuarios de entre 18 y 24 años son los que más tiempo dedican al mes a utilizar aplicaciones móviles, dedicando 112,6 horas de media, seguidos de los usuarios de entre 25 y 34 años.

Tiempo dedicado al mes a las apps en el mundo, por edades en 2020
En horas

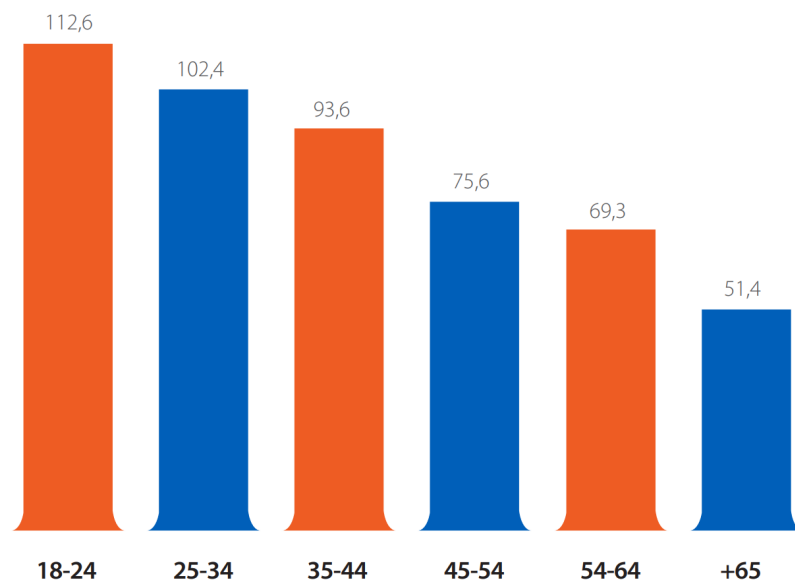


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Simform

Tiempo diario dedicado a las apps en el mundo por país en el segundo cuatrimestre de 2020
En horas

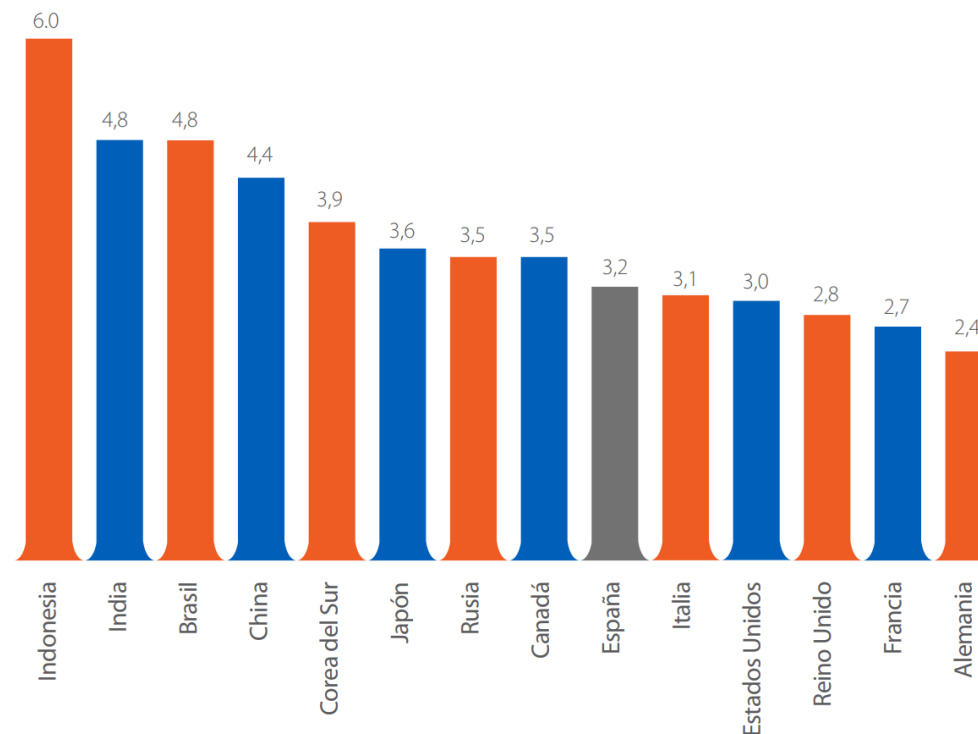


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de App Annie

4. Uso de aplicaciones móviles

Juegos lidera las descargas de Apps - Mundo

- ▶▶ Por categorías, las aplicaciones móviles de juegos, utilidades, foto/vídeo y entretenimiento han sido las más descargadas durante 2020.
- ▶▶ Por sistema operativo, mientras que en Android el mayor incremento se ha visto en las descargas de Apps de Video, en iOS han sido las aplicaciones de compras las que han experimentado un auge mayor.

Categorías más descargas en iOS y Android en 2019 y 2020

Aplicaciones iOS	DESCARGAS 2020, MILLONES	DESCARGAS 2019, MILLONES	INCREMENTO
Juegos	2690	2250	19,6%
Foto y video	703	575	22,3%
Entretenimiento	618	469	31,8%
Utilidades	549	462	18,9%
Compras	546	390	40,1%

Aplicaciones Google play	DESCARGAS 2020, MILES DE MILLONES	DESCARGAS 2019, MILES DE MILLONES	INCREMENTO
Juegos	12,37	8,1	51,2%
Utilidades	1,82	1,45	25,3%
Entretenimiento	1,45	1,37	5,8%
Social	1,18	1,04	13,4
Video	1,12	0,71	56,9%

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Sensor Tower

4. Uso de aplicaciones móviles

Zoom y TikTok lideran las descargas de Apps - Mundo

- ▶▶ En concreto, las Apps más descargadas en el segundo cuatrimestre de 2020 tanto en iOS como en Android han sido Zoom y TikTok.

Apps más descargadas en el mundo en el segundo cuatrimestre de 2020

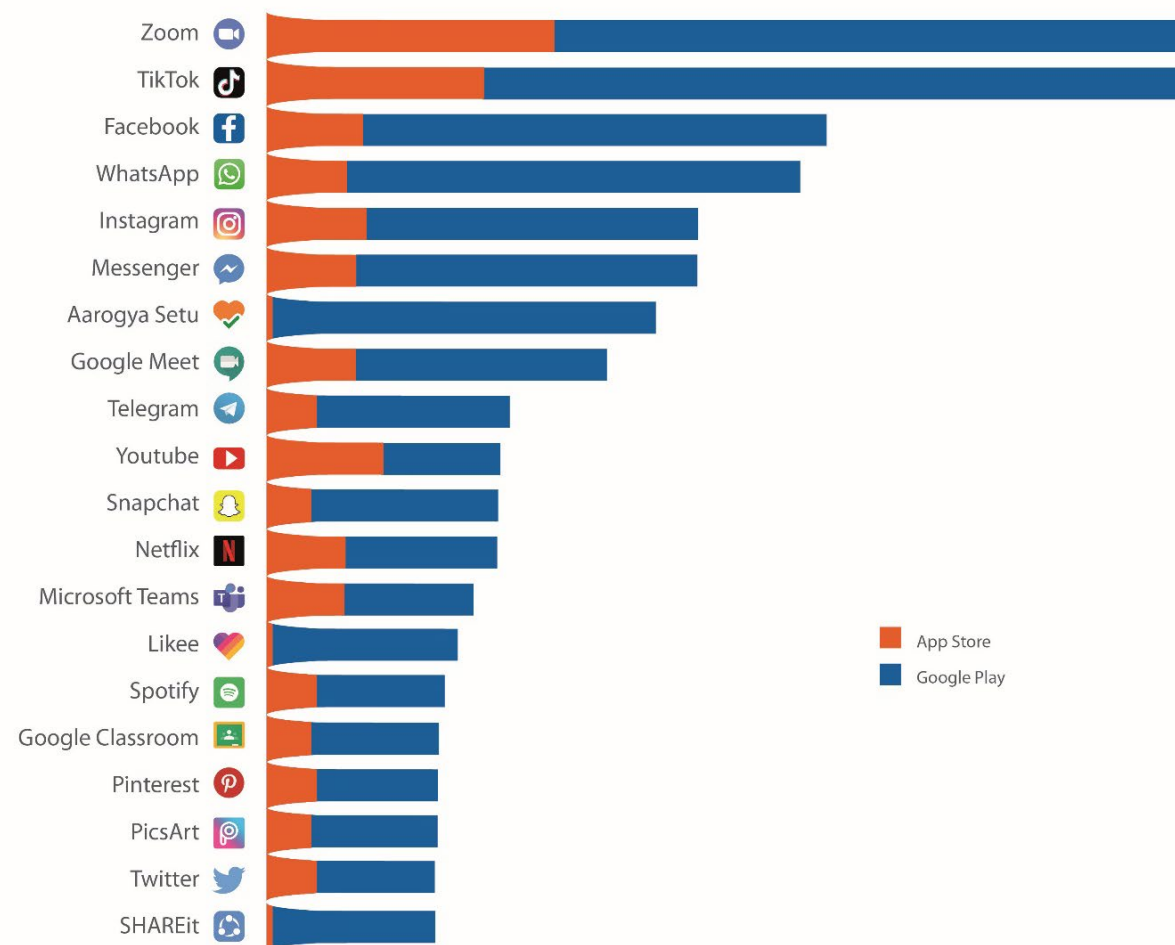
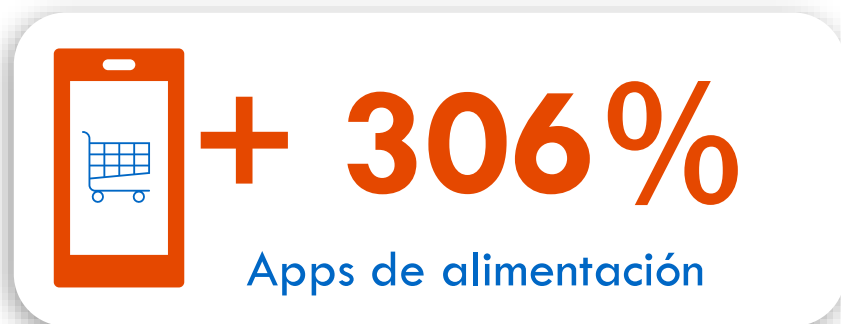


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Sensor Tower

4. Uso de aplicaciones móviles

El uso de las Apps para acceder al mundo real - Mundo

- ▶ El confinamiento y las restricciones provocadas por la pandemia han generado un aumento destacado del uso de aplicaciones relacionadas con servicios o actividades que normalmente hacemos en el “mundo real” como las Apps de tiendas de alimentación que han crecido un 306% o las Apps relacionadas con servicios de Salud cuyo crecimiento ha sido del 194%.
- ▶ Sin embargo, esto no ha hecho que descienda el uso de las aplicaciones de mensajería o noticias, cuyas descargas siguen creciendo al ritmo habitual.



4. Uso de aplicaciones móviles

Dedicamos el tiempo a chatear y comunicarnos por redes sociales - Mundo

- ▶ Las Apps de mensajería con un 90,7% y de redes sociales con un 88,4% son las más utilizadas al mes en el mundo, a las que les siguen las de compras (69,4%), Video (67,2%) y Mapas (61,8%).

Apps más utilizadas al mes en el mundo por categoría



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

4. Uso de aplicaciones móviles

WhatsApp comienza a tener competencia - Mundo

- ▶▶ Entre las Apps de mensajería WhatsApp, cuyo liderazgo en descargas y uso era evidente, comienza a tener competencia: Signal comienza a despuntar como la más descargada en enero de 2021 en el mundo, por encima de Telegram o WhatsApp.

Número diario de descargas de apps de mensajería en el mundo en enero de 2021

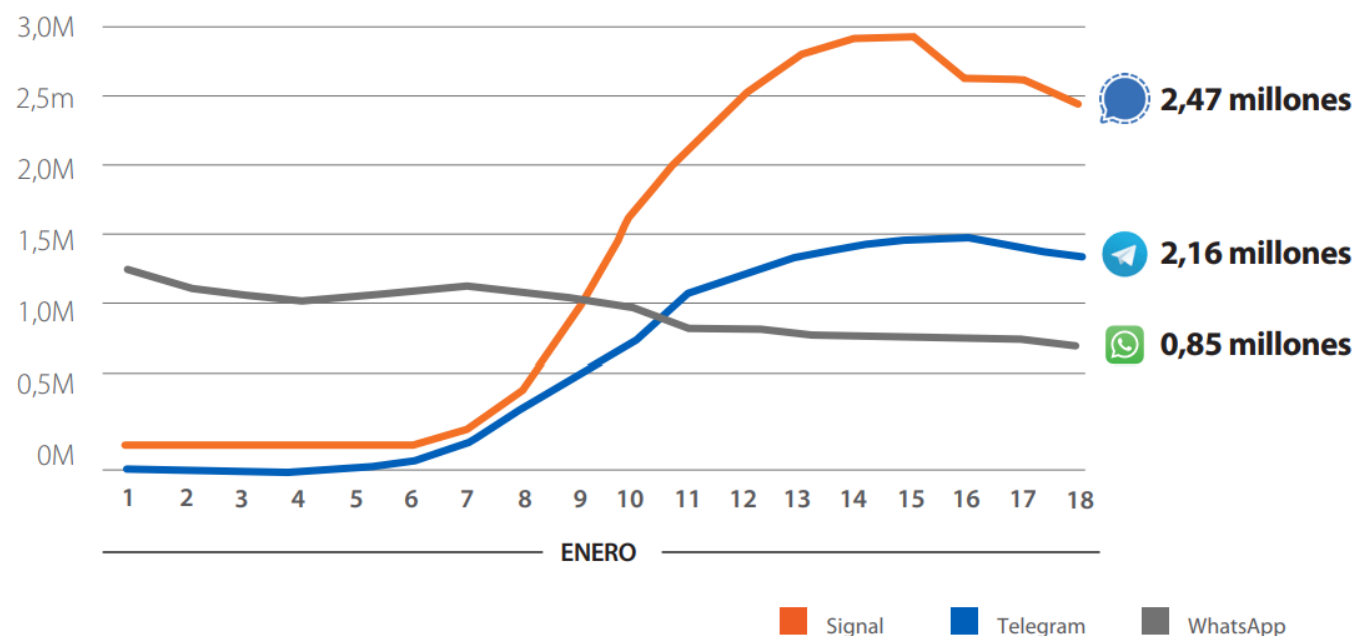


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Airnow Data

4. Uso de aplicaciones móviles

WhatsApp mantiene su liderazgo - Mundo

- ▶▶ Aun así, WhatsApp mantiene su liderazgo en determinados países, siendo utilizada prácticamente por más del 90% de usuarios de móvil en países como Brasil, España, Suiza, México y Alemania.
- ▶▶ Pero todavía tiene poca presencia en países como Estados Unidos o Suecia, usado por menos de la mitad de usuarios móviles.

Usuarios que utilizan WhatsApp de manera habitual por países

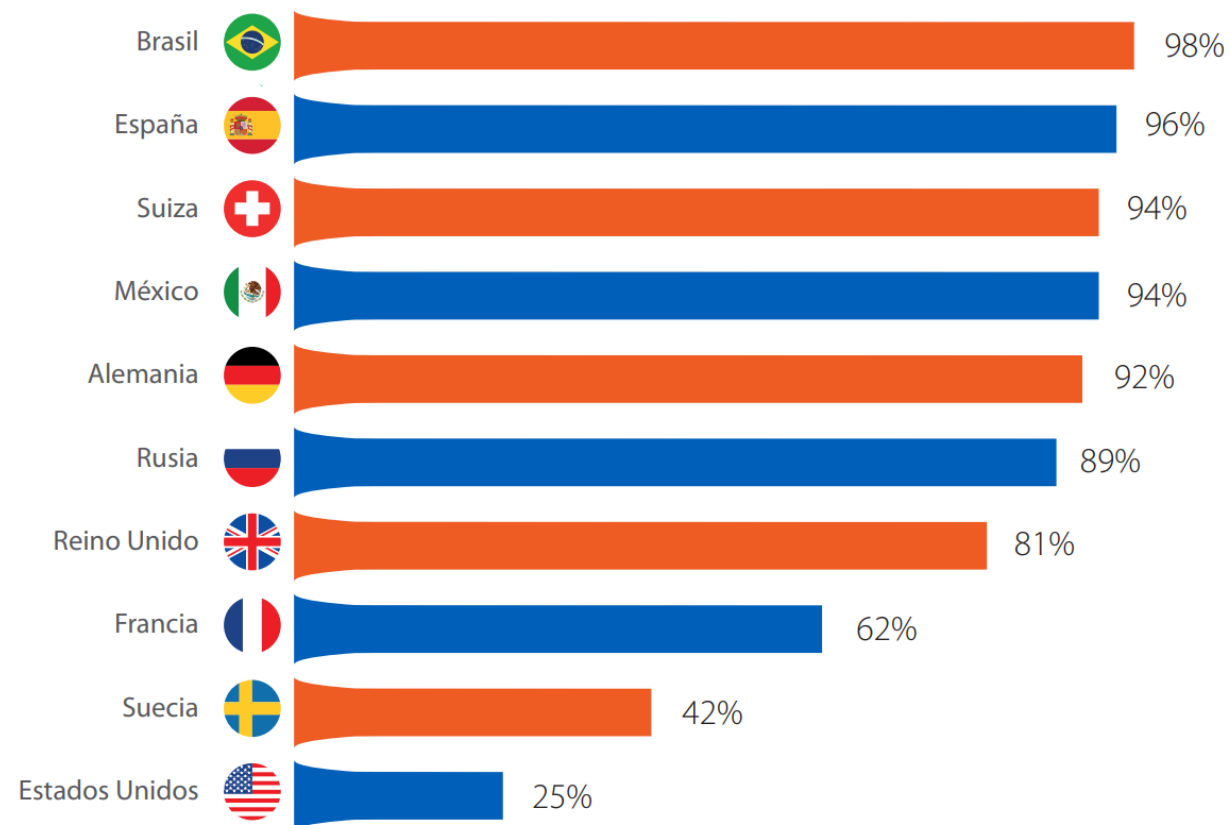


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Statista

4. Uso de aplicaciones móviles

La opinión de los usuarios se hace más presente (I) - Mundo

- ▶▶ Otro cambio generado en los hábitos de consumo de los usuarios por la pandemia ha sido su nivel de comunicación con las aplicaciones. Las compañías cada vez utilizan más sus aplicaciones para generar engagement en sus usuarios y como medio para comunicarse con ellos, lo que ha derivado en más interacciones realizadas por los usuarios en las Apps, aunque el número de reseñas se mantiene estable.

Impacto del COVID en las interacciones mensuales de los usuarios con las aplicaciones en el mundo

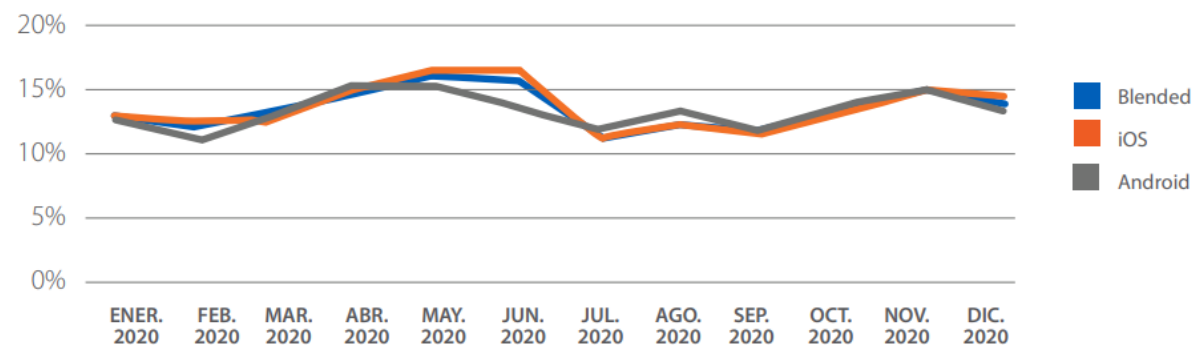


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Apptentive

Media de interacciones y Media de reseñas en aplicaciones en el mundo

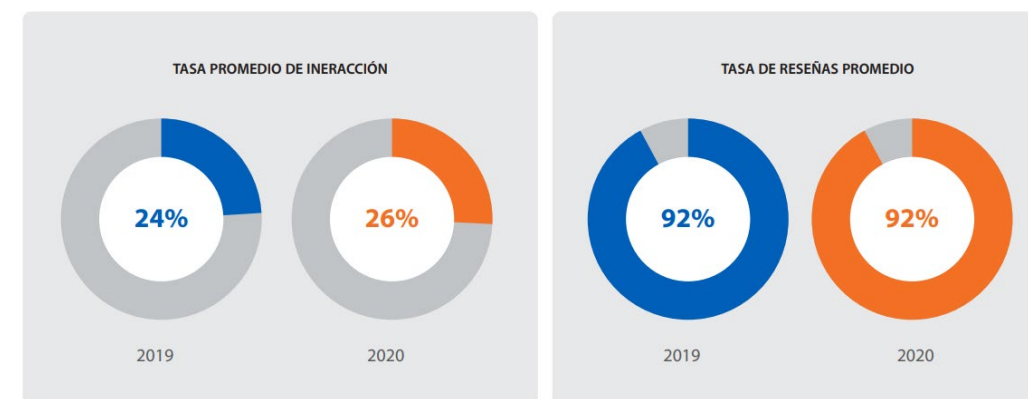


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Apptentive

4. Uso de aplicaciones móviles

La opinión de los usuarios se hace más presente (II) - Mundo

- ▶▶ Por categorías, las aplicaciones de Comida y Bebida son las que más comentarios y reseñas han recibido de los usuarios de Apple en el mundo, mientras que las de Compras han sido las que más reseñas han recibido en Android.

Media de reseñas en aplicaciones en las App Store en 2020 por categoría



		
Negocios	368	1.223
Educación	197	309
Finanzas	104	960
Comida y Bebida	1.223	4.695
Salud	435	1.169
Medios y entretenimiento	580	2.619
Servicios personales	691	2.226
Compras	488	7.549
Viajes	381	1.335
Utilidades	319	1.223

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AppTentive

4. Uso de aplicaciones móviles

La opinión de los usuarios se hace más presente (III) - Mundo

- ▶▶ Entre las categorías mejor valoradas por los usuarios destacan en iOS las aplicaciones de Viajes y Comida (82% de 5 estrellas) y las de Compras y Finanzas en Android (71% y 70% de 5 estrellas).

Calificaciones en las App Store en 2020 por categoría

	★	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
Negocios	5%	19%	1%	4%	3%	5%	11%	12%	80%	60%
Educación	4%	21%	1%	3%	4%	5%	11%	11%	80%	60%
Finanzas	6%	13%	2%	3%	3%	3%	11%	11%	78%	70%
Comida y Bebida	3%	18%	1%	3%	3%	5%	11%	13%	82%	61%
Salud	5%	19%	1%	5%	4%	6%	11%	13%	79%	57%
Medios y entretenimiento	11%	18%	3%	4%	5%	6%	14%	13%	67%	59%
Servicios personales	3%	17%	1%	3%	3%	4%	12%	14%	81%	62%
Compras	5%	9%	1%	3%	3%	4%	11%	13%	80%	71%
Viajes	3%	15%	1%	3%	3%	5%	11%	15%	82%	62%
Utilidades	4%	17%	1%	4%	3%	4%	20%	12%	72%	63%

★ iOS ★ Android

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Apptentive

4. Uso de aplicaciones móviles

Las Apps cada vez comparten más datos con terceros - Mundo

- ▶▶ Las Apps cada vez comparten más datos personales de sus usuarios con terceros: Instagram, con un 79%, es la App que más datos vende seguida de Facebook (57%), Uber Eats y LinkedIn (50%).

Aplicaciones que venden más datos a terceros

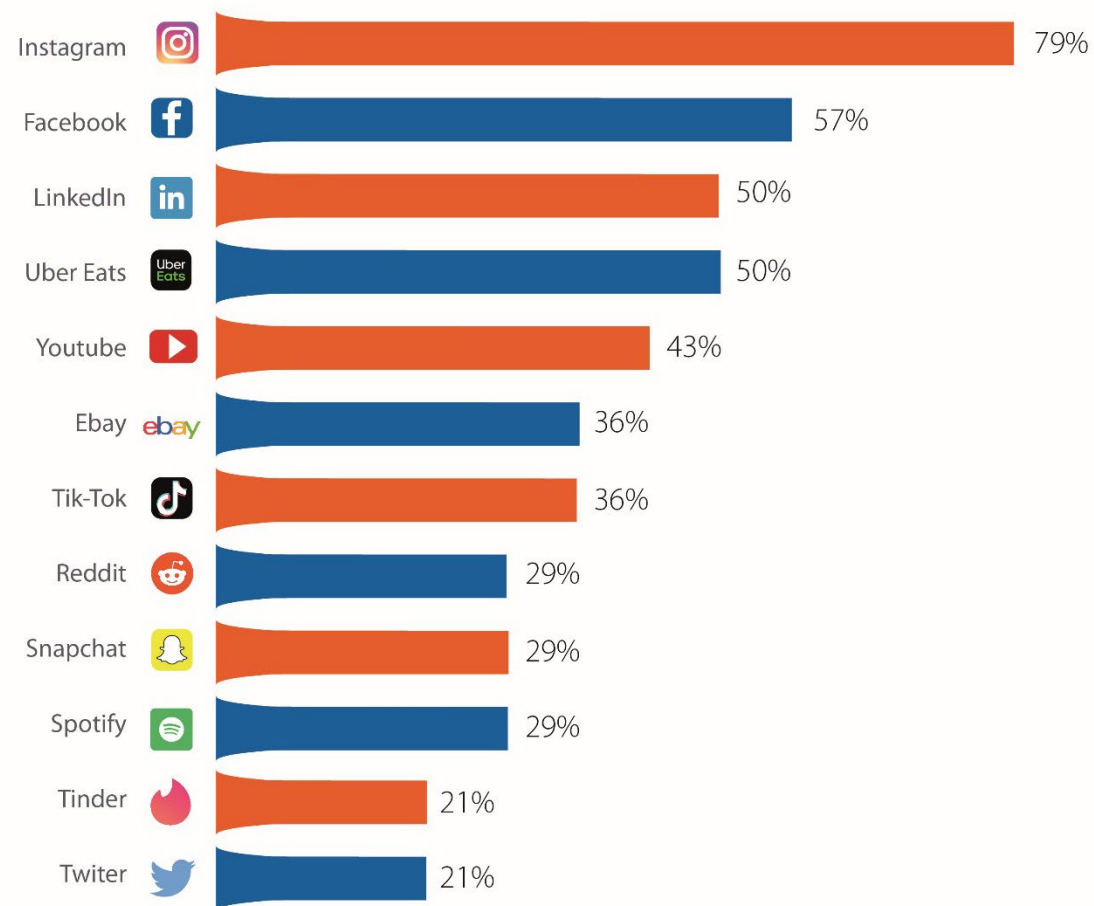


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de pCloud

4. Uso de aplicaciones móviles

El uso de las Apps se expande por todos los dispositivos - España

- ▶▶ Pese a que el móvil continúa siendo el dispositivo donde más se tienen y utilizan Apps, los españoles cada vez instalan más aplicaciones en su TV o en su coche.
- ▶▶ La consola de video juegos es el dispositivo donde menos aplicaciones se tienen y utilizan en España.

Uso de apps por dispositivo en España

	Tengo apps instaladas y las utilizo	Tengo apps pero no las uso	No tengo apps instaladas
Smartphone	93,4%	5,6%	1,9%
Tablet	72,0%	22,4%	5,6%
Smart TV	59,9%	21,2%	18,9%
Coche conectado	50,0%	27,8%	22,2%
Smarthome	49,3%	20,0%	30,7%
Smartwatch	48,6%	28,4%	23,0%
Altavoz inteligente	43,1%	22,9%	34,0%
Consola	30,2%	24,3%	45,5%

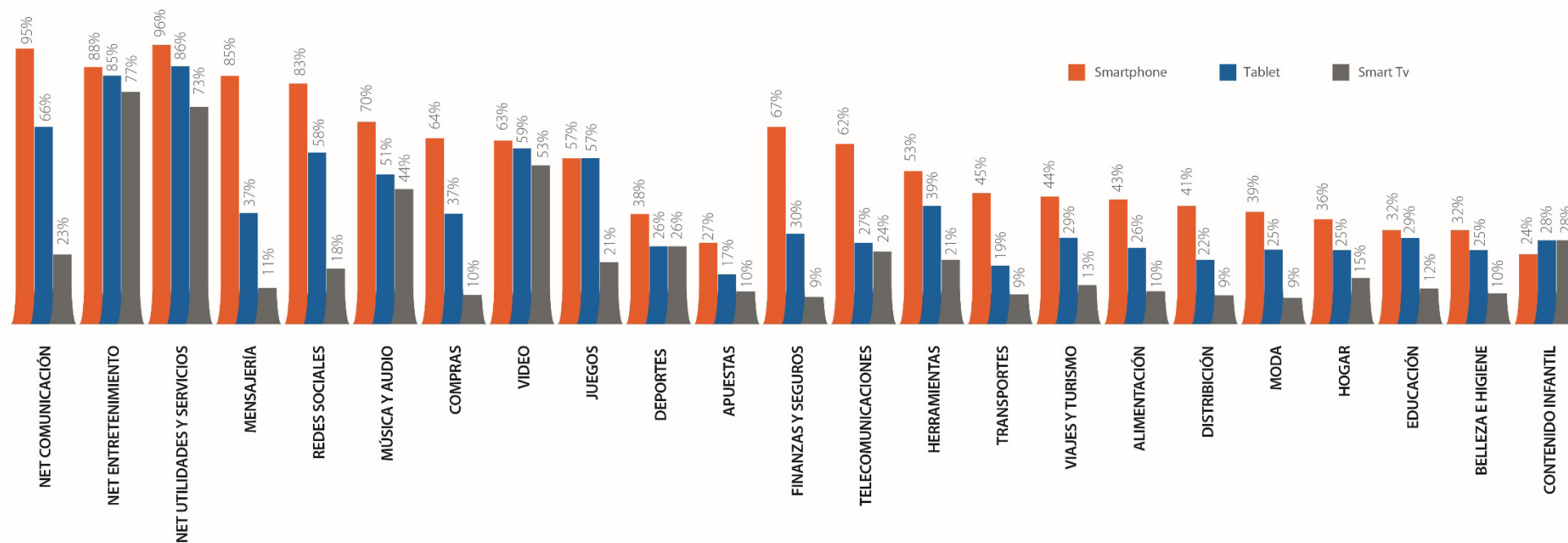
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

4. Uso de aplicaciones móviles

Apps de comunicación en el móvil y de entretenimiento en otros dispositivos - España

- ▶ El 95% de los españoles tiene instaladas en su móvil aplicaciones de mensajería y redes sociales, mientras que en la Tablet o las TV destaca el uso de aplicaciones relacionadas con Audio o Video.
- ▶ La pandemia también ha influido en los hábitos de los españoles que en el último año han utilizado más aplicaciones relacionadas con la alimentación, distribución belleza, moda y hogar.

Categorías de apps más descargadas por dispositivo en España



4. Uso de aplicaciones móviles

WhatsApp lidera el tiempo y las sesiones - España

- Entre las aplicaciones más utilizadas por los españoles, WhatsApp, con un mayor número de sesiones y de tiempo medio dedicado al mes, continúa a la cabeza; aunque algunas Apps de televisión en streaming, como Movistar+ o ATRESplayer, y de juegos, como Roblox, tienen un mayor tiempo medio por sesión.

Top apps utilizadas por dispositivo en España

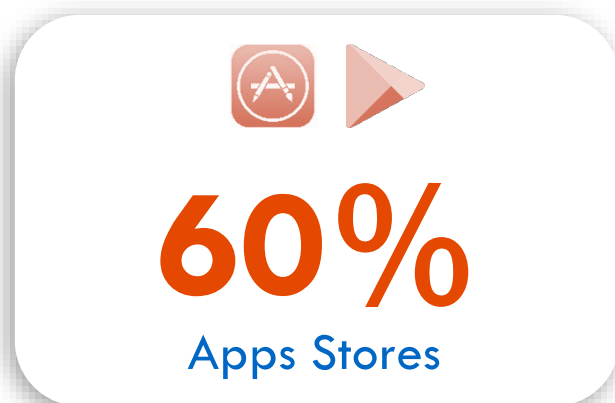
REACH (%) Usuarios Únicos		SESIONES Promedio mensual/ind.		TIEMPO MEDIO POR INDIVIDUO minutos/mes		TIEMPO MEDIO POR SESIÓN minutos	
1º	99,6%	1º	85	1º	572	1º	26,2
2º	99,0%	2º	59	2º	396	2º	26,1
3º	99,0%	3º	35	3º	314	3º	24,9
4º	99,0%	4º	32	4º	293	4º	24,4
5º	98,2%	5º	28	5º	250	5º	23,9
6º	98,0%	6º	24	6º	148	6º	23,8
7º	97,8%	7º	18	7º	142	7º	23,8
8º	97,7%	8º	16	8º	135	8º	22,7
9º	92,9%	9º	15	9º	123	9º	22,6
10º	92,2%	10º	13	10º	111	10º	21,8

4. Uso de aplicaciones móviles

En nuestro país sigue sin gustarnos pagar por las aplicaciones - España

- ▶▶ En 2020 solo el 20% de los españoles asegura haber pagado por descargarse alguna aplicación. Tanto es así que 6 de cada 10 españoles afirma que aceptaría ver publicidad a cambio de un acceso gratuito a Apps de pago.
- ▶▶ ¿Cómo encontramos las aplicaciones? Mientras que un 55% de los españoles descarga aplicaciones siguiendo los consejos de sus contactos, un 60% lo hace por verlas en las tiendas de aplicaciones y solo un 12% reconoce que lo hace motivado por la publicidad.

¿Quién influye en nuestras descargas?



#5

Redes sociales móviles



5. Redes sociales móviles

Casi el 100% de los usuarios de redes acceden desde su móvil - Mundo

- ▶▶ Como ya adelantamos en anteriores informes, el móvil es el principal dispositivo utilizado en el mundo para acceder a las redes sociales, siendo ya un 98,8% de los más de 4,20 mil millones de usuarios de redes los que lo utilizan habitualmente.

Uso de las redes sociales en el mundo

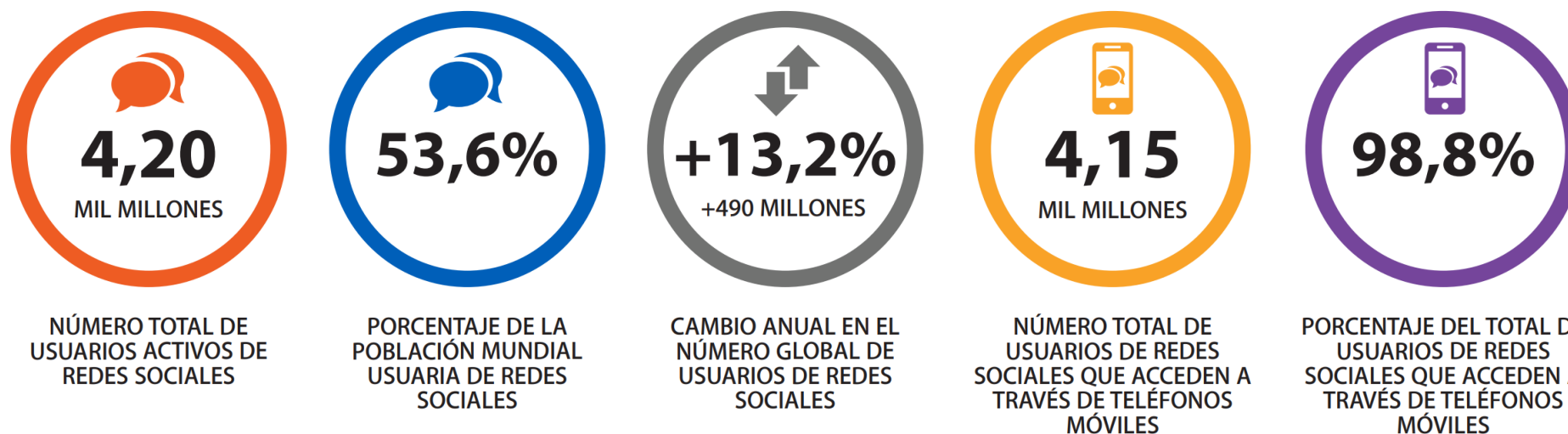


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

5. Redes sociales móviles

Los usuarios de redes son muy activos - Mundo

- ▶ Los usuarios de redes dedican una media de 2h y 25 minutos a visitar e interactuar en una media de 8,4 redes sociales diferentes.
- ▶ De estos un 44,8% utiliza las redes para buscar información sobre marcas o empresas.

Comportamiento de los usuarios en redes sociales en el mundo

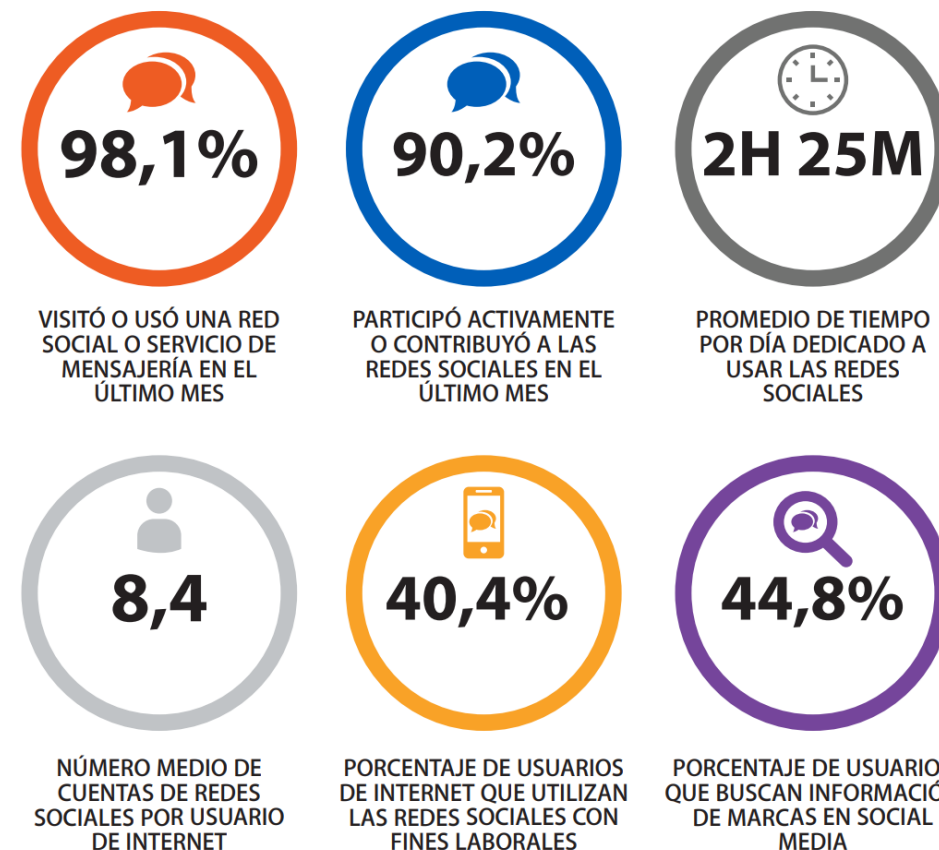


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

5. Redes sociales móviles

TikTok, sigue creciendo de forma imparable, aunque Facebook sigue a la cabeza - Mundo

- ▶▶ Aunque Facebook sigue a la cabeza de las redes sociales más usadas en el mundo, YouTube con 2,2 mil millones de usuarios activos le sigue de cerca.
- ▶▶ TikTok, cuyo crecimiento en los últimos años está siendo imparable ya se sitúa en el séptimo puesto, por delante de redes como Twitter, Snapchat o Telegram.

Redes sociales más utilizadas en el mundo

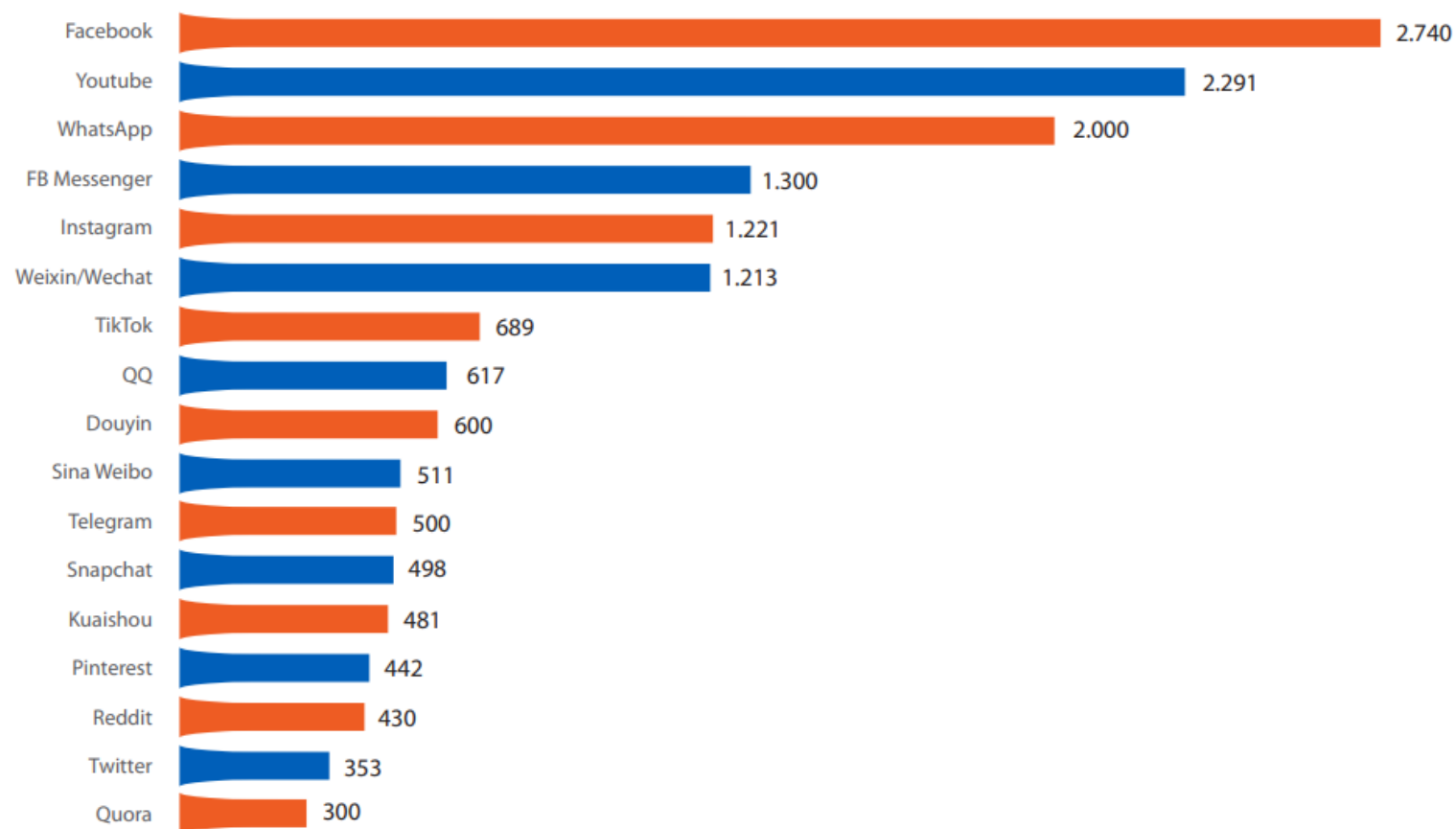


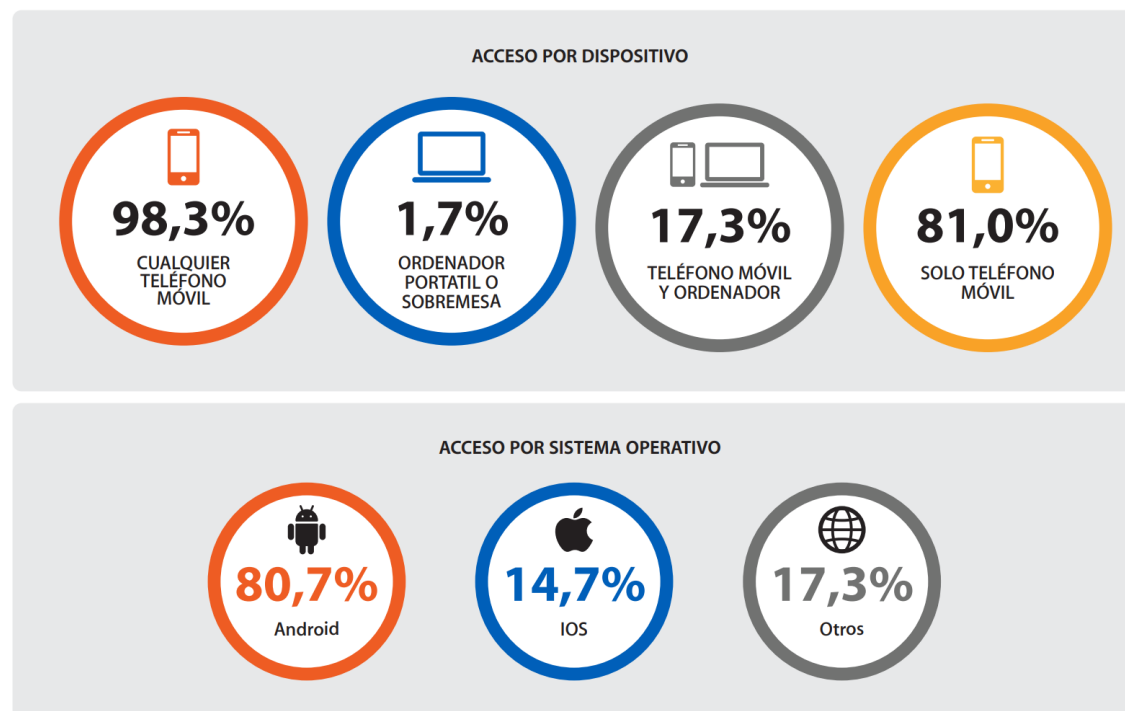
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

5. Redes sociales móviles

Facebook, la red con más usuarios activos en el mundo, y desde el móvil - Mundo

- ▶▶ No es solo que el 98,3% de sus usuarios accedan desde el móvil, sino que solo un 1,7% accede a la red por el ordenador y un escaso 17,3% lo hace desde ambos dispositivos.
- ▶▶ Por sistema operativo, Android continúa a la cabeza de los accesos a Facebook con un 80,7% de los usuarios.

Dispositivo de acceso a Facebook en el mundo

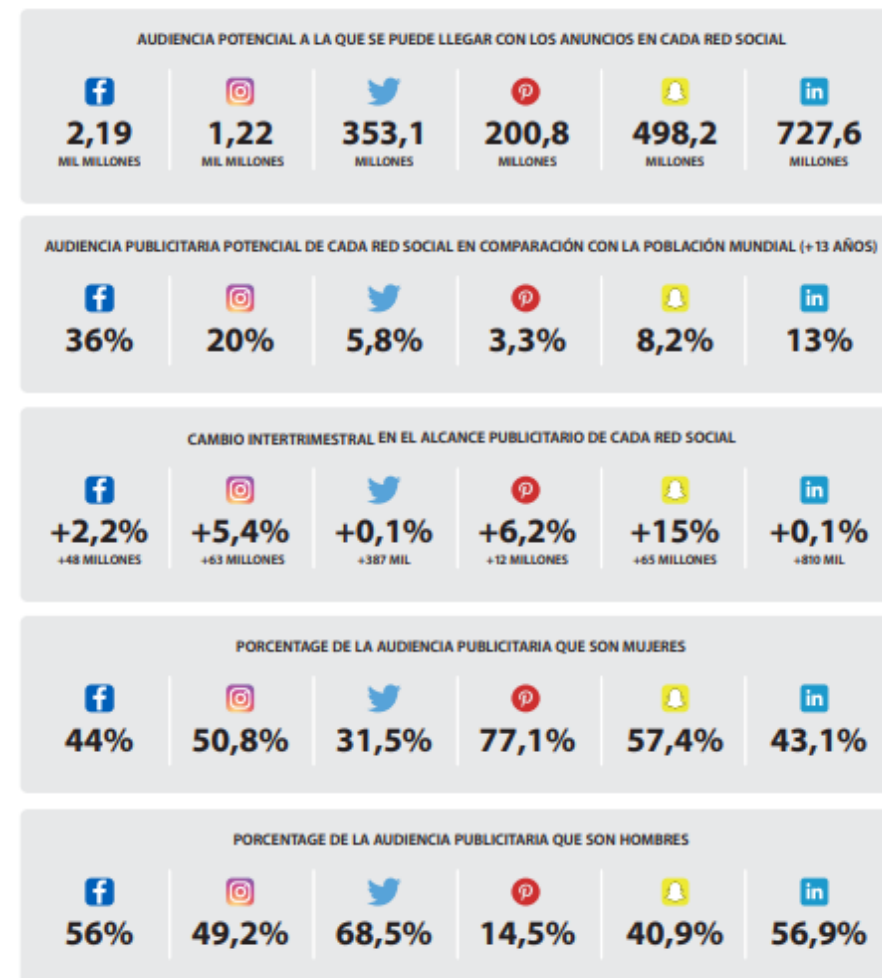


5. Redes sociales móviles

Una oportunidad publicitaria para las marcas - Mundo

- ▶▶ Además de ser un espacio de comunicación entre usuarios, las redes sociales se han convertido en una gran oportunidad para las marcas.
- ▶▶ El amplio conocimiento que tienen de sus usuarios, permite a las compañías segmentar y dirigir su publicidad de forma más personalizada que en otros entornos.
- ▶▶ Con alcances que aumentan cuatrimestralmente entre un +6,2% en Pinterest y un +0,1% en LinkedIn y Twitter, las redes continúan aumentando su capacidad para ayudar a las marcas a alcanzar a sus públicos objetivos.

Audiencia publicitaria por red social en el mundo



5. Redes sociales móviles

¿Por qué los usuarios utilizan las redes sociales? - Mundo

- ▶▶ Si analizamos por qué los usuarios utilizan las redes sociales por edades, vemos que mientras que para los Baby Boomers, Millennials y miembros de la generación X estar al tanto de la actualidad es la principal razón, para la generación Z las redes son una fuente de entretenimiento.

Principales razones para usar redes sociales en el mundo, por edades

	GEN. Z	MILLENNIALS	GEN. X	BABY BOOMERS
Llenar el tiempo libre	41%	34%	29%	25%
Encontrar contenido entretenido	40%	35%	29%	24%
Estar al día de las novedades	34%	36%	37%	36%
Estar en contacto	33%	33%	33%	35%
Compartir fotos / videos	31%	29%	26%	24%

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de GlobalWebIndex

5. Redes sociales móviles

El móvil, el dispositivo más utilizado para conectarse a redes sociales - España

- ▶ Aunque el móvil sigue siendo el dispositivo más utilizado en España para conectarse a las redes sociales (97%), las televisiones conectadas están creciendo de manera destacada, pasando de un 25% a un 68% de usuarios que las utilizan para acceder a sus redes en solo un año.

Principales dispositivos de conexión a redes sociales en España

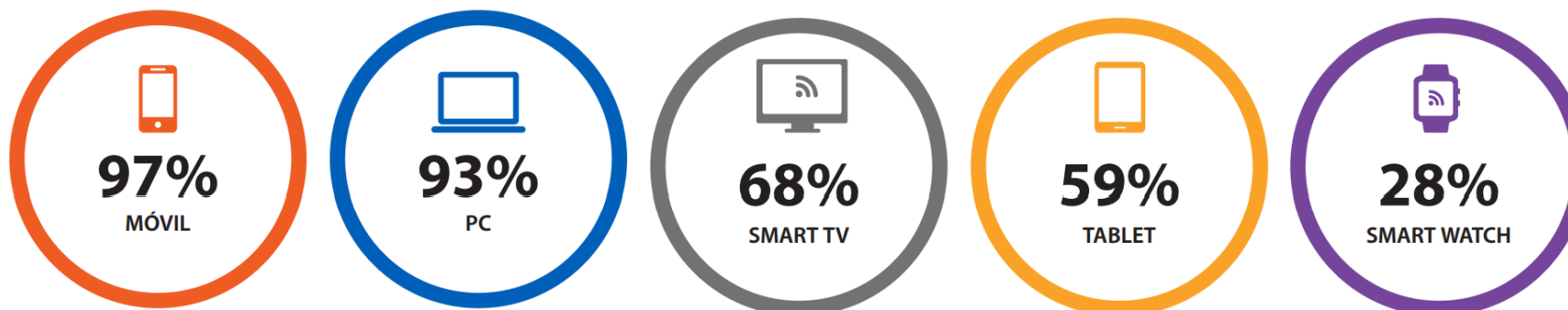


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

5. Redes sociales móviles

El acceso a redes sociales es multidispositivo - España

- ▶▶ Pese a estos datos, los españoles utilizan varios dispositivos para conectarse a sus redes en función de la hora del día, siendo el móvil el más utilizado por las noches.

Acceso a redes sociales por dispositivo y hora en España

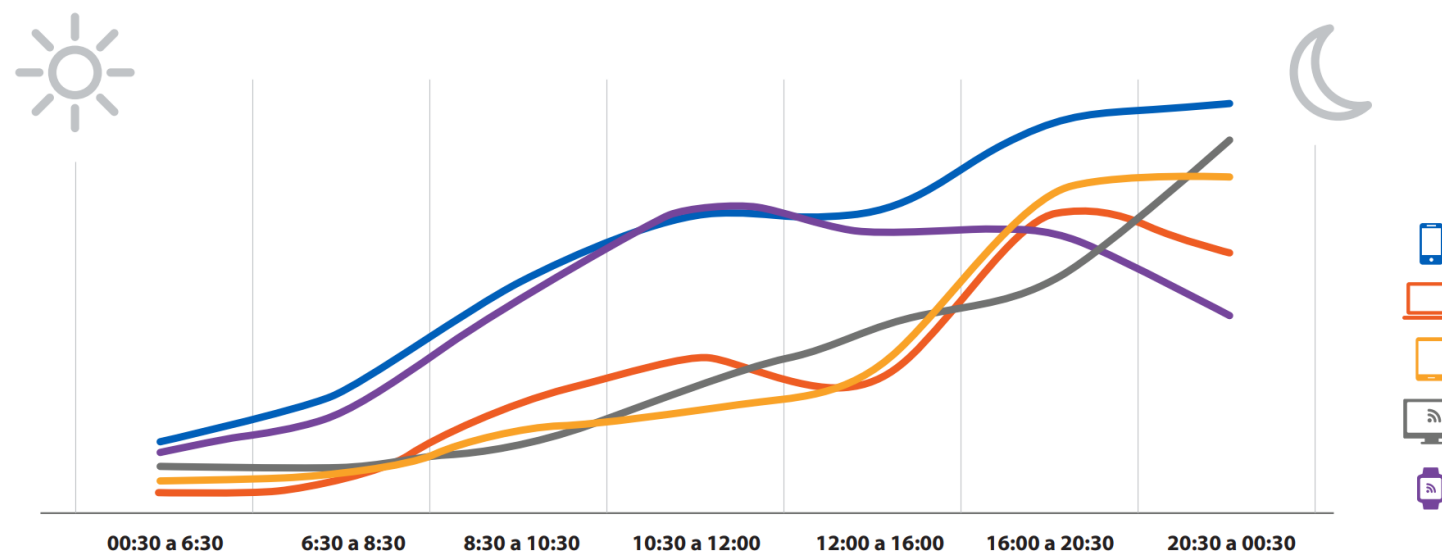


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

5. Redes sociales móviles

Aumenta el tiempo medio de uso de las redes sociales - España

- ▶ Los españoles somos muy activos en redes sociales, a las que cada año dedicamos más tiempo. Analizando el uso por edades, los miembros de la Generación Z con una media de 1 hora 45 minutos diarios dedicadas a las redes, son los que más las utilizan, pero los mayores de 34 también han aumentado su uso en un 26%, dedicando de media 59 minutos al día.
- ▶ En cuanto a las redes más utilizadas, Instagram reina entre los más jóvenes y Facebook capta el mayor número de los mayores de 34. Cabe destacar que en todas las franjas de edad TikTok se posiciona entre las 5 redes más utilizadas por los españoles, por encima de Twitter.

Apps de redes sociales más utilizadas en España, por grupo de edad

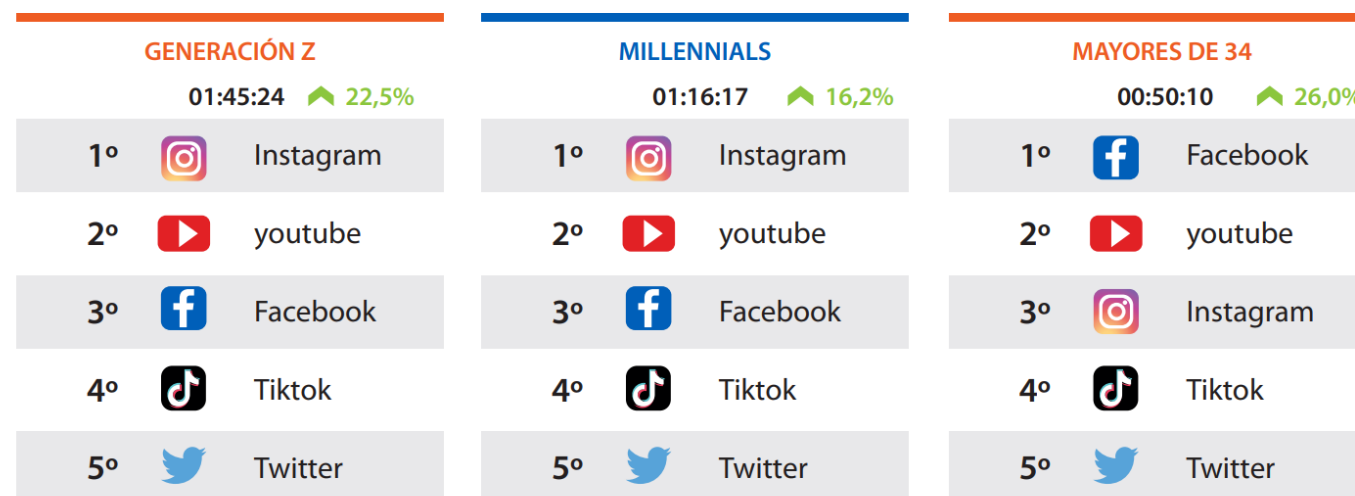


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Smartme Analytics

5. Redes sociales móviles

Las redes sociales son de las mujeres - España

- ▶ En España, las mujeres, especialmente las jóvenes, son más activas en el uso de redes sociales que los hombres y la franja de edad que más utiliza los perfiles sociales son los usuarios de entre 18 y 24 años.

Perfil de usuarios de redes sociales en España

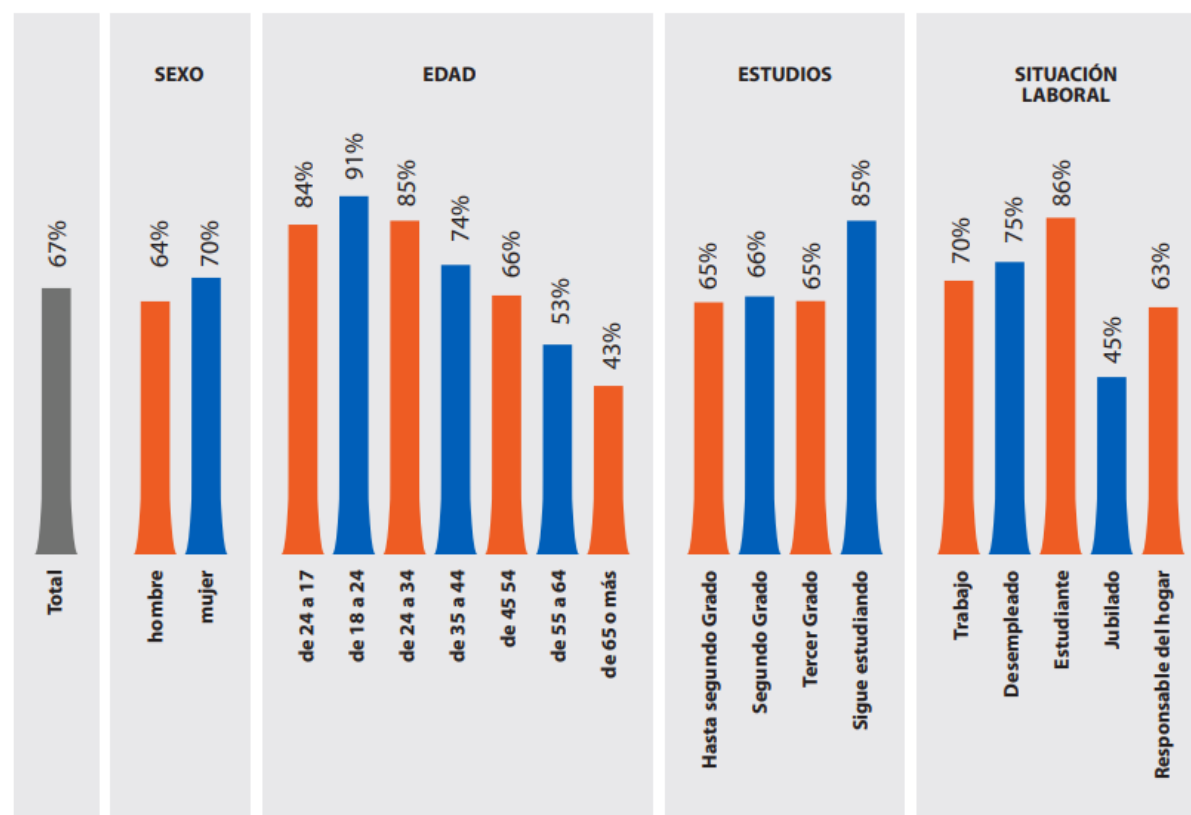


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Fundación BBVA

5. Redes sociales móviles

¿Por qué los usuarios utilizan las redes sociales? - España

- ▶▶ Las principales actividades que realizamos los españoles en las redes sociales son comunicarnos con nuestros contactos a través de chat o mensajes (88%), ver videos o escuchar música (82%) y aprender conocimientos o prácticas sobre diversas temáticas como cocina, maquillaje... (74%).
- ▶▶ Un 48% de los españoles afirma también seguir en redes a marcas o influencers y un 32% las utiliza para comentar productos o servicios.

Actividades que realizan los españoles en redes sociales

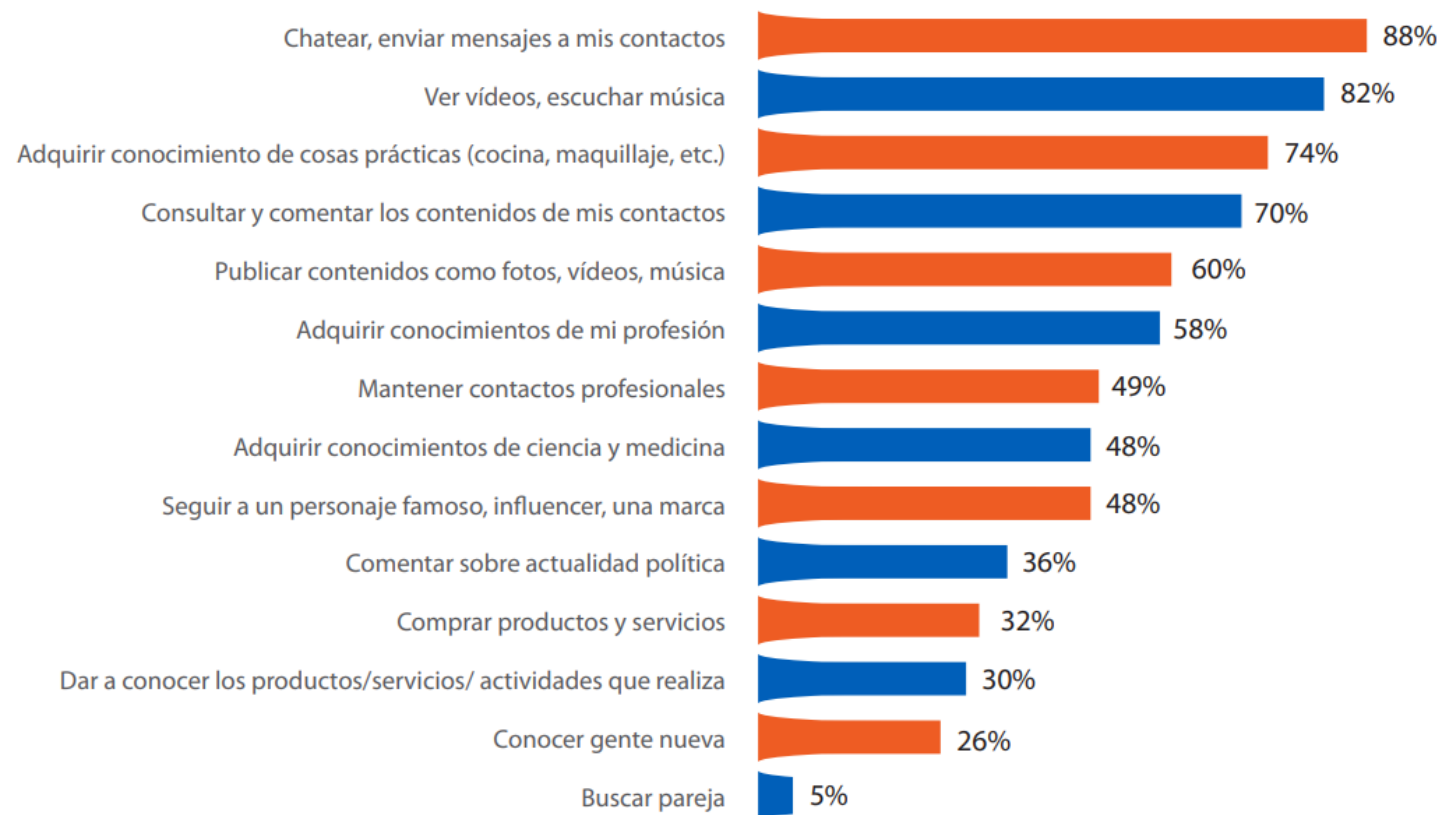


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Fundación BBVA

5. Redes sociales móviles

Aumentan las compras desde redes sociales - España

- ▶▶ Los españoles hemos perdido el miedo a comprar a través de redes sociales.
- ▶▶ Tanto es así que ya un 71,6% de los españoles afirma que realiza compras desde su móvil directamente a través de redes sociales, especialmente desde Facebook o Instagram.



71,6%

ha realizado compras a través de
redes sociales

5. Redes sociales móviles

La publicidad personalizada en redes sociales gusta a 1 de cada 3 - España

- ▶ Aunque las cifras bajan ligeramente frente a 2020, un 31% de los españoles asegura que le gusta ver publicidad segmentada en función de sus interés en redes sociales y la mitad afirma que esta publicidad cumple con sus expectativas tanto de información, usabilidad o formato.

Percepción de los españoles de la publicidad en redes sociales

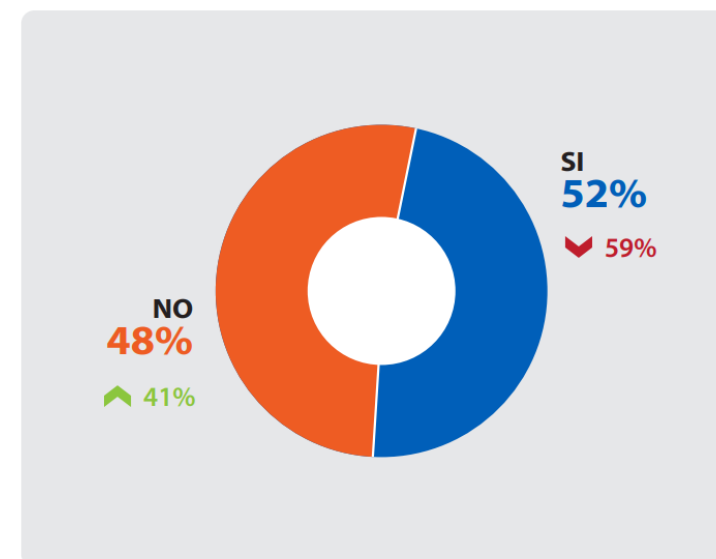


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

#6

Comercio móvil



6. Comercio móvil

2020, el año de las compras móviles - Mundo

- ▶▶ El 2020 ha sido sin duda el mayor año del comercio electrónico, en general y de las compras móviles en particular donde 1 de cada 2 usuarios en el mundo ya ha realizado alguna compra.
- ▶▶ Con un crecimiento del 58% de las transacciones respecto al 2019, el impacto del confinamiento y de las restricciones impuestas por la pandemia han provocado que en el mundo los usuarios cada vez apuesten más por las compras digitales, perdiendo el miedo que aún determinados usuarios sentían por realizar esta actividad siendo un 69,4% de los usuarios mundiales los que han comprado algún producto a través de su móvil o Tablet.

Estado del comercio online en el mundo

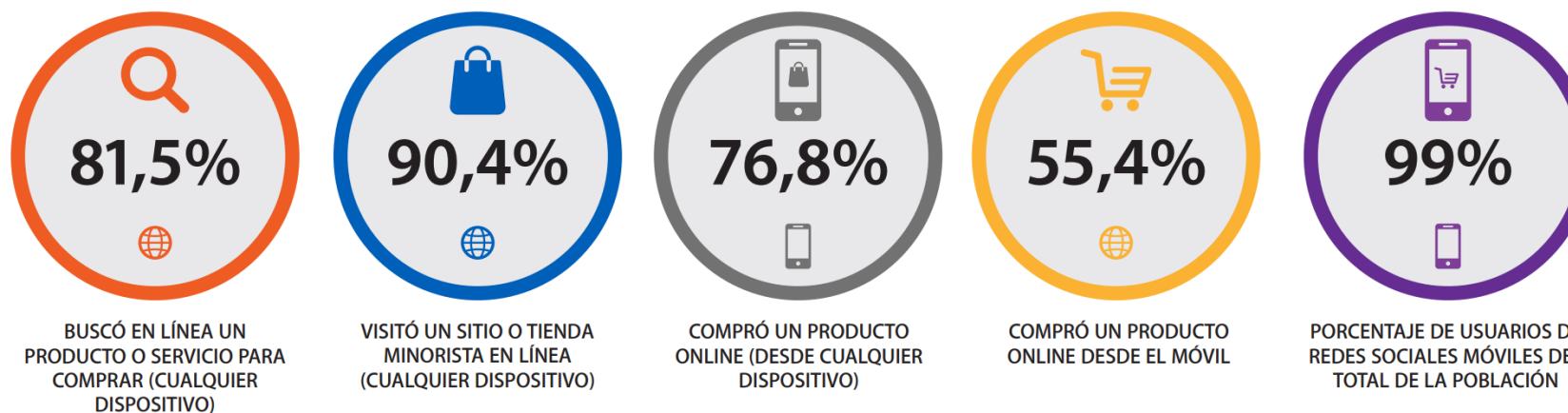


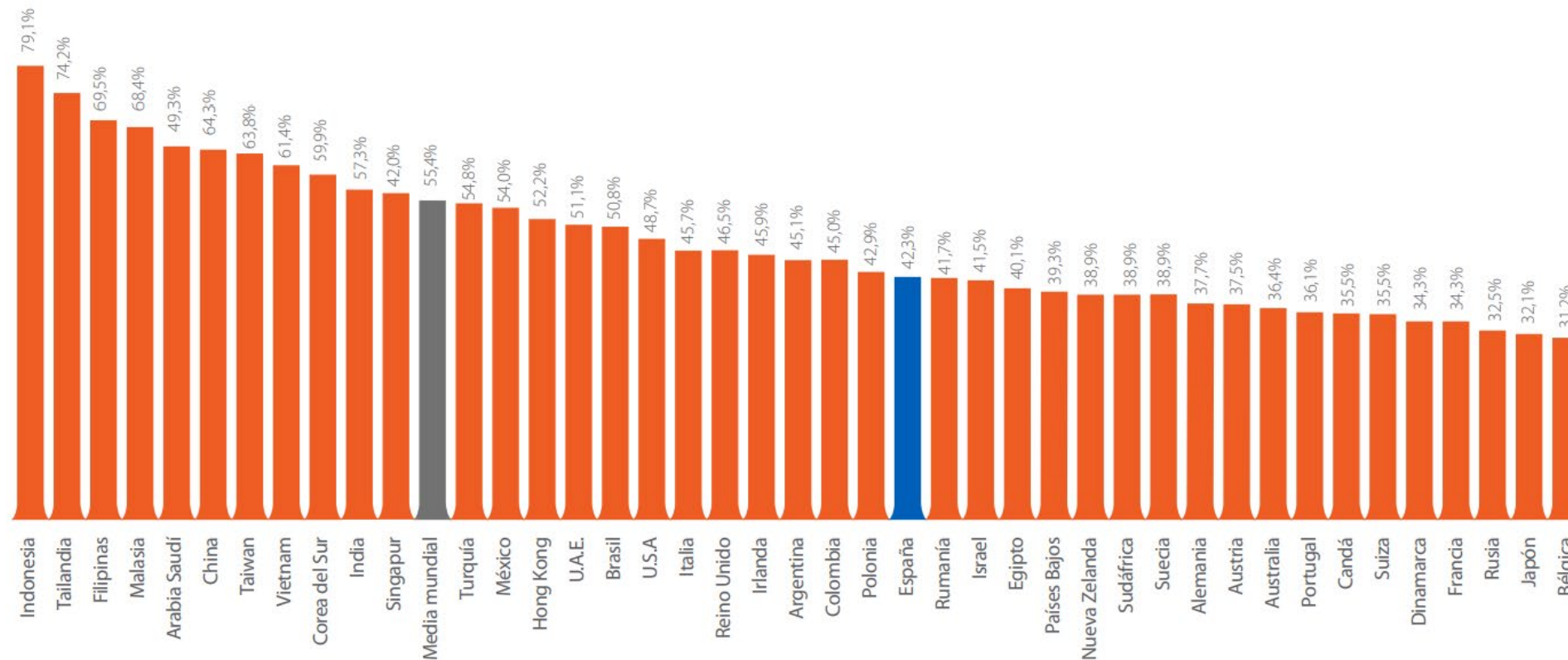
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

6. Comercio móvil

Las compras desde el móvil son ya algo habitual - Mundo

- ▶ Las compras desde el móvil son ya algo habitual para los usuarios de todos los países, siendo Indonesia, con el 79,1%, el país con mayor presencia. De media, un 55,4% de los usuarios del mundo ha realizado alguna compra a través de su móvil en el último mes.

Adopción de las compras móviles por países



6. Comercio móvil

Las compras móviles suponen el 73% del total del comercio electrónico - Mundo

- ▶▶ En líneas generales, el gasto en comercio digital ascendió a 10,5 billones de dólares en 2020 y se espera que alcance los 11,6 billones a finales de 2021, lo que supondría un crecimiento del 11,5%.
- ▶▶ Entre esto, el comercio móvil acaparará el 73% del valor total de las transacciones digitales y las perspectivas apuntan a que alcanzará el 75% a finales de 2025.
- ▶▶ El móvil se ha posicionado como el medio principal para las compras online, aunque el comercio electrónico a través de otros dispositivos continúa liderando las compras de mayor importe económico.
- ▶▶ Por regiones, Asia, lidera el gasto en compras digitales, seguida de Norteamérica y Europa.

Gasto total en digital commerce por regiones en 2021

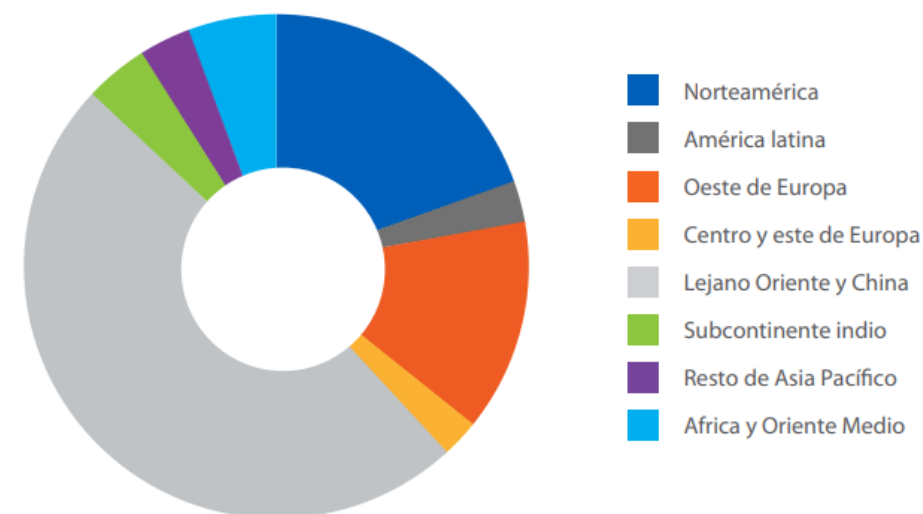


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Juniper Research

6. Comercio móvil

Las mujeres, las que más compran desde el móvil - Mundo

- ▶▶ Pese a que los nativos digitales son más activos en las compras desde el móvil, los mayores de 45 años también las utilizan siendo un 38% de las mujeres y un 35,8% de los hombres mayores de 55 años los que realizaron alguna compra desde su móvil.

Porcentaje de usuarios en el mundo que ha comprado a través del móvil en el último mes
Por edades

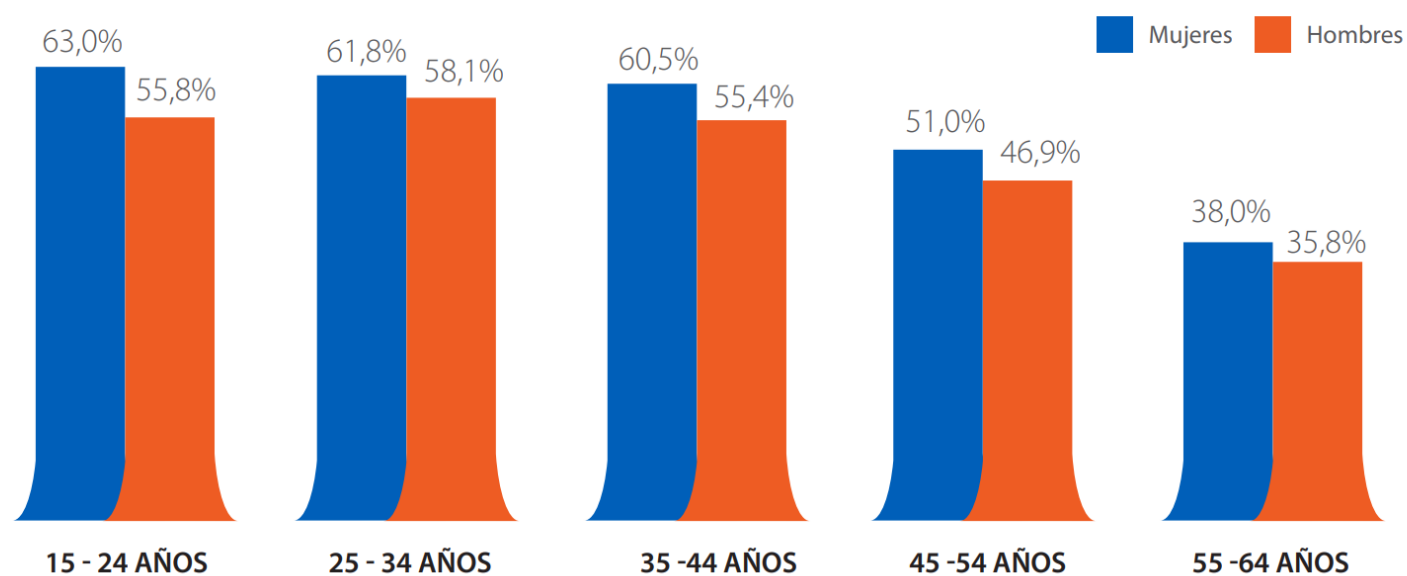


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

6. Comercio móvil

Las aplicaciones móviles de compras crecieron de cara a la Navidad - Mundo

- ▶▶ Las instalaciones de aplicaciones de ecommerce aumentaron un 6% respecto al 2019, aunque este crecimiento ha sido irregular a lo largo del año, mostrando una bajada significativa en marzo (a causa del confinamiento) y subidas en octubre y noviembre (donde podemos deducir que los usuarios optaron por las compras móviles de cara a las fiestas de navidad frente a la compra presencial).

Instalaciones de apps de comercio móvil en 2020 en el mundo

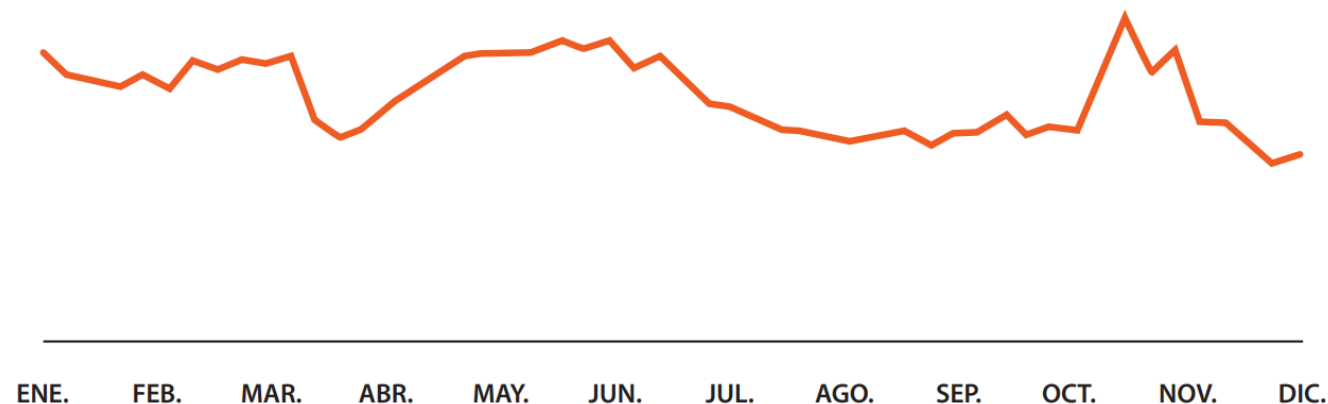


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Adjust

6. Comercio móvil

La Tablet, el dispositivo con mayor ratio de conversión - Mundo

- ▶ Sin embargo, mientras que la tasa de conversión en ordenadores ha descendido durante este último año, el ratio de conversión en dispositivos móviles ha aumentado durante los últimos 4 trimestres. Pese a ello, la Tablet sigue siendo el dispositivo con mayor ratio de conversión.

Evolución del ratio de conversión por dispositivo

	3 ^{er} T. 2019	4 ^o T. 2020	1 ^{er} T. 2020	2 ^o T. 2020	3 ^{er} T. 2020
Ordenador	3,48%	3,65%	2,55%	2,38%	2,59%
Teléfono móvil	1,79%	2,06%	1,84%	2,12%	1,86%
Otros	0,21%	0,18%	0,12%	0,14%	0,97%
Tablet	3,56%	3,72%	3,16%	3,48%	3,41%

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Kibo

6. Comercio móvil

El auge del comercio móvil cambia nuestros hábitos de compra - Mundo

- ▶▶ Este auge del comercio móvil ha cambiado el comportamiento de compra. El tiempo dedicado en el mundo a las aplicaciones de compras en los teléfonos Android ha experimentado un crecimiento interanual del 30% durante 2020.

Horas semanales pasadas en apps de compra en 2020 en el mundo

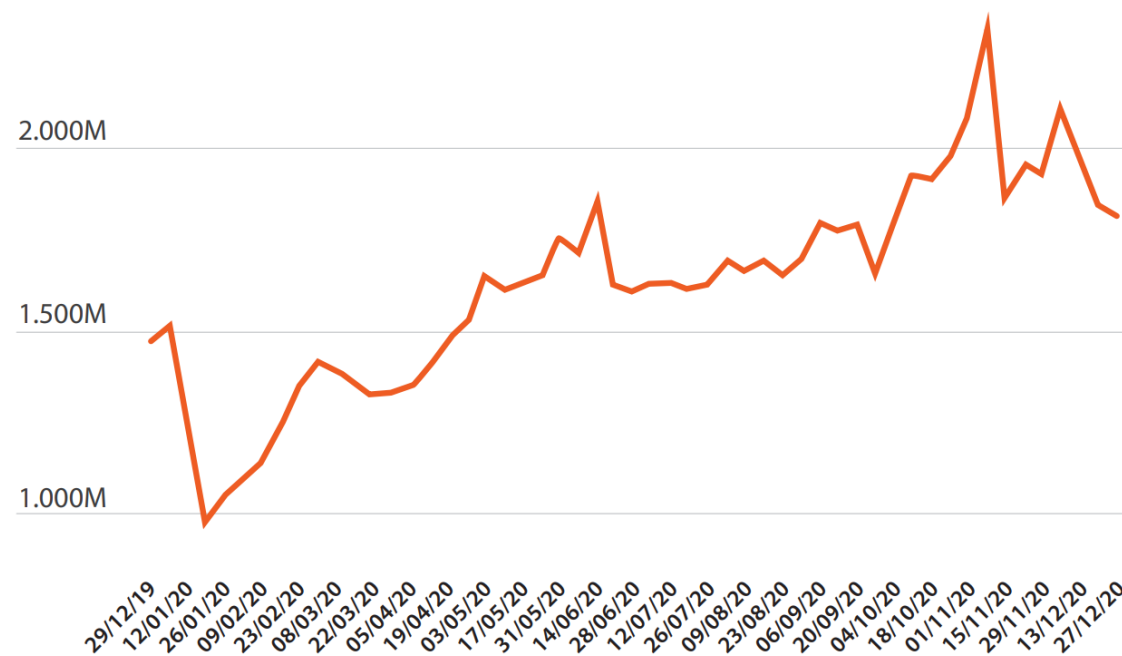


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de App Annie

6. Comercio móvil

Compras sociales y en vivo, una tendencia creciente - Mundo

- ▶▶ Las compras móviles a través de redes sociales y de compras en vivo (Life Shopping), han sido otras de las tendencias del año tal y como demuestra el crecimiento de las descargas de Apps de compras en vivo como TaoBao Live en China, Grip en Corea del Sur y NTRWRK en EEUU que crecieron un 100%, 245% y 85% respectivamente.
- ▶▶ Pese a que se trata de un mercado crecimiento, las perspectivas indican que se trata de un mercado que alcanzará los 2 billones de dólares a nivel mundial para 2024.

Descargas de aplicaciones de Life Shopping (compras en vivo)

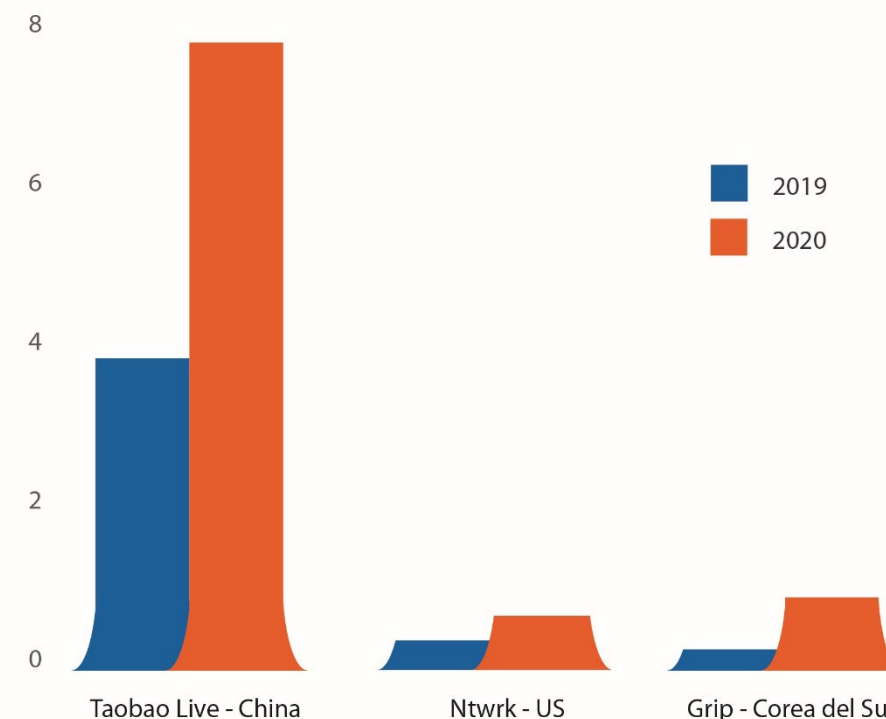


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de App Annie

6. Comercio móvil

¿Qué mueve a los usuarios a comprar desde el móvil? - Mundo

- ▶▶ Gastos y devoluciones gratuitas (60%), los procesos de compra rápidos y sencillos (43%), el apoyo que las marcas han mostrado con la gente durante el COVID y una experiencia de compra divertida (ambas con un 29%), son las razones que más han movido a los usuarios a realizar sus compras a través del móvil.

Razones que mueven a los usuarios a realizar compras desde su móvil

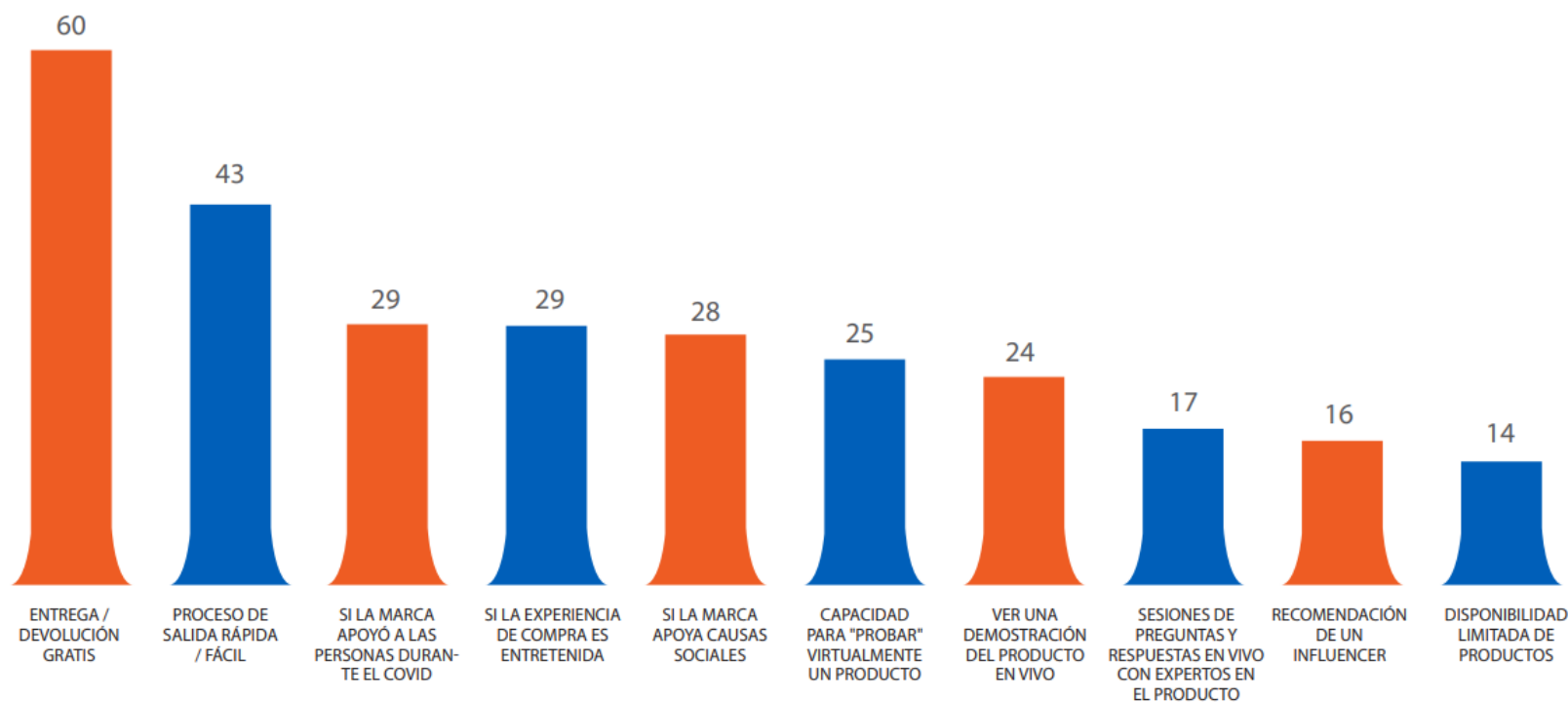


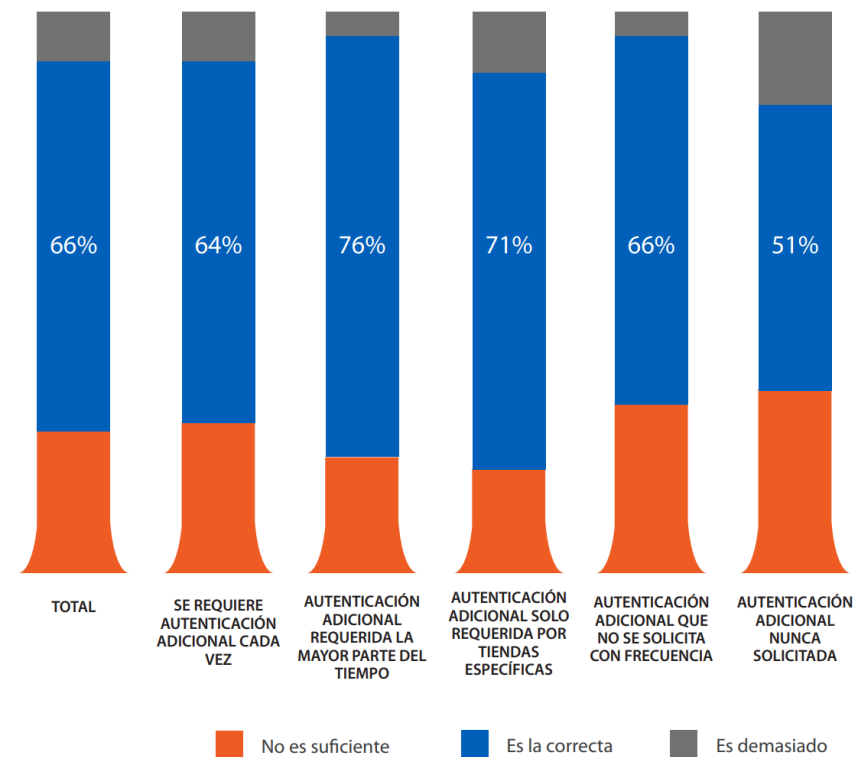
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de GWI

6. Comercio móvil

La experiencia de compra móvil se percibe como segura - Mundo

- ▶▶ En Estados Unidos, el 66% de los consumidores se siente satisfecho con las medidas de autenticación que encuentran en el proceso de las compras móviles y solo unos pocos creen que necesitan más medidas de seguridad.

Nivel de satisfacción de los usuarios con las medidas de autenticación utilizadas en las compras móviles en E.E.U.U.



6. Comercio móvil

Casi 3 de cada 4 europeos apuesta por las compras digitales - Europa

- ▶ Las compras digitales en Europa son una realidad diaria, siendo 3 de cada 4 europeos los que la realizan. Aún así, 2 de cada 3 aún prefiere comprar en la tienda.
- ▶ Por países, los alemanes con un 81% son los más dispuestos a comprar online, seguido de los españoles con un 76%.

Grado de satisfacción de los europeos con las compras móviles

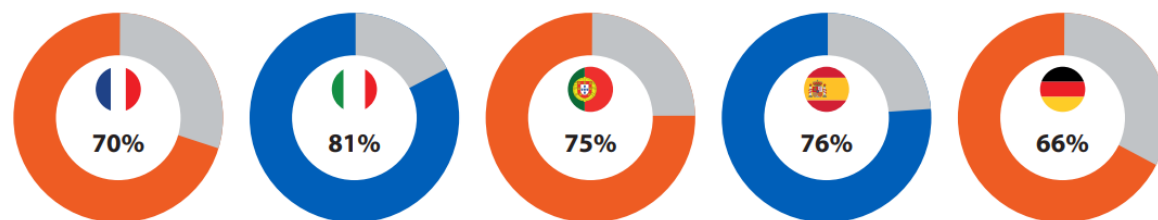


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Oney

ditrendia
digital marketing trends

Porcentaje de europeos que prefiere comprar en tiendas físicas

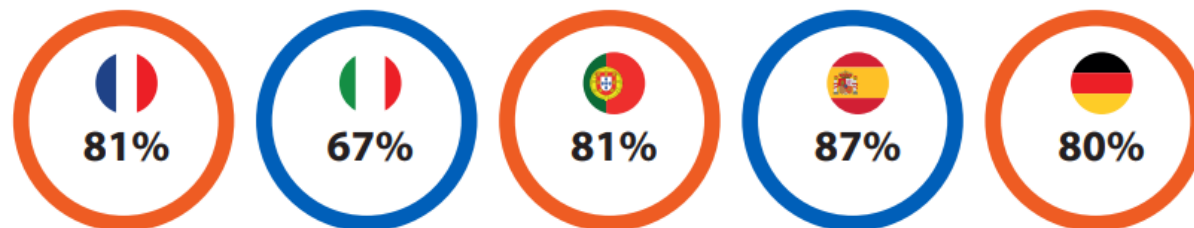


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Oney

ditrendia
digital marketing trends

Categorías más compradas por los europeos desde su móvil



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Oney

ditrendia
digital marketing trends

6. Comercio móvil

Un 23% solo compra de manera digital (I) - España

- ▶▶ El número de españoles que combina compras online y offline ha disminuido respecto a años anteriores situándose en un 52% mientras que el número de españoles que afirma solo comprar por internet aumenta hasta el 23% (un 7% más que en 2019).
- ▶▶ De cara al futuro, los españoles ven que la combinación entre compras físicas y online aumentará y un 78% considera que realizará compras indistintamente en ambos ambientes próximamente.

Combinación de compras en tiendas físicas y dispositivos móviles en España

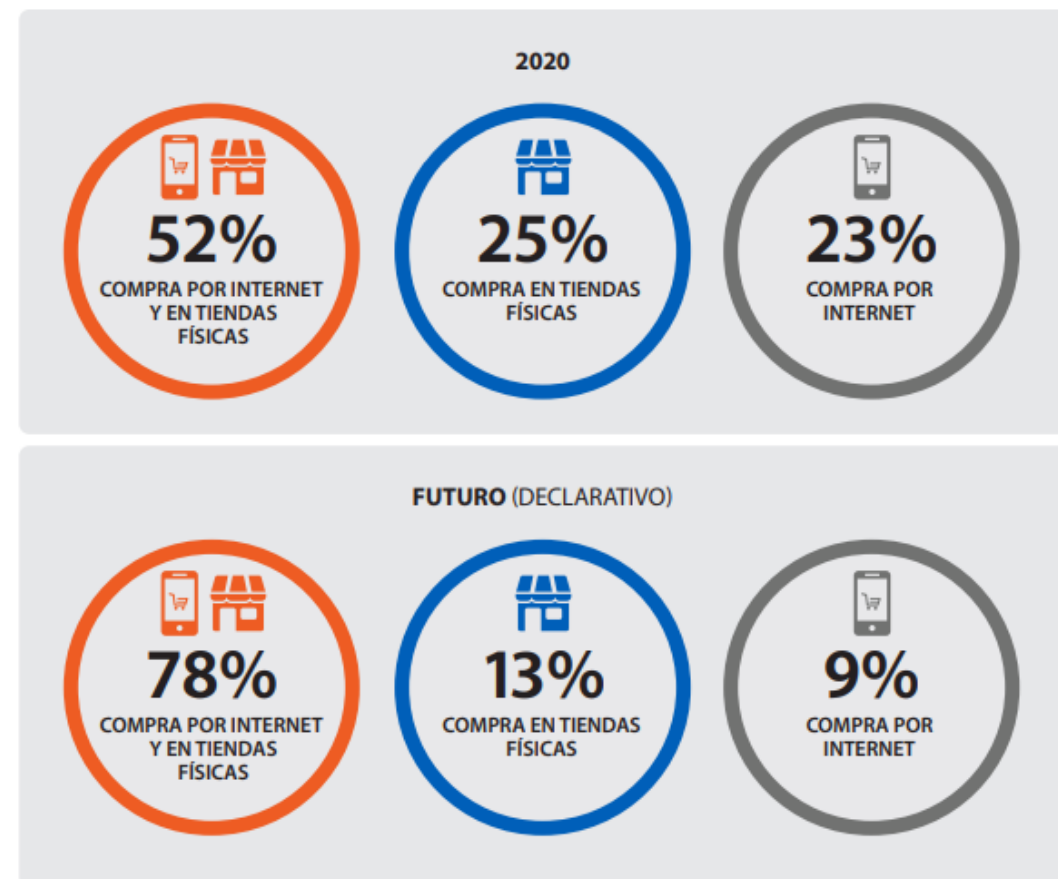


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

6. Comercio móvil

Un 23% solo compra de manera digital (II) - España

- ▶▶ Y es que el COVID ha cambiado los hábitos de compra de un 23% de los españoles que asegura que a partir de ahora comprará más a través de internet.

Influencia de la pandemia en los hábitos de compra online de los españoles

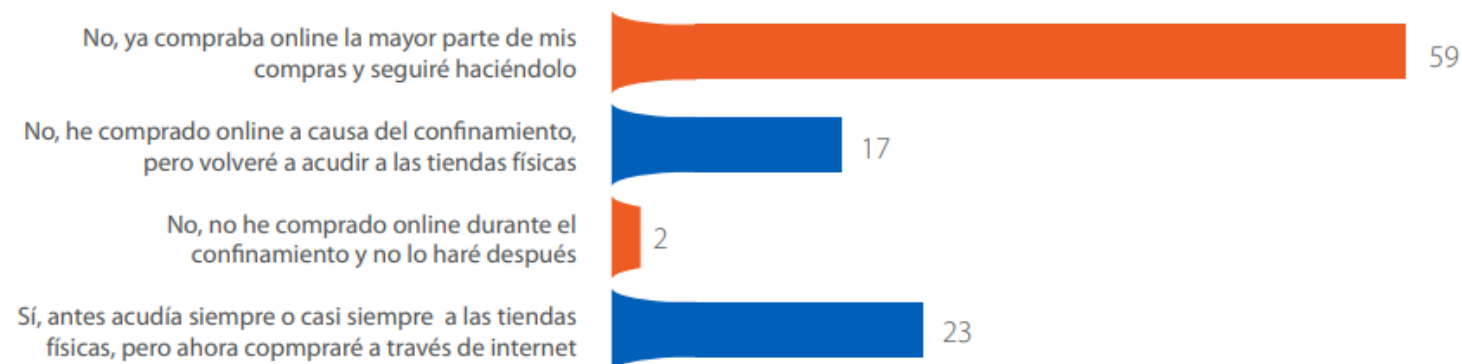


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Cetelem

6. Comercio móvil

Un 76% de los españoles ya ha comprado a través de sus dispositivos móviles - España

- ▶▶ El auge del comercio móvil también se ha visto reflejado en las cifras de España donde un 76% de los usuarios ya ha comprado a través de sus dispositivos móviles. Este dato supone un incremento del 3% con respecto al año anterior. Entre estos el 92% utiliza su móvil para realizar estas compras.
- ▶▶ Con solo un 12 % de los españoles que afirma sentirse reticente a realizar compras desde el móvil, el comercio móvil ya es algo habitual entre todos los grupos de edad, aunque los jóvenes todavía son más activos.

92%

Compra desde
el móvil

12%

No tiene intención de
comprar a través del móvil

Compras en España desde dispositivos móviles

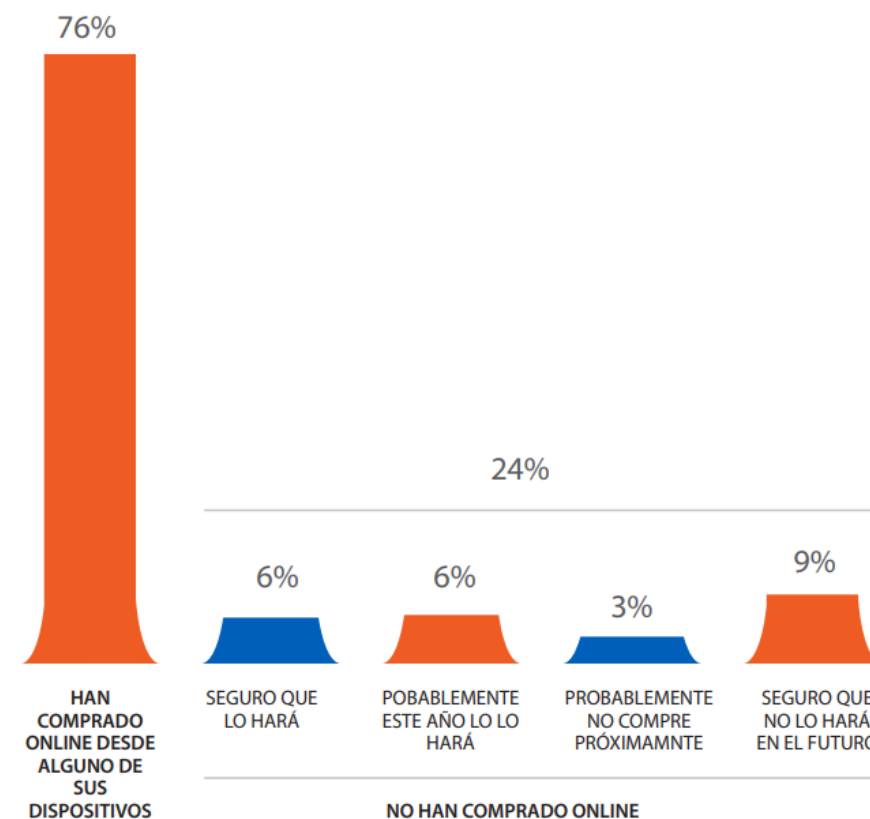


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

6. Comercio móvil

¿Quién compra desde el móvil? (I) - España

- ▶▶ El perfil medio del comprador online en España es un hombre con hijos, de entre 35 y 44 años, activo en 4,7 redes sociales y realiza 3,5 compras por internet al mes.

Perfil del usuario de compras online en España

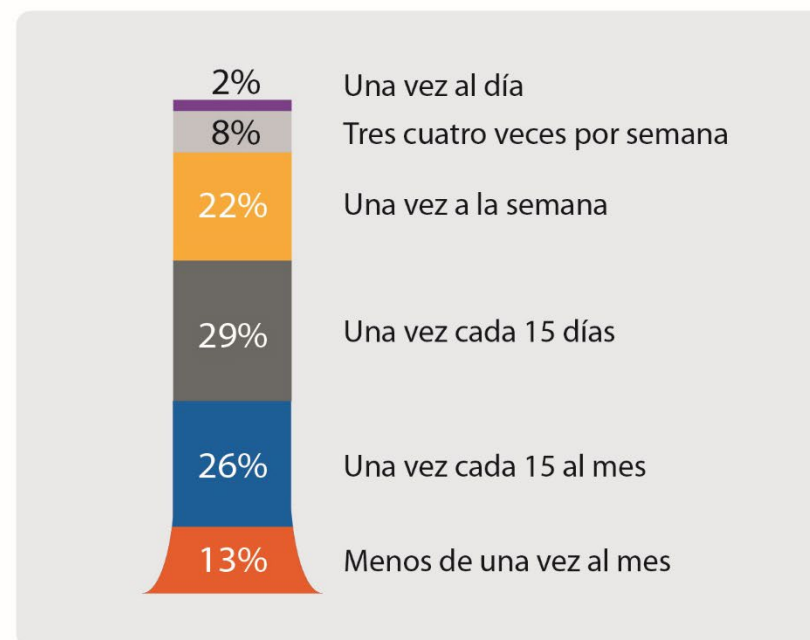
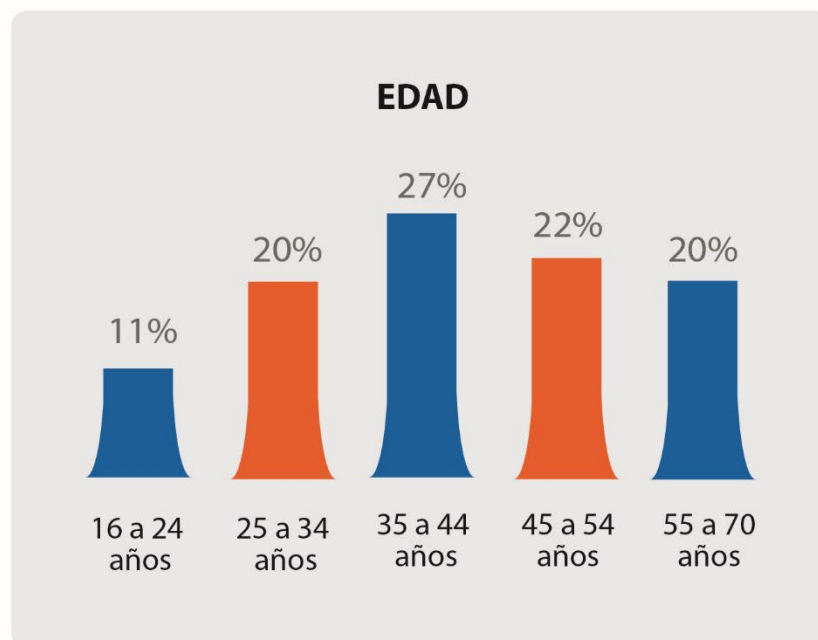


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

6. Comercio móvil

¿Quién compra desde el móvil? (II) - España

- ▶▶ Si desglosamos las compras de comercio electrónico por dispositivo, encontramos que Hombres, Mayores compran más desde el ordenador; Mujeres, Jóvenes, compran más desde el móvil.

Hábitos de compra en España por dispositivo y edad

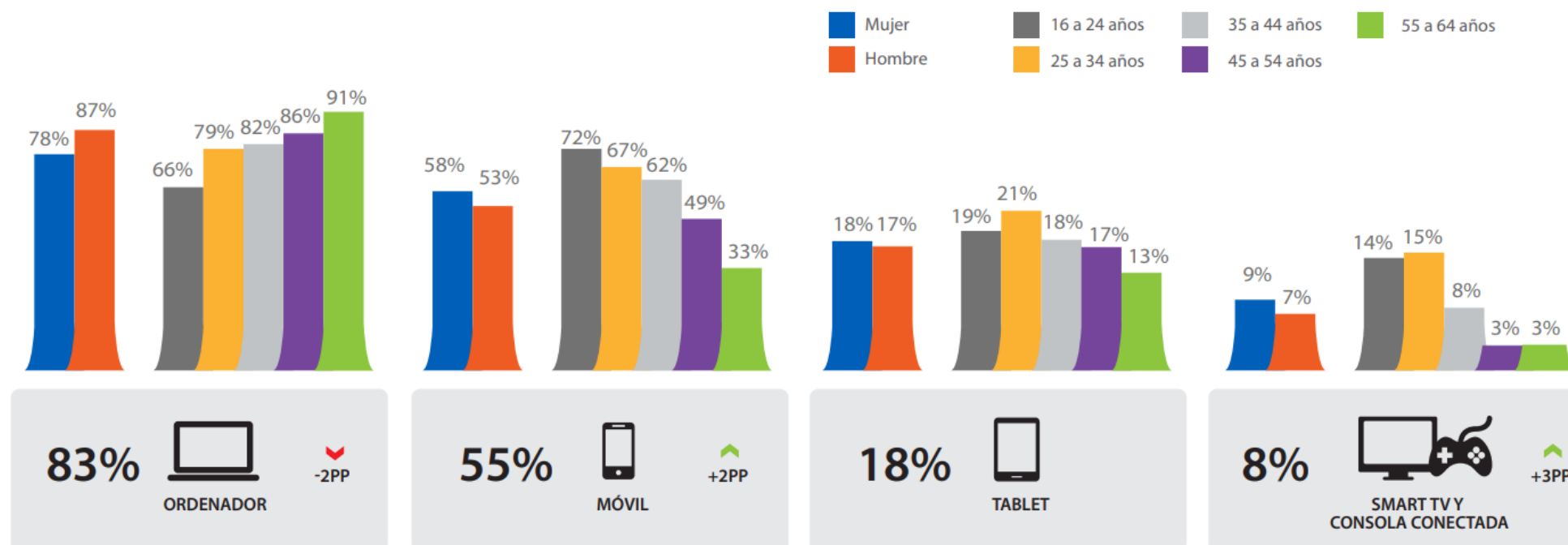


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

6. Comercio móvil

¿Cuáles son las Apps más utilizadas para comprar? - España

- ▶ Los mayores de 34 años son los que más tiempo diario dedican a las aplicaciones móviles de compra, con una media de 6 minutos y 27 segundos.
- ▶ Ali Express, Amazon y Wallapop son las Apps más utilizadas para comprar en España desde el móvil aunque, en función de la edad, los usuarios se decantan más por unas que por otras.

Apps de compras más utilizadas en España por grupos de edad

GENERACIÓN Z	MILLENNIALS	MAYORES DE 34
1º  AliExpress	1º  AliExpress	1º  Amazon
2º  Wallapop	2º  Amazon	2º  AliExpress
3º  Amazon	3º  Wallapop	3º  Wallapop
4º  Wish	4º  Wish	4º  Lidl plus
5º  Milanuncios	5º  Lidl plus	5º  Mi Carrefour

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Smartme Analytics


6. Comercio móvil

¿Cuáles son las Apps más utilizadas para comprar? - España

- ▶ Estas compras desde los dispositivos móviles suelen verse provocadas por las búsquedas que realizan en Google, los productos que encuentran en las aplicaciones o recomendaciones de su entorno más cercano.
- ▶ Las ofertas y promociones (82%), el precio (81%) y los plazos de envío (78%) son las principales razones para escoger una tienda online para sus compras online.

Razones que motivan las compras móviles en España

 Búsquedas en Google

 Ver productos en Apps

 Recomendaciones de amigos

¿Qué motiva la compra de los españoles?

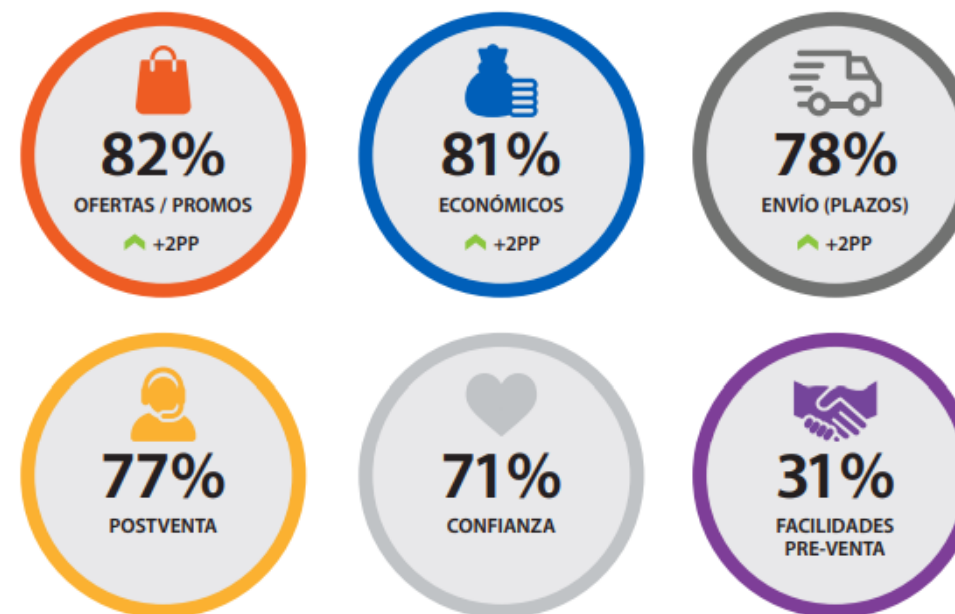


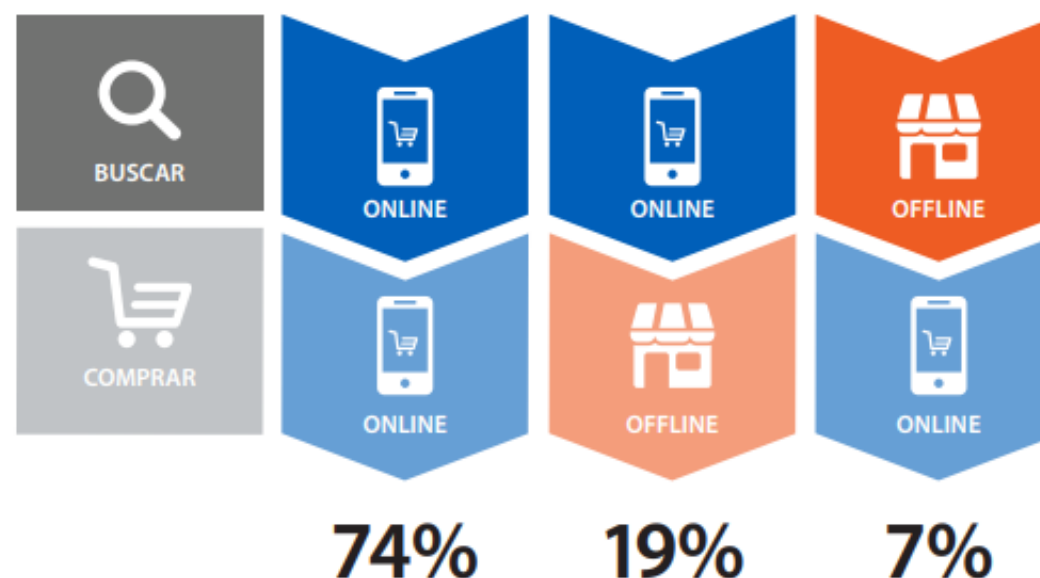
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

6. Comercio móvil

El 93% de los españoles se informa sobre productos en el mundo online (I) - España

- ▶▶ Internet es nuestra fuente principal de información por lo que el 93% lo utiliza para buscar información sobre los productos que quiere comprar, independientemente de donde termine realizando sus compras.
- ▶▶ Pese a que 3 de cada 4 españoles busca y compra de manera online, un 19% aún realiza sus búsquedas en el mundo online para terminar su compra en la tienda física.

Proceso de compra de un usuario en España



6. Comercio móvil

El 93% de los españoles se informa sobre productos en el mundo online (II) - España

- ▶▶ Esta información la encuentran principalmente en Marketplace (70%, lo que supone un crecimiento del 4% respecto a 2019) como Amazon, las web propias de las tiendas o los buscadores.

¿Dónde buscan información los españoles para sus compras en dispositivos móviles?

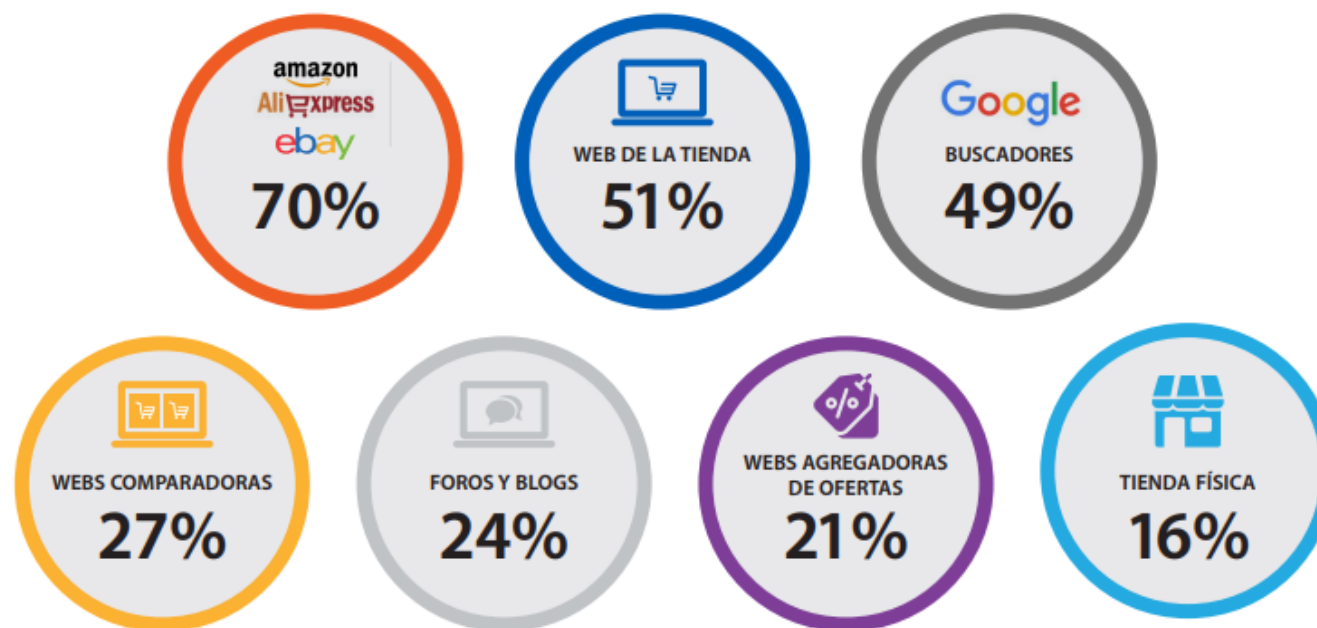


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

6. Comercio móvil

Un 45% de españoles reconoce que las redes sociales influyen en sus compras - España

- ▶▶ Consultar información sobre lo que vamos a comprar en redes sociales, es algo que hace casi la mitad de los españoles. Para ello, utiliza principalmente redes como Instagram, YouTube o Facebook. Estas búsquedas influyen en las compras de un 45% de los españoles.
- ▶▶ Sin embargo, no solo las redes son un lugar de consulta sino que para un 37%, también son un espacio donde exponer problemas, dudas o quejas sobre sus compras.

Influencia de las redes sociales en las compras de los españoles

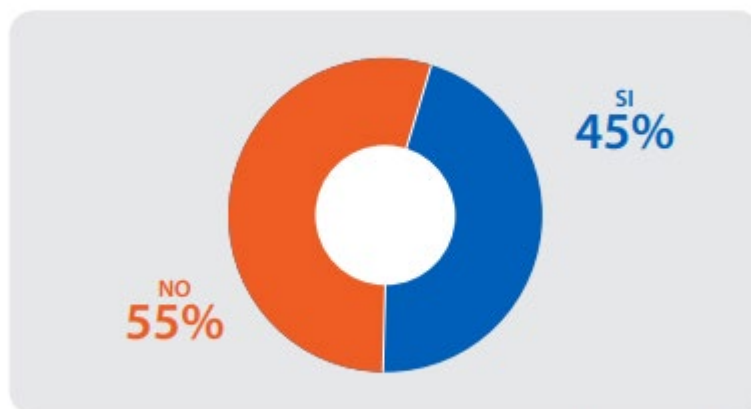


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

Uso de las redes sociales como fuente de información para realizar compras en dispositivos móviles

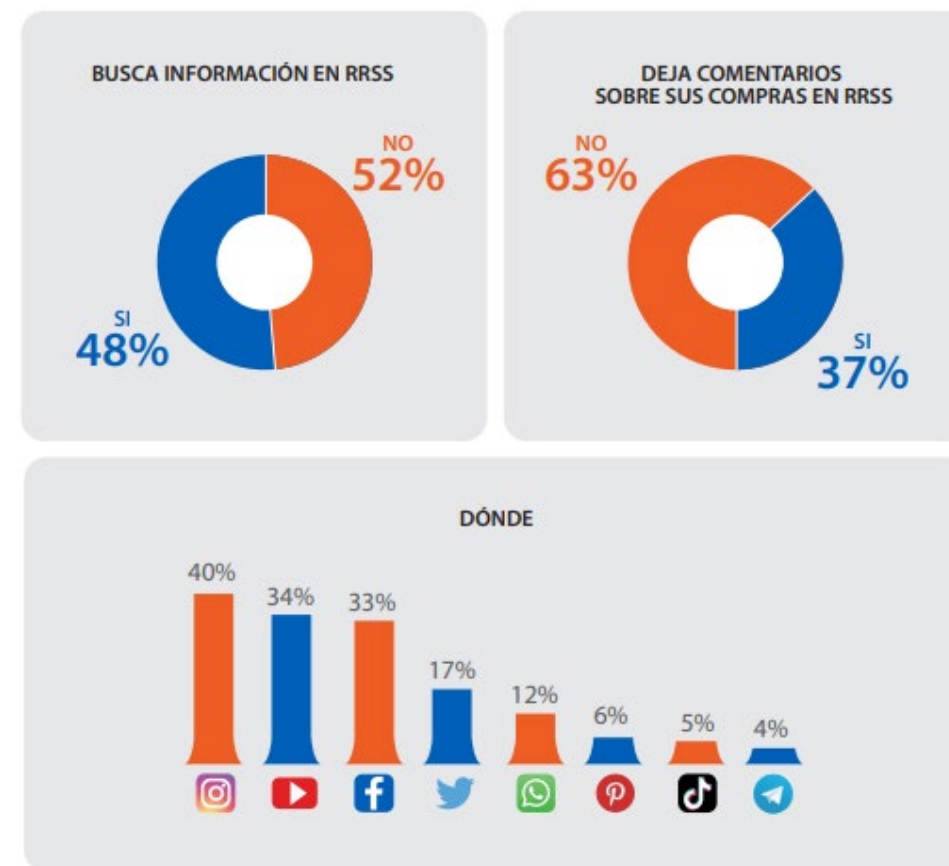


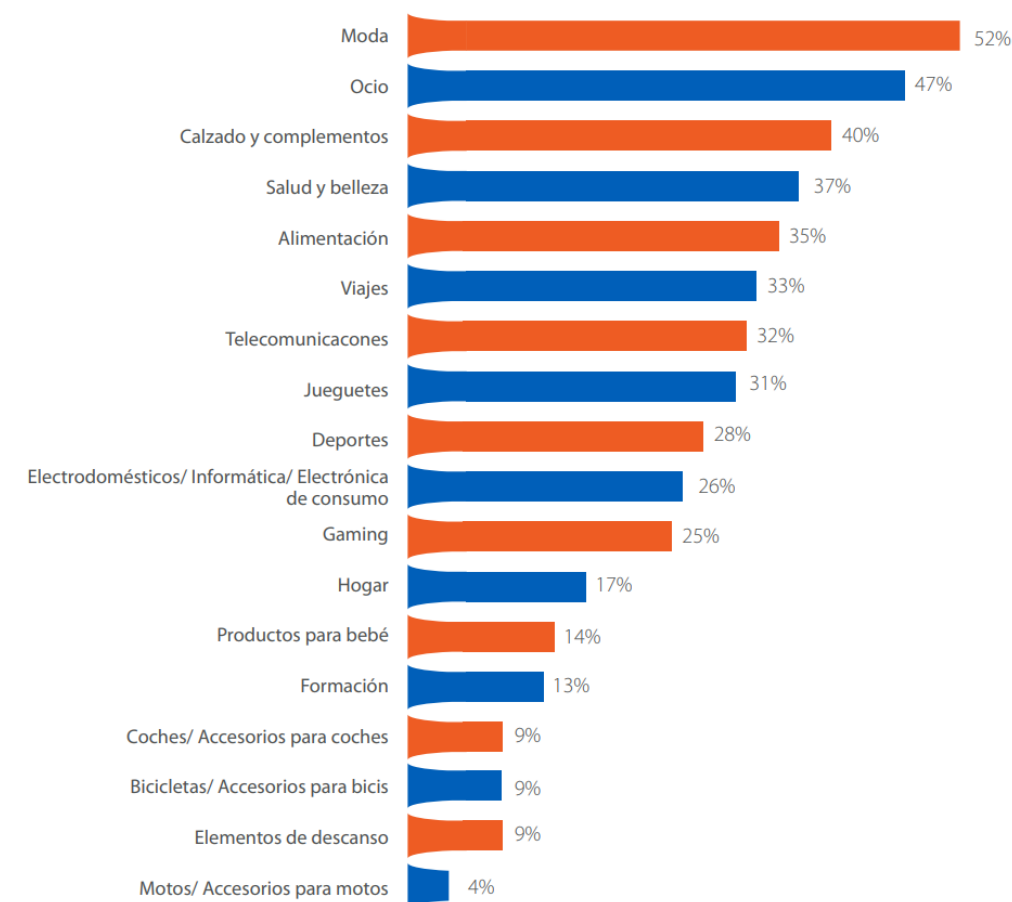
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

6. Comercio móvil

¿Qué se compra desde el móvil? - España

▶▶ En total, el 47% de las compras en España se hicieron a través de un móvil siendo la moda, el ocio, calzado y complementos y los productos de salud o belleza los que más se compraron desde el móvil en 2020.

Productos o servicios más adquiridos desde dispositivos móviles en España en 2020



6. Comercio móvil

Un 8 de media a las compras online - España

- ▶▶ En general, los españoles están satisfechos con sus compras online, independientemente del dispositivo a través del que las hayan realizado.
- ▶▶ Los motivos que más influyen en esta satisfacción son de nuevo el precio, la sencillez y el cumplimiento de los plazos de entrega.

Motivos de satisfacción e insatisfacción de las compras móviles

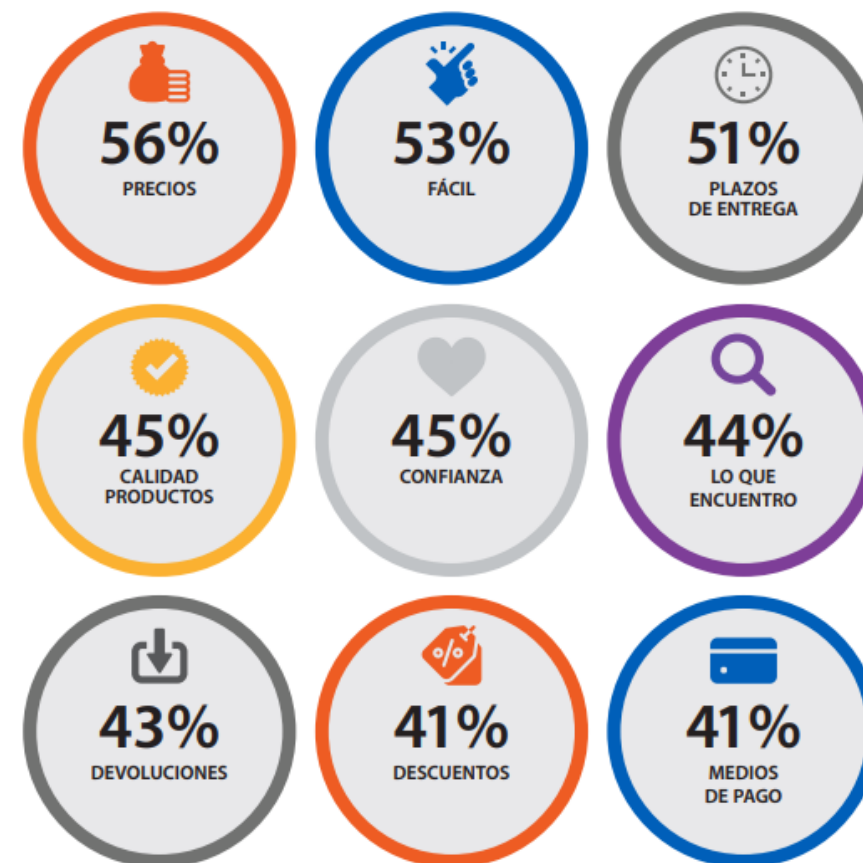


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

6. Comercio móvil

Ubicuidad, flexibilidad y rapidez, razones para realizar compras online - España

- ▶▶ La flexibilidad para poder realizar sus compras desde cualquier lugar es lo que más motiva a los españoles a realizar sus compras desde los dispositivos móviles aunque lo que más se valora es la rapidez, la sencillez y la libertad de horarios.

¿Qué es lo que más gusta de las compras móviles?



Poder comprar desde cualquier sitio

¿Qué les gusta a los españoles de las compras desde dispositivos móviles?

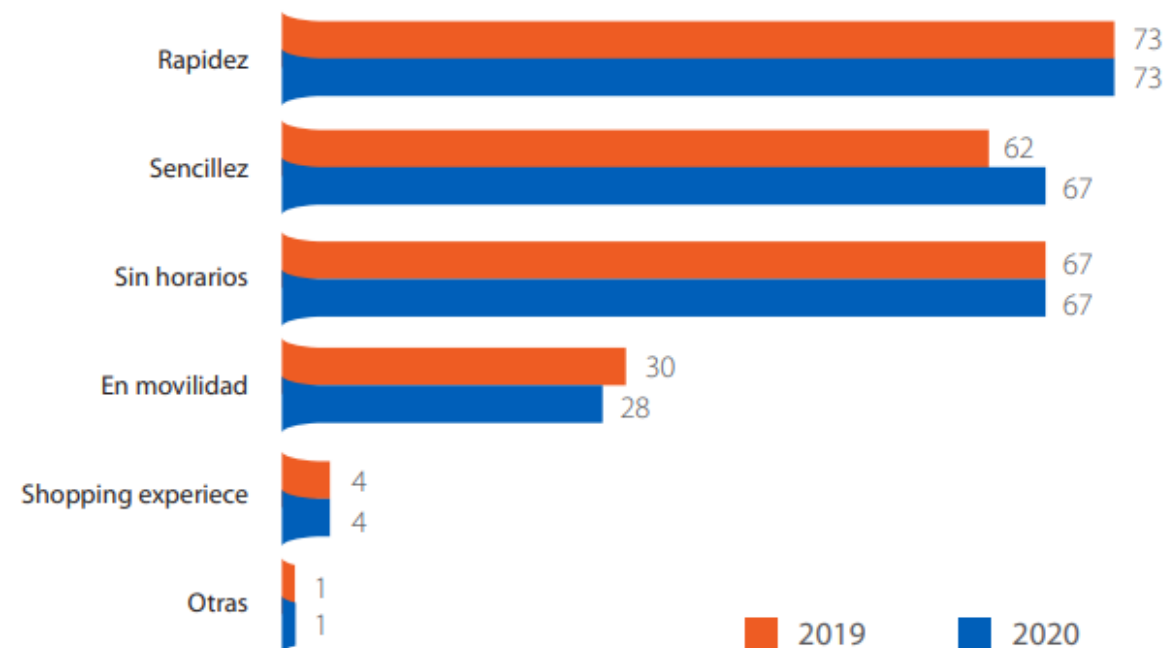


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

6. Comercio móvil

El tamaño de la pantalla, influye para no comprar - España

- ▶▶ De los que no compran desde el móvil, cuya edad media es de 46 años, la falta de comodidad y el tamaño de la pantalla son las razones principales para no hacerlo.
- ▶▶ La falta de seguridad, con un 12%, no aparece ya entre las causas principales.

Motivos de los españoles para no realizar compras desde el móvil

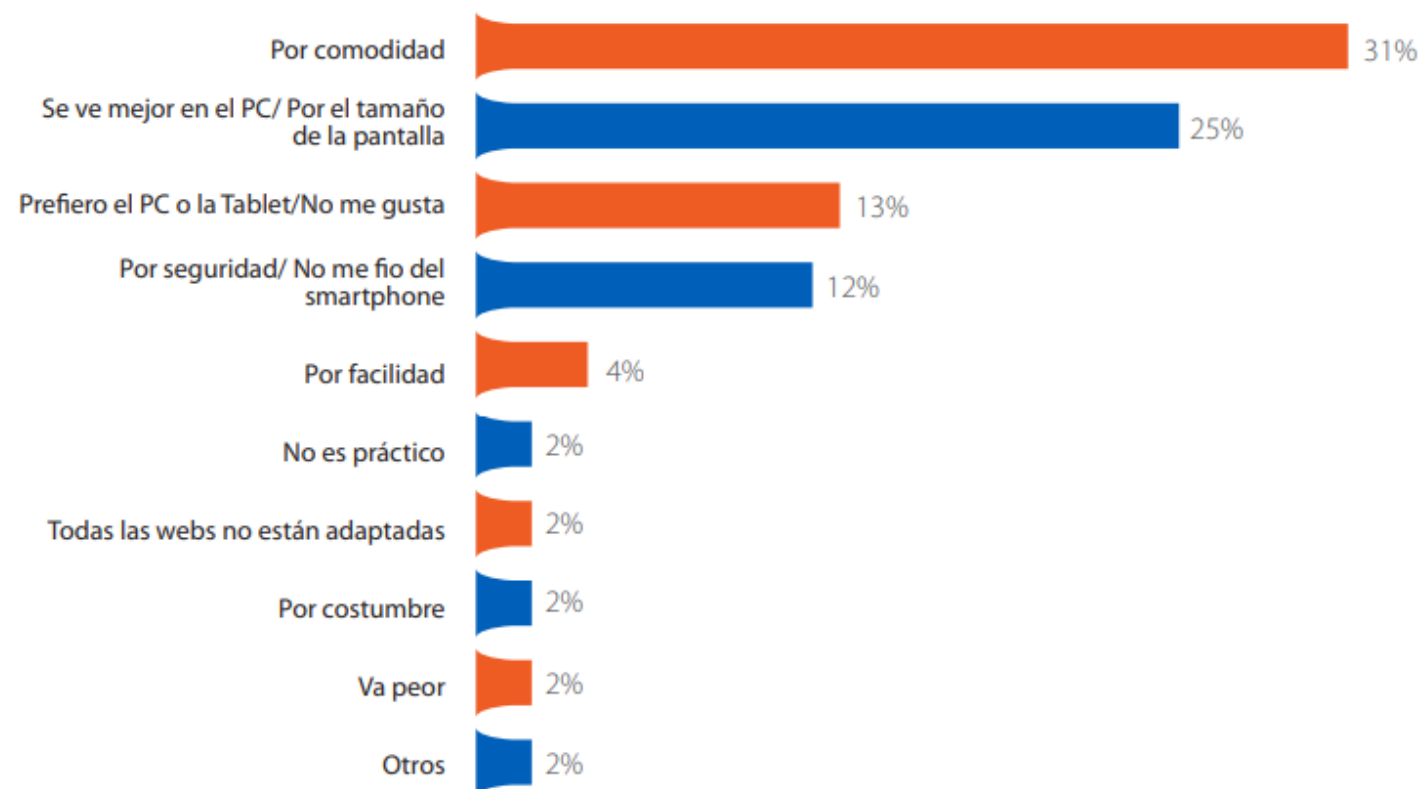


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Cetelem

#7

Marketing móvil

Impressions
8.3 k

Last 30 days

Overview

Top Pins

View

Total Audience
5 k

View

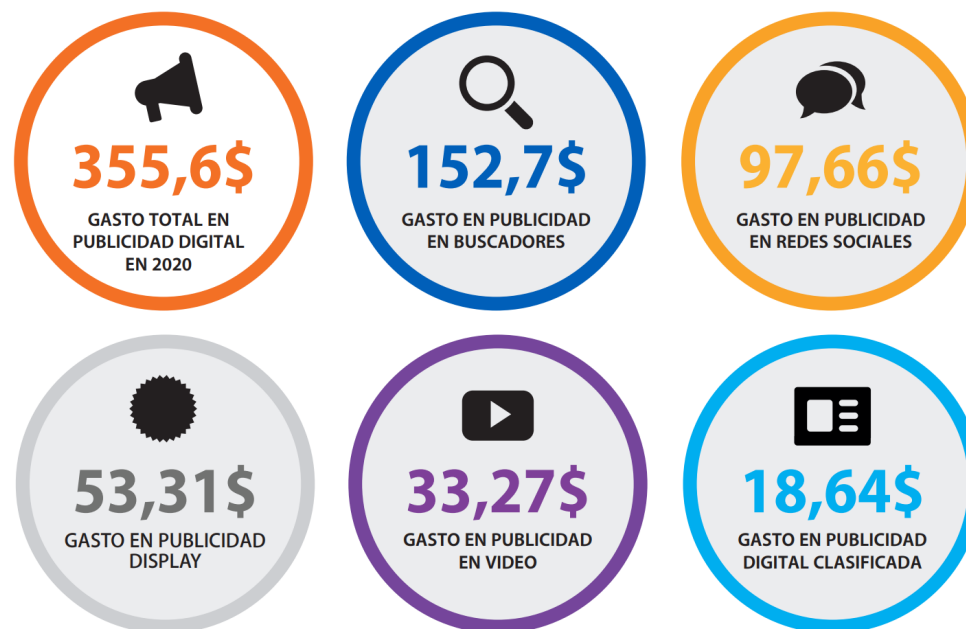
Engage

7. Marketing móvil

El mercado de la publicidad digital crece - Mundo

- ▶ Los ingresos publicitarios lineales (TV, radio, impresos...) disminuyeron en un 18% en 2020, mientras que las ventas de publicidad digital se desaceleraron pero continuaron creciendo (en un 8%).
- ▶ En 2020 las compañías en el mundo destinaron 355,6 mil millones de euros al marketing digital, inversión que se destinó especialmente a publicidad en buscadores, en redes sociales, en anuncios gráficos (display/banners) y en vídeo.

Estado del marketing digital en el mundo
En billones



7. Marketing móvil

240 mil millones en publicidad móvil - Mundo

- ▶ Poniendo el foco en la publicidad móvil, pese a que en el primer trimestre del año la inversión en publicidad móvil se redujo en alrededor de un 15%, en 2020 los directores de marketing gastaron 240 mil millones de dólares en sus estrategias móviles y están dispuestos a gastar 290 mil millones en 2021.
- ▶ Y es que la tendencia a largo plazo de alejarse de las plataformas tradicionales (televisión, cine...) hacia los canales digitales se aceleró por el confinamiento, que hizo que el tiempo dedicado al móvil por los usuarios aumentara.
- ▶ El gasto en publicidad móvil está alcanzando la cifra del gasto en publicidad en escritorio, y se espera que lo supere en 2022.

Evolución del gasto global en publicidad Móvil vs publicidad Desktop

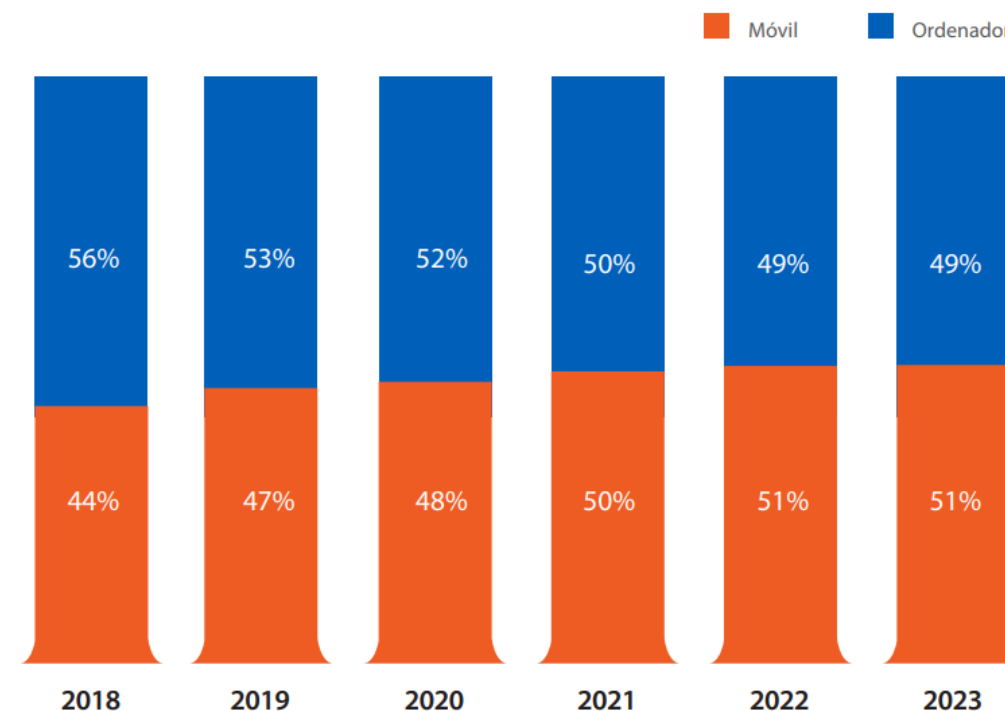


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Statista

7. Marketing móvil

Los buscadores, principal fuente de descubrimiento de marcas y productos - Mundo

- ▶▶ Un 33,9% de los usuarios del mundo afirman que han descubierto marcas y productos gracias a los buscadores, un 28,2% lo ha hecho a través de publicidad en redes sociales y un 25,3% a la publicidad en webs.

Porcentaje de usuarios que han descubierto marcas o productos a través de canales de marketing digital

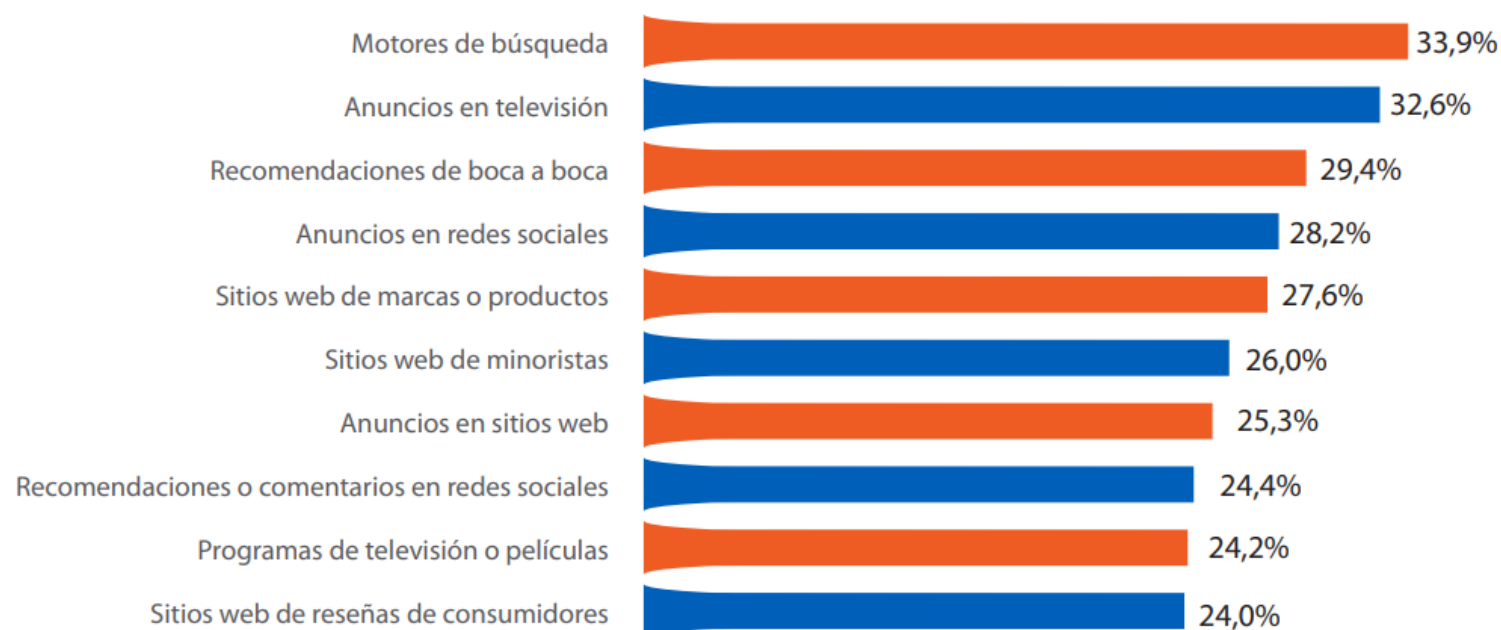


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

7. Marketing móvil

¿Por qué se usan bloqueadores de publicidad? - Mundo

- ▶▶ Pese a ello, el exceso de anuncios en internet, o la percepción de los anuncios como molestos o irrelevantes o intrusivos son las principales razones de los usuarios para utilizar bloqueadores de anuncios.

Razones para el uso de bloqueadores de anuncios en el mundo

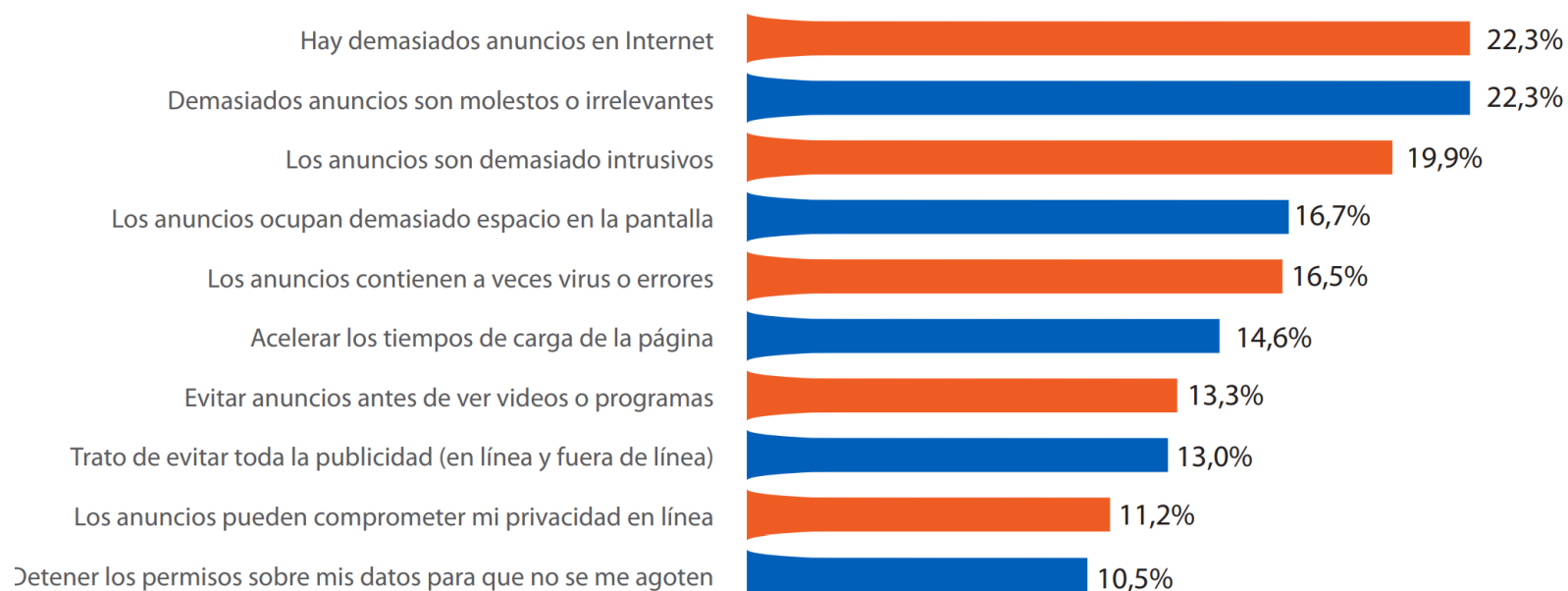


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

7. Marketing móvil

¿Quién usa bloqueadores de publicidad? - Mundo

- ▶▶ Usuarios de todas las edades utilizan bloqueadores de anuncios en el mundo, si bien Hombres, Jóvenes, es el perfil con más probabilidad de uso.

Porcentaje de usuarios que han utilizado bloqueadores de anuncios en el mundo por grupo de edad

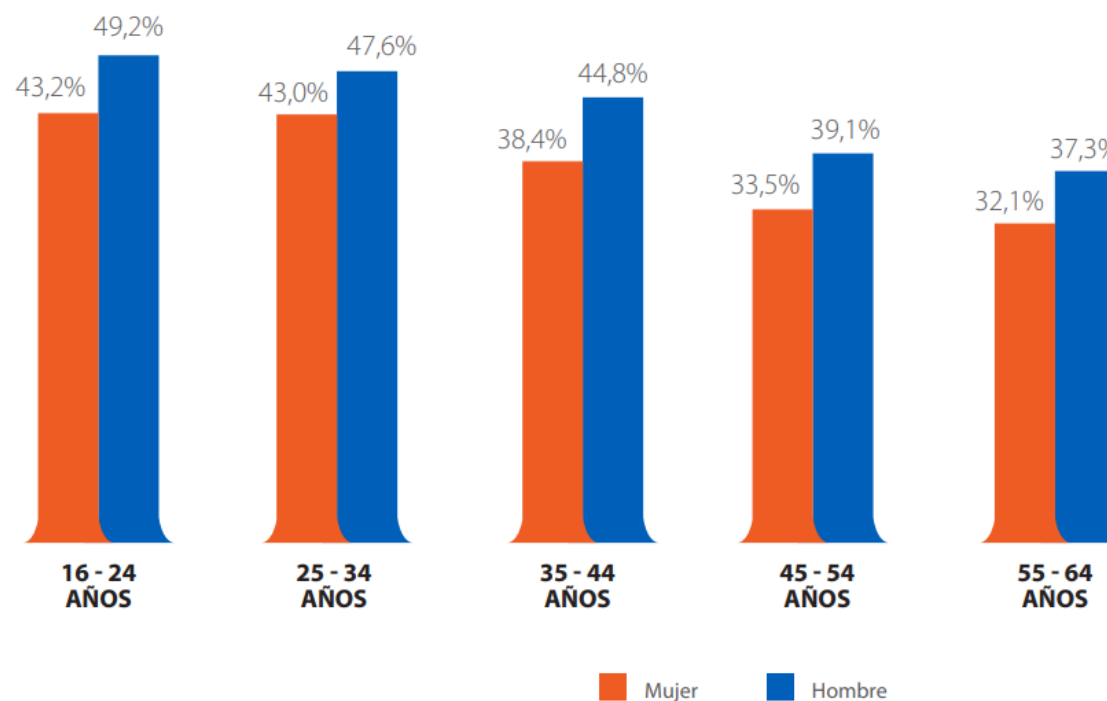


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

7. Marketing móvil

El móvil, clave en el proceso de compra de los consumidores (I) - Europa

- ▶▶ Para el 84% de los directores de marketing europeos, y el 75% de los españoles, consideran que el móvil juega un papel muy importante en el proceso de compra de los consumidores.

Papel del móvil en el proceso de compra del consumidor en Europa y en España

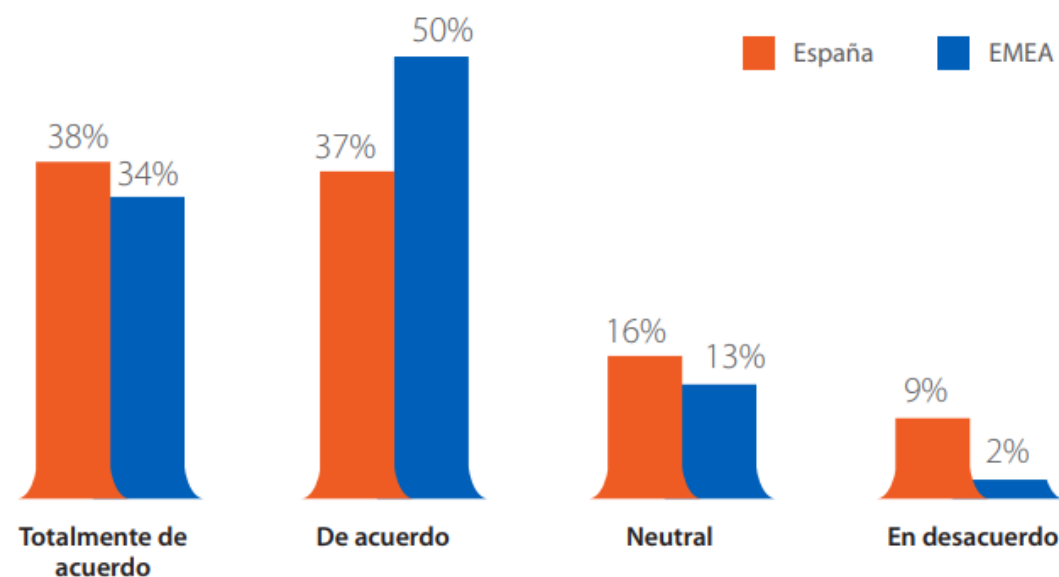


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC- MMA

7. Marketing móvil

El móvil, clave en el proceso de compra de los consumidores (II) - Europa

- ▶▶ Debido a esta importancia, 3 de cada 5 directores de marketing europeos han adaptado una estrategia de marketing mobile-first (pensar en móvil como dispositivo principal).

Adopción de una estrategia "mobile first" por los departamentos de marketing de EMEA
Evolución

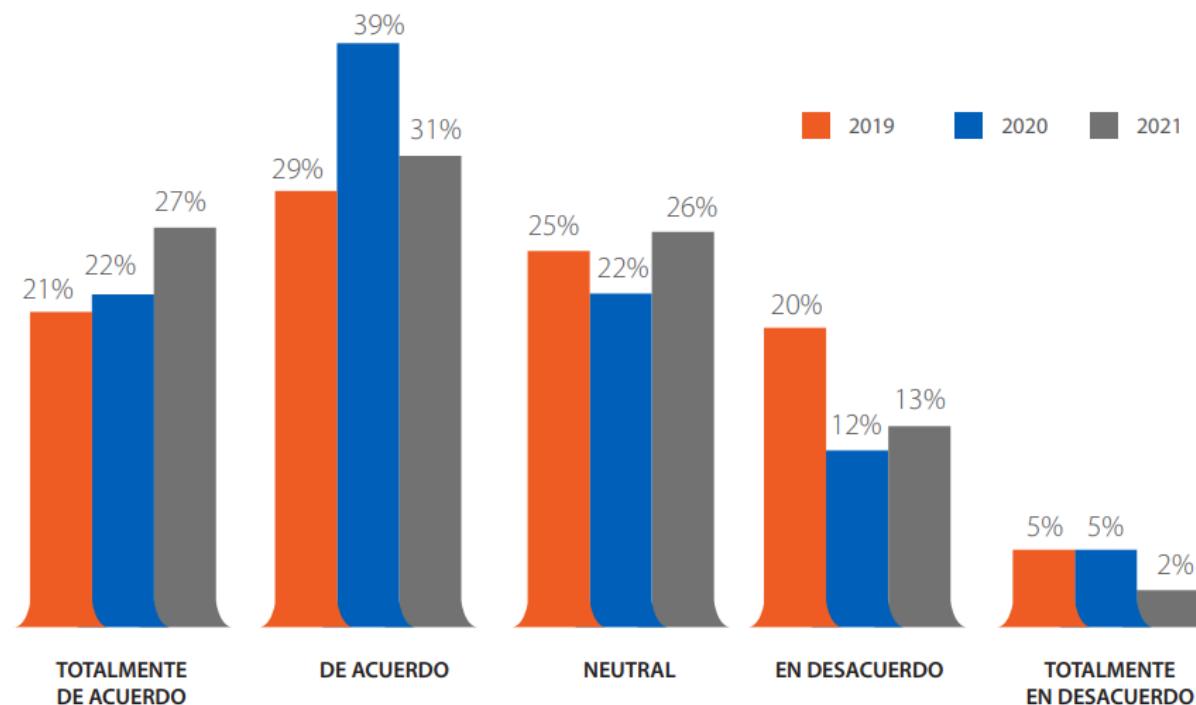


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC-MMA

7. Marketing móvil

Más del 30% del presupuesto se dedica al móvil (I) - Europa

- ▶▶ Pese a que los presupuestos se han visto reducidos en los últimos años, 2 de cada 5 responsables de marketing destinan más del 30% de su presupuesto al marketing y la publicidad móvil.

Porcentaje del presupuesto de marketing destinado al marketing móvil en EMEA

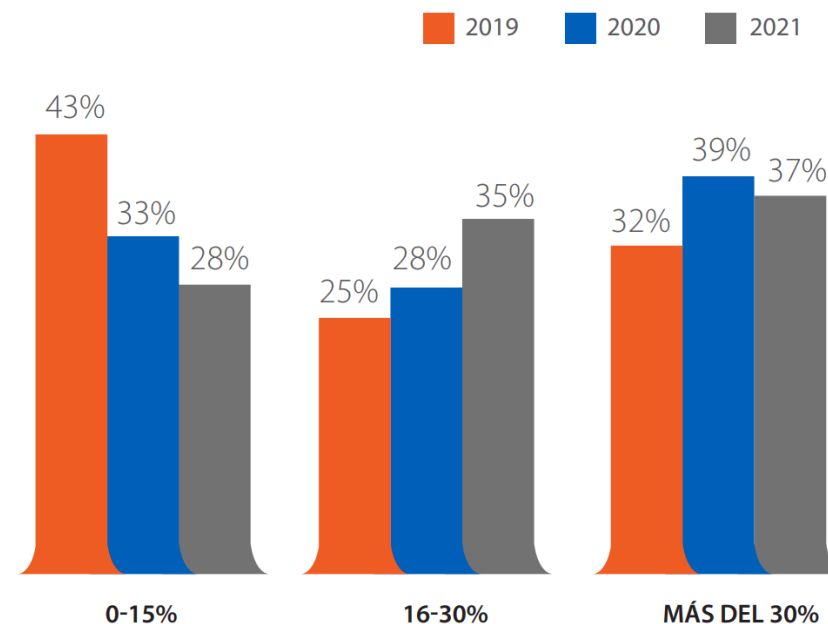


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC- MMA

7. Marketing móvil

Más del 30% del presupuesto se dedica al móvil (II) - Europa

- ▶▶ Las perspectivas puestas en la efectividad del móvil hacen que un 66% de los responsables de marketing europeos considere que este presupuesto va a aumentar en el próximo año. En total, las perspectivas apuntan a que el presupuesto global destinado al marketing móvil crecerá un 13% hasta superar los 230 millones a finales de 2021.

¿Cómo esperan los directores de marketing de EMEA que cambie el presupuesto destinado al marketing móvil?

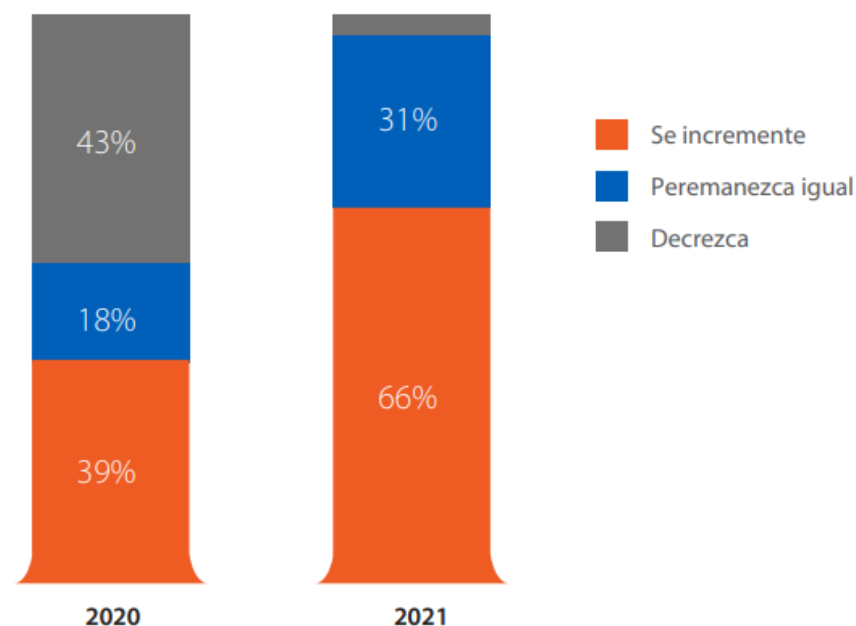


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC- MMA

7. Marketing móvil

¿Cómo se distribuye el presupuesto de marketing móvil? - Europa

- ▶▶ La mayor parte del presupuesto de marketing móvil se destina a redes sociales (33%), un 21% se dedica a anuncios gráficos, un 19% al video y un 17% a búsqueda, siendo el resto de canales más residuales.

Distribución del presupuesto de marketing móvil por canales en EMEA

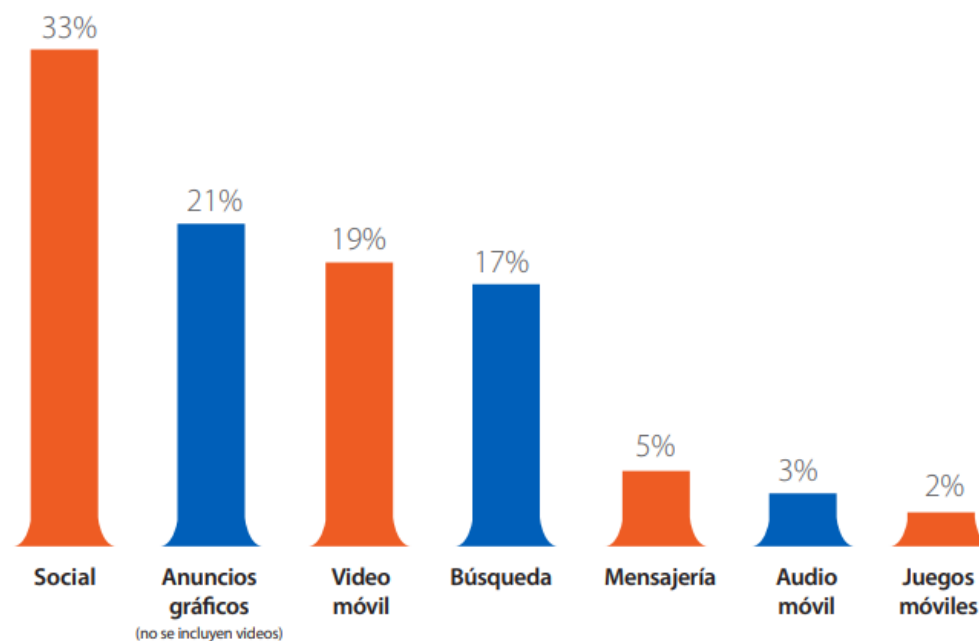


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC-MMA

7. Marketing móvil

TikTok supera las acciones en WhatsApp - Europa

- ▶▶ Las redes sociales son clave para las estrategias de los profesionales de marketing, principalmente Instagram, Facebook, y YouTube.
- ▶▶ TikTok crece con fuerza y con un 8%, supera ya las acciones realizadas en WhatsApp.

Redes sociales utilizadas en las estrategias de marketing móvil en EMEA

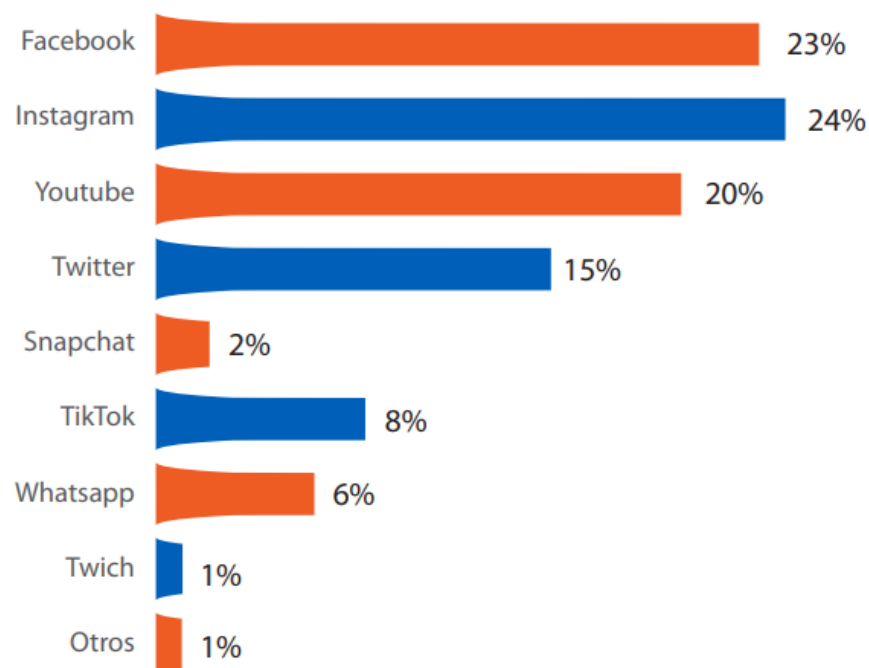


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC-MMA

7. Marketing móvil

La pandemia reduce los presupuestos (I) - Europa

- ▶▶ El COVID ha impactado directamente en el presupuesto destinado al marketing móvil en España, siendo un 68% de los responsables de marketing los que lo han visto reducido durante el último año, frente al 43% en la región de EMEA (Europa, Oriente Medio y África).

Impacto del COVID en los presupuestos de marketing móvil en España y EMEA

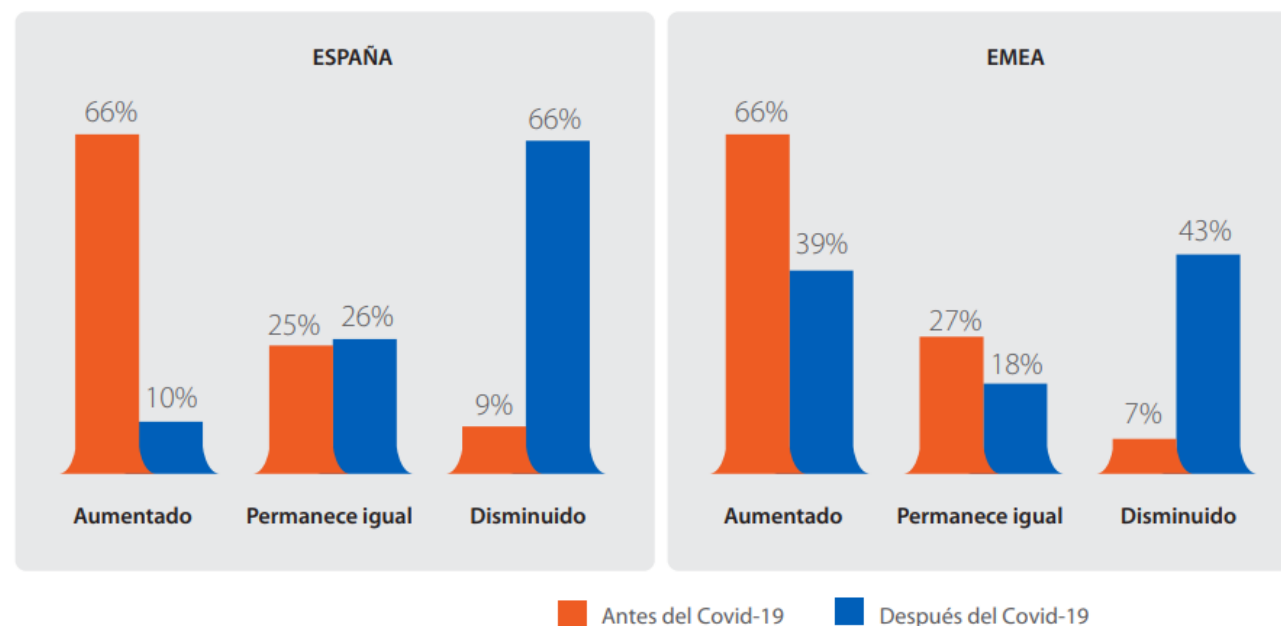


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC- MMA

7. Marketing móvil

El marketing móvil es efectivo para más del 90% de profesionales de marketing - Europa

- ▶▶ Casi la totalidad de los profesionales de marketing de Europa (94%) y de España (93%) consideran el móvil un canal de marketing muy efectivo para alcanzar sus objetivos, siendo un elemento clave en sus estrategias. Esto ha derivado en un aumento de la inversión destinada a estos canales.

Efectividad de los dispositivos móviles como canal de marketing en España y EMEA

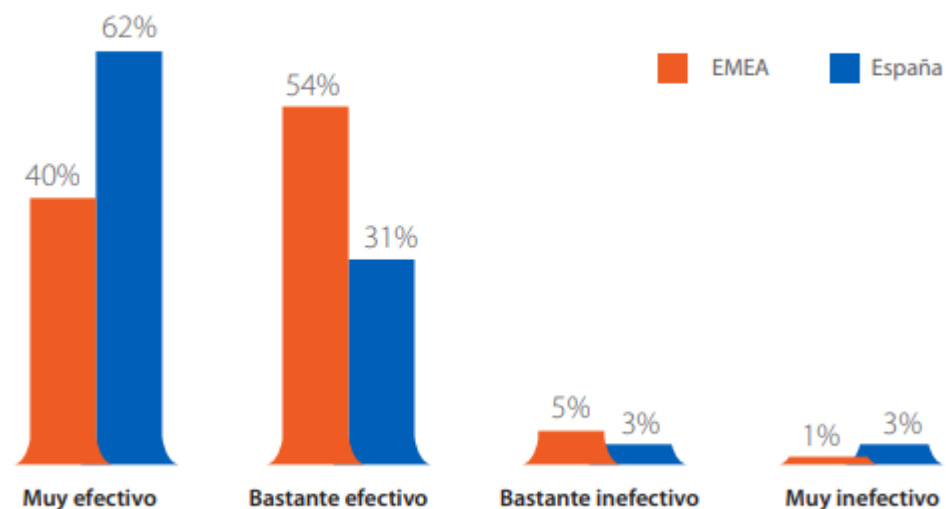


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC-MMA

7. Marketing móvil

¿Cuál es el sector más activo en publicidad digital? - España

- ▶▶ Analizando los datos por sectores en España, las empresas de Distribución son las que más campañas digitales han activado durante este año, aunque las de Automoción lideran el gasto en publicidad digital.
- ▶▶ El formato de anuncios gráficos (display) es el más utilizado en publicidad digital.

Sectores más activos en publicidad digital en España en 2021

	SPEND	MARCAS	CAMPAÑAS
Automoción	9,3%	607	2.121
Distribución	7,0%	1.350	14.975
Editorial	6,0%	270	6.941
Finanzas	5,6%	247	813
Alimentación	4,9%	476	1.296
Turismo	4,8%	496	6.465
Moda/Ropa	4,8%	562	7.339
Instituciones	4,8%	377	888
Electrónica de consumo	4,5%	244	1.445
Industrial	3,5%	353	1.140

Formatos más utilizados en publicidad digital en España en 2021



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

7. Marketing móvil

La pandemia reduce los presupuestos - España

- ▶▶ Centrándonos en el marketing móvil, el número de responsables de marketing que en 2021 destinaban más del 30% del presupuesto de marketing y publicidad al móvil se ha visto reducido al 32%, mientras que los que destinan del 16-30% se ha duplicado.

Porcentaje del presupuesto de marketing destinado al marketing móvil en España

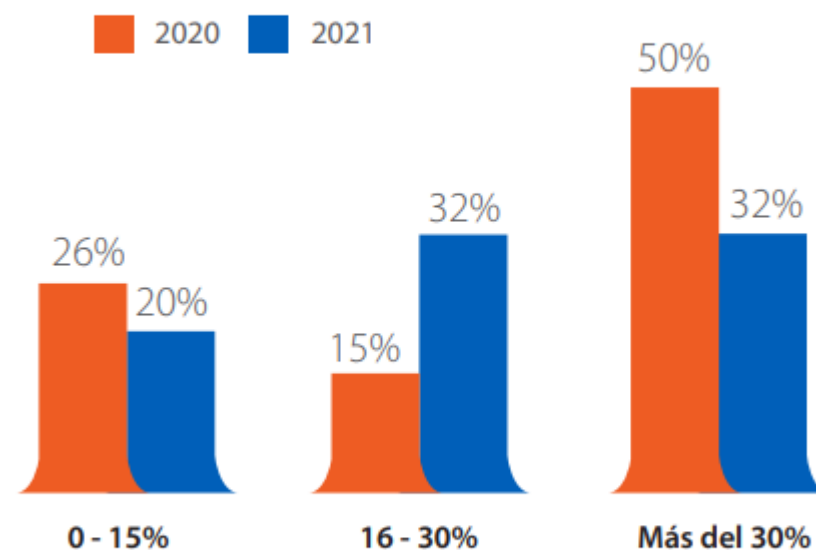


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC- MMA

7. Marketing móvil

¿Cómo se distribuye el presupuesto de marketing móvil? - España

- ▶▶ La mayor parte del presupuesto de marketing móvil en España se destina a anuncios gráficos (20%), un 18% se dedica a video y búsqueda y un 16% a redes sociales, siendo el resto de canales más residuales.

Distribución del presupuesto de marketing móvil por canales en España

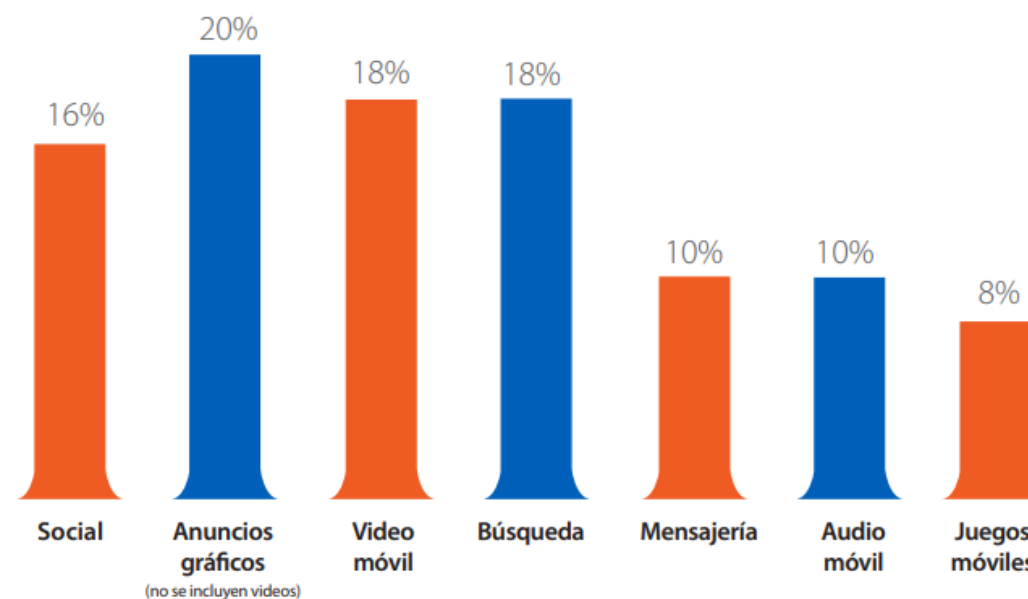


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC-MMA

7. Marketing móvil

YouTube, la red más utilizada para publicidad gráfica y vídeo - España

- ▶ Un 55% de los responsables de marketing utiliza YouTube como plataforma para sus anuncios de display, un 51% utiliza Facebook y un 47% Instagram.
- ▶ Por su parte, Instagram con un 31% es la red más utilizada para acciones con influencers y patrocinios, seguida de Twitter y YouTube.

Uso de las redes sociales en las estrategias de marketing móvil en España

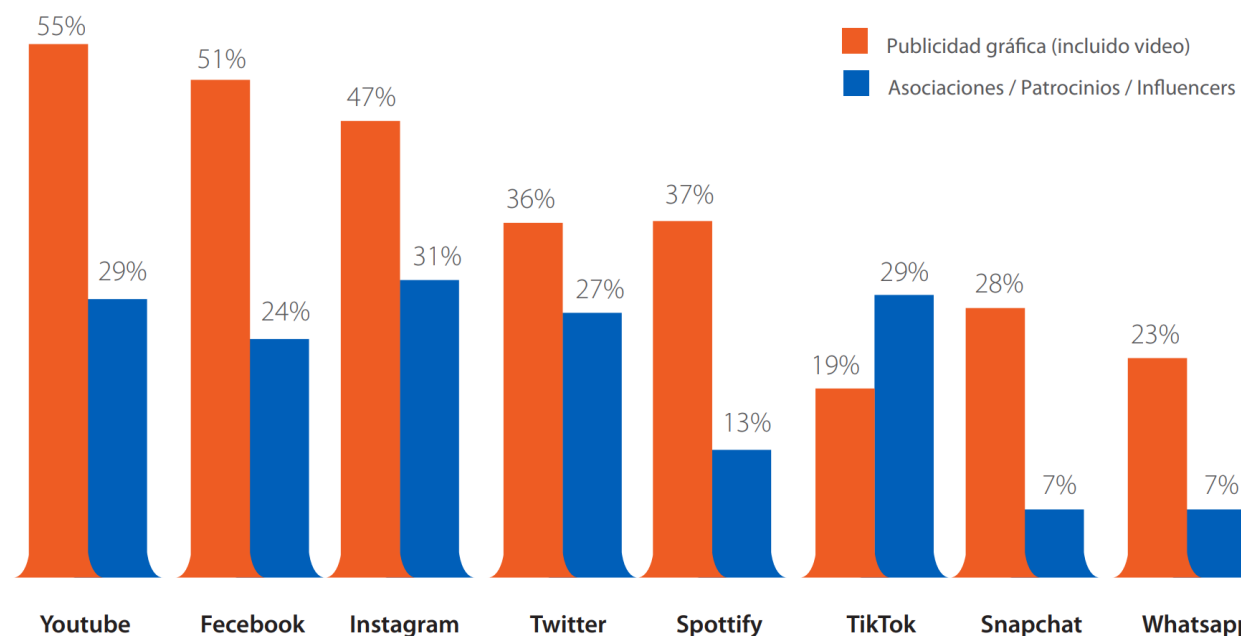


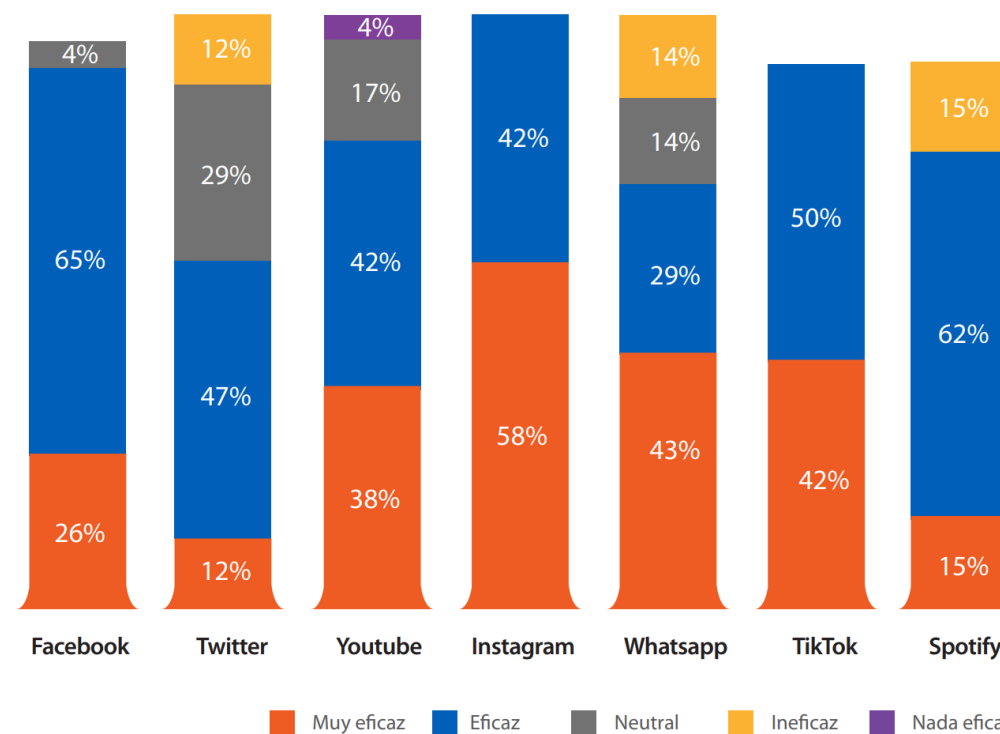
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC- MMA

7. Marketing móvil

Instagram y TikTok, las redes más efectivas - España

- ▶▶ Para los responsables de marketing en España, Instagram (100%) y TikTok (92%) son las redes sociales más eficaces, generando más impacto y engagement, seguidas de Facebook con un 91%.

Efectividad de las redes sociales en las estrategias de marketing móvil en España



7. Marketing móvil

¿Cuál es son las tecnologías móviles aplicadas al marketing que más se usan? - España

- ▶▶ Un 61% de los responsables de marketing utilizará la geolocalización en sus estrategias de marketing móvil, mientras que un 44% usará códigos QR y Chatbots, y un 39% inteligencia artificial y aprendizaje automático (IA y Machine Learning).
- ▶▶ Transmisión en vídeo desde el móvil y publicidad digital fuera del hogar (DOOH-Digital Out Of Home), con un 33% son las siguientes estrategias que más se prevén utilizar.

Intención de uso de tecnologías móviles en estrategias de marketing en España

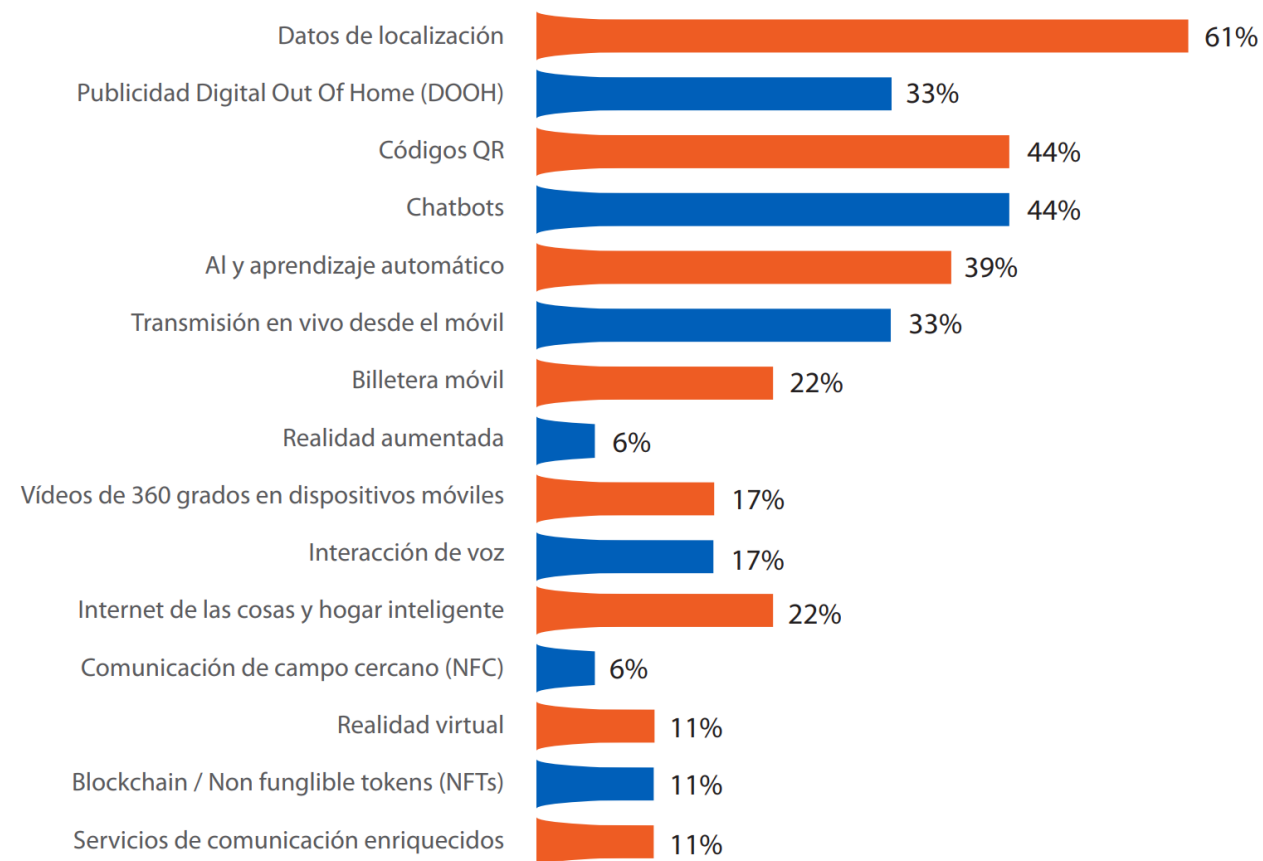


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC-MMA

7. Marketing móvil

¿Qué estrategias se usan para aumentar el engagement? - España

- ▶▶ Para aumentar el engagement, los responsables de marketing optan por técnicas como la geolocalización y la personalización (50%) y optimizar sus sitios web para móviles (46%).

Estrategias utilizadas en España para aumentar el engagement en dispositivos móviles

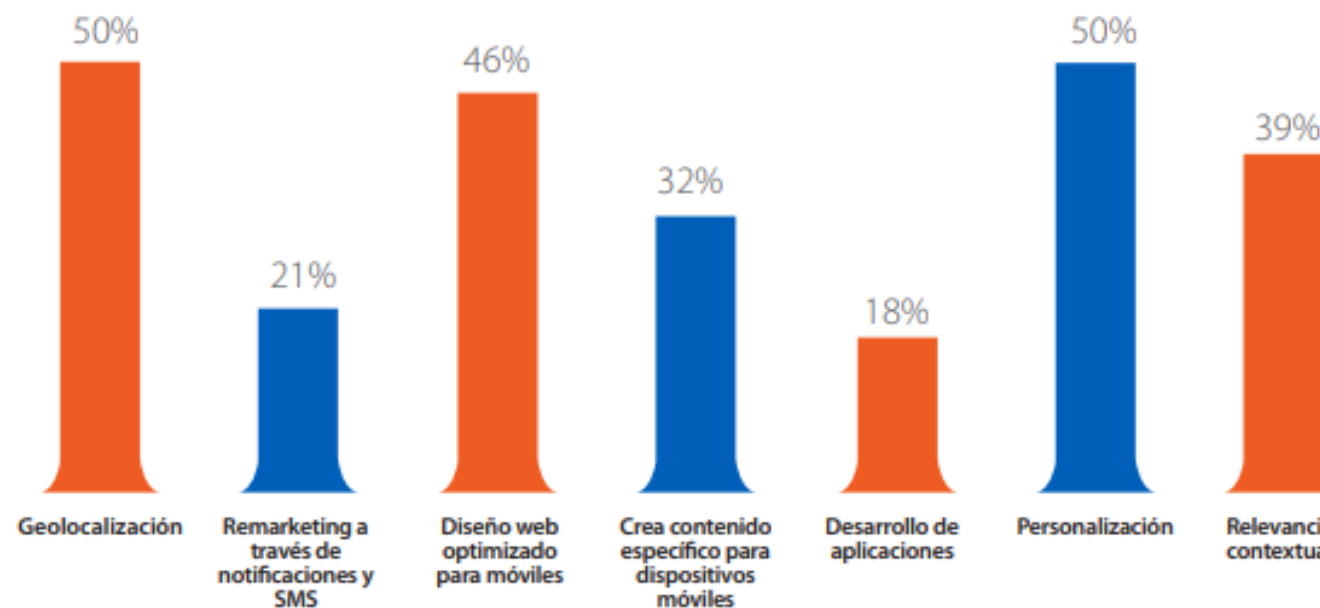


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC-MMA

7. Marketing móvil

1 de cada 2 españoles interactúan con la publicidad digital - España

- ▶▶ El 50% de los españoles mayores de 16 asegura haber interactuado con la publicidad online desde alguno de sus dispositivos conectados en el último mes, siendo el móvil, con un 43%, el dispositivo en el que se producen la mayoría de estas interacciones.

Interacción de los españoles con la publicidad móvil en el último mes

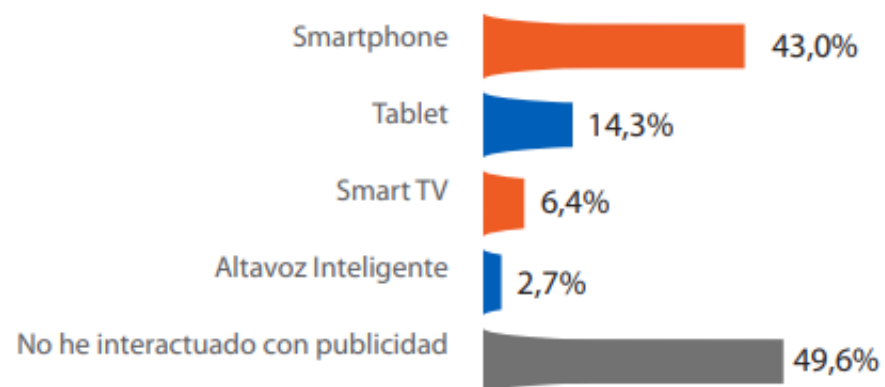


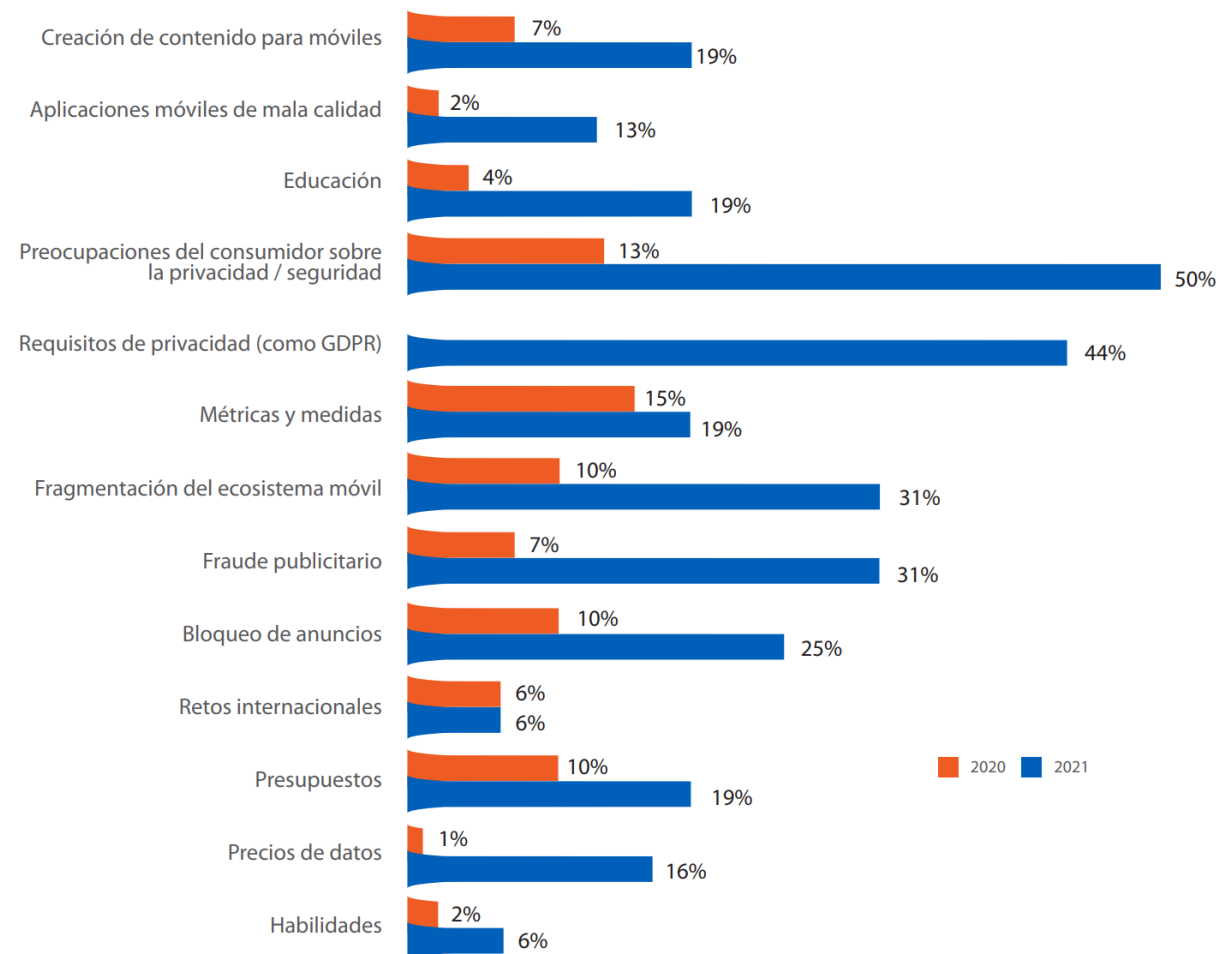
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

7. Marketing móvil

La privacidad/seguridad de los usuarios, una barrera para el crecimiento - España

- ▶▶ El 50% de los responsables de marketing cree que la preocupación de los usuarios sobre la privacidad/seguridad, junto con RGPD (44%), son las principales barreras para el crecimiento del marketing y la publicidad móvil.
- ▶▶ La fragmentación del ecosistema móvil y el fraude publicitario, ambas con un 31%, junto con los bloqueadores de anuncios (25%), son otras barreras de crecimiento de la publicidad móvil.

Principales barreras para el crecimiento de la publicidad móvil en España según los directores de marketing



7. Marketing móvil

El adiós a las cookies impactará en las estrategias de marketing móvil - España

- ▶▶ Más de la mitad (52%) de los responsables de marketing se consideran preocupados sobre el impacto que la muerte de las cookies de terceros tendrá en sus estrategias de marketing.
- ▶▶ La falta de cookies de terceros provocará que la segmentación contextual se vuelva más importante que nunca a partir de ahora.

¿La ausencia de cookies impactará significativamente en las estrategias de marketing móvil en España?

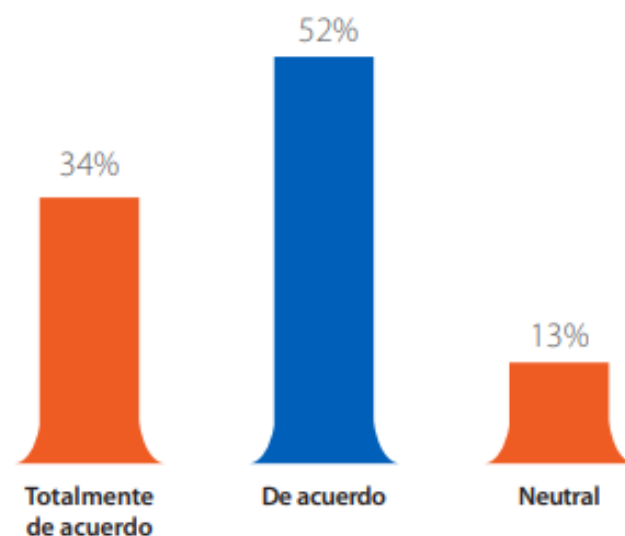


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WARC-MMA

#8

Banca móvil



8. Banca móvil

La pandemia impulsa el uso de la banca móvil - Mundo

- ▶▶ Una gran mayoría de los clientes se ha alejado de las sucursales físicas a favor del uso de la banca móvil. En concreto 1 de cada cinco usuarios en el mundo de entre 18 y los 44 años ha empezado a utilizar la banca online debido al confinamiento y 1 de cada 10 ha utilizado una App de Fintech primera vez en 2020. Algo positivo para los bancos ya que un cliente de banca digital cuesta casi 14 veces menos que uno presencial.
- ▶▶ Pero la pandemia no solo ha provocado un aumento de los usuarios sino de la frecuencia de uso. Un 57% de los usuarios en el mundo asegura que utiliza sus aplicaciones de banca móvil y online más que antes y el 21% se interesa en mayor grado sobre la gestión de sus finanzas.



10%

ha usado una App de
Fintech por 1ª vez



20%

ha empezado a usar
la banca online



57%

Usa la banca móvil
más que antes

8. Banca móvil

Descargas de App de Fintech y banca móvil (I) - Mundo

- ▶▶ Un 62% de los consumidores de todo el mundo utilizan ya alguna aplicación financieras (banca + Fintech) en el mundo.
- ▶▶ Durante el 2020, las descargas de aplicaciones financieras aumentaron un 15% respecto a 2019. En concreto se instalaron 4.600 millones de aplicaciones financieras en todo el mundo, especialmente en el mes de abril donde la pandemia impulsó el uso de la banca móvil.
- ▶▶ De media, los usuarios en el mundo tienen 2,5 aplicaciones financieras instaladas en su móvil. Entre ellas, destaca el auge de las aplicaciones de los bancos digitales y neobancos que a mediados de 2020 ya suponían el 25% de las descargas de Apps de banca en el mundo (frente al 1% de 2017).
- ▶▶ Por su parte, las instalaciones de aplicaciones Fintech aumentaron un 51% en 2020 y continúan aumentando durante 2021. Las búsquedas de aplicaciones relacionadas con inversiones y acciones han crecido un 115% interanual.

62%

ha instalado una App financiera

2,5

Apps financieras instaladas de media

8. Banca móvil

Descargas de App de Fintech y banca móvil (II) - Mundo

- ▶▶ Por países Argentina con 90% y Brasil con 70% han sido donde más ha aumentado la demanda de aplicaciones financieras. Solo China ha sufrido un descenso de descargas tras el cambio de la normativa de préstamos entre personas (P2P-Peer to Peer).

Descargas de aplicaciones de finanzas en el mundo

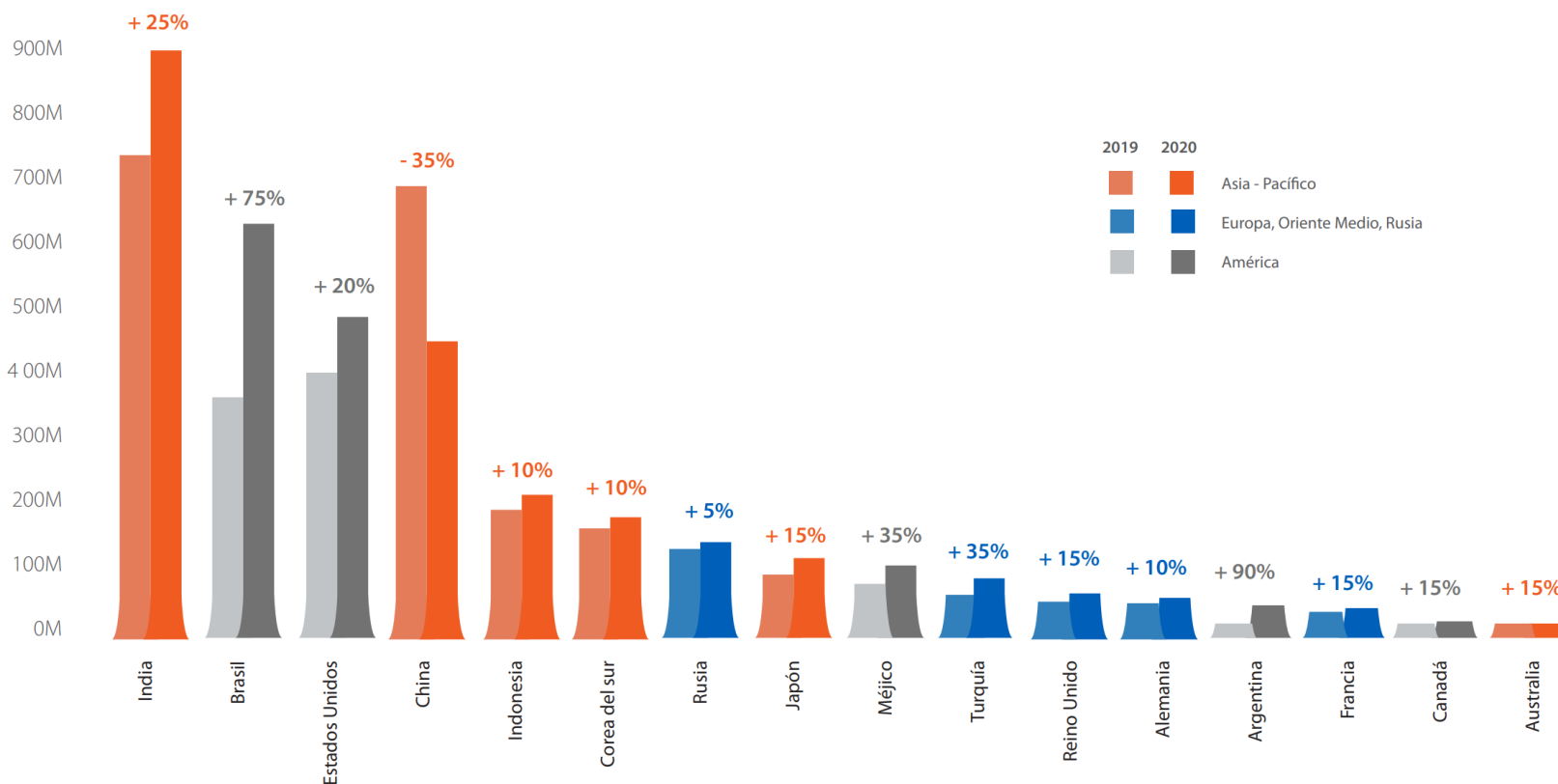


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AppAnnie

8. Banca móvil

Tiempo dedicado a la banca móvil - Mundo

- ▶ Los usuarios en el mundo dedicaron un total de 16.300 millones de horas en las aplicaciones financieras, un 45% más que el año anterior.
- ▶ El número de sesiones que los usuarios han realizado al mes en las Apps Fintech han sido más de 10,8 veces superior al dedicado a las Apps de banca.
- ▶ El número de sesiones en las Apps de Fintech en el mundo aumentaron un 85% durante 2020 y ya han aumentado un 35% en los primeros meses de 2021. El tiempo medio por sesión es de 5 minutos.
- ▶ Por categorías, el uso de las Apps de inversión y trade fueron la que han experimentado un mayor crecimiento (+55% de tiempo).

Tiempo dedicado a las aplicaciones de finanzas en el mundo
Datos en miles de millones

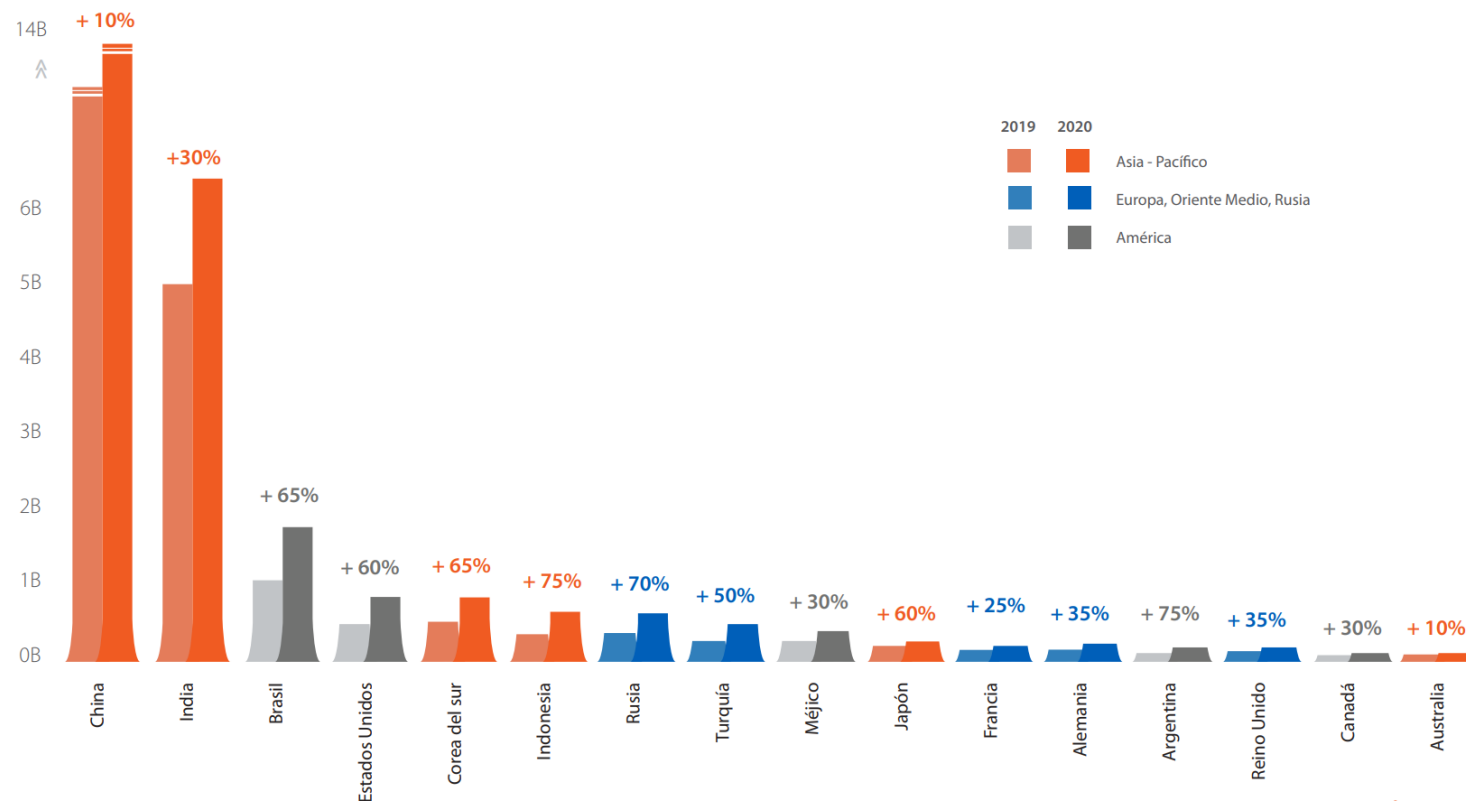


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AppAnnie

8. Banca móvil

¿Quiénes usan más la banca móvil? - Mundo

- ▶ La edad ha dejado de ser una traba para el uso de la banca móvil: en Estados Unidos, el 97% Millennials usan la banca móvil, pero también lo hace el 91% de los usuarios de la generación X y un 79% de los Baby Boomers.
- ▶ El uso de la banca móvil es mayor entre los usuarios con ingresos medios (aquellos que ganan entre 50.000 y 100.000 dólares anuales) donde un 54,9% de los usuarios de EEUU utilizan regularmente las Apps bancarias.
- ▶ El 49,9% de los usuarios con ingresos altos y el 48% de los consumidores con bajos ingresos también la utilizan.



97%

Millennials



91%

Generación X



79%

Baby Boomers

8. Banca móvil

Experiencia de usuario de la banca móvil - Mundo

- ▶▶ Un 90,2% de los usuarios de Apps de banca móvil asegura estar muy satisfecho con el uso de aplicaciones bancarias móviles para comprobar su saldo, un 85,2% lo está también para depositar cheques y un 84% para pagar facturas.
- ▶▶ Sin embargo, el nivel de satisfacción decae cuando se trata de realizar operaciones importantes, como abrir nuevas cuentas (65,4%) o agregar o eliminar personas de sus cuentas existentes (63,6%).

Porcentaje de usuarios que están "muy" o "extremadamente" satisfechos con el uso de la banca móvil

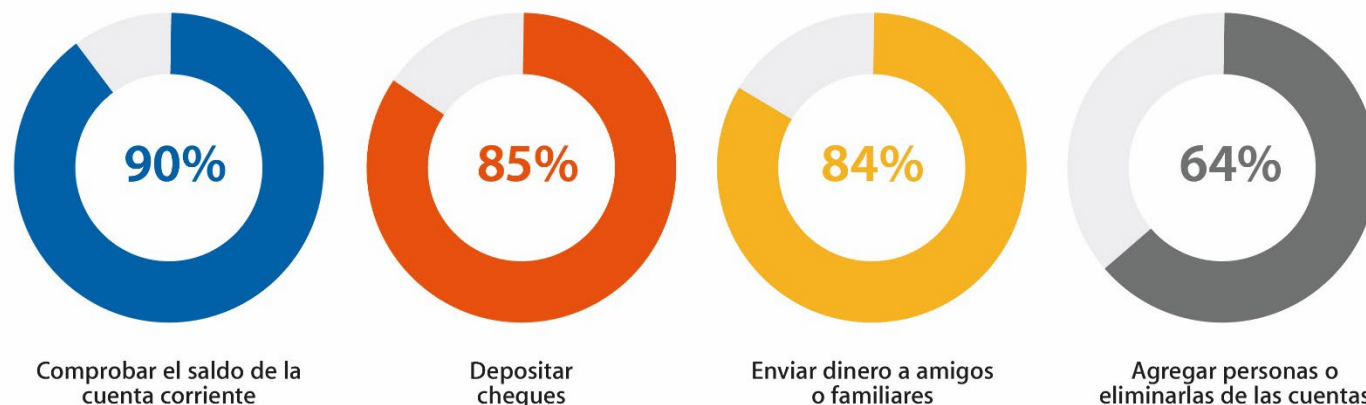


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Enterskt & PYMNTScom

8. Banca móvil

Experiencia de usuario: las Fintech destronan a la banca - Mundo

- ▶▶ El 77% de los usuarios de aplicaciones financieras en el mundo creen que las aplicaciones Fintech son más fáciles de usar y ofrecen una experiencia de usuario mejor que las aplicaciones tradicionales de banca online:
- ▶▶ En EEUU un 48,9% de los usuarios de cuentas bancarias, todavía no utilizan aplicaciones de banca móvil. De estos un 42,6% asegura que no lo hace porque no le gusta la experiencia de usuario que la banca le ofrece.
- ▶▶ Los bancos podrían captar 47,7 millones de nuevos usuarios de aplicaciones de banca móvil solo en EEUU si facilitaran a sus clientes la realización de operaciones importantes en su cuenta a través de sus aplicaciones.

77% Prefiere las Apps de Fintech
vs las Apps de Banca

8. Banca móvil

El usuario de banca es multidispositivo - Mundo

- ▶ Los usuarios utilizan múltiples canales para sus operaciones bancarias: el móvil se usa más para consultar el saldo, hacer transferencias o pagar facturas. Sin embargo, el reloj inteligente y el navegador se usan más que las Apps para gestionar inversiones o solicitar préstamos o hipotecas.

Acciones realizadas en su banco por los usuarios, divididas por tipo de acceso móvil

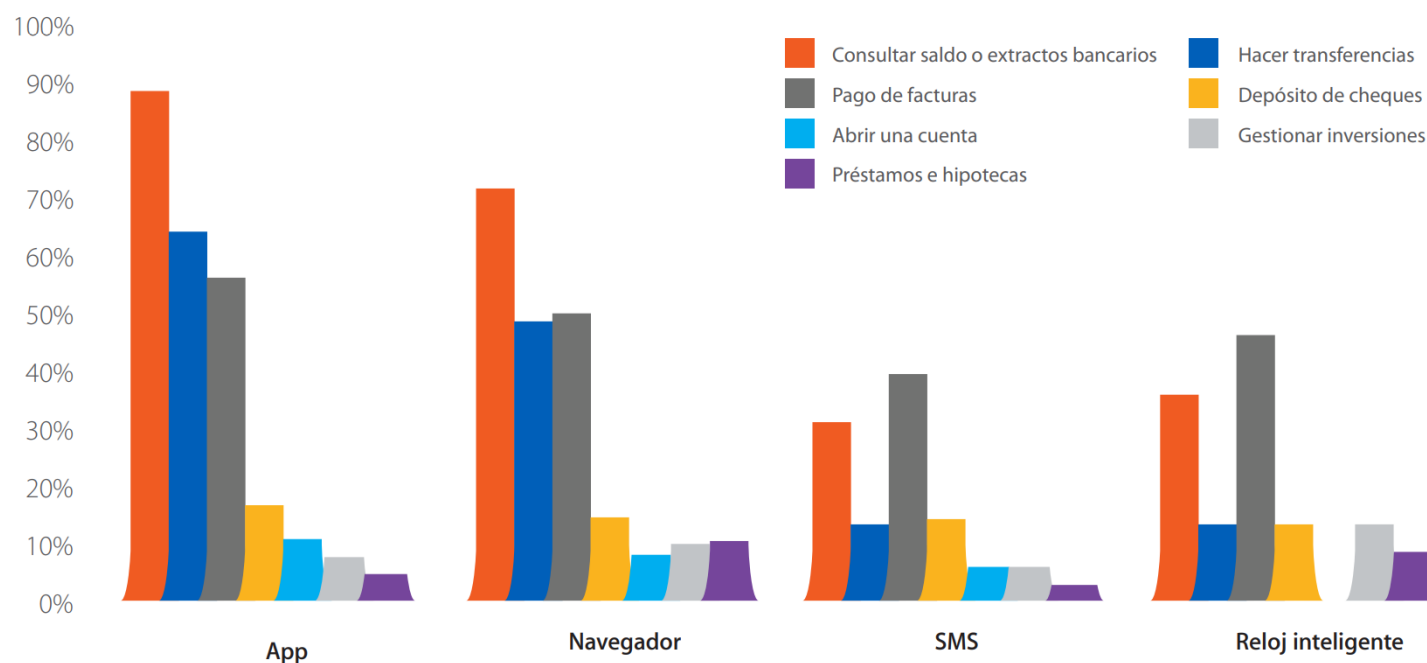


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Juniper Research

8. Banca móvil

El usuario de banca es multicanal - Mundo

- ▶▶ En cuanto a la adquisición de nuevos productos, los usuarios prefieren los canales digitales para solicitar nuevas tarjetas, abrir nuevas cuentas corrientes o de ahorro.
- ▶▶ Para solicitar una hipoteca, fondos de inversión o préstamos en efectivo prefieren utilizar otros canales.

Preferencias de los clientes para abrir productos en su banco a través de los canales digitales

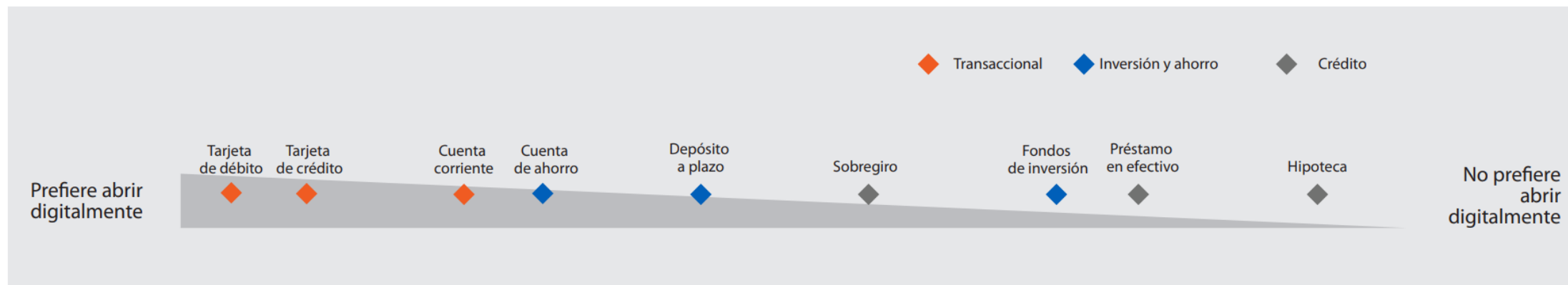


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Deloitte

8. Banca móvil

Los usuarios demandan una experiencia omnicanal - Mundo

- ▶ Más del 80% de los usuarios demandan una experiencia omnicanal de sus bancos.
- ▶ La banca móvil es importante para un 77% de los consumidores, aunque sigue siendo la banca online el canal al que dan más importancia.
- ▶ Sin embargo, independientemente del canal, los consumidores continúan sintiendo que realizar determinadas acciones con su banco como solicitar una hipoteca o un crédito continúan siendo complicadas.

Grado de dificultad durante las interacciones



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Capgemini

Importancia de cada canal en la interacción de los usuarios con su banco

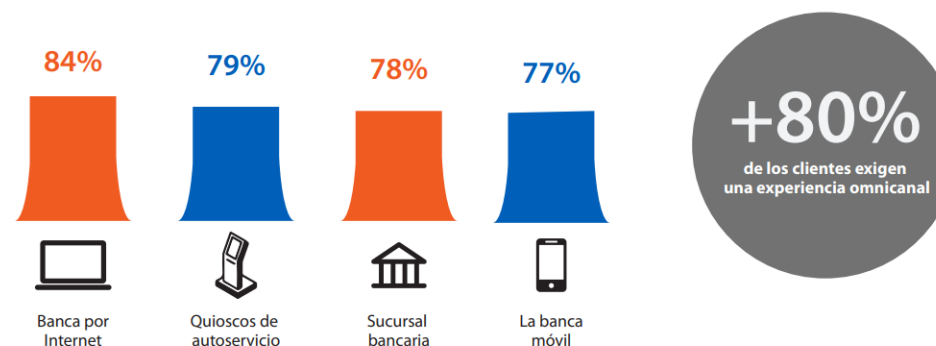


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Capgemini

8. Banca móvil

Las preferencias de los consumidores no coinciden con las prioridades de los bancos - Mundo

- ▶▶ Para los clientes contar con una experiencia omnicanal (76%), la transparencia, la ética y la responsabilidad social corporativa (65%) y tener una atención bajo demanda, desde cualquier lugar y en cualquier momento (59%) son lo que más esperan de su banco.
- ▶▶ Sin embargo, estos no son tan prioritarios para los bancos. Mientras que para el 66% de las entidades la atención al cliente bajo demanda sí es una prioridad, solo para el 25% incluye entre sus prioridades la transparencia, ética y RSC y un 58% considera dar una experiencia omnicanal como una de sus metas principales.

Diferencias entre las expectativas de los clientes y las prioridades de las entidades bancarias

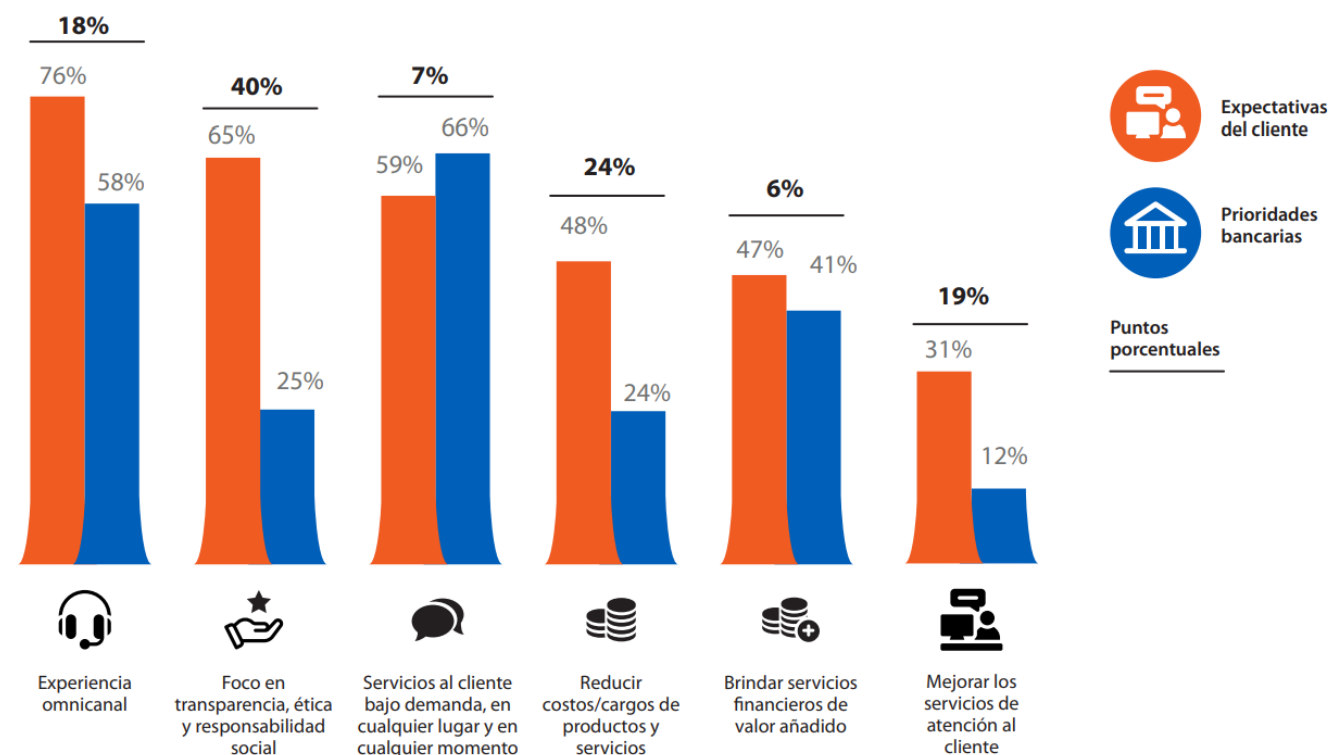


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Capgemini

8. Banca móvil

¿Qué opinan los clientes de las App de banca? - Mundo

- ▶▶ En términos generales, los clientes valoran positivamente las aplicaciones financieras, siendo las Apps de Fintech las mejor valoradas, por delante de las Apps de bancos o aseguradoras.

Valoración y reseñas de las aplicaciones financieras en el mundo



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AppTentive

8. Banca móvil

¿Cómo es la retención en las aplicaciones de banca móvil? - Mundo

- ▶ Las Apps financieras obtuvieron un 38% de retención anual, siendo las de banca con un 37% las mejor posicionadas. Es decir, es alta.
- ▶ La retención a 90 días cuando se aplican “diálogos de amor” (que se inician al preguntar a los usuarios si “aman nuestra App”), aumentó al 41% en Fintech, 84% en Seguros y un 92% en Banca. Es decir, casi todos los consumidores de Banca fueron retenidos durante tres meses después de que dijeran que Sí amaban la App.
- ▶ En cuanto a la interacción con las Apps, la media se sitúa en un 37% siendo superadas por las Apps de seguros donde la tasa media de interacción es del 44%.

Ratio de retención e interacción de los usuarios en las aplicaciones financieras en el mundo

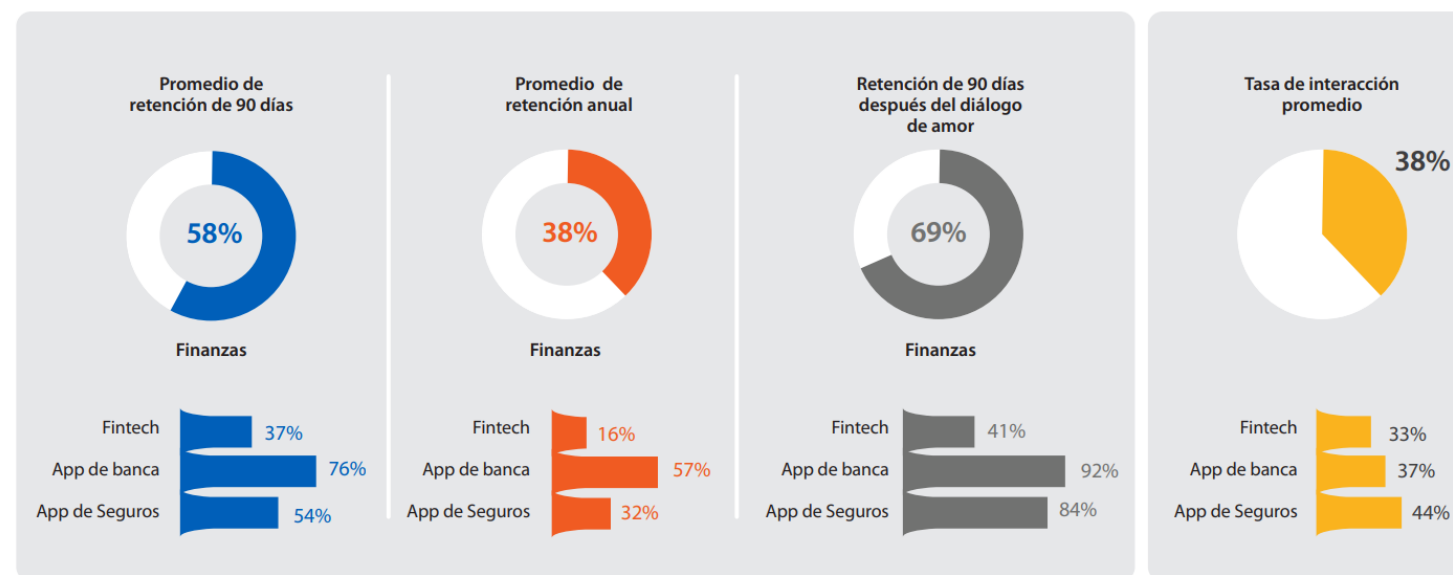


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Apptentive

8. Banca móvil

Aumenta la interacción con sistemas basados en IA - Mundo

- ▶▶ Interactuar con la banca móvil a través de sistemas basados en inteligencia artificial como el reconocimiento fácil o biometría es cada vez más habitual: En 2020 un 54% de los consumidores interactuaron diariamente a través de estos sistemas con las entidades.
- ▶▶ Los usuarios de entre 26 y 35 años son los más habituados a estos sistemas, con un 63%; los mayores de 50 años, los que menos, con el 1% de interacciones diarias.

Interacciones diarias de los usuarios a través de sistemas basados en AI en el mundo por edad

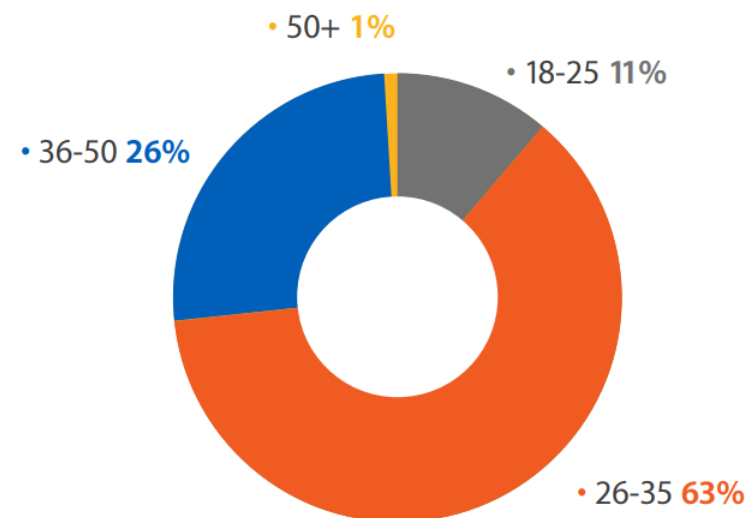


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Capgemini

8. Banca móvil

La seguridad es importante para los clientes, los datos no tanto - Mundo

- ▶▶ La seguridad es el valor principal que los clientes demandan a las Apps bancarias y por ello demandan funcionalidades que les aporten seguridad y control sobre su dinero: Funcionalidades como la opción de poder desactivar una tarjeta temporalmente desde la App, es valorada como extremadamente importante por un 47% de los estadounidenses.
- ▶▶ Sin embargo, los usuarios aún no son tan conscientes de la importancia de la cesión de sus datos. Solo el 31% de los usuarios en el mundo dice leer los términos y condiciones de una aplicación de Fintech antes de descargarla, y solo el 29% lee la política de privacidad.



47%

Poder desactivar una tarjeta



29%

Lee la política de privacidad

8. Banca móvil

El 80% de los europeos usa la banca digital - Europa

- ▶▶ El confinamiento también ha cambiado los hábitos de los europeos en el acceso a sus servicios financieros: El 80% de los europeos usan la banca digital. Los españoles, con un 71%, destacan con respecto al resto de los europeos en cuanto al uso de las aplicaciones móviles para acceder a servicios bancarios, en comparación con el 39% de los franceses.
- ▶▶ Para contactar o acceder a los servicios bancarios, los españoles también recurren a la página web (65%), la llamada telefónica (56%) y el correo electrónico (51%).

Canales en remoto que utilizan los europeos para contactar con su banco

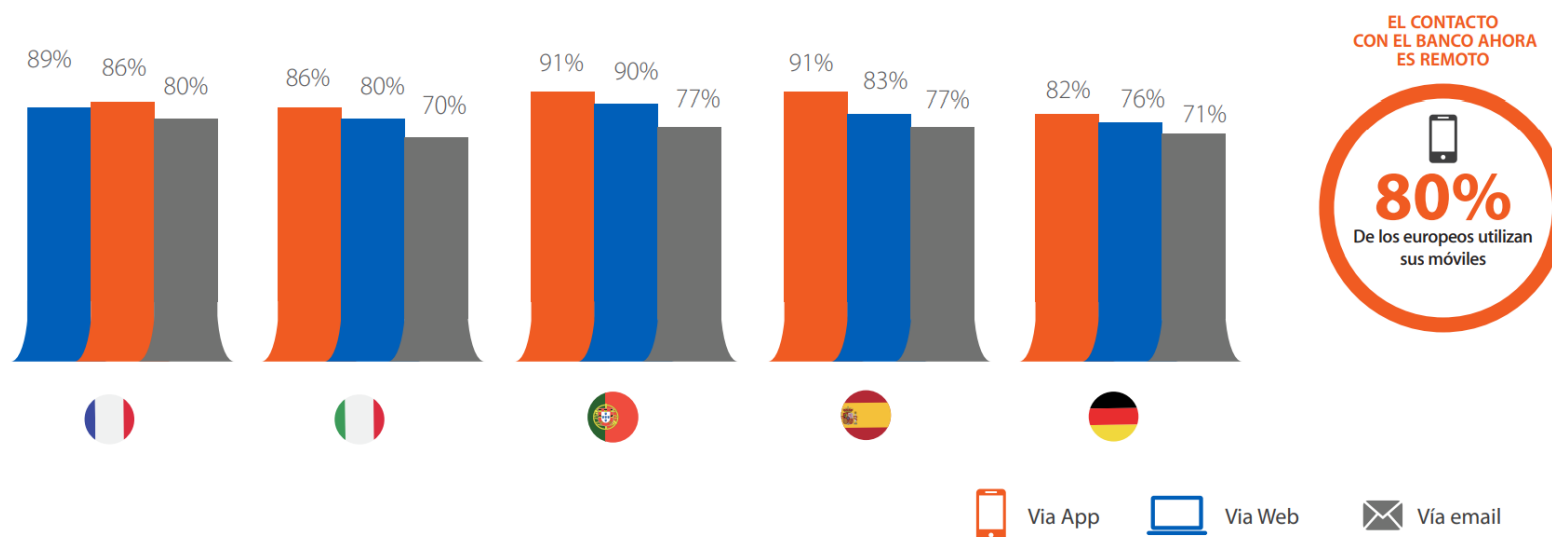


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Oney

8. Banca móvil

Los europeos aumentan la comunicación con su banco a través de canales digitales - Europa

- ▶▶ El uso de otros canales online como chats y redes sociales para contactar con el banco, también ha aumentado: Mientras que los portugueses y españoles utilizan más el chat, los franceses apuestan por las citas online y los alemanes e italianos por las redes sociales.

Servicios de banca online utilizados por primera vez por los europeos durante el confinamiento

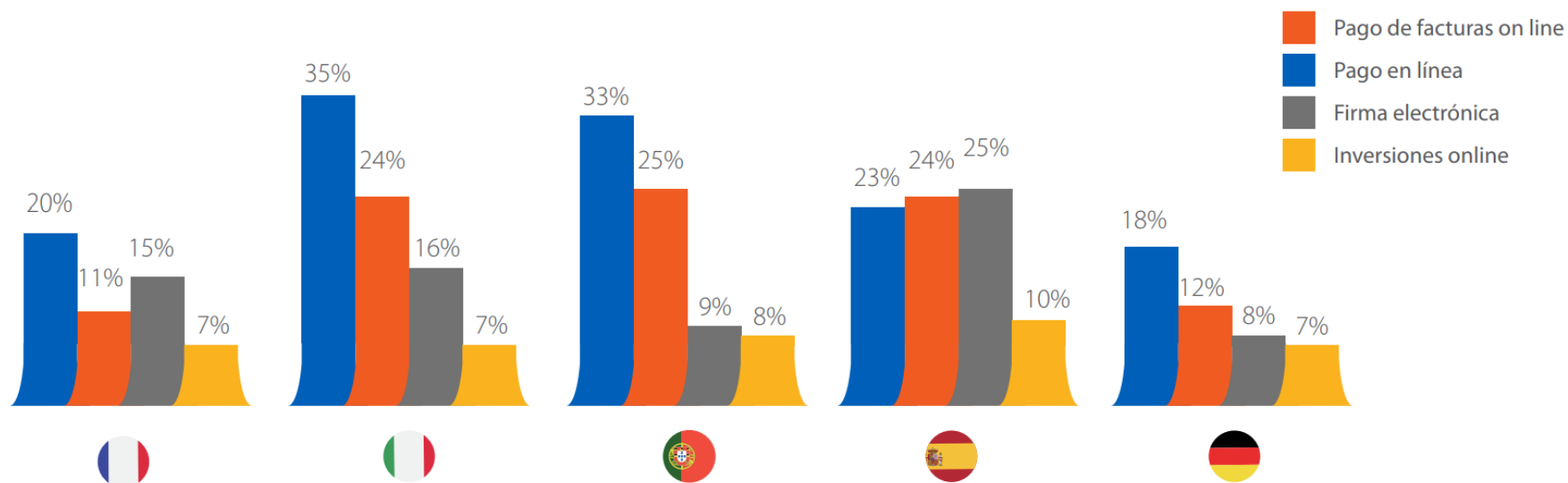


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Oney

8. Banca móvil

WhatsApp como nuevo canal - Europa

- ▶▶ WhatsApp es la App más utilizada para chatear con el banco en Italia y Portugal.
- ▶▶ En España con un 65%, se utiliza lo mismo que otras plataformas de chats de los bancos.

Uso de WhatsApp frente a otras aplicaciones de chat para contactar con el banco en Europa

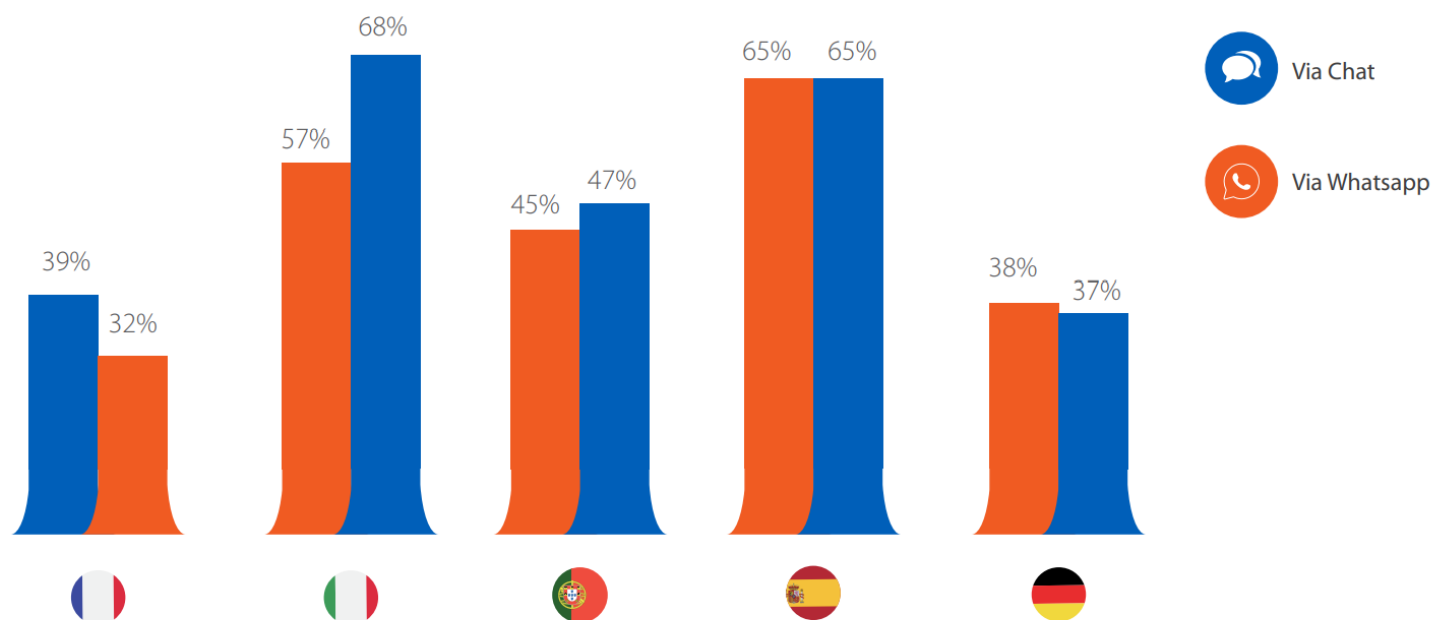


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Oney

8. Banca móvil

Aumenta la frecuencia de uso de la banca móvil - Europa

- ▶▶ En cuanto a la frecuencia de uso de los servicios de banca digital en Europa, también ha aumentado durante el confinamiento: En primer lugar, desde las áreas privadas a clientes en las webs de los bancos, destacan el 42% de españoles y portugueses versus 19% de alemanes, que aseguran que han hecho uso de los servicios de banca digital con mayor frecuencia que en el período previo al confinamiento.
- ▶▶ Y, en segundo lugar, a través de aplicaciones móviles, destacando aquí el 47% de los españoles, seguidos del 42% de los portugueses y tan solo 2 de cada 10 alemanes.

Aumento de las comunicaciones de los europeos con su banco a través de canales digitales

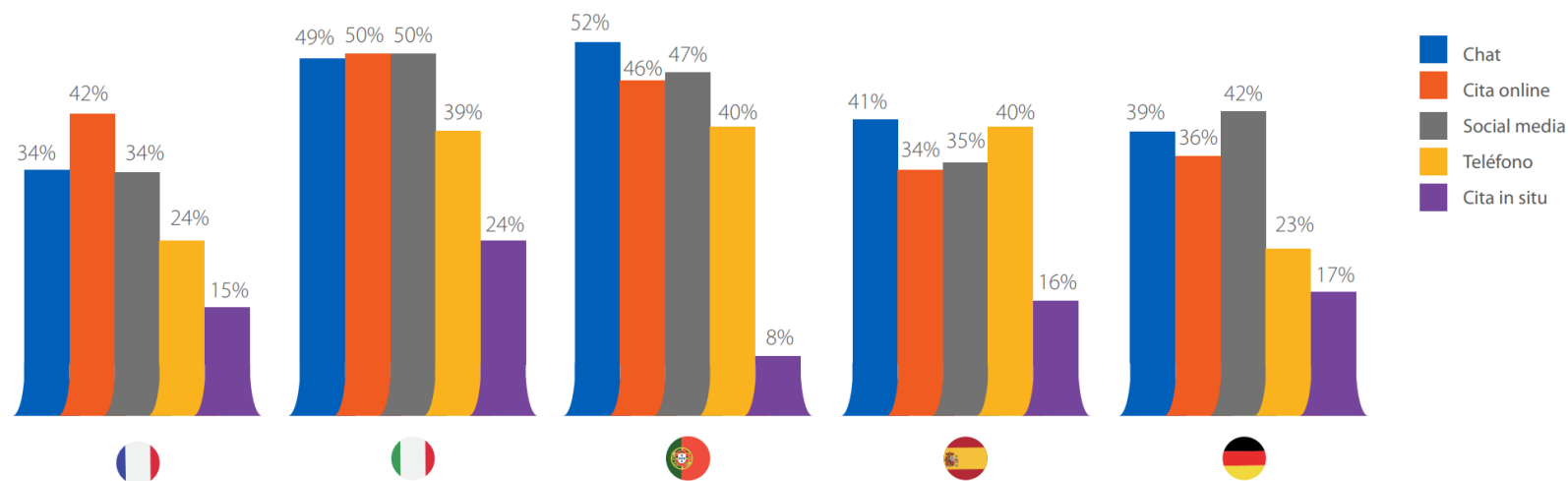


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Oney

8. Banca móvil

El 65,8% de los españoles usa aplicaciones financieras - España

- ▶▶ En 2020, un 72% de los españoles realiza operaciones con su banco a través de Apps de banca móvil, frente a un 69% de usuarios que realiza gestiones a través de la página web del banco.
- ▶▶ Por trimestres, la penetración de la banca móvil en España se sitúa en el 65,8% en el primer trimestre de 2021, un 18,6% más que en el mismo trimestre del año anterior, aunque una cifra inferior a la alcanzada en los últimos trimestres de 2020.

Penetración de la banca móvil en España por trimestres

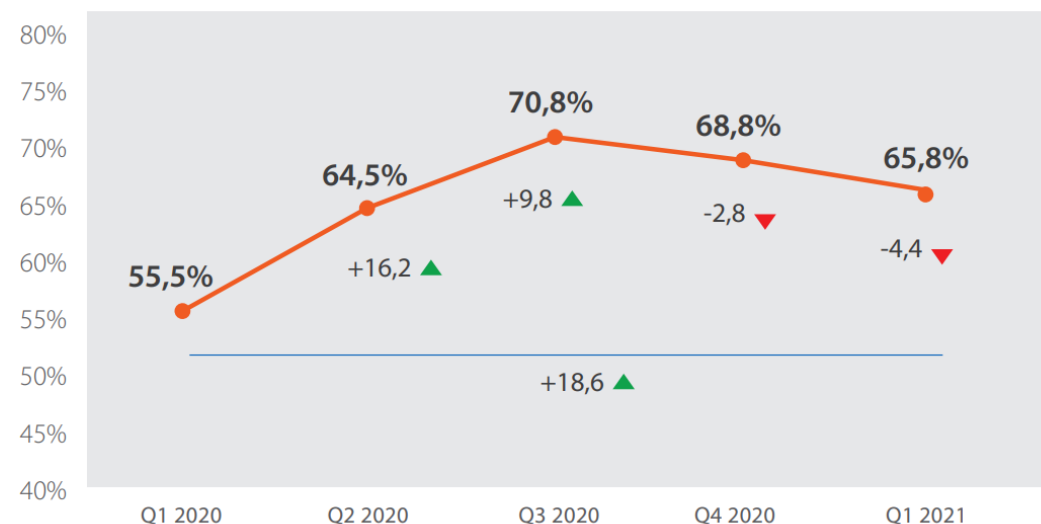


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Smartme Analytics

8. Banca móvil

Perfil del usuario de banca digital y banca móvil - España

- ▶▶ Analizando el perfil del usuario de banca digital en España, vemos que la edad media del usuario de banca online se sitúa en los 34 años.
- ▶▶ 2020 es un año que incorpora 325.000 usuarios de banca online mayores de 65 años, y 183.000 de entre 16 y 25 años.

Usuarios de banca online en España por Edad

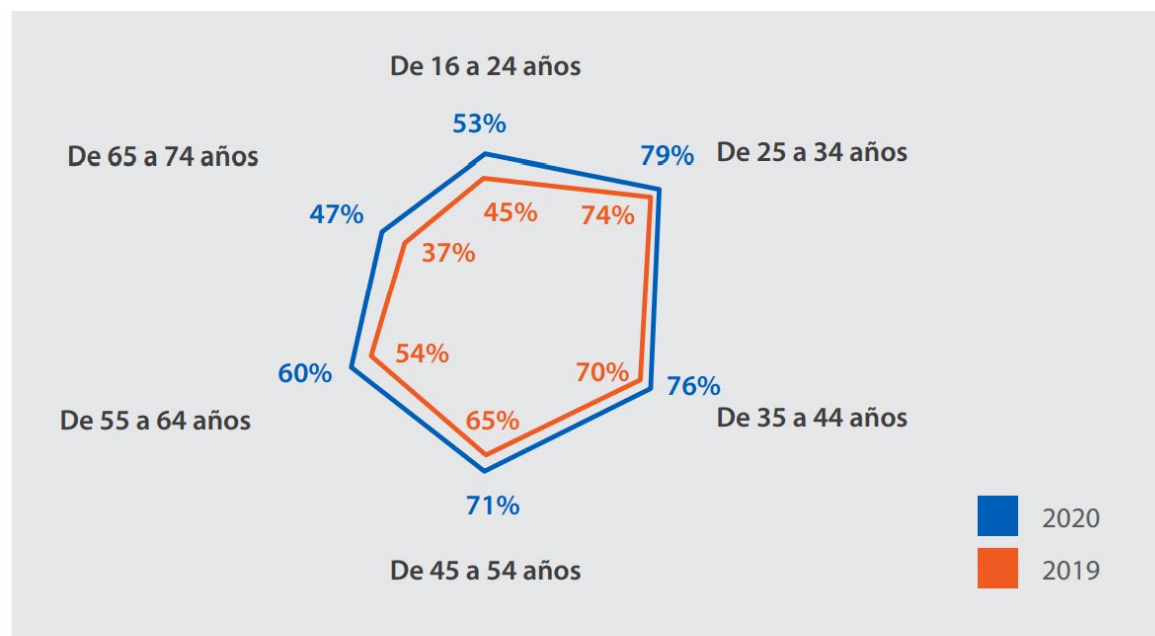


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de INE

8. Banca móvil

Acceso a banca digital según el nivel de estudios - España

- ▶▶ El uso de la banca digital aumenta cuanto mayor es el nivel de estudios del usuario. Sin embargo, en 2020 solo 1 de cada 5 usuarios sin estudios utilizó internet para acceder a su banco, cifra superior al 1 de cada 8 de 2019.

Usuarios de banca online en España según su nivel de estudios

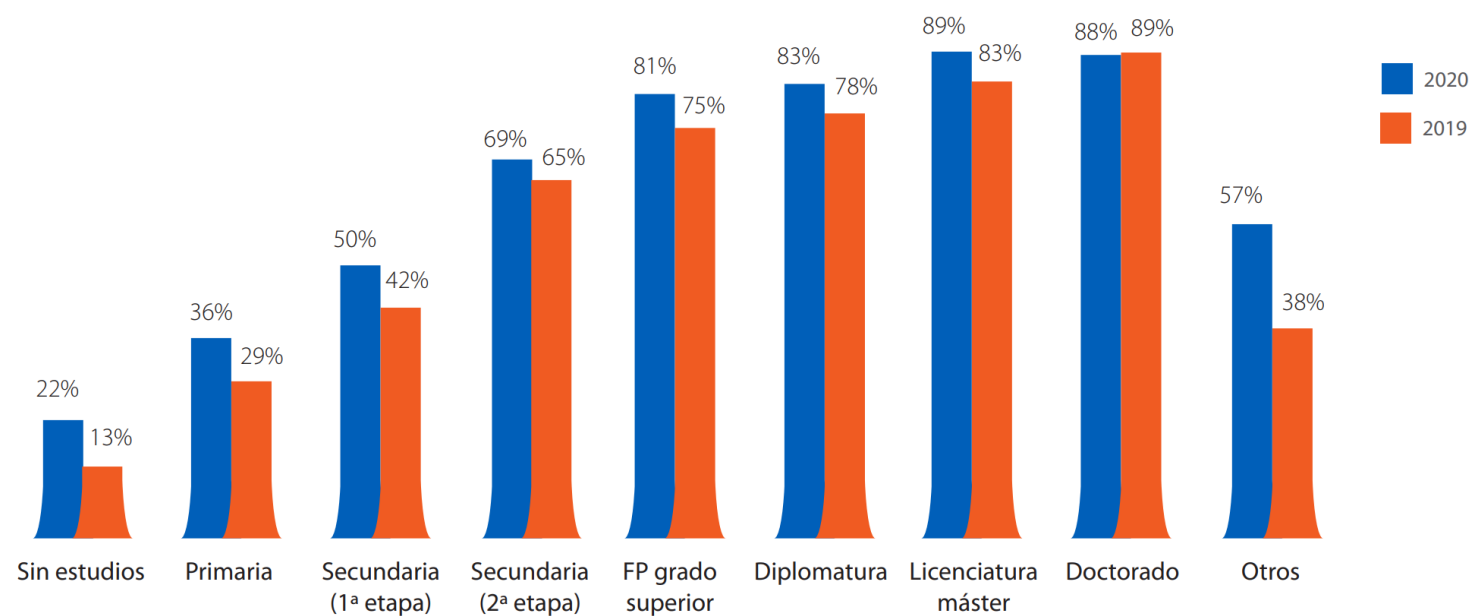


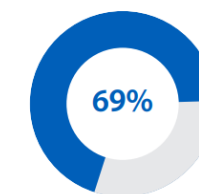
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de INE

8. Banca móvil

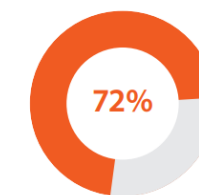
El 65,8% de los españoles usa aplicaciones financieras - España

- ▶▶ El uso del móvil para realizar gestiones con el banco supera al uso de la banca online a través de ordenadores (72% vs 69%).
- ▶▶ Entre las operaciones que más realizan los españoles desde el móvil destaca la consulta de saldos y movimientos (95%), realizar transferencias (83%) y pagar facturas y recibos (59%) e impuestos (43%).

¿Para qué tipo de acciones utilizan los españoles la banca online y la banca móvil?



Realizan gestiones a través de página web



Realizan gestiones a través de la aplicación del móvil

8. Banca móvil

Bancos mejor posicionados en el ámbito móvil - España

- ▶▶ En el ámbito móvil en España BBVA con un 69,84% es la aplicación mejor posicionada teniendo en cuenta tanto número de usuarios como valoraciones.

Aplicaciones de banca móvil mejor posicionadas en España

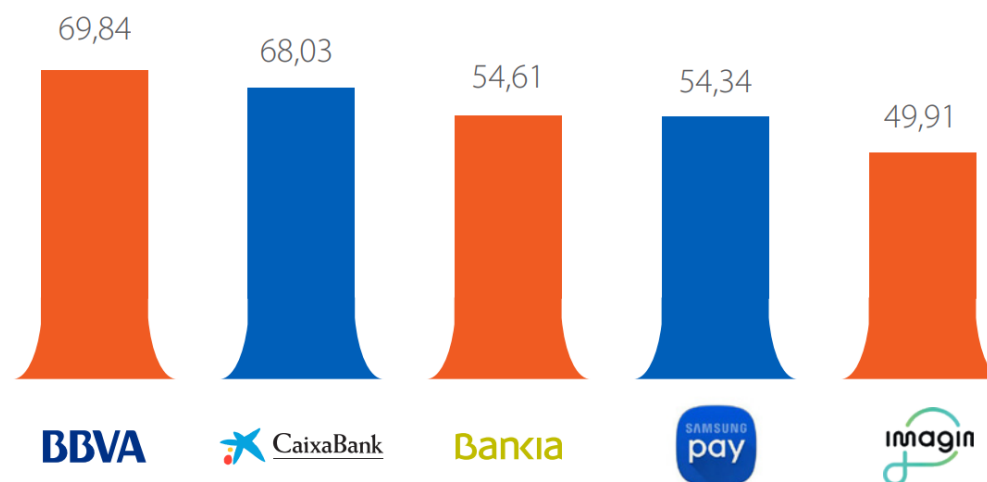


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Smartme Analytics

8. Banca móvil

Uso de las Apps financieras en España por tipo de banco - España

- ▶ Las Apps de banca tradicional en España tienen un alcance del 82,2% mientras que las de los neobancos ascienden al 38,6%.
- ▶ Entre los bancos tradicionales, BBVA, lidera las aplicaciones de banca móvil en España. Por su parte Imagin (de CaixaBank), es la App líder entre los neobancos.

Top 5 aplicaciones móviles de bancos tradicionales

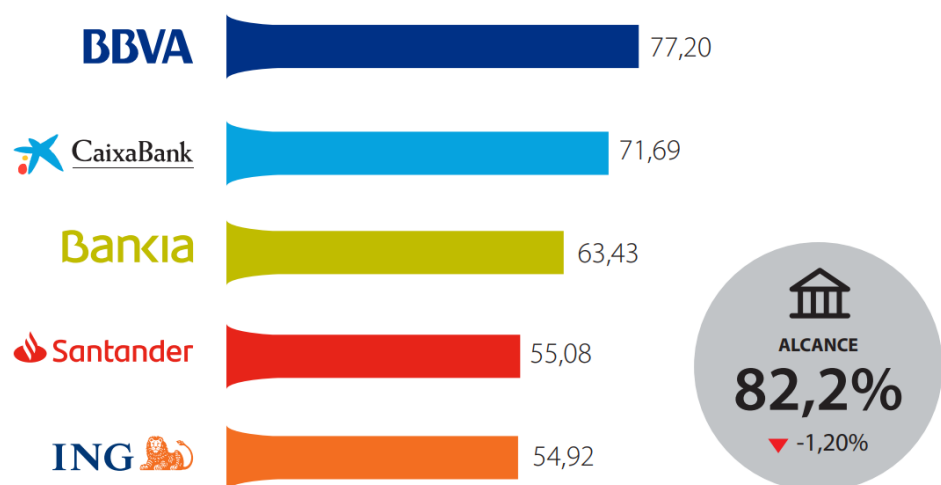


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Smartme Analytics

Top 5 aplicaciones móviles de neobancos

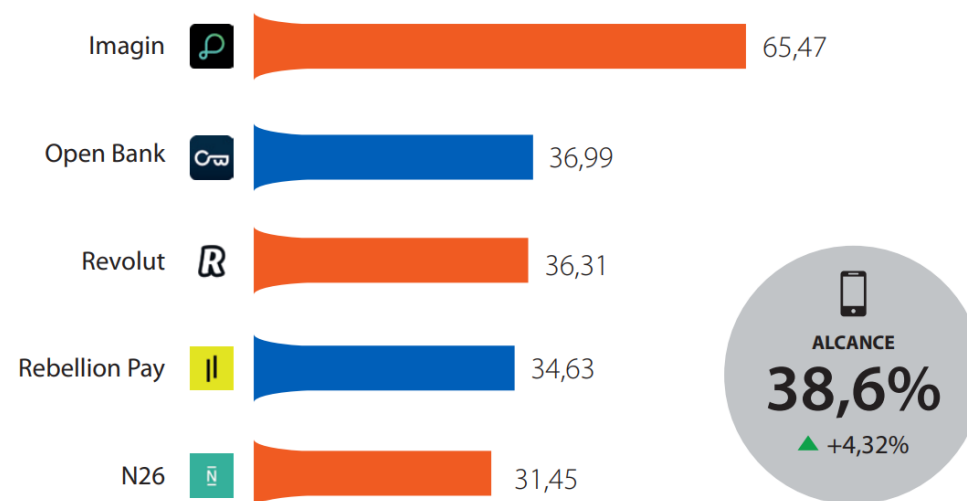


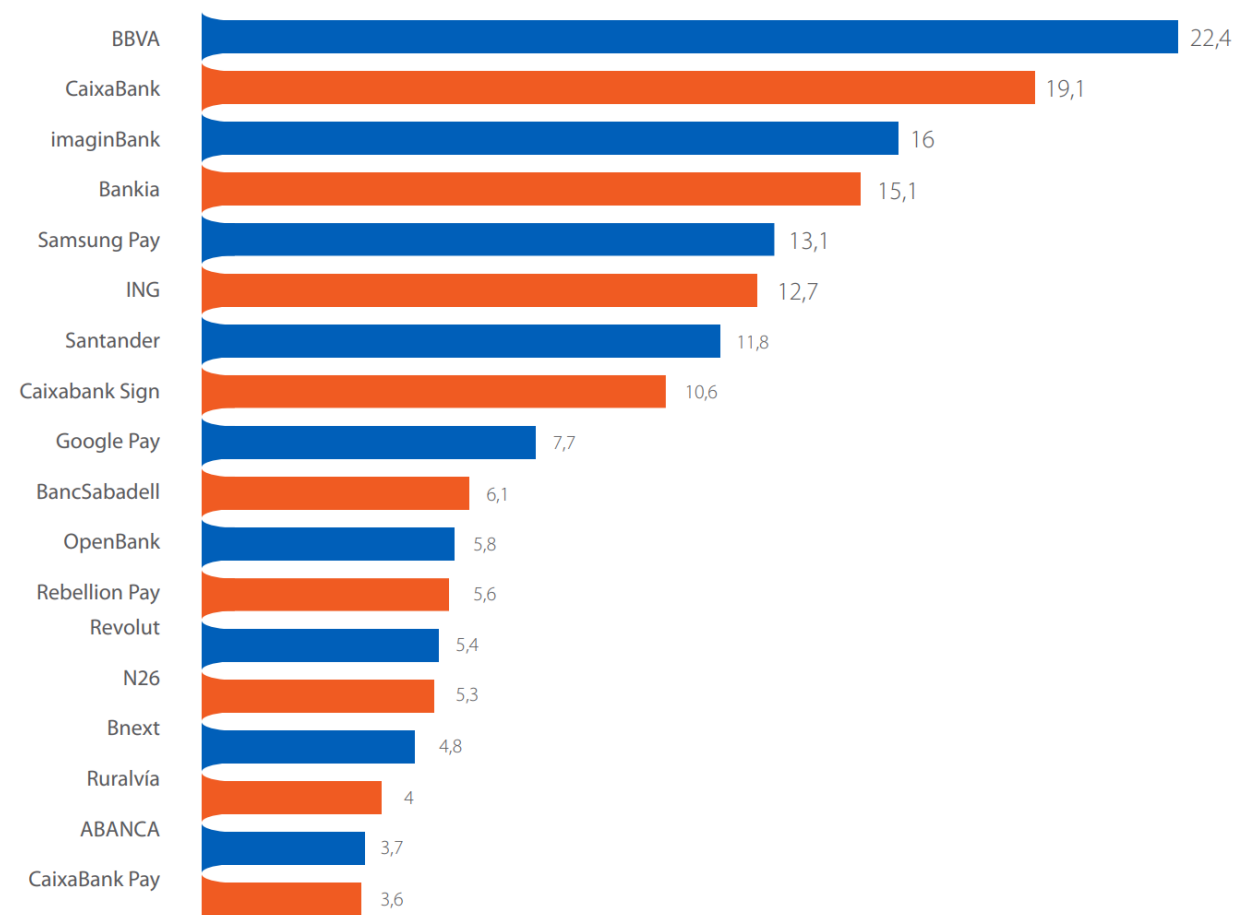
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Smartme Analytics

8. Banca móvil

Principales Apps por número de usuarios activos - España

►► Analizando todos los tipos de aplicaciones de banca en España, BBVA mantiene el liderazgo siendo la App con mayor número de usuarios activos entre las Apps de banca, neobancos y pagos.

Usuarios activos en las aplicaciones de banca en España



8. Banca móvil

Apps de bancos mejor valoradas - España

- ▶ Sin embargo, cuando analizamos la valoración de los usuarios BBVA desciende al cuarto puesto siendo la App de Novo Banco: NbApp smart Spain, la App de banca mejor valorada en España, seguida de las de Kutxabank y CaixaBank.

Aplicaciones de banca móvil gratuitas mejor valoradas por los usuarios en Google Play Store en España

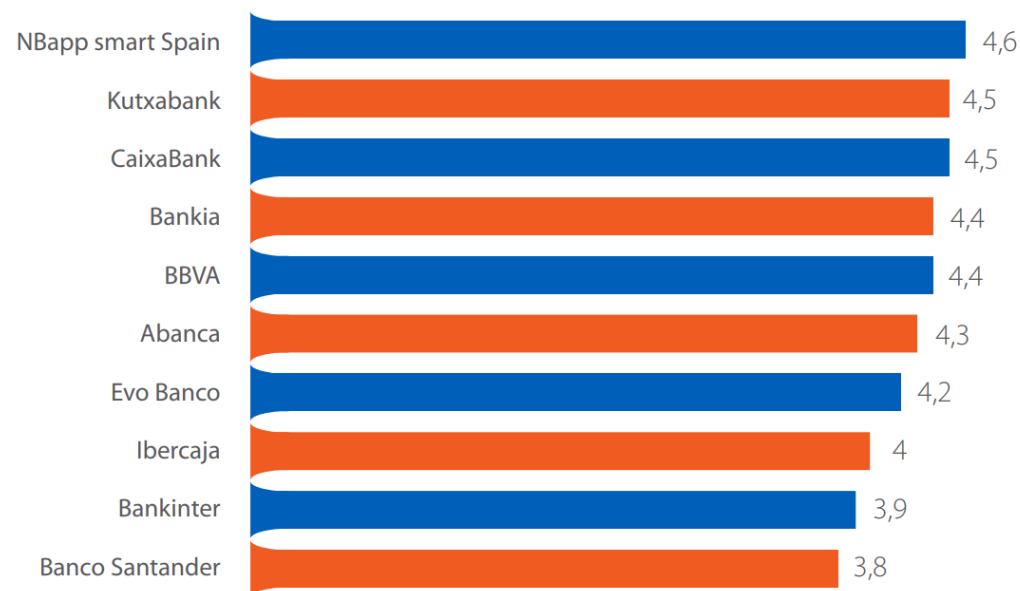


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Statista

#9

Pagos móviles



9. Pagos móviles

Más de 3 mil millones de usuarios en el mundo realizan pagos digitales - Mundo

- ▶▶ De nuevo, las implicaciones de la pandemia se han dejado ver en un crecimiento exponencial del número de usuarios que realizan pagos de manera digital en el mundo hasta situarse en 3,47 mil millones de personas las que realizan pagos digitales en el mundo.
- ▶▶ Con un crecimiento del 24%, en el último año los pagos digitales han alcanzado un valor de 4,93 billones de dólares en el mundo.

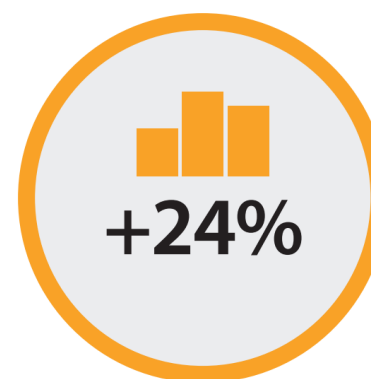
Uso de pagos digitales en el mundo



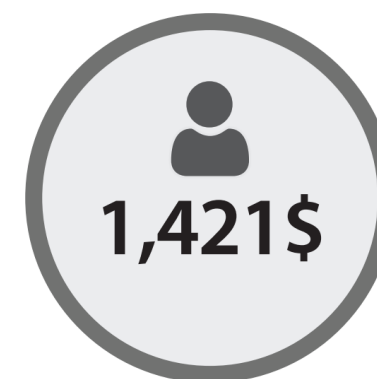
Número de personas que realizan pagos digitales en el mundo



Valor total anual de los pagos digitales hechos por consumidores en el mundo



Crecimiento anual del valor total anual de los pagos digitales hechos por consumidores en el mundo



Media de gasto anual por usuario en pagos digitales

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Statista

9. Pagos móviles

Los pagos móviles en el punto de venta crecen...y seguirán creciendo (I) - Mundo

- ▶ Separando los pagos digitales entre pagos realizados en comercio digital y los pagos realizados con el móvil en el punto de venta (POS-Point of Sale), el crecimiento interanual de estos últimos es del 18% alcanzando en 2021 los 2,5 mil millones de dólares.
- ▶ Según indican las tendencias, el valor los pagos móviles en el punto de venta igualará al de los pagos en comercio digital en 2024.

Volumen de transacciones en pagos móviles por tipo
En miles de millones de dólares

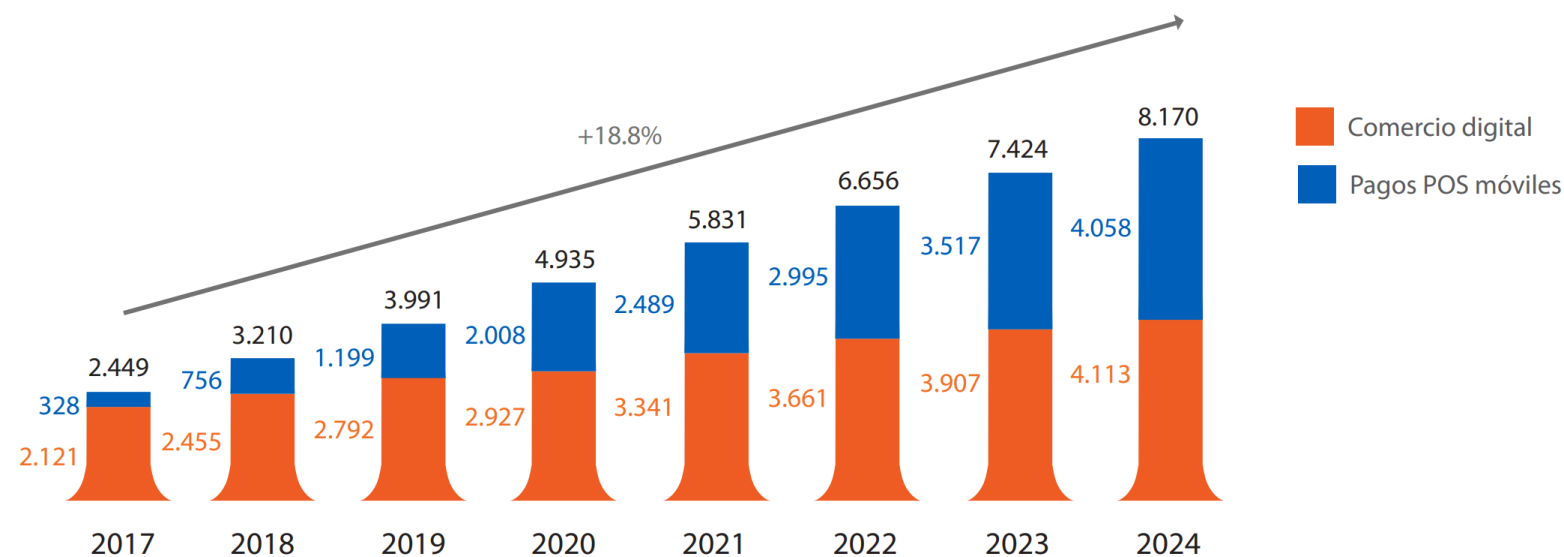


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

9. Pagos móviles

Los pagos móviles en el punto de venta crecen...y seguirán creciendo (II) - Mundo

- ▶▶ Del mismo modo el número de usuarios que utiliza ambas opciones ha ido creciendo progresivamente alcanzando en 2021 los 1,4 mil millones de usuarios de pagos móviles en el punto de venta y 3,8 miles de millones de usuarios de pagos en comercio digital.

Usuarios de pagos móviles en el mundo
En Millones

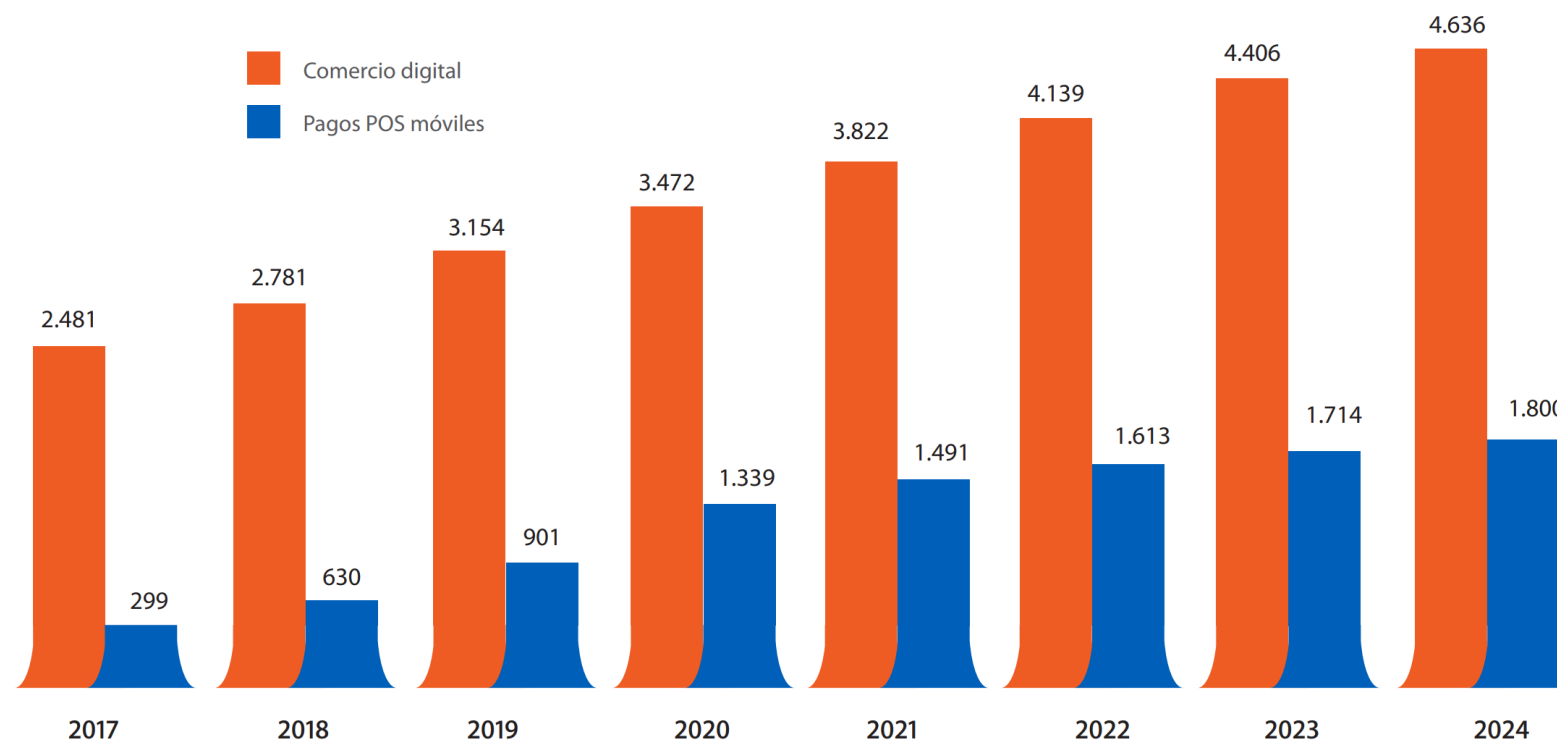


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Statista

9. Pagos móviles

¿Cuáles son las principales plataformas en los pagos digitales y con el móvil? - Mundo

- ▶▶ PayPal, Amazon Payments, Klarna, Stripe, AliPay... son algunas de las plataformas más utilizadas para realizar pagos móviles en comercio digital, junto con Visa, Mastercard o American Express.
- ▶▶ Por su parte, las llamadas X-PAY: Google Pay (antes Android Pay), Apple Pay, Samsung Pay, WeChat Pay... son algunas de las principales plataformas para realizar pagos desde el móvil en el punto de venta.

Principales plataformas utilizadas para realizar pagos digitales en el mundo



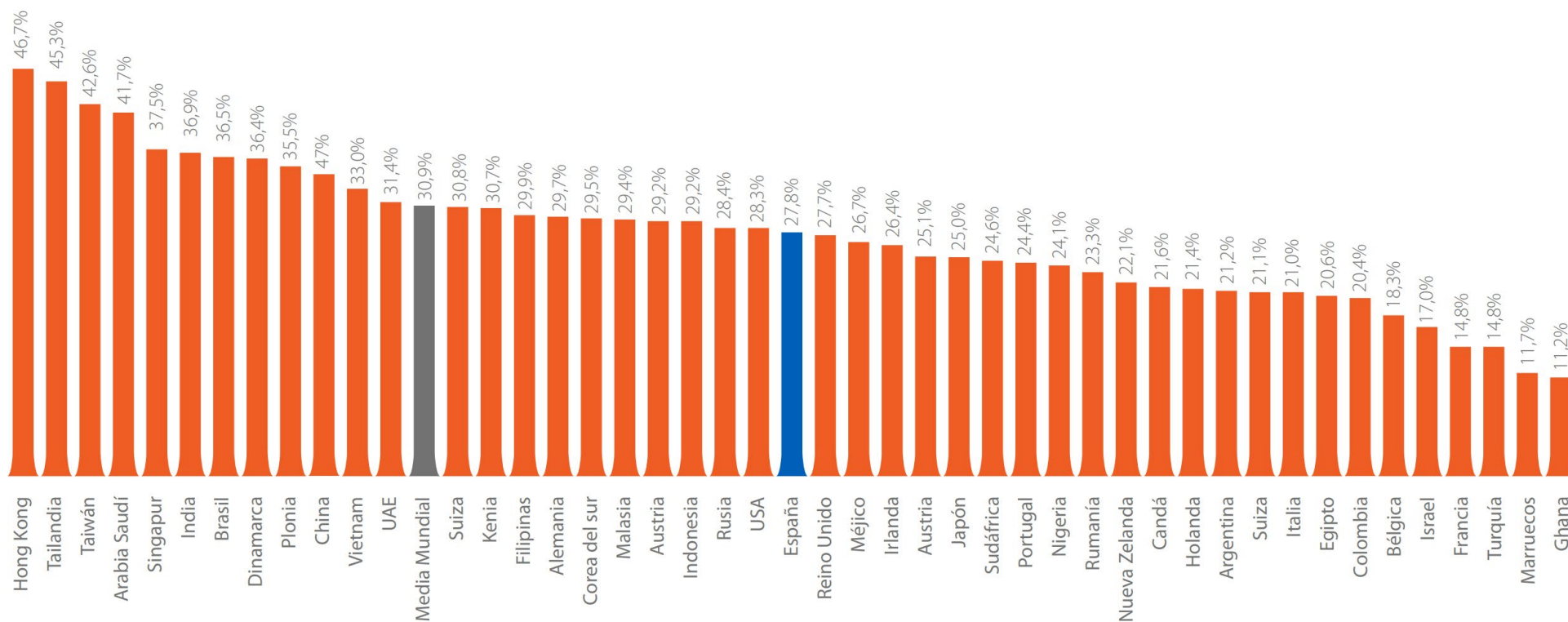
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Agileintel Research

9. Pagos móviles

Los países asiáticos lideran los pagos móviles - Mundo

- ▶ De media, un 30,9% de los usuarios en el mundo han realizado algún pago desde el móvil, siendo Hong Kong quien lidera los pagos móviles (46,7%) siendo mientras que España, con un 27,8%, se encuentra todavía por debajo de la media.

Uso de pagos móviles en el mundo por países



9. Pagos móviles

¿Quién es el usuario tipo de pagos móviles? - Mundo

- ▶▶ Los hombres, de entre 35 y 44 años, son los que más usan los pagos móviles, aunque las diferencias existentes entre los usuarios de 25 a 54 años son bastante similares.

Uso de pagos móviles en el mundo por edad

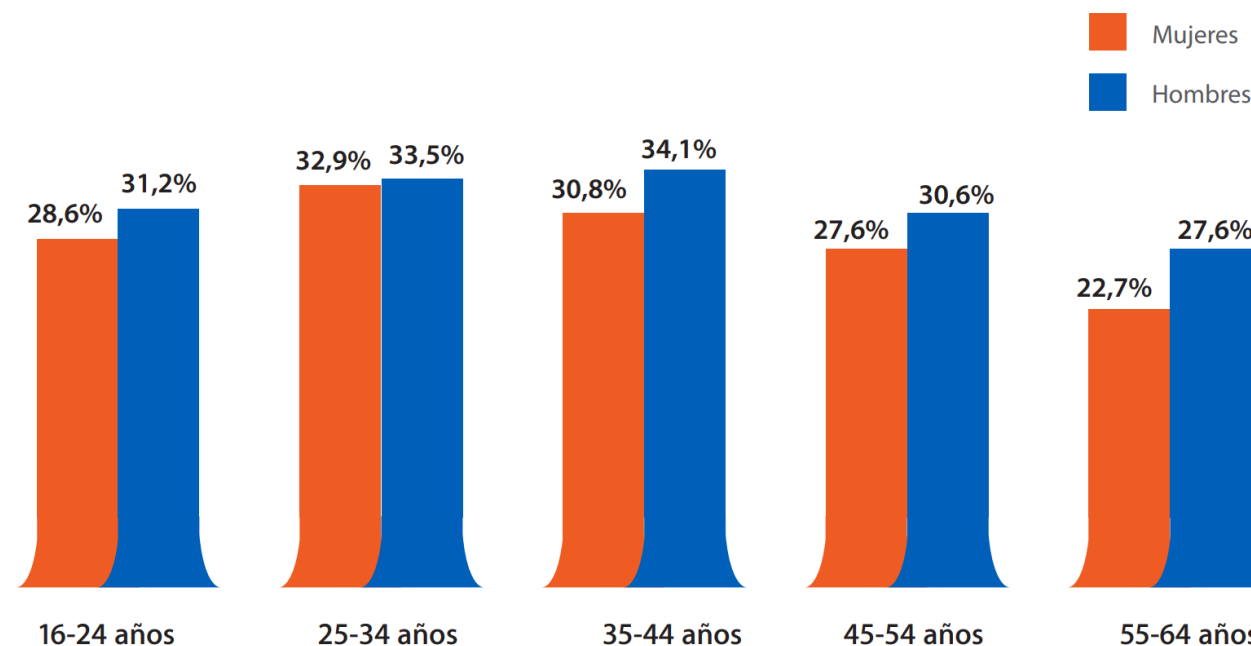


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

9. Pagos móviles

¿Quién es el usuario tipo de billeteras móviles? - Mundo

- ▶▶ Si nos centramos en el uso de las billeteras móviles, ya son utilizadas por la mitad de los usuarios de la generación Z y los Millennials, aunque todavía es un método poco utilizado entre los usuarios de mayor edad.

Uso de billeteras digitales en el mundo, en los últimos 30 días

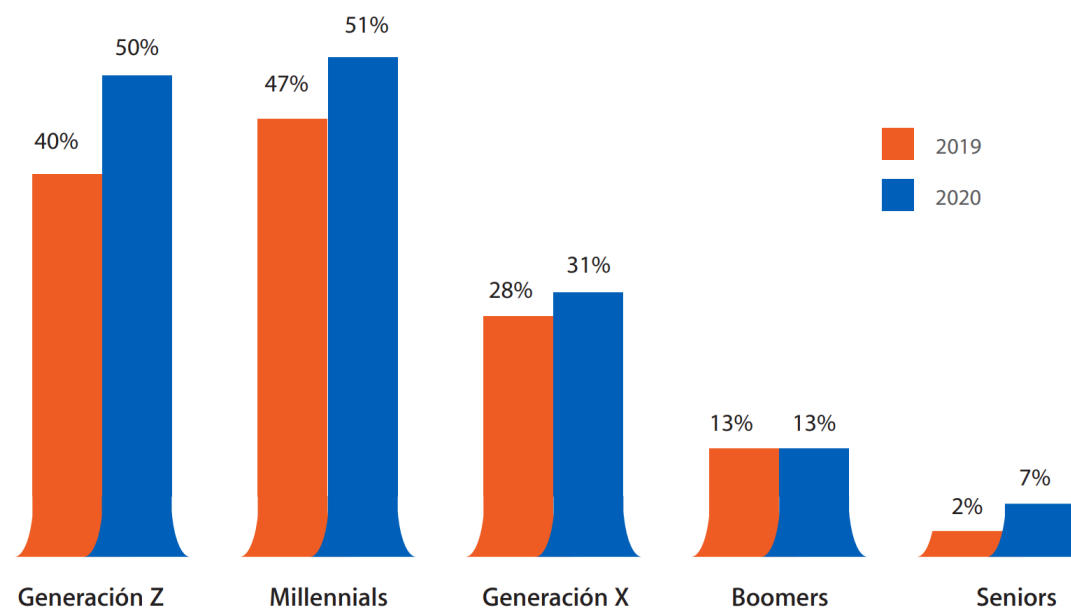


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Finserv

9. Pagos móviles

Los seniors sí que usan los pagos automáticos - Mundo

- ▶ Pese a que el público senior aún no se siente cómodo utilizando las billeteras móviles, sí que utiliza los pagos automáticos desde el móvil, que han crecido un 14% en el último año.

Uso de los pagos digitales por los seniors en el mundo

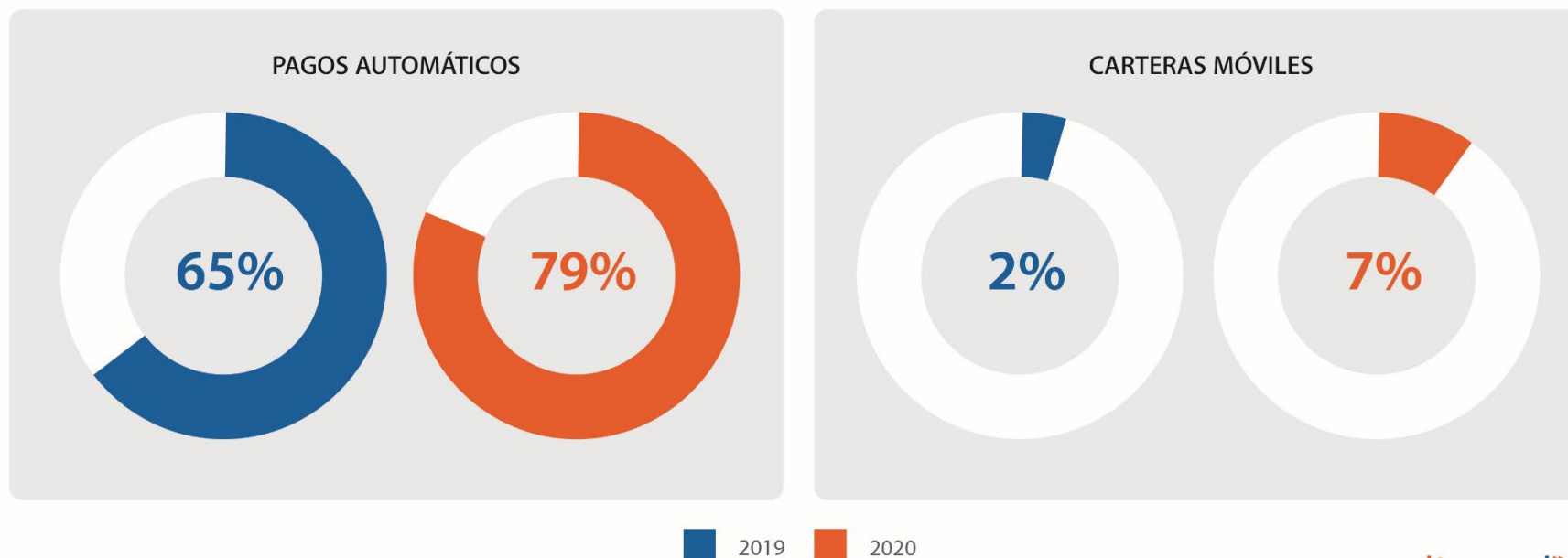


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Finserv

9. Pagos móviles

Los usuarios quieren cada vez más métodos de pago - Mundo

- ▶▶ Aunque la tarjeta de crédito es la que se considera más importante, las tarjetas de débito son consideradas más imprescindibles que el resto de métodos de pago. mientras que las billeteras móviles se consideran de momento el método de pago menos imprescindible.

Importancia de los diferentes métodos de pago para los usuarios en el mundo

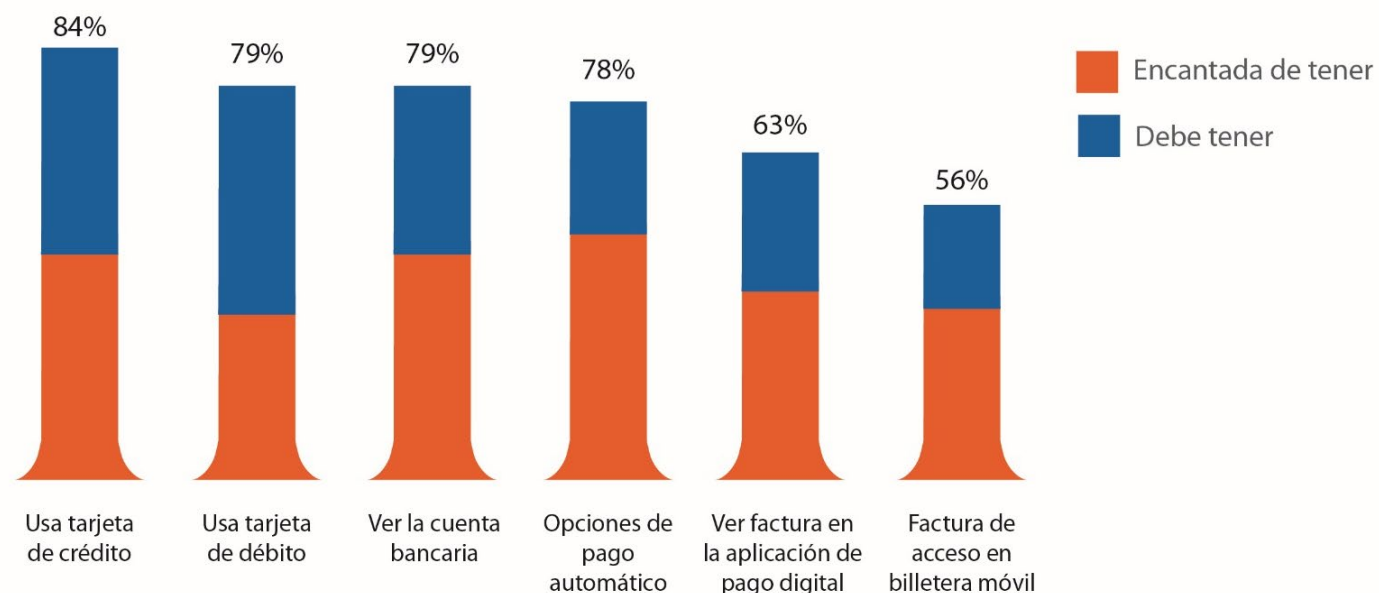


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Finserv

9. Pagos móviles

Los pagos P2P ya son habituales - Mundo

- ▶▶ Con un 79% de usuarios en el mundo utilizando este servicio (ya sea a través de su banco o a través de aplicaciones Fintech), los pagos entre particulares (P2P) ya se han convertido en algo habitual.
- ▶▶ Sin embargo, cerca del 50% de los consumidores afirma que no sabe si su entidad financiera ofrece pagos P2P, especialmente los seniors donde esta cifra asciende a 76%.

Conocimiento de los Servicios P2P ofrecidos por su Entidad Financiera

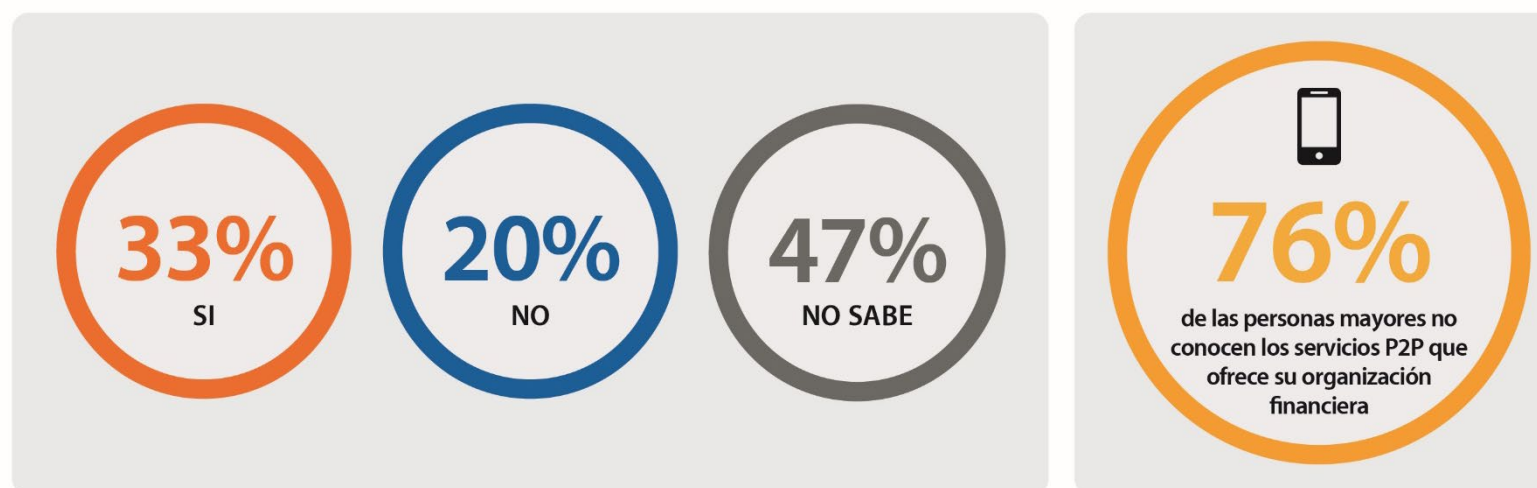


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Agileintel Research

9. Pagos móviles

La próxima tendencia: los pagos por voz - Mundo

- ▶▶ La automatización de la experiencia cliente en banca comenzó en 1967 con la incorporación de los cajeros automáticos y ha ido evolucionando a través de la incorporación de diversas tecnologías hasta llegar a nuestros días donde los pagos voz comienzan a surgir.
- ▶▶ Las tendencias apuntan a que en el año 2025, unos 704 millones de usuarios ya utilizarán los pagos por voz en el mundo.

Evolución de la automatización de la experiencia cliente en banca

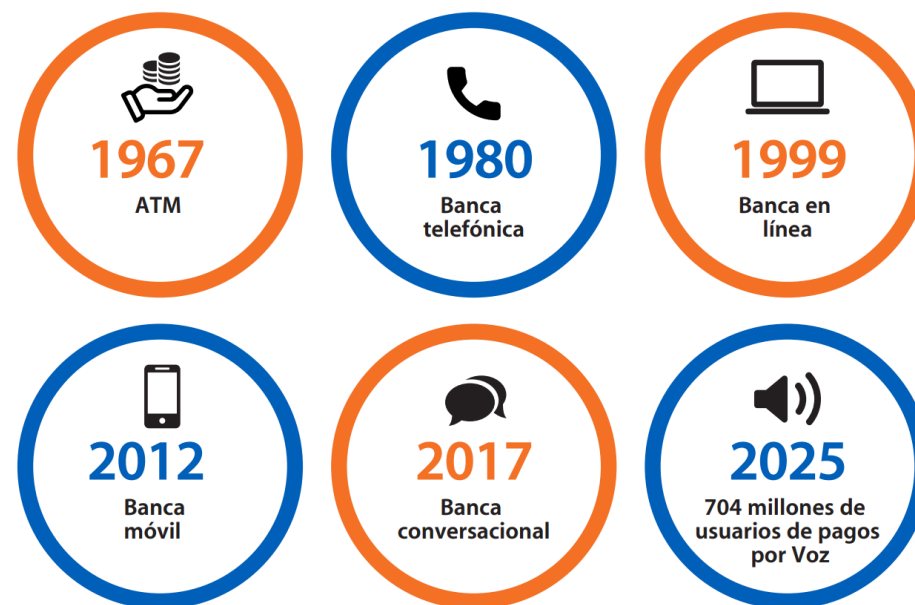


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Accenture

9. Pagos móviles

Uso del reconocimiento facial en pagos, otra tendencia en auge - **Mundo**

- ▶▶ La autenticación de los pagos mediante reconocimiento facial se prevé crecerá un 120% entre 2020 y 2025, año en el que alcanzará los 1,4 mil millones de usuarios.

Perspectivas del número de usuarios de autenticación de pagos por reconocimiento facial por regiones en 2025

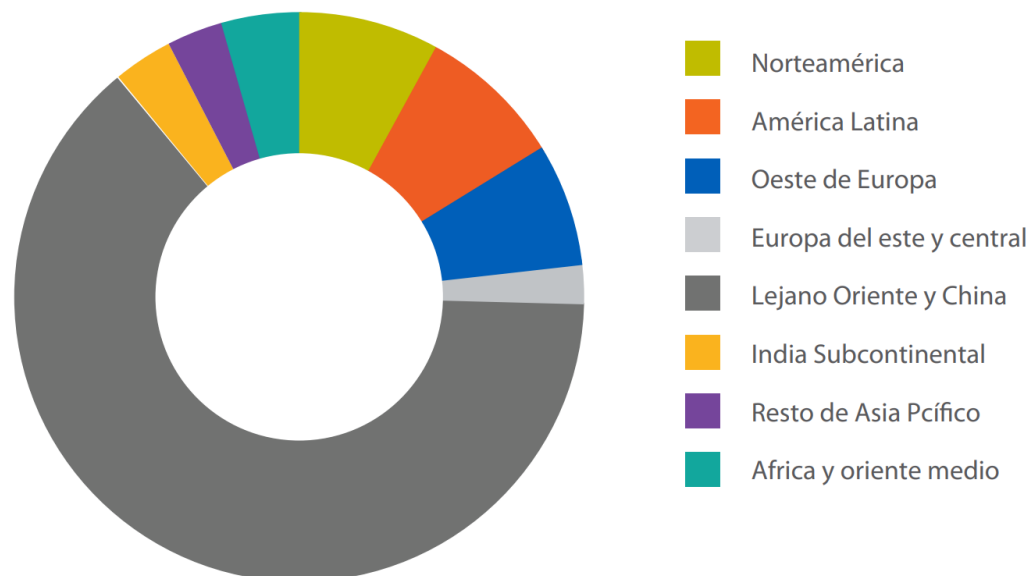


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Juniper Research

9. Pagos móviles

173 millones de terminales de pago por móvil en el punto de venta en 2026 - Mundo

- ▶▶ El auge de los pagos móviles en el punto de venta provocará que en 2026 existan ya 173 millones de terminales de pagos móviles en el mundo, siendo los países orientales los más activos.

Perspectivas del uso de terminales de pago móvil en el punto de venta regiones en 2026

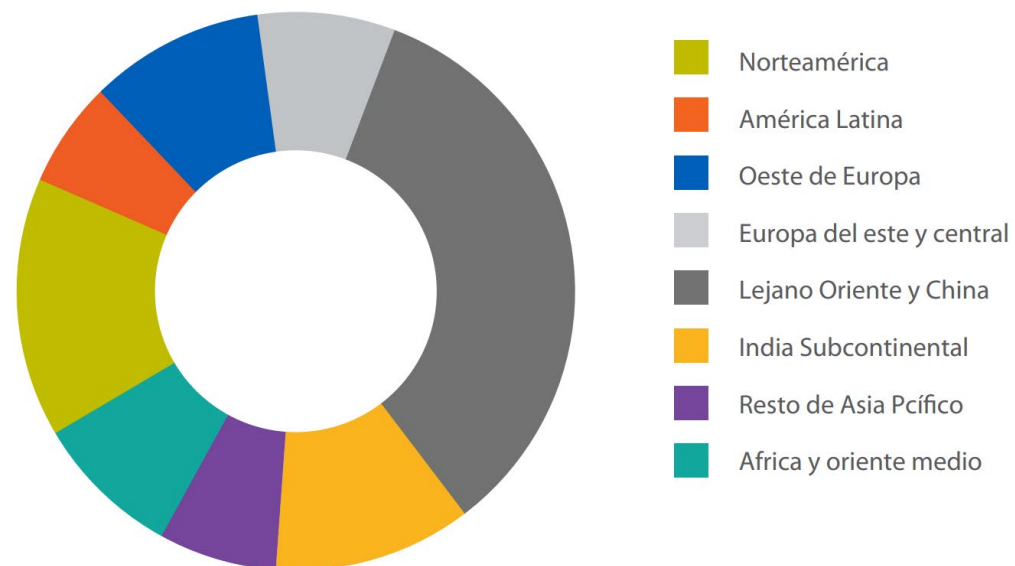


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Juniper Research

9. Pagos móviles

Los pagos P2P ya son habituales - Europa

- ▶ Los europeos prefieren utilizar los pagos P2P frente a otras modalidades.
- ▶ Por países, España lidera esta tendencia hacia los pagos P2P, y también supera a los países vecinos en su preferencia por pagos autenticados por biometría (huella dactilar, por ejemplo) y el uso de Amazon Pay.

Métodos de pago digital preferido por los europeos, por países

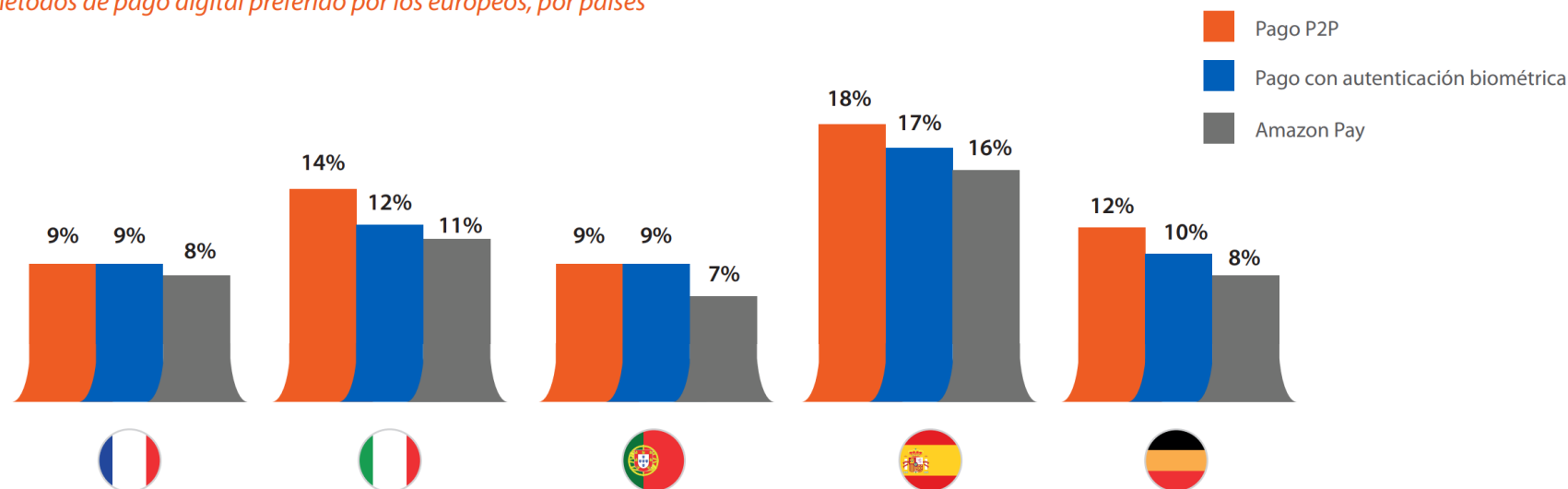


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Oney

9. Pagos móviles

Un 50% de los europeos apuesta por los pagos contactless (I) - Europa

- ▶▶ Como la región móvil con mayor penetración del mundo, Europa está experimentando un crecimiento acelerado de los pagos móviles.
- ▶▶ Las transacciones móviles en el punto de venta han aumentado un 165% en 2020 y se prevé sigan aumentando para 2022.
- ▶▶ Los pagos sin contacto (contactless) son los preferidos para el 50% de los europeos.

Estado de los pagos móviles en Europa
En millones

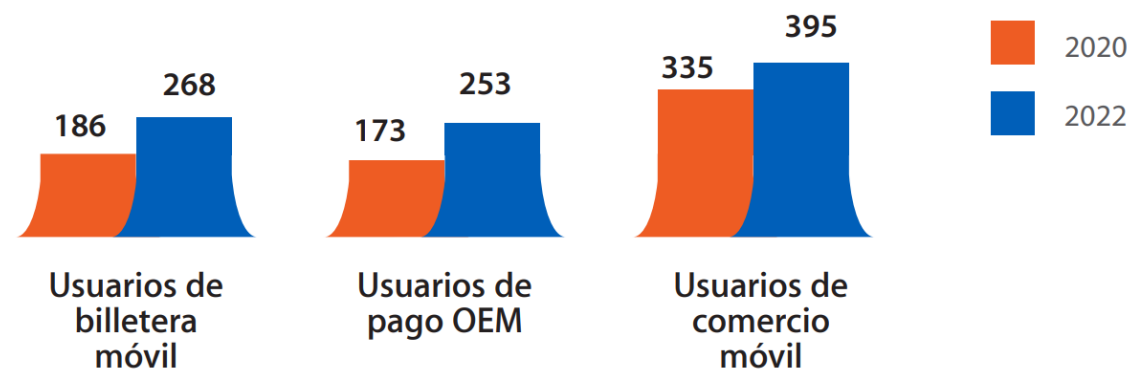


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Payvision

9. Pagos móviles

Un 50% de los europeos apuesta por los pagos contactless (II) - Europa

- ▶▶ De hecho no es que a los europeos les guste pagar por contactless, sino que a más de la mitad de los consumidores de Italia, Portugal y España les molesta no poder hacerlo en determinados establecimientos.

Usuarios en Europa a los que les molesta no tener la opción de pagar con el móvil, por países

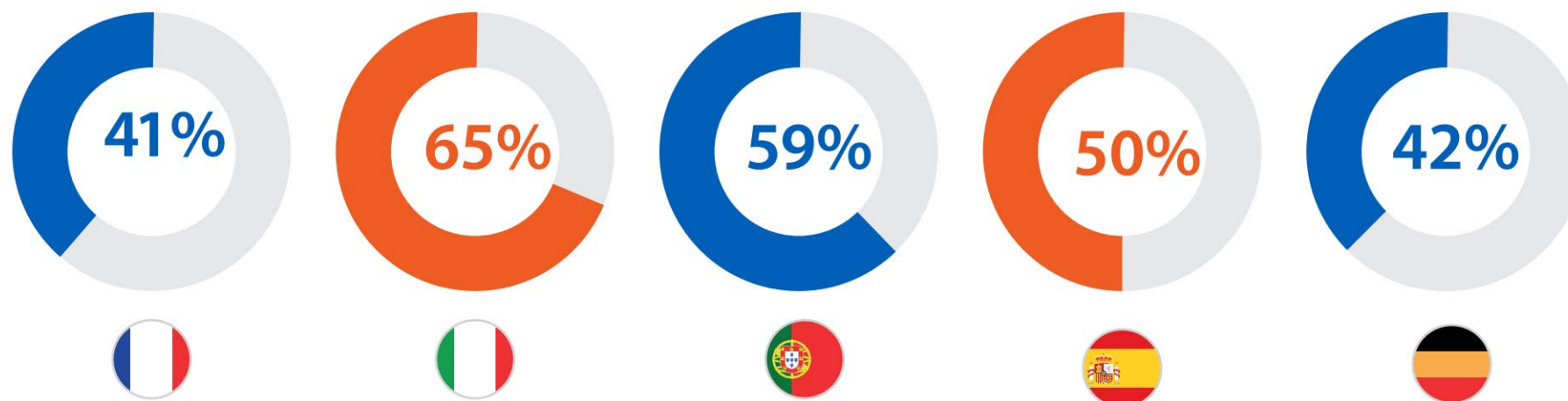


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de ONEY

9. Pagos móviles

Un 50% de los europeos apuesta por los pagos contactless (III) - Europa

- ▶ Desde 2020 la forma en que compramos está cambiando, provocando un auge de los pagos de proximidad y las billeteras móviles, aumentando el límite de transacciones contactless a lo largo de toda Europa.

Incremento del límite de las transacciones contactless en Europa

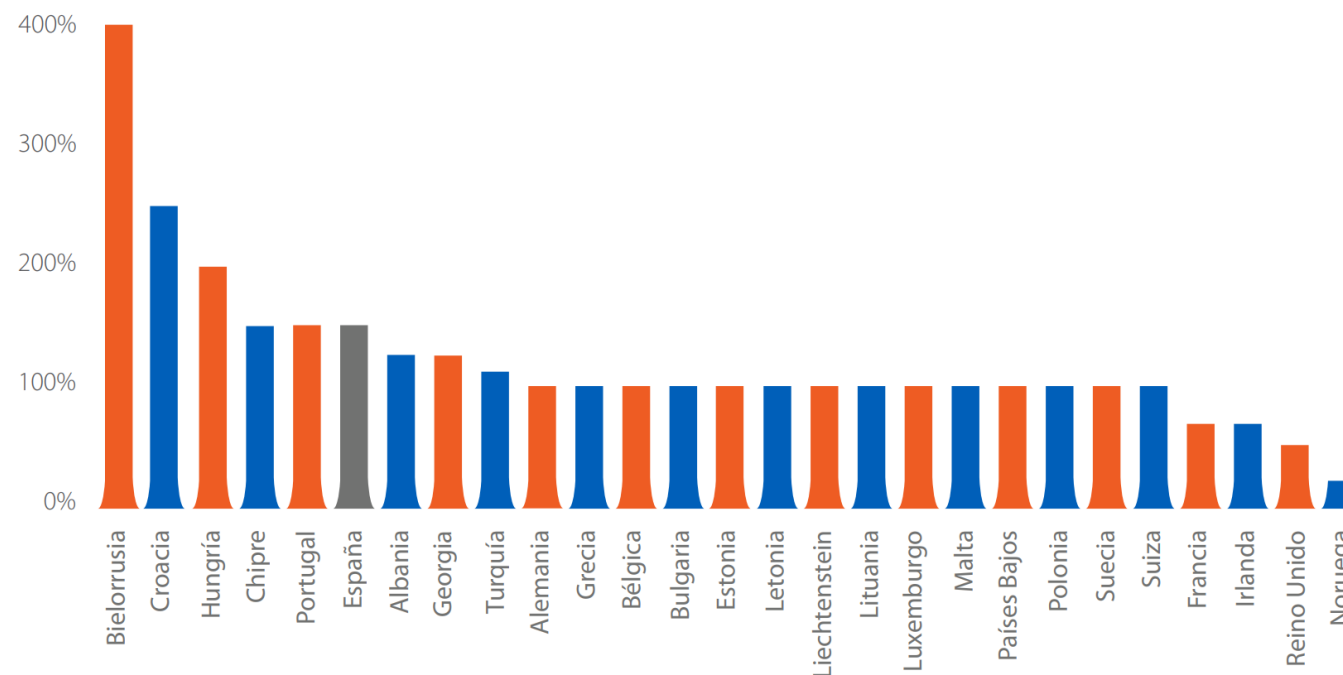


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Payvision

9. Pagos móviles

Hacia un mundo sin efectivo - Europa

- ▶▶ Con el auge de los pagos contactless un gran número de europeos están manifestando su intención de ir hacia un mundo sin efectivo, siendo Hungría, Italia y Polonia los más a favor.
- ▶▶ En el lado opuesto, Reino Unido es el país más reticente a este cambio.
- ▶▶ España, con un 38%, se sitúa en el quinto lugar entre los países que prefieren ir sin dinero en efectivo.

Predisposición de los consumidores de ir hacia un mundo sin efectivo

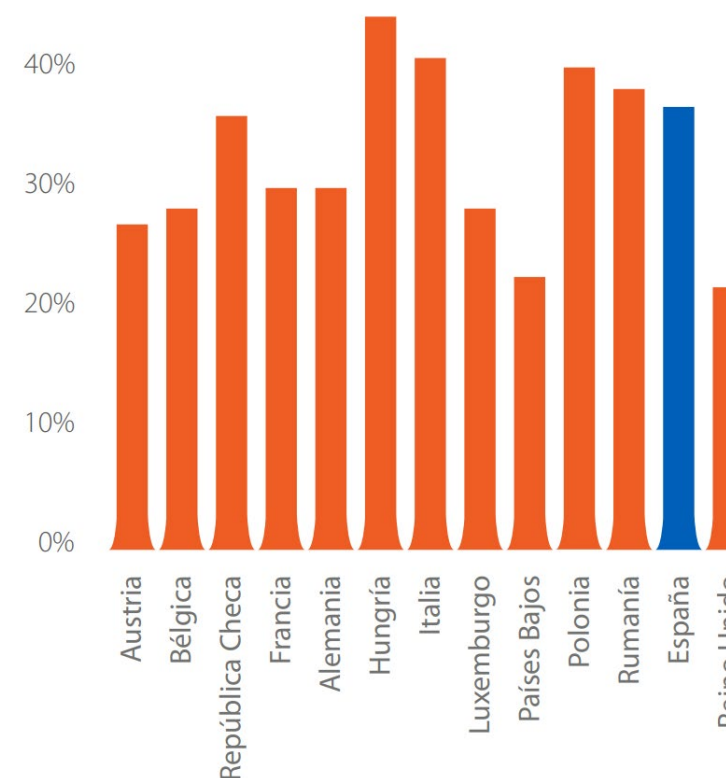


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Payvision

9. Pagos móviles

28 millones de españoles ya pagan con el móvil - España

- ▶▶ En España más de la mitad de la población paga de manera digital, gastando una media de 1.601 dólares al año a través de transacciones digitales.

Estado de los pagos digitales en España

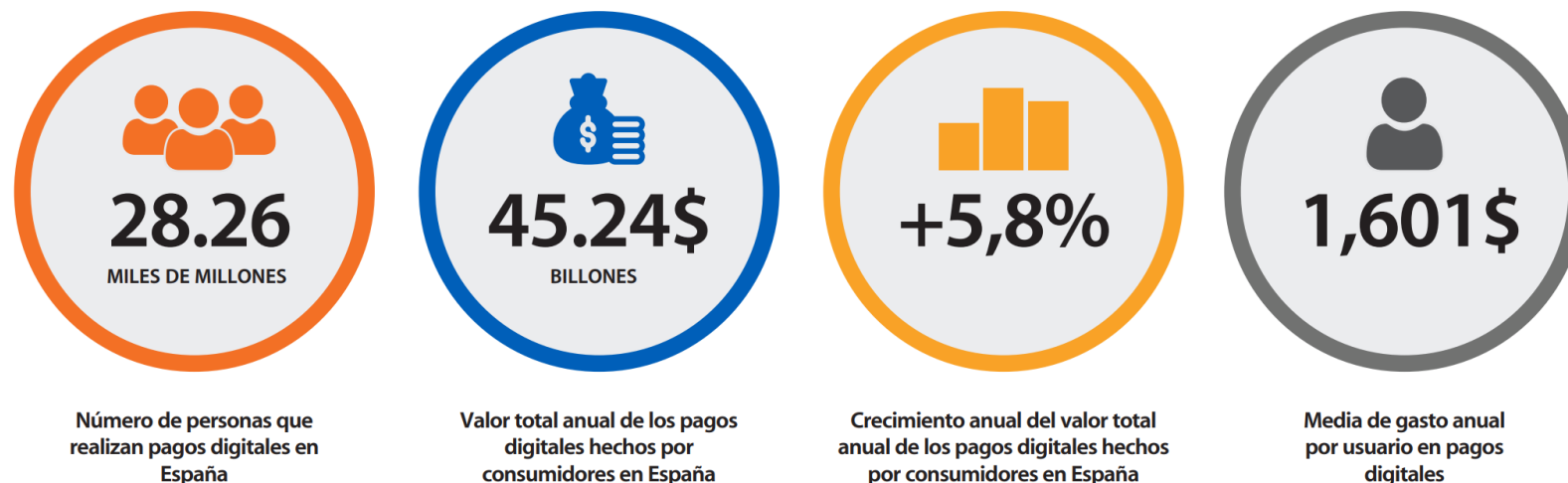


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de We Are Social

9. Pagos móviles

28 millones de españoles ya pagan con el móvil - España

- ▶▶ El 30% de estos pagos se realizó mediante una billetera móvil o digital, superando con creces otros métodos de pago más habituales como las tarjetas de crédito o débito, y las transferencias bancarias.

Composición del e-com según el medio de pago en 2020

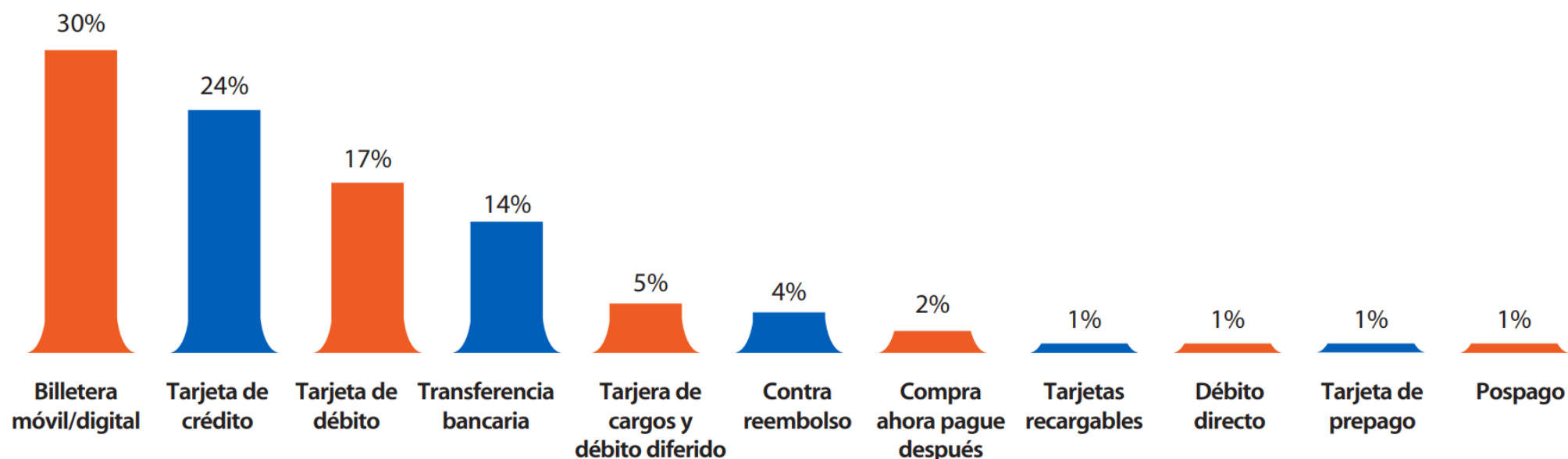


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WorldPay

9. Pagos móviles

En tiendas, seguimos prefiriendo el efectivo - España

- ▶ Sin embargo, en el punto de venta, continúa predominando el pago en efectivo, aunque disminuyó un 18% respecto a 2019.
- ▶ Las tarjetas de crédito y el pago a través de billeteras móviles/digitales, van subiendo poco a poco.

Porcentaje del total de pagos realizados en punto de venta en España correspondiente a cada método de pago

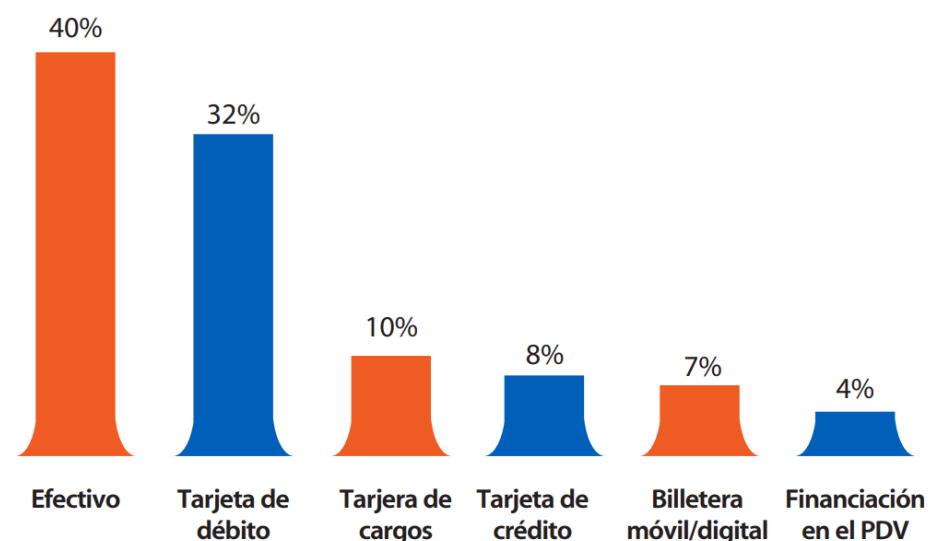


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WorldPay

9. Pagos móviles

Un 40% del total de ventas corresponde al comercio móvil - España

- ▶▶ Del total de las ventas digitales realizadas en 2020, un 40% corresponde al comercio móvil.
- ▶▶ Un 30% del gasto en ecommerce se realizó a través billeteras digitales o móviles, que también son responsables de un 7% del total del gasto en el punto de venta.

Pagos móviles en España vs Pagos digitales

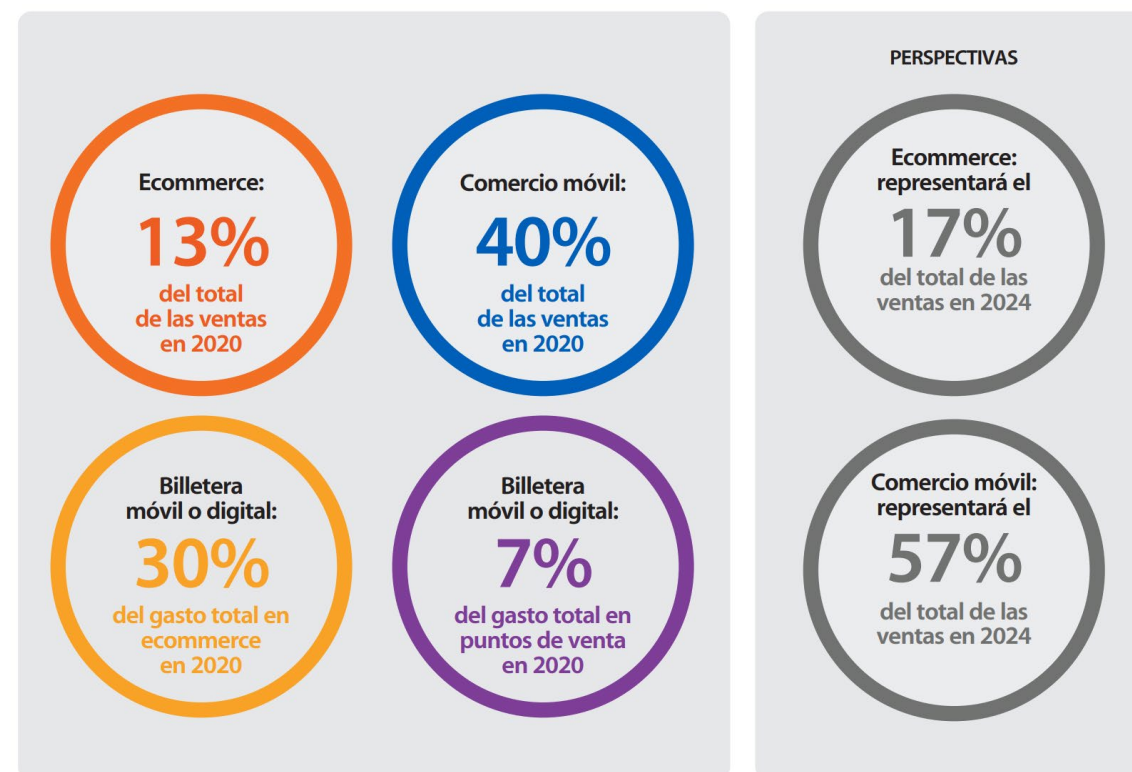


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WorldPay

9. Pagos móviles

Continuará el crecimiento de los pagos móviles (I) - España

- ▶▶ En los próximos años, las tendencias apuntan a que el gasto del total de los pagos digitales realizados desde el móvil ascenderá, pasando de 36 mil millones de dólares en 2020 a los 76 mil millones en 2024 y superando los pagos realizados desde ordenador.

Perspectivas de crecimiento de los pagos digitales en España

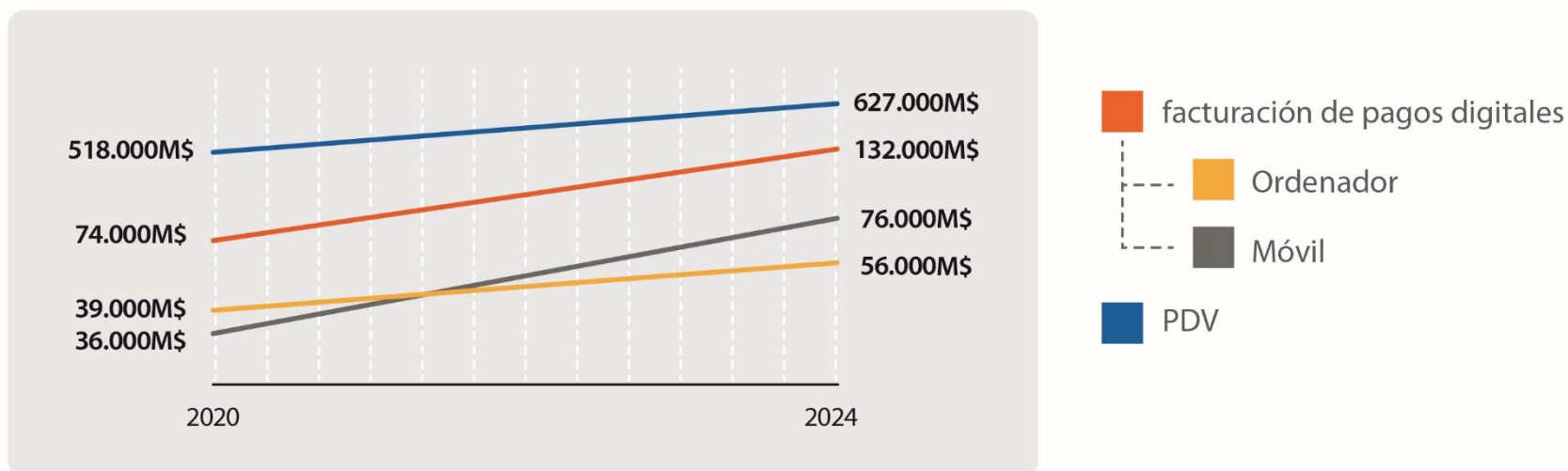


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de WorldPay

9. Pagos móviles

Continuará el crecimiento de los pagos móviles (II) - España

- ▶▶ Para realizar estos pagos, los españoles utilizamos principalmente Samsung Pay, seguido de Google Pay.
- ▶▶ Las Apps de pagos/billeteras de CaixaBank y Sabadell ocupan el tercer y cuarto lugar del ranking de Apps más utilizadas por los españoles para realizar pagos desde el móvil, seguida de Twyp de ING.

Top aplicaciones de pagos móviles en España

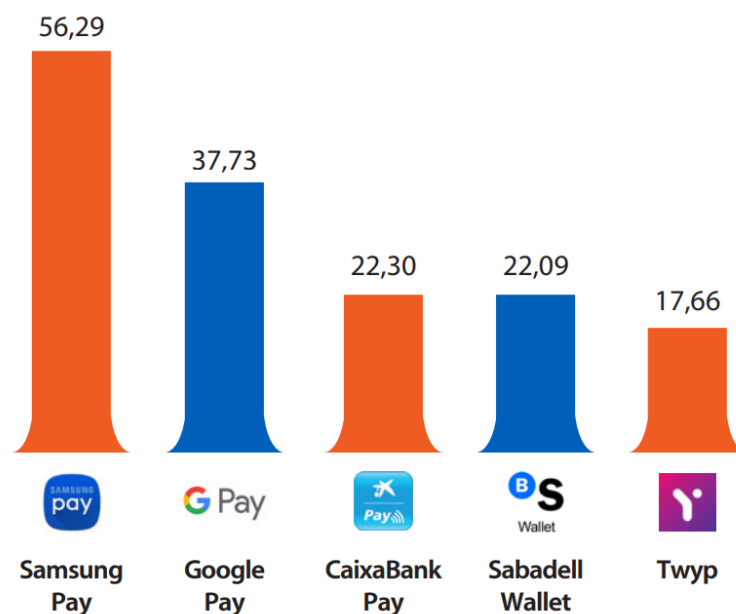


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos Smartme Analytics

9. Pagos móviles

Adopción de los pagos inmediatos en España - España

- ▶▶ España es uno de los países en los que mas rápido se están desarrollando los pagos inmediatos, gracias a la altísima penetración de Bizum, que permite realizar pagos en menos de 5 segundos.
- ▶▶ Los pagos instantáneos continúan aumentando en nuestro país, suponiendo ya un 2,5% del total de los pagos electrónicos.

Evolución del porcentaje de pagos electrónicos en España que corresponde a transacciones realizadas a través de pagos inmediatos

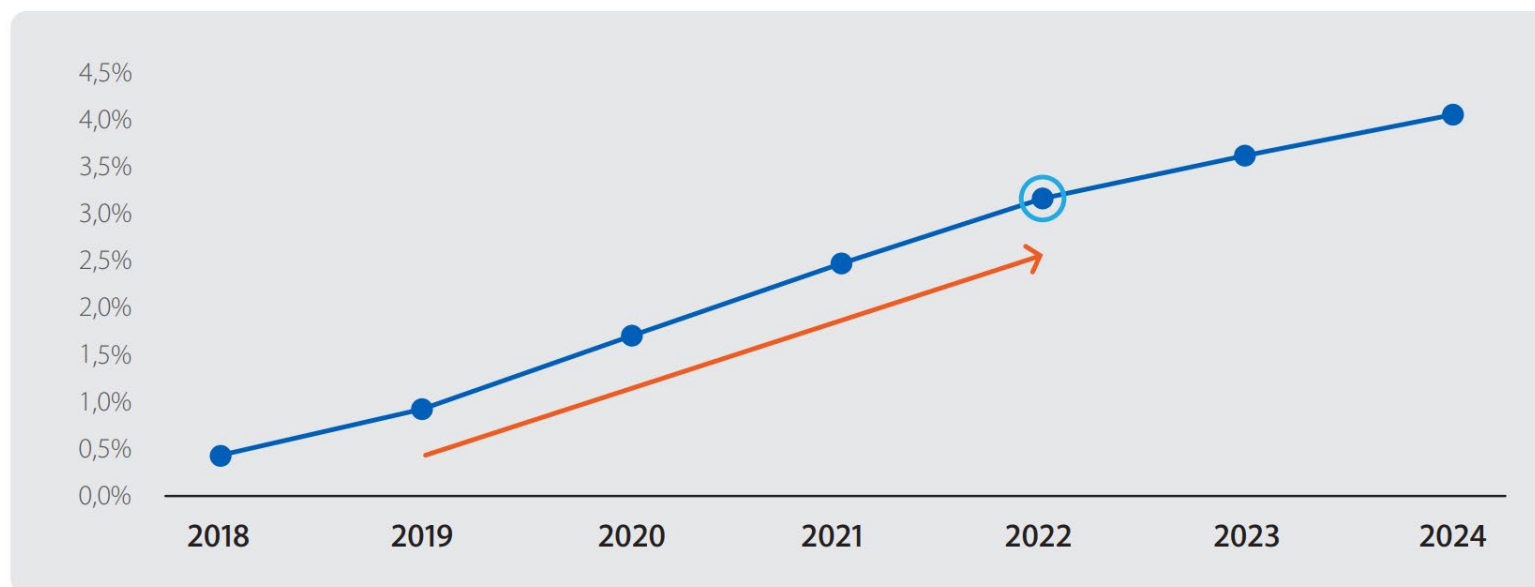


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de ACI

CRÉDITOS

Fuentes y referencias

Créditos

Fuentes y referencias usadas y consultadas para la elaboración del informe

- ▶ Accenture - 2020 Global Banking Consumer Study
- ▶ ACI - Prime Time for Real-Time Report
- ▶ Adjust - Varios informes
- ▶ AgileIntel Research - Infografía
- ▶ AIMC - ¿Los internautas han cambiado? Navegantes en la red 2021
- ▶ Airnow Data - Infografía
- ▶ App Annie - Varios Informes
- ▶ Apptentive - 2021 Mobile App Engagement Benchmark Report
- ▶ Business Insider - Varios Artículos
- ▶ Business of Apps - App statistics 2021
- ▶ Capgemini - World Retail Banking Report 2021
- ▶ Cetelem - Ecommerce 2020
- ▶ Cinco Días - Varios Artículos
- ▶ CPP - Fraude seguros móviles en España
- ▶ Deloitte - Digital Banking Maturity 2020
- ▶ El Economista - Varios Artículos
- ▶ El País - Varios Artículos
- ▶ eMarketer - Varios artículos
- ▶ Expansión - Varios Artículos
- ▶ Entersekt / PYMNTS.com - Mobile Banking App Report
- ▶ Finserv - Varios Informes
- ▶ Fundación BBVA - Actitudes ante la tecnología y usos de las tics en la sociedad española en el marco del Covid-19
- ▶ GWI - Varios informes
- ▶ GSMA - State of Industry Report on Mobile Money 2021
- ▶ IAB Spain - Varios Informes
- ▶ Instituto Nacional de Estadística (INE) - Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares 2020
- ▶ Juniper Research - Varios Informes
- ▶ La Vanguardia - Varios Artículos
- ▶ Mastercard - Emerging Payments Infographic
- ▶ McKinsey - Varios informes
- ▶ MeaWallet - Varios Artículos
- ▶ MMA / WARC - Varios Informes
- ▶ Oney - European Consumer Trends 2020/2021
- ▶ Payvision - Mobile Payments Report 2020
- ▶ pCloud - Infografía
- ▶ Pecunpay - Estudio pago móvil en España
- ▶ Quivo Monetate - Ecommerce Quarterly Benchmarks 2020
- ▶ Sensor Tower - Infografía
- ▶ Smartme Analytics - Varios Informes
- ▶ Statista - Varios Informes
- ▶ We are Social - Digital 2021
- ▶ Worldpay / FIS - The Global Payments Report
- ▶ Xakata Móvil - Varios artículos
- ▶ Fotos: Unsplash / Pexels

PRESENTACIÓN

Sobre ditrendia

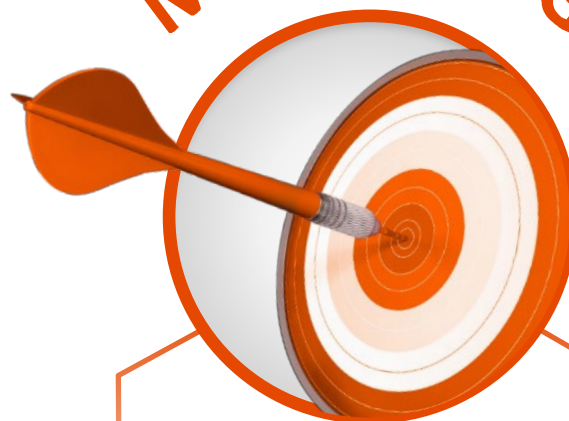
Ayudamos en estrategia de marketing y ventas digitales desde hace 25 años

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

Algunos ejemplos de proyectos que realizamos para nuestros clientes

digital

Estrategia

- ▶ Ayudamos a sacar partido a tu estrategia digital

Auditorías

- ▶ Auditorías de tu presencia digital, web, móvil o social

Ventas

- ▶ Rediseñamos tu presencia digital con enfoque comercial

marketing

Inbound

- ▶ Complementamos tu plan de marketing con técnicas inbound

Experiencial

- ▶ Redefinimos procesos para mejorar la experiencia cliente

Conversacional

- ▶ Establecemos los flujos de comunicaciones con tus clientes

trends

Insights

- ▶ Estudios para conocer las motivaciones de tus clientes

Vigilancia

- ▶ Analizamos tus competidores para detectar oportunidades

Observatorio

- ▶ Analizamos las tendencias con proyección estratégica

Otros informes y libros que te pueden interesar



Informe Descubriendo al
Nuevo Consumidor - 2021



Tendencias de Marketing Entidades
financieras y aseguradoras - 2020



El Futuro de la
Banca, los
Seguros y los
clientes tras la
crisis de 2020 -
2020



El Futuro de
la Banca, los
Seguros y el
Marketing -
2019

