



Informe ditrendia 2016: Mobile en España y en el Mundo

Gracias por tu interés en la tercera edición del [Informe Mobile en España y en el Mundo](#) que recoge el testigo al Informe de Internet en España y en Mundo que veníamos realizando desde 2001.

Pero esto evoluciona muy rápido y los cambios cada vez ocurren en menos tiempo, así que hay que estar muy atento a las variaciones en el entorno para poder tomar decisiones en nuestra actividad profesional.

Por ejemplo, en el primer trimestre de este año 2016, en EEUU [se dieron más altas de líneas de datos móviles en coches que en teléfonos](#)... así que no pienses que esto del Internet de las cosas (IoT) es algo lejano y futurista, sino que es algo que ya está aquí.

Las cosas y coches conectados tienen que abrirnos la mente para ver qué nuevos servicios podemos ofrecer a nuestros clientes

Este año además estamos de celebración en [ditrendia/tatum](#) ya que [cumplimos 20 años](#).

En estos años hemos ido creciendo con internet y evolucionando con él, centrándonos ahora en guiar a las empresas para que aprovechen todo el potencial que la transformación digital, mobile y social nos ofrecen a nuestra actividad comercial y de marketing.

Como siempre, esperamos que este informe (el más completo hasta la fecha, con más de 100 páginas y más de 70 gráficos), te resulte de utilidad y te permita estar al día en este entorno tan cambiante.

Y cualquier cosa que necesites, no dudes en ponerte en contacto con nosotros.

Muchas gracias como siempre por tu atención.

Fernando Rivero
CEO [ditrendia](#) – Dir. Asociado [tatum](#)





Resumen ejecutivo

El móvil en el mundo

- ▶ A finales de 2015 la penetración de teléfonos móviles en el mundo ascendió al 97%.
- ▶ El número de dispositivos móviles a nivel global alcanzó los 7,9 mil millones, más que personas hay en nuestro planeta.
- ▶ Solo cuatro regiones en el mundo tienen una penetración del móvil menor del 100%.
- ▶ En Europa, 78 de cada 100 habitantes cuenta con un teléfono móvil inteligente (smartphone).
- ▶ El tráfico global móvil crecerá cerca de 8 veces entre 2015 y 2020.
- ▶ En 2019 el vídeo móvil supondrá el 72% de todo el tráfico global de datos móviles.

El móvil en España

- ▶ Los teléfonos móviles inteligentes en España, representan ya el 87% del total de teléfonos móviles, lo que sitúa a nuestro país en a primera posición a nivel europeo.
- ▶ Tenemos más teléfonos móviles inteligentes que ordenadores: Un 80% de los españoles tiene un smartphone. mientras que solo un 73% tiene ordenador (ya sea de sobremesa o de portátil).
- ▶ La edad de inicio es mucho más temprana. En 2015, un 98% de los jóvenes de 10 a 14 años contaba ya con un teléfono de última generación con conexión a Internet. En España, los niños de 2 a 3 años utilizan habitualmente el móvil de sus padres.
- ▶ En España, el tráfico a través de datos móviles se multiplicará por 7 entre 2015 y 2020, lo que supone un incremento interanual del 46%.





La tablet

- **Las ventas de las tabletas** (tablets) **han caído en el mundo**: El año pasado se vendieron 206,8 millones de tablets en el mundo, lo que supone un 10% menos que en 2014.
- Pese a ello, durante el último mes **casi la mitad de la población afirma haber utilizado la tablet**, especialmente para jugar, usar las redes sociales o leer libros electrónicos (eBooks).
- **En España sin embargo aún crecen las ventas**: ya hay al menos una tablet en tres de cada cuatro hogares (lo que supone una penetración del 72% y un crecimiento de 9 puntos respecto al año anterior).
- Más de la mitad de los españoles utiliza la tablet para acceder a la red al menos una vez al día.

Dispositivos conectados y wearables

- **En 2020 existirán más de 50 mil millones de dispositivos conectados en el mundo**, (sumando todas las categorías).
- **Los accesorios digitales corporales (wearables) son el mercado que más se va a desarrollar** en los próximos años, alcanzando unas ventas globales de más de 5,8 mil millones de dólares en 2018.
- **Los smartwatches son las grandes estrellas del momento**, pasando de los 5 millones de unidades vendidas en 2014 a los 35 en 2015.
- Un 56% de los españoles ya utiliza el smartphone o la tablet como control remoto para algún servicio de domótica, mientras que otros dispositivos como los smartwatch, aunque son muy conocidos, no son excesivamente utilizados.
- Más del 50% está algo o muy interesado en los dispositivos conectados.





Hábitos de consumo móvil

- ▶ En el mundo más de la mitad de las visitas que reciben los grandes buscadores proceden ya del móvil y un 62% del tiempo total pasado por los usuarios en el mundo online ya se realiza desde smartphones y tablets.
- ▶ Cada vez somos más adictos a nuestro teléfono: lo comprobamos una media de 150 veces al día, dedicándole cerca de 177 minutos al día.
- ▶ Los españoles principalmente lo utilizan para acceder al correo electrónico (87%), mensajería instantánea (82,8%) y navegar por la red.
- ▶ De media, un español utiliza su smartphone 3h 23m diarios mientras que pasa en la tablet una media de 1h 41 minutos.

Móviles y aplicaciones

- ▶ En el mundo, el uso de aplicaciones (apps) ya supone el 54% del tiempo gastado en el mundo digital.
- ▶ La selección de apps se realiza principalmente por las apps store, aunque las recomendaciones de amigos (61%) y las redes sociales (30%) son otras de las fuentes utilizadas.
- ▶ Los usuarios se van acostumbrando a pagar por su uso. De hecho el número de usuarios que ha pagado por una app ha aumentado hasta situarse en el 46% de los españoles.
- ▶ El perfil del usuario medio de apps en España es una persona de 25 a 34 años, de Madrid, Barcelona o Granada que dedica a las apps una media de 1,4 horas desde la tablet y 3 horas desde el smartphone.





Móviles y redes sociales

- ▶ En España el 41% de la población accede a las redes sociales desde el móvil, lo que nos sitúa prácticamente en el medio de la tabla si nos comparamos con otros países, y muy por encima de la media global del 27%.
- ▶ Los jóvenes son los más aficionados a usar las redes sociales desde el móvil. Los usuarios entre 18 y 34 años dedican una media de 29,6 horas al mes a las redes sociales, mientras que los mayores de 55 tan solo 18,3 horas.
- ▶ Facebook es móvil: el 70% del total de usuarios de la red solo accede a ella a través del móvil, y esta tendencia parece que irá en aumento hasta alcanzar el 75% en 2018.
- ▶ Snapchat ha irrumpido de manera destacada, especialmente entre los usuarios más jóvenes. En 2015, un 58% de los usuarios de entre 18 y 24 años ya contaba con la app de Snapchat en su móvil.

Mobile-commerce

- ▶ Las compras a través de móviles (m-commerce) en el mundo están creciendo casi tres veces más que el e-commerce tradicional y desplazando a las compras a través de tablets.
- ▶ El perfil del comprador móvil tipo en Europa es el de un hombre (61%) de entre 25 y 34 años (74%) que compra principalmente productos electrónicos (39%) o ropa (33%).
- ▶ En España, 6 de cada 10 usuarios de móvil afirma que ya ha utilizado alguna vez su dispositivo para realizar compras.
- ▶ Preferencias de compra: los españoles prefieren comprar desde el móvil a través del sitio web, compran principalmente productos de ocio (31%), moda (28%) y viajes (21%) y su método de pago preferido continua siendo PayPal.





El móvil en el proceso de compra

- ▶▶ El móvil aparece cada vez con mayor frecuencia a lo largo de los procesos de compra. En el mundo, el 82% de los usuarios de móviles aseguran que utilizan sus teléfonos móviles para buscar información sobre productos antes de realizar una compra.
- ▶▶ En España, 9 de cada 10 usuarios asegura que utiliza el móvil en alguna ocasión durante el proceso de compra, ya sea para buscar información sobre los productos (80%), para comparar precios (78%) o buscar opiniones de otros usuarios (72%).

Marketing móvil

- ▶▶ La inversión en marketing móvil en el mundo creció un 38%.
- ▶▶ El 86% de los/as directores/as de Marketing considera que sus campañas a través de los móviles son efectivas o muy efectivas.
- ▶▶ Las trabas que los/as directores/as de Marketing perciben en sus compañías para abordar campañas de marketing móvil son la incapacidad de la empresa para medir su efectividad, la falta de presupuesto o una errónea percepción del concepto de conversión móvil.
- ▶▶ En España, la inversión en marketing móvil representa tan solo el 4,1% de la inversión total de publicidad digital, lo que supone unos 42,9 millones de euros. De esta inversión, la mayoría se destinó a acciones de publicidad display (77%) y buscadores (23%).
- ▶▶ El reto de la publicidad mobile son los Ad-blockers: un 37% de los usuarios móviles afirman utilizar bloqueadores de anuncios para su móvil y un 42% asegura que le gustaría hacerlo.





Banca móvil

- ▶ En los últimos 5 años, la adopción de la banca móvil se ha duplicado, mientras que el acceso a la banca a través de la tablet se ha multiplicado por 8,5: se espera que el número total de usuarios de banca móvil alcance el 64% a final de 2016.
- ▶ En 2015, por primera vez, el número de accesos a la banca móvil a la semana fue superior a las visitas semanales a las sucursales bancarias en EEUU.
- ▶ Según el 87% de los usuarios españoles, esta adopción de la banca móvil ha cambiado totalmente el modo en el que manejan sus finanzas.
- ▶ La banca móvil es “adictiva”. Solo así se puede entender que el 20% de los usuarios consulte su app de banca móvil una o varias veces al día y que un 42% lo haga varias veces a la semana.
- ▶ BBVA lidera la banca móvil con 7 millones de usuarios en junio de 2015, seguido del Banco Santander con 5,5 millones, CaixaBank con 2,6 millones e ING Direct con un millón, en España.
- ▶ En 2020, los smartphones serán responsables del 80% del mercado de la banca.

Pagos por móvil

- ▶ En 2015 el volumen de transacciones que se realizaron a través de pagos con el móvil superó los 450 mil millones de dólares y se espera que en 2019 esta cifra supere los 1.080 mil millones.
- ▶ Las redes sociales también se suman al pago móvil: Facebook ya permite realizar transferencias de dinero y servicios de pago móvil en los EE.UU y WeChat permite los pagos móviles en China.
- ▶ El consumidor español se sitúa por debajo de la media mundial en el uso de los pagos con el móvil con tan solo un 12%.





Fuentes y referencias

Fuentes y referencias de informes, posts y artículos usados en la elaboración del presente informe:

- » Adobe. The 2015 Ad Blocking Report.
- » AIMC. Encuesta a usuarios de Internet 2015.
- » APP Date. Informe sobre el estado de las apps en España 2015.
- » AppBoy. Marketing campaigns that use Emoji. 2016.
- » Bank of America. Trends in Consumer mobility. 2015.
- » B2B Marketing. How the Internet of Things will change our lives.
- » Cetelem. Observatorio Cetelem ecommerce 2015.
- » CISCO. Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2015–2020.
- » CNMC. Informe Anual 2015.
- » ComScore. US Mobile App Report. 2015.
- » eMarketer. Varios informes y posts.
- » Expansión. Varios artículos.
- » Google. Micro moments guide to winning in mobile 2016.
- » IAB. Spain. Estudio Ad Blockers en España 2016.
- » IAB. Estudio Mobile 2015. IAB. Elogia 2015.
- » IAB. Estudio Redes Sociales 2016.
- » IEB. Estudio Banca 2015.
- » ICT. Facts & Figures. The world in 2015.
- » IDC. Quarterly Wearable Device Tracker 2Q 2015.
- » IDC. Smartphone Vendor Market Share, 2Q 2015.
- » IDC. Worldwide Mobile Phone Tracker, 2016.
- » IDC. Industry Forecasts Compilation, 2020 forecast.
- » ING. International Survey on Mobile Banking.
- » Javelin. 2015 Mobile Banking, smartphone and tablet Forecast.
- » Mobile Money or development: Facebook: The New Game Changer for Mobile Payments & Remittances.
- » MMA Spain. Estudio Inversión en publicidad digital.
- » Outsell. Outsell's Annual Advertising and Marketing Study 2016.
- » PwC. Encuesta mundial banca digital.
- » PwC. Informe medios de pago.
- » PwC. Informe Total Retail.
- » PwC e IE Business School: Los medios de pago, un paisaje en movimiento.
- » Regalix. State of B2B Mobile Marketing 2015.
- » Statista. Activities on tablets past 30 days.
- » Statista Tasa de penetración sistemas operativos en España.
- » Samsung. Estudio Techonomic Index 2015.
- » Telefónica. La Sociedad de la Información en España 2015.
- » The Financial Brand. Varios artículos.
- » We are Social. Digital in 2016.

DIGITAL



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

MARKETING



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

TRENDS



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

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



 Estamos en las oficinas de Tatum
en la Calle Basilica, 19 Planta 3 -
Madrid 28020 (Spain) o en el Tel
+34 915983900

ditrendia
digital marketing trends

Si desea enviarnos sus comentarios o solicitarnos más información respecto a estos Informes o respecto a nuestros servicios, puede contactar con nosotros a través de:

hola@ditrendia.es ó del (+34) 91 598 39 00