



Mobile en España y en el Mundo 2015

El año pasado, lanzamos el primer **"Informe ditrendia: Mobile en España y en el Mundo"** tras 13 años realizando el "Informe de Internet en España y el mundo" con la intención de transmitir la importancia que tiene Internet para las organizaciones.

Este informe quiere poner de manifiesto la importancia que los dispositivos móviles supone tanto para usuarios como para organizaciones.

Lo mobile, que incluye tanto móviles y tablets, como la inminente masificación de los accesorios digitales corporales (wearables) y del internet de las cosas (IoT-Internet of Things), ha supuesto estar siempre conectados, ha modificado nuestra forma de relacionarnos y está llevando a transformar tanto a sectores, como la banca o los medios de pago, hasta funciones, como el marketing, las ventas o la atención al cliente.

Y es precisamente esta transformación la que abre un abanico nuevo de posibilidades para todas las compañías que quieran comprender la importancia que lo digital y lo mobile tiene en su futuro.

Estar siempre conectados abre un mundo de oportunidades para mejorar la experiencia de nuestros clientes y diferenciarnos

Desde **ditrendia** llevamos más de 19 años ayudando a empresas a sacarle partido a Internet con una visión de negocio, por lo que quedamos a su disposición para asesorarle y guiarle en las posibilidades que la transformación digital y mobile puede brindar a su organización.

Esperamos que la información que hemos seleccionado, ordenando y sintetizando en este informe le resulten de interés y le permita estar al día en este entorno tan cambiante. Y si necesita alguna de las gráficas para utilizarlas, no dude en solicitárnosla.

Muchas gracias por su atención.

Fernando Rivero
CEO **ditrendia** – Dir. Asociado **tatum**





Índice

Introducción	2	F. Uso de las apps	34
Índice	3	G. Móviles y redes sociales	39
Resumen ejecutivo	4	H. Mobile-commerce	41
A. El móvil en el mundo	10	I. Banca y pagos móviles	49
B. El móvil en España	13	J. Marketing móvil	58
C. Tablets	19	K. Tendencias	62
D. Dispositivos y sistemas operativos	24	Fuentes y referencias	65
E. Hábitos de consumo móvil	26	Sobre ditrendia	66



Este informe se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento – Compartir Igual": en cualquier explotación de la obra autorizada por la licencia hará falta reconocer la autoría de **ditrendia** como autora; La explotación autorizada incluye la creación de obras derivadas siempre que mantengan la misma licencia al ser divulgadas. La licencia completa puede consultarse en <http://es.creativecommons.org>

Resumen ejecutivo

El móvil en el mundo

- ▶▶ Con más de 7.300 millones de dispositivos, **el número de teléfonos móviles ha superado por primera vez el número de personas en el mundo.**
- ▶▶ En 2014 se vendieron **1.245 millones de smartphones** en el mundo – lo que supuso un aumento del 28,4% respecto al año anterior.
- ▶▶ Europa del Este es la región que tiene una mayor penetración de móviles alcanzando un 139%, seguida de América del Sur, con un 126%.
- ▶▶ Por primera vez **el promedio de tiempo diario que los usuarios pasan en el móvil** (177 minutos) **superó** el promedio de tiempo que las personas pasan delante **de la televisión** (168 minutos).

El móvil en España

- ▶▶ Nadie usa más el smartphone que nosotros: **España consolidó su liderazgo** en el mercado de teléfonos inteligentes en Europa.
- ▶▶ Del total de líneas móviles activas en España, un **87% son smartphones.**
- ▶▶ 7 de cada 10 españoles que posee un smartphone se conecta todos los días a través de este dispositivo, y **más de la mitad durante más de treinta minutos.**
- ▶▶ El 100% de los españoles que se conectan a Internet lo hacen también desde su smartphone y **el 90% de los usuarios se conecta todos o casi todos los días.**



Penetración de tablets

- El acceso a Internet desde la tablet **augmentó un 14% durante 2014**.
- Un 54,7% de las personas que tiene smartphone también se conecta a Internet a través de la tablet.
- **El 80% de los usuarios de tablets** usan este dispositivo durante **más de una hora al día**.
- Más allá de las actividades tradicionales como es leer el correo o navegar por Internet, se percibe un gran crecimiento en el **visionado de programas de televisión a través de la tablet**, actividad que ya se realiza por un 35% de los usuarios.
- Los españoles pasan casi **dos horas al día** en Internet desde su tablet.

Uso del móvil

- Los consumidores se muestran **más dependientes de sus smartphones**: El 40% de las personas mira la pantalla de su teléfono más de 50 veces al día mientras que el 70% mira su teléfono durante la primera media hora después de haberse despertado.
- El **uso del móvil para la realización de llamadas** y para envíos de SMS **ha descendido**. El envío de mensajes instantáneos, por su parte, continúa en aumento.
- **El 77% de los españoles usa el servicio de mensajería instantánea** por lo menos una vez a la semana. Es la tasa más alta entre los países desarrollados.



Uso de las apps

- ▶ Las aplicaciones son la forma favorita para conectarse desde los dispositivos móviles: casi el 90% del tiempo de conexión se destina al uso de aplicaciones.
- ▶ Cada mes se lanzan 40.000 nuevas aplicaciones al mercado del móvil.
- ▶ Los sistemas Google Play Store y Apple Store ofrecieron en 2014 más de 2 millones de apps a los usuarios.
- ▶ Los usuarios de smartphones prefieren usar aplicaciones a navegar por Internet.

Móviles y redes sociales

- ▶ Facebook es móvil: Más del 50% del tráfico de datos en los países desarrollados pertenece a Facebook
- ▶ Un 70% de sus usuarios se conecta a través del móvil a Facebook una media de 14 veces al día.

Mobile-commerce en el mundo

- ▶ Las compras realizadas desde el móvil crece tres veces más rápido que el e-commerce y está desplazando a las compras que se realizan desde la tablet en todo el mundo.
- ▶ El medio de pago más usado en la compra con móvil es el "PayPal", elegido por el 74% los compradores.
- ▶ Los consumidores han comprado 115.000 millones de dólares desde sus tablets.



Mobile-commerce en España

- ▶ En contra de la tendencia mundial, **en España el comercio electrónico a través de las tablets es el que más crecimiento** está experimentando alcanzando una cuota del 16,20% del total del comercio móvil en 2014.
- ▶ En España, el mobile-commerce **crecerá un 48%** durante este año.
- ▶ Pese a todo, tan **sólo el 42% de las tiendas españolas** asegura **estar adaptada** para la compra por móvil.

Perfil del comprador en mobile-commerce

- ▶ En los dispositivos móviles, **los hombres compran más que las mujeres**: 2,19 millones de hombres realizan compras por el móvil frente a un 2,01 millones de mujeres.
- ▶ El perfil del comprador del mobile-commerce es principalmente: hombre, de edad comprendida entre los **25 y los 34 años** al que le gusta consumir música y libros desde su casa.
- ▶ Este tipo de consumidor visita cinco veces de media la página donde desea realizar su compra e **investiga previamente la tienda y el producto de manera exhaustiva antes de decidirse por su compra**. El 66% consulta videos sobre el producto y el 54% lee las críticas y evaluaciones.
- ▶ **Los usuarios son multicanales** e incluyen cada vez más dispositivos y/o canales en sus procesos de compra. Un 51% afirma buscar información online posteriormente realizando la compra en la tienda, frente a un 17% que hace lo contrario.



Banca móvil

- ▶ Los **usuarios de banca móvil no dejan de aumentar**: A finales de 2014, 800 millones de personas accedían habitualmente a su banco a través del smartphone. Las perspectivas afirman que esta cifra se duplicará en los próximos 4 años.
- ▶ La banca móvil es más común entre los jóvenes. **El 45% de los jóvenes** pertenecientes a la generación Millenials **accede a sus cuentas bancarias únicamente a través del móvil**.
- ▶ **El 72% de los bancos considera que de aquí a 5 años, sus clientes no requerirán ir personalmente a sus oficinas** bancarias debido al auge del uso del móvil.

Pagos móviles

- ▶ **El uso del móvil como forma de pago aumentó** más del 50% en los dos últimos años: Un 25% de los usuarios de smartphones en el mundo ya lo usa y un 32% se plantea usar la banca móvil en el futuro.
- ▶ 2015 va a ser el año del móvil como medio de pago. La tendencia apunta a que **los pagos con móviles en tiendas se incrementarán** en más del 1.000% en todo el mundo durante este año.
- ▶ Obtener descuentos es una de las razones por las que un 60% de los usuarios asegura que aumentaría el uso del pago con el móvil.
- ▶ Pese al **aumento de la penetración de las carteras digitales** (mobile wallet) en el mundo, todavía hay un largo camino por recorrer: Un tercio de las personas no conocen este servicio todavía y otro tercio no tiene interés en utilizarlo.



Marketing móvil

- ▶ Los ingresos de las empresas gracias a la publicidad en teléfonos móviles han pasado de 400 millones de dólares en 2009 a 6.600 millones en el 2014 siendo las previsiones para 2016 de casi 12.000 millones.
- ▶ El 80% de las empresas planea aumentar sus presupuestos de marketing digital en los próximos 18 meses, incluyendo el marketing móvil.
- ▶ Más de la mitad de las empresas españolas asegura que el presupuesto de marketing móvil aumentará hasta un 20% para el año 2015.
- ▶ Un 70% de los profesionales dicen que el móvil se convertirá en una herramienta fundamental para sus estrategias de marketing en los próximos cinco años.

Tendencias

- ▶ En 2016 la mitad de la población tendrá un smartphone y en 2017 la venta mundial de tablets alcanzará 1.000 millones de unidades.
- ▶ En 2020 los smartphones serán responsables del 80% del mercado de banca móvil.
- ▶ 4 de cada 10 personas desea usar el móvil para pagar el transporte público, aparcamiento o la gasolinera.
- ▶ En dos años, el número de personas que comprará a través de un dispositivo móvil llegará a ser de 1.000 millones.
- ▶ Los tablets serán el mayor propulsor de crecimiento en el sector del m-commerce. El comercio por tablet alcanzará los 293.000 millones de dólares en el 2018.





A. El móvil en el mundo

Desde el año pasado, el número de **teléfonos móviles** ha superado por primera vez el número de personas en el mundo: ya hay más de 7.300 millones de teléfonos frente a 7.200 millones de personas.

La popularización de los **smartphones**, por su parte, también batió su propio récord. Nunca hubo tanta gente tan conectada desde sus móviles como ahora. En 2014 se vendieron 1.245 millones de smartphones en el mundo – lo que supuso un aumento del 28,4% en relación al año anterior.

Evolución de los números de smartphones vendidos en el mundo (en unidades)

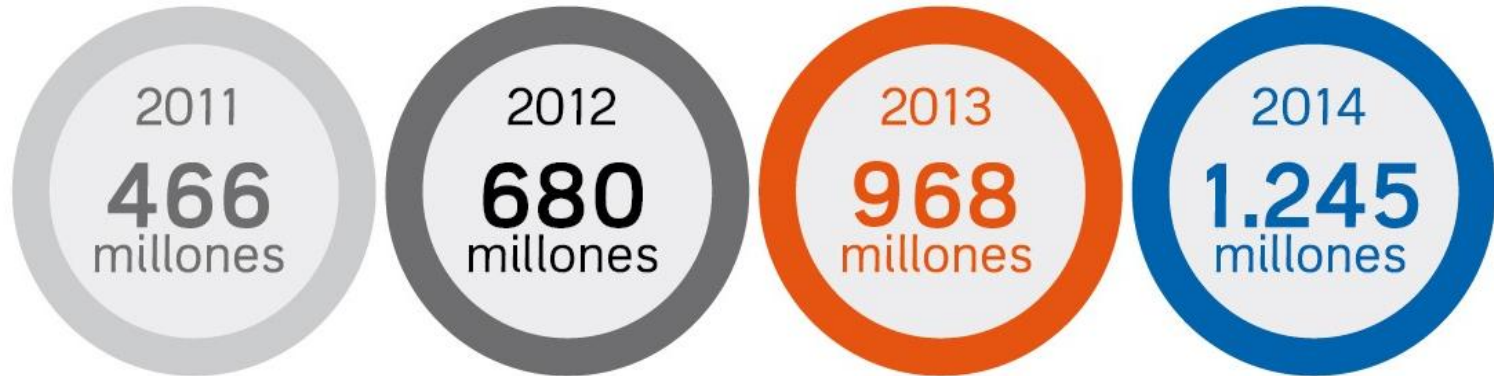
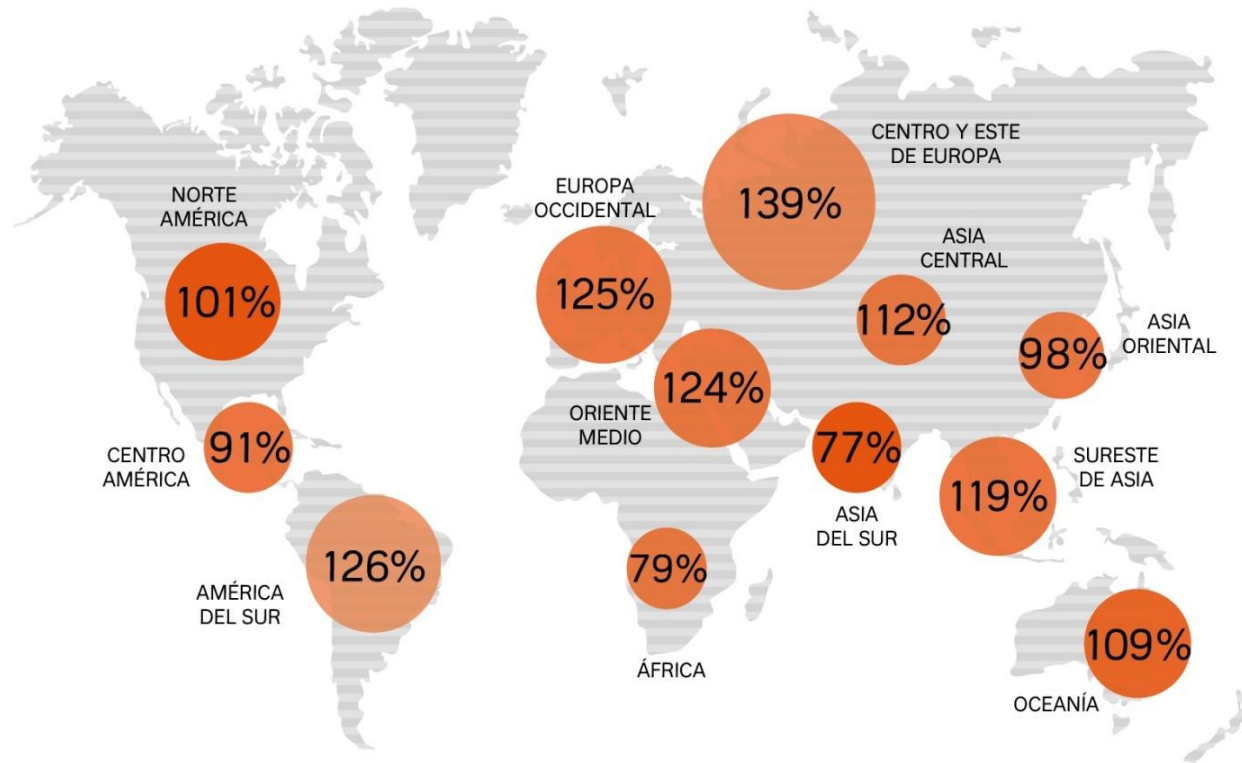


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Gartner



Por regiones, la mayor cantidad de móviles en proporción a la población la encontramos en Europa del Este con una penetración del 139%, seguido de América del Sur con un 126% y Europa Occidental, con un 125%. La penetración más baja se encuentra en el Sur de Asia con un 77% seguido de África con un 79%.

Penetración del móvil en el mundo





El mundo está experimentando un **cambio en la preferencia de uso por dispositivos**. En 2014, y por primera vez la gente pasó más tiempo navegando en Internet desde el móvil que delante de la televisión.

Esta tendencia generalizada es aún más evidente en Estados Unidos, donde los americanos pasaron una media de 168 minutos diarios delante de la pantalla de la televisión (la misma cantidad de tiempo que el 2012), pero 177 minutos en el móvil, lo que supone un aumento del 60% en relación a hace dos años.

Tiempo pasado en dispositivos móviles vs TV

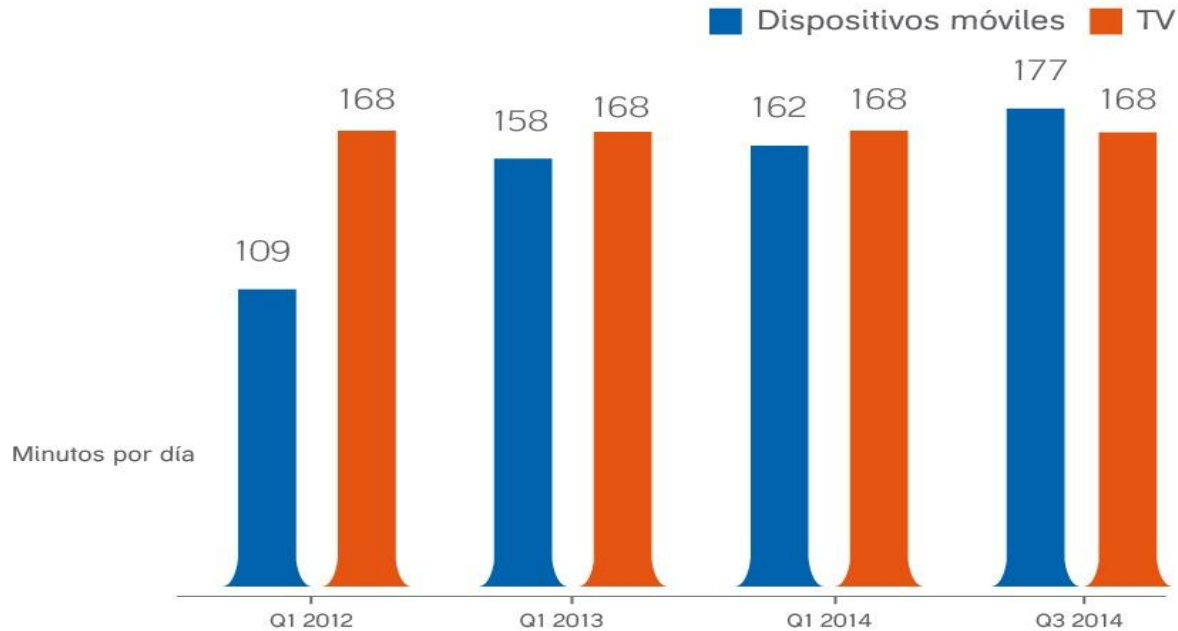


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Flurry



B. El móvil en España

En diciembre de 2014, el número de **líneas móviles** en España – correspondientes a la suma de tarjetas de prepago, post-pago y de datos – superó los 50,6 millones, lo que supone un 1,2% más que el año anterior.

Actualmente el 89% de los españoles mayores de 13 años posee un teléfono móvil, suponiendo una penetración del 118,2%.

Número de clientes de telefonía móvil



Miles de líneas

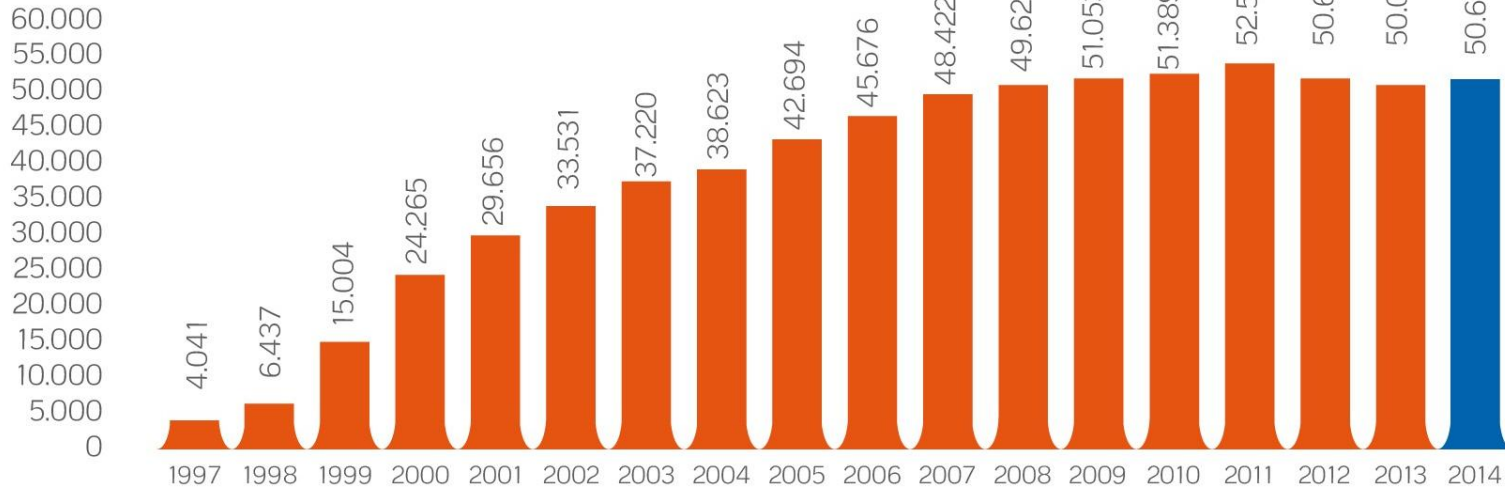


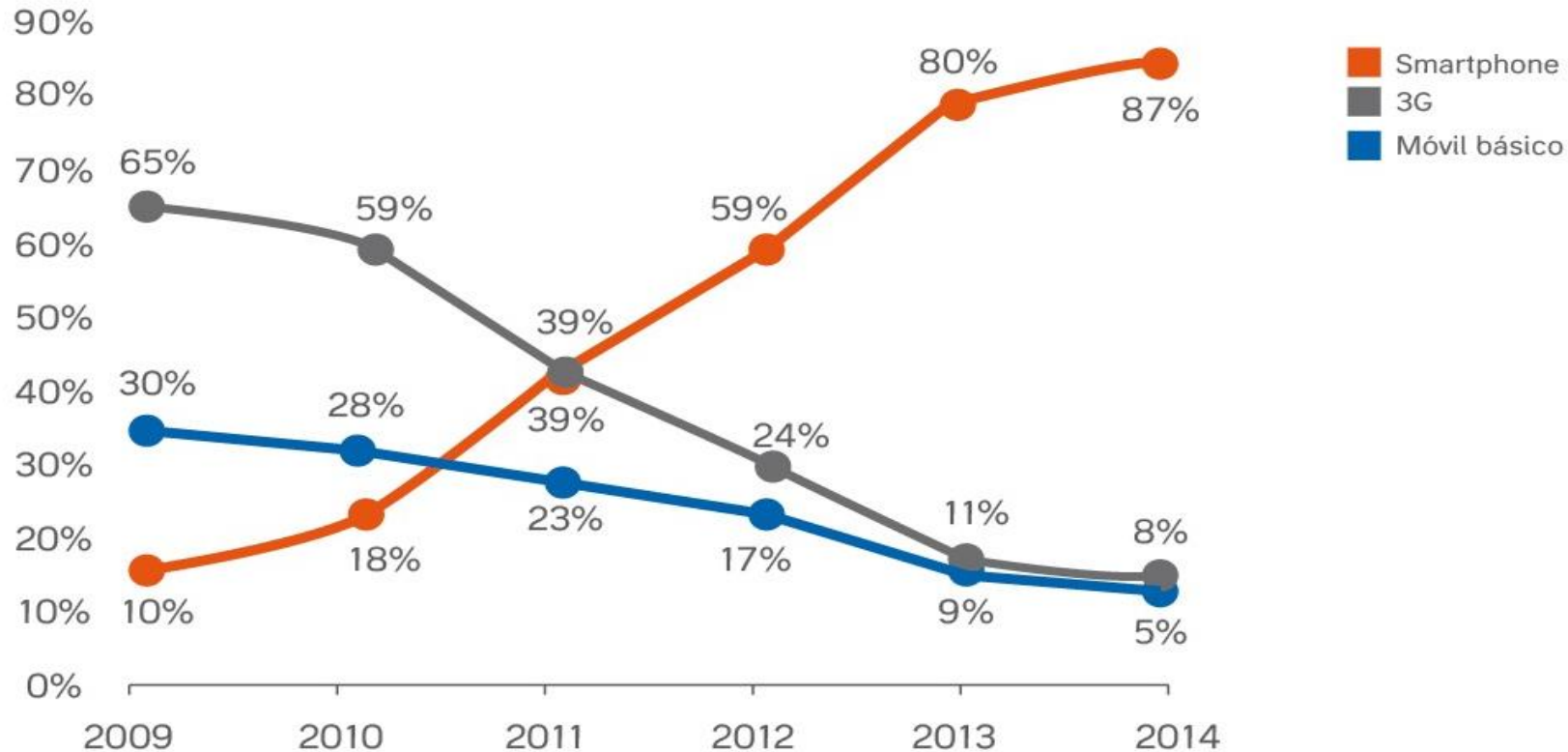
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de CNMC.



B. El móvil en España

Los españoles siguen muy enganchados a sus smartphones. El país consolidó su liderazgo dentro de los países más relevantes de la Unión Europea en **penetración de smartphones**, con un 87% de teléfonos inteligentes sobre el total de móviles, mientras que hace cinco años, sólo 1 de cada 10 españoles tenían un dispositivo así.

Tamaño del mercado de Smartphones en comparación a los modelos básicos





B. El móvil en España

El uso de smartphones ha aumentado en todas las **categorías de edad**, siendo el crecimiento más destacado en los consumidores de la franja comprendida entre 46 y 55 años (que tuvo un aumento de 13 puntos). Aún así, los más conectados siguen siendo los jóvenes donde el 95% de los usuarios tiene un smartphone.

Uso de Smartphone por rango de edad



Grafico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB










B. El móvil en España

Analizando la evolución del uso de los **diferentes dispositivos para acceder a Internet**, en el 2014 el uso de la tablet fue el que experimentó un mayor aumento: Actualmente más de la mitad de los internautas españoles lo usa para acceder a Internet.

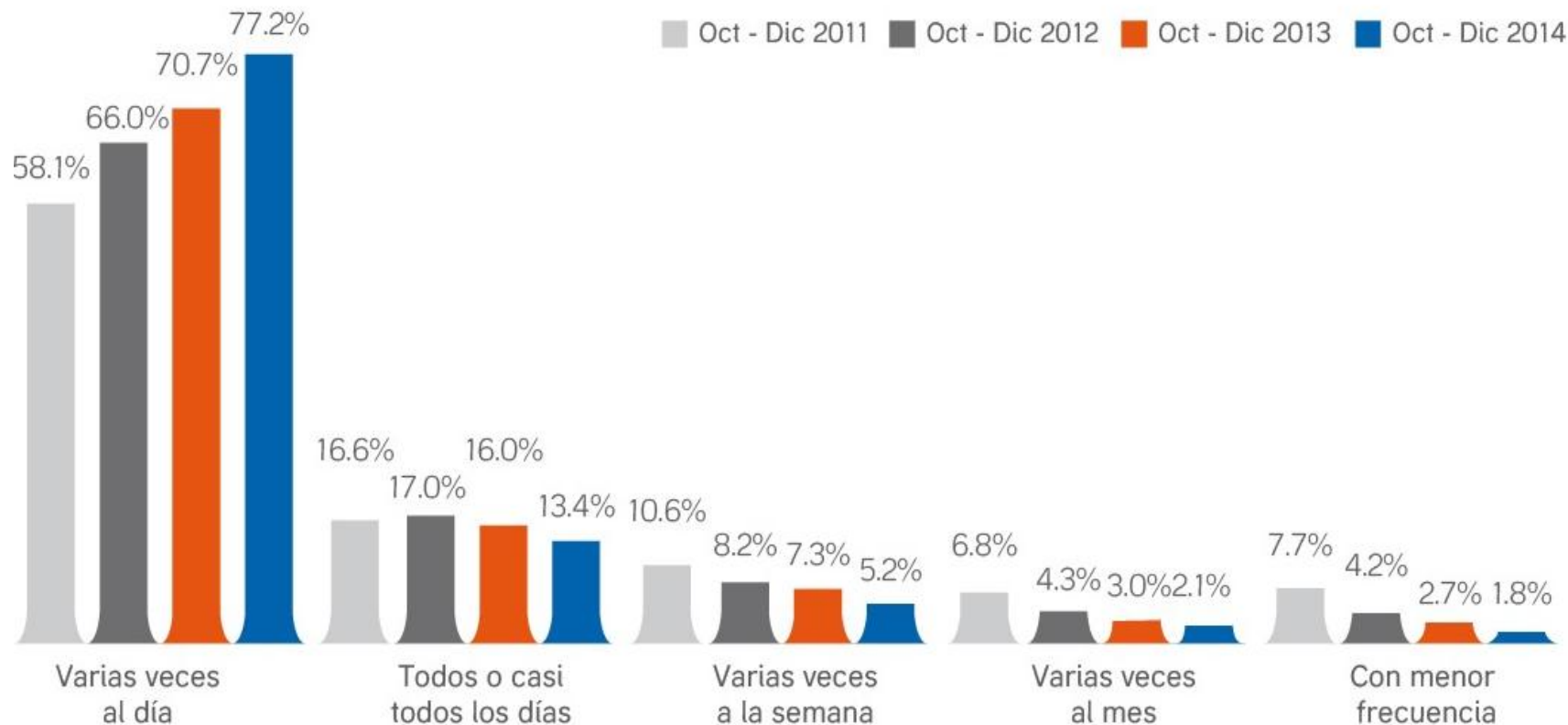
A un ritmo menor pero también en aumento está el **acceso a Internet desde televisores** inteligentes, que hoy ya es usado habitualmente por el 21% de los españoles.

Dispositivos usados por los internautas españoles para acceder a internet: Evolución.

	2012	2013	2014
Teléfono móvil 	100%	100%	100%
Ordenador portátil/ netbook 	86%	81%	82%
Ordenador fijo o de sobremesa 	77%	75%	74%
Video consola de sobremesa 	n/a	55%	56%
Tablet 	23%	43%	57% ▲
Video consolas portátiles 	n/a	41%	40%
Televisor 	18%	23%	31% ▲

El acceso a Internet en España se produce a diario a través del móvil: el **90% de los usuarios de smartphones se conecta a Internet todos o casi todos los días** a través de su Smartphone siendo el 75% el que se conecta varias veces al día.

Frecuencia de acceso a Internet desde diferentes dispositivos

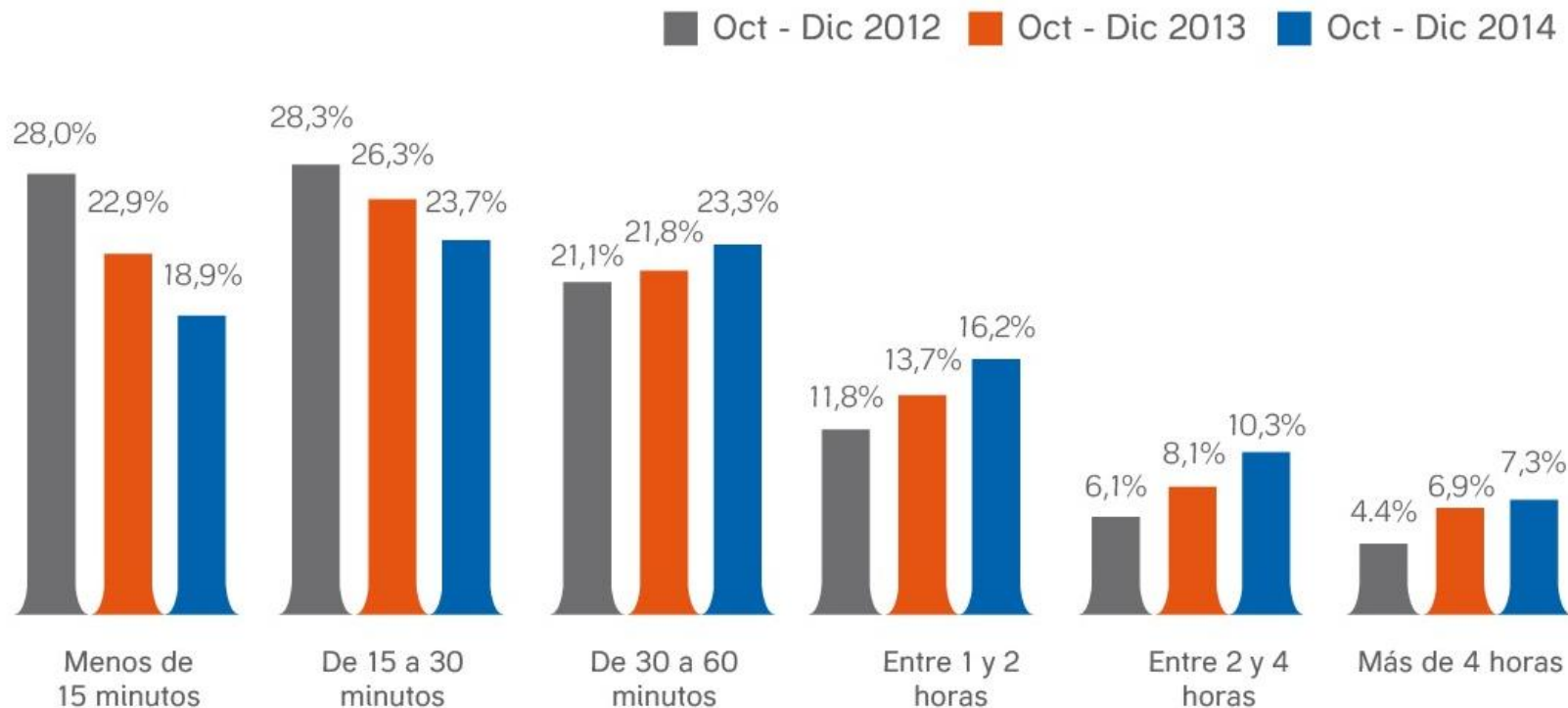




B. El móvil en España

La cantidad de tiempo que las personas están conectadas a Internet desde el móvil ha aumentado de manera destacable en los últimos dos años. Si en el 2012, un 28% de los españoles se conectaba a Internet durante un máximo de tiempo de 15 minutos al día, hoy más de la mitad se conecta diariamente durante más de media hora y **1 de cada 10 está enganchado a su móvil durante más de cuatro horas al día.**

Tiempo de uso diario de Internet a través de teléfono móvil





C. Tablets

El acceso a Internet a través de tablets en España continúa en aumento. Durante 2014, el acceso a Internet desde estos dispositivos experimentó un crecimiento de 11 puntos.

Si hace tres años, 2 de cada 10 personas con smartphone también se conectaba a Internet desde una tablet, en el 2014, el número ascendió al 54,7% de la población.

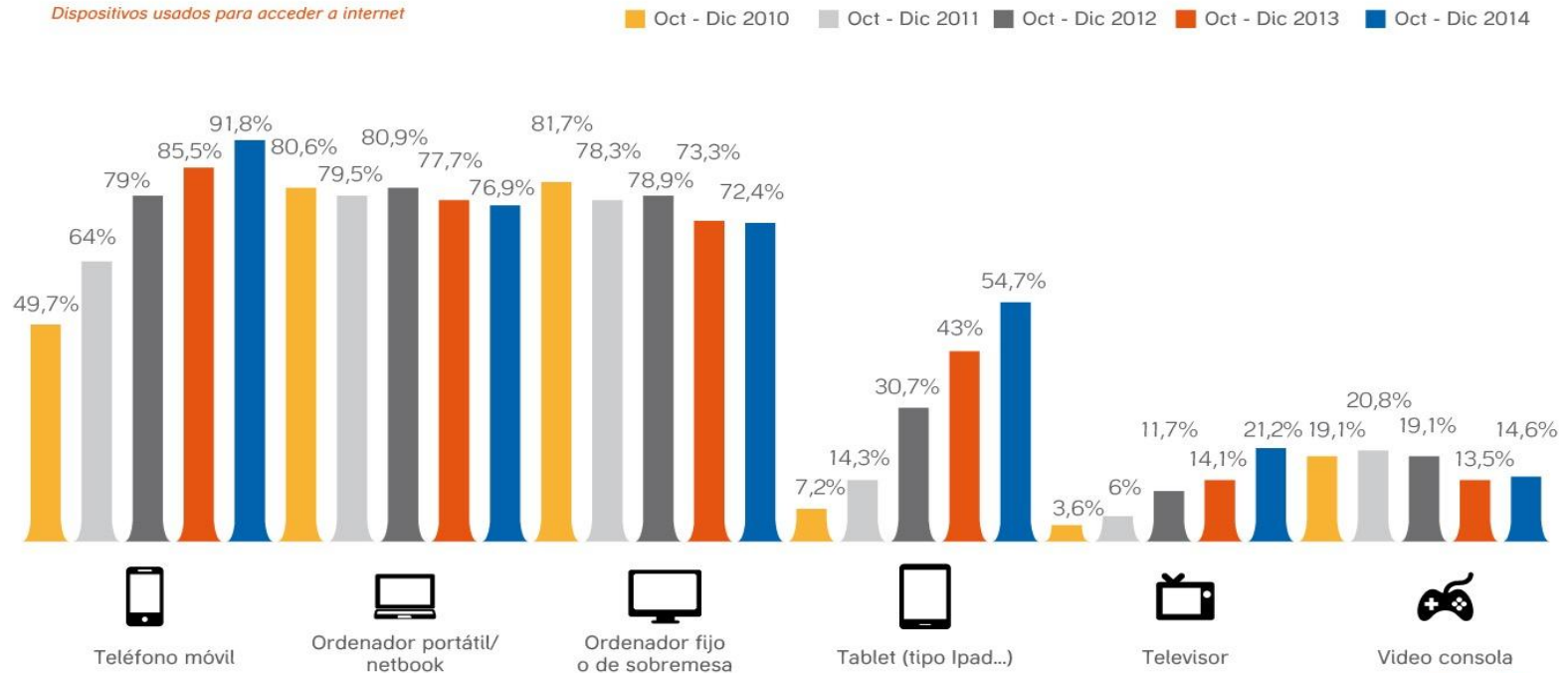
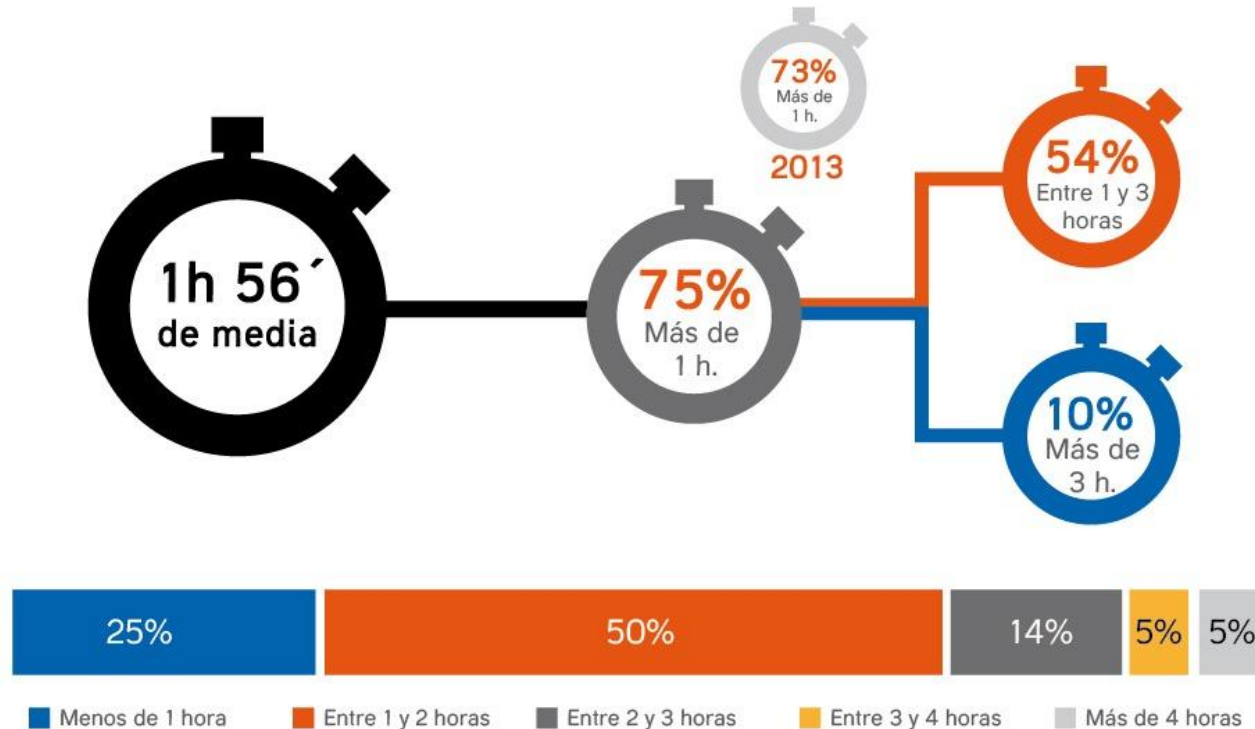


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC

El **promedio de tiempo** que los españoles pasan **conectados a la tablet es de casi dos horas al día**.

Es destacable que casi ocho de cada diez usuarios usa este dispositivo durante más de una hora al día.

Tiempo de conexión diario tablet





Las actividades fundamentales que los españoles realizan en Internet desde su tablet siguen siendo navegar por Internet (77,3%), el acceso al correo (66,2%), visualizar videos (64,3%) y la lectura de noticias (63,1%).

La actividad que más ha crecido durante 2014 ha sido la de ver televisión desde la tablet, con un 35,2% frente al 30,4% de 2013.

Actividades fundamentales en España a través de tablet

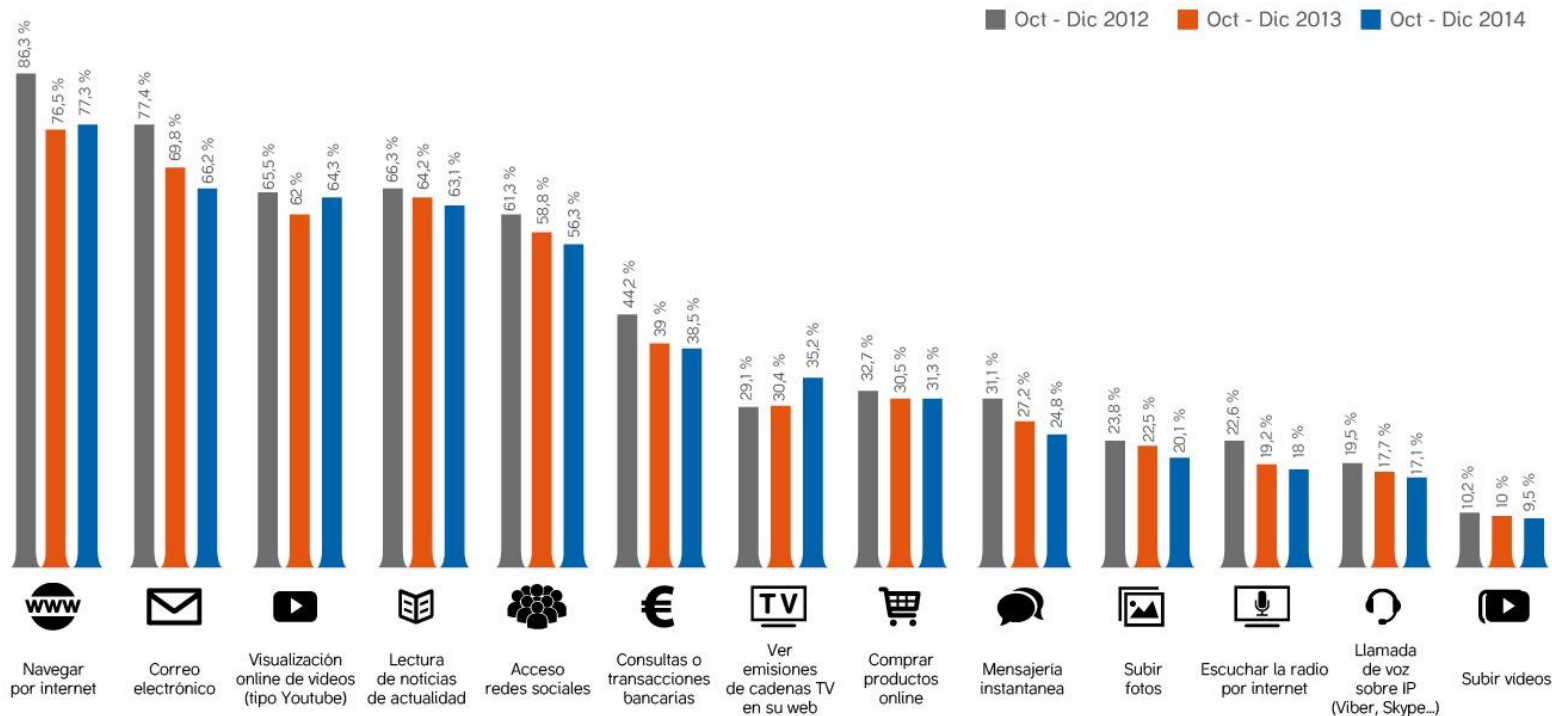


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC



C. Tablets

En el mundo, el año pasado se gastaron casi **115.000 millones de dólares en compras a través de un tablet**. Y es que los usuarios de tablets siguen siendo 3 veces más propensos a comprar que los usuarios de smartphones y entre ellos, si analizamos la compra por sistemas operativos, los usuarios de Apple resultan que son consumidores más intensos. De cada cinco compras, cuatro fueron realizadas desde un iPad.

En España, el **comercio electrónico a través de tablets** es el que más ha crecido durante este último año, alcanzando una cuota del 16,2% del comercio móvil, frente al 12,6% del año anterior.



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Quicksprout

Evolución de las compras realizadas desde tablet por marca

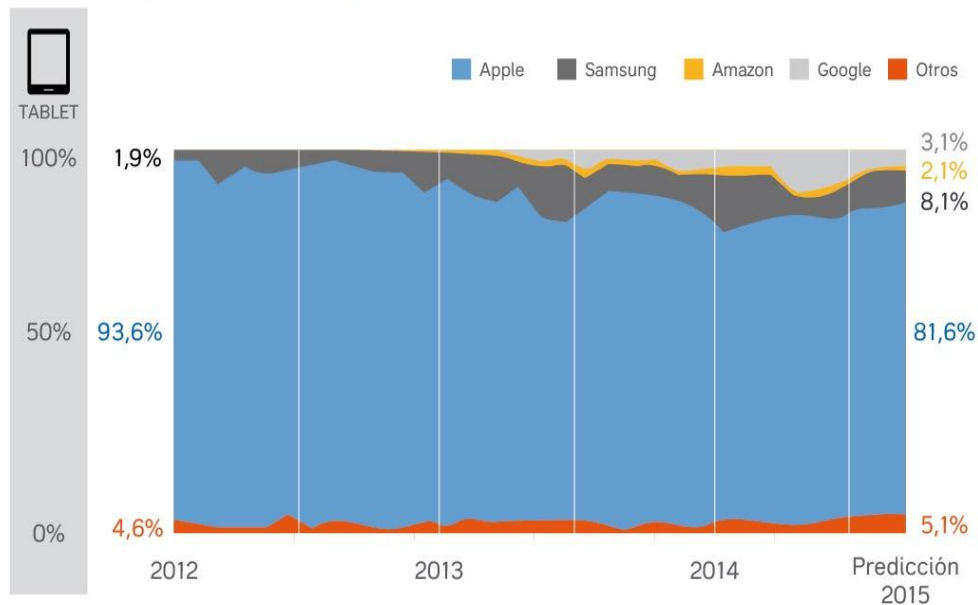


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Custora



¿Cómo se comportan los consumidores que compran a través de una tablet? "Con mucha precaución". Aunque un 30% de los usuarios realizaron una compra el año pasado, la mayoría no vuelve a hacer una compra de manera inmediata.

Este tipo de comprador antes de realizar su compra visita la página donde desea realizar su compra cinco veces de media e investiga la tienda y el producto de manera exhaustiva antes de decidirse por comprar. El 66% ve videos sobre el producto y el 54% lee las críticas y evaluaciones.

Hábitos de consumo del usuario global de tablet



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Usablenet



D. Dispositivos y sistemas operativos

En el mundo, el smartphone es el dispositivo más utilizado para acceder a Internet. Más del 70% de los internautas lo usan y **Android es el sistema operativo que domina este mercado**, con 3 de cada 4 personas, pero bajando ligeramente frente al año anterior.

Le sigue de lejos Apple, que sin embargo ganó cuota de mercado el año pasado alcanzando casi el 20%,

Cuota de penetración de los sistemas operativos en smartphones en el mundo.

	2011	2012	2013	2014
 Android	52,8%	70,4%	78,2%	76,6%
 iOS	23,0%	20,9%	17,5%	19,7%
 Windows Phone	1,5%	2,6%	3,0%	2,8%
 BlackBerry	8,1%	3,2%	0,6%	0,4%
Otros	14,6%	2,9%	0,8%	0,5%

Grafico elaborado por ditrendia a partir de datos de IDC.



D. Dispositivos y sistemas operativos

También en España el sistema operativo más utilizado es Android, seguido de lejos por iOS. Si vemos la evolución, el sistema de Google sigue ganando cuota de mercado y Apple incrementa algo su cuota respecto al año anterior (pero con una cuota ligeramente inferior a la que tiene a nivel mundial).

Blackberry y Symbian van reduciendo progresivamente su participación. Hace sólo tres años, 1 de cada 5 españoles contaba con uno de estos dos sistemas operativos. Hoy apenas alcanzan el 2% entre ambos.

Evolución de la cuota de penetración de los sistemas operativos en smartphones en España

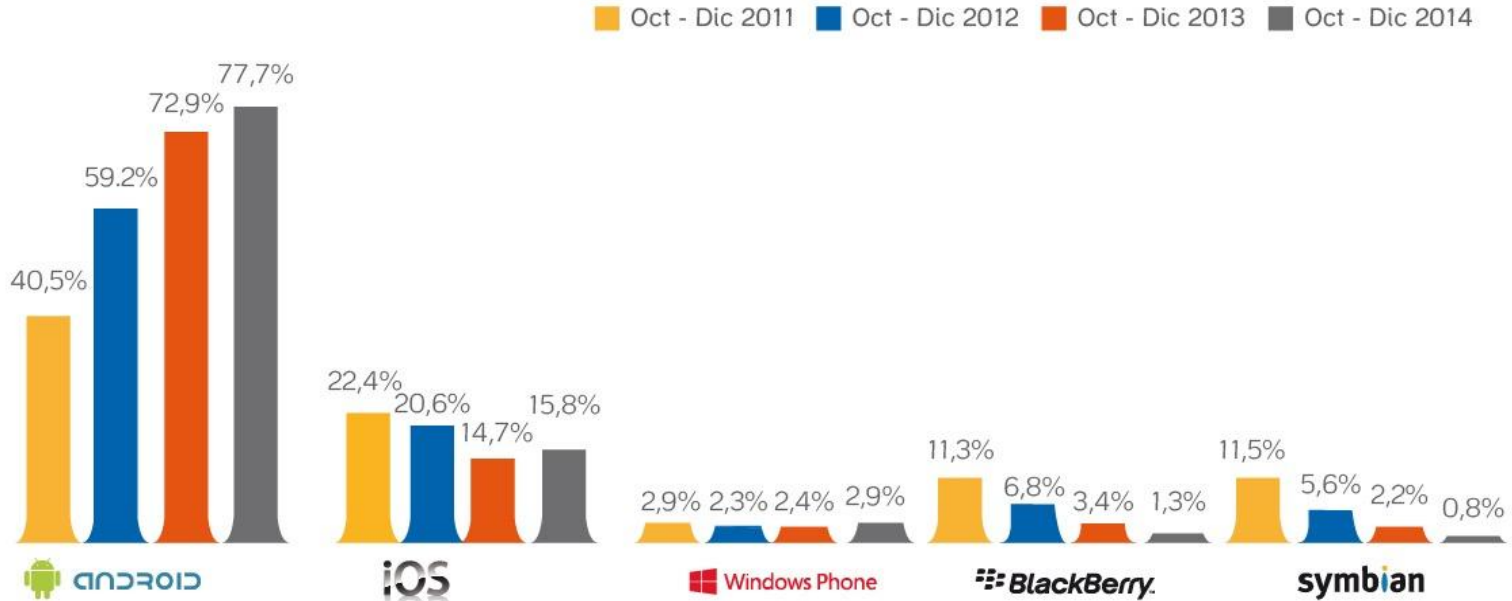


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC



E. Hábitos de consumo móvil

Los smartphones no son dispositivos para dejar en el bolsillo. Consultarlos con frecuencia para realizar actividades mucho más allá que saber la hora o hacer una llamada ya forma parte de los hábitos de los españoles.

Tres de cada diez personas que tiene un smartphone miran su teléfono móvil más de 50 veces al día e incluso un 10% llega a consultarlo más de 100, lo que supone un promedio de una vez a cada cinco minutos.

Nº de veces que mira el smartphone diariamente

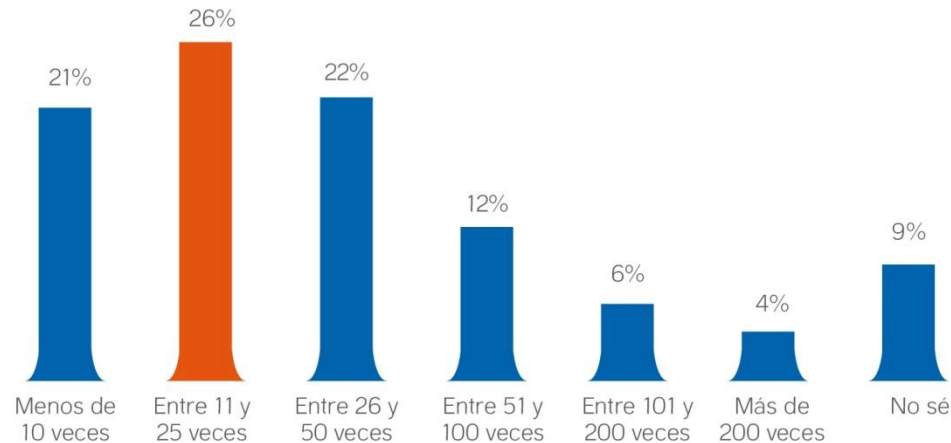


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Deloitte.



E. Hábitos de consumo móvil

Casi la mitad de las personas (46%) mira su teléfono en los primeros **5 minutos después de levantarse** y un 13% lo hace inmediatamente. Una hora después de haberse levantado, 9 de cada 10 españoles ya ha echado un vistazo a su teléfono.

Pero hay una diferencia en lo que se refiere a la edad. Para los jóvenes de entre 18 y 24 años, mirar el teléfono nada más despertarse es una necesidad: el 88% lo mira antes de cinco minutos después de haberse levantado.

Intervalo de tiempo entre levantarse y mirar el smartphone



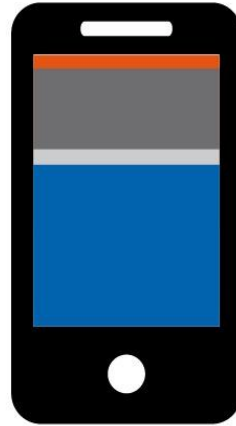
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Deloitte.



E. Hábitos de consumo móvil

Los Millenials son sin duda una generación móvil. En los países desarrollados, un 54% de ellos cuenta con smartphone y un 38% tiene además una tablet.

Dispositivos móviles usados por los Millennials



3% No tiene

38% Tiene tablet y Smartphone

5% Tiene Tablet

54% Tiene Smartphone

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Gemalto



Su vida se centra tanto en estos dispositivos que un **38% de ellos asegura dedicarle más de 5 horas diarias.**

Tiempo dedicado por los Millennials al móvil



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Gemalto





E. Hábitos de consumo móvil

Entre las **actividades más comunes** realizadas desde el smartphone está **conectarse a Internet y enviar mensajes**, para lo que lo utilizan 9 de cada 10 usuarios.

Si comparamos el uso de smartphones y tablets, el móvil también es el dispositivo preferido para acceder a las redes sociales, informarse o hacer búsquedas en Internet. La tablet, por su parte, es el dispositivo preferido para leer y jugar. Además, un 41% de los usuarios afirma utilizar ambos dispositivos al mismo tiempo.

Comparativa de actividades realizadas solo desde Smartphones vs. Actividades realizadas indistintamente desde Smartphones y Tablets

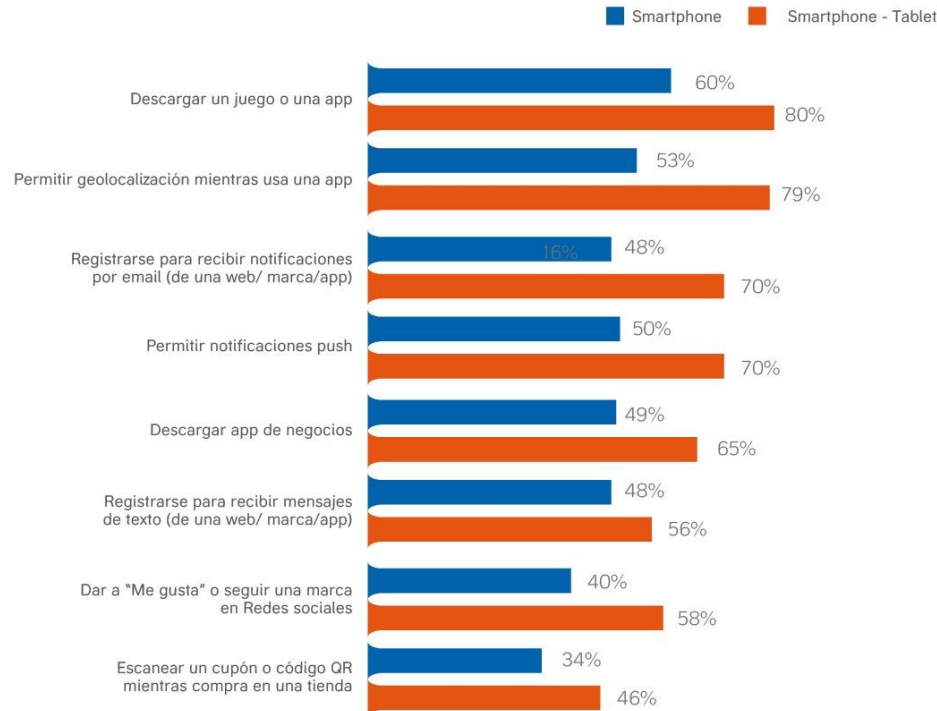


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Salesforce



E. Hábitos de consumo móvil

El smartphone es usado cada vez menos para el envío de SMS y para hacer llamadas de voz. De hecho, el número de personas que envía SMS semanalmente cayó del 53% al 35% entre 2013 y 2014 y el porcentaje de personas que usa su dispositivo para hacer llamadas también disminuyó en un 5% (pasando de un 89% en 2013 al 84% en 2014).

Por el contrario, los **servicios de mensajería instantánea aumentaron** de un 61% a un 77% en el mismo periodo.

Usos semanales de diferentes tipos de tecnologías

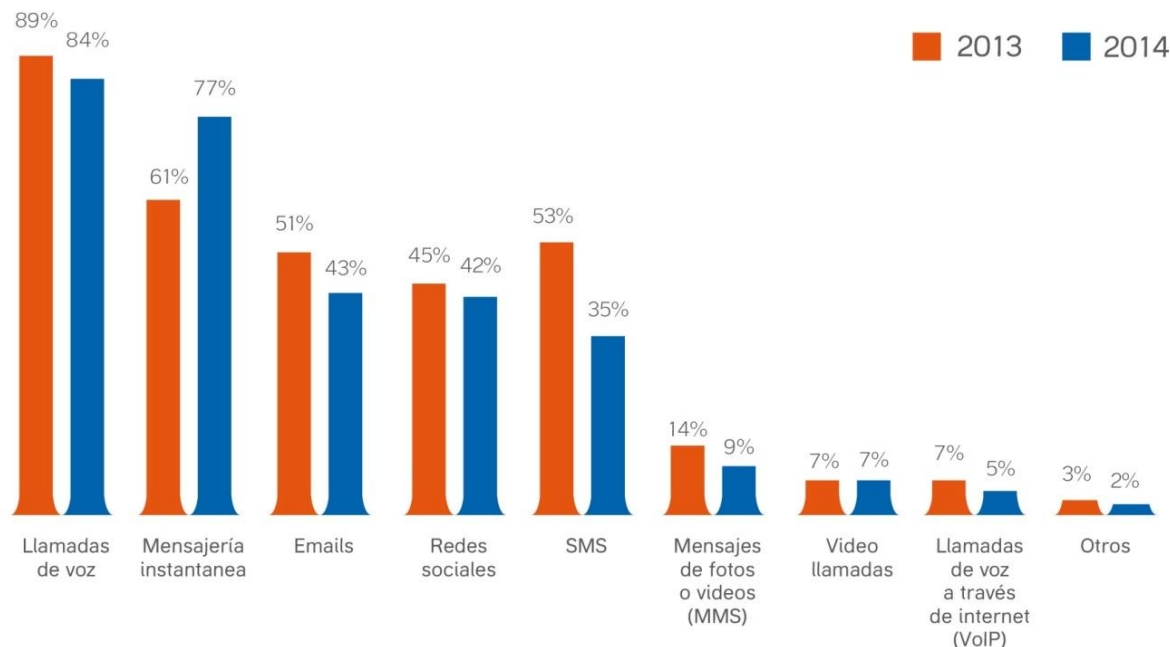


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Deloitte.



E. Hábitos de consumo móvil

En ningún país desarrollado el uso de mensajería instantánea está tan difundido como **en España**. Mientras que en la mayor parte de los países todavía predomina el envío de SMS, en España un **3 de cada 4 usuarios utilizan los servicios de mensajería instantánea semanalmente** (el doble de los que usan SMS).

Usos semanales de diferentes tipos de tecnologías en los países desarrollados.

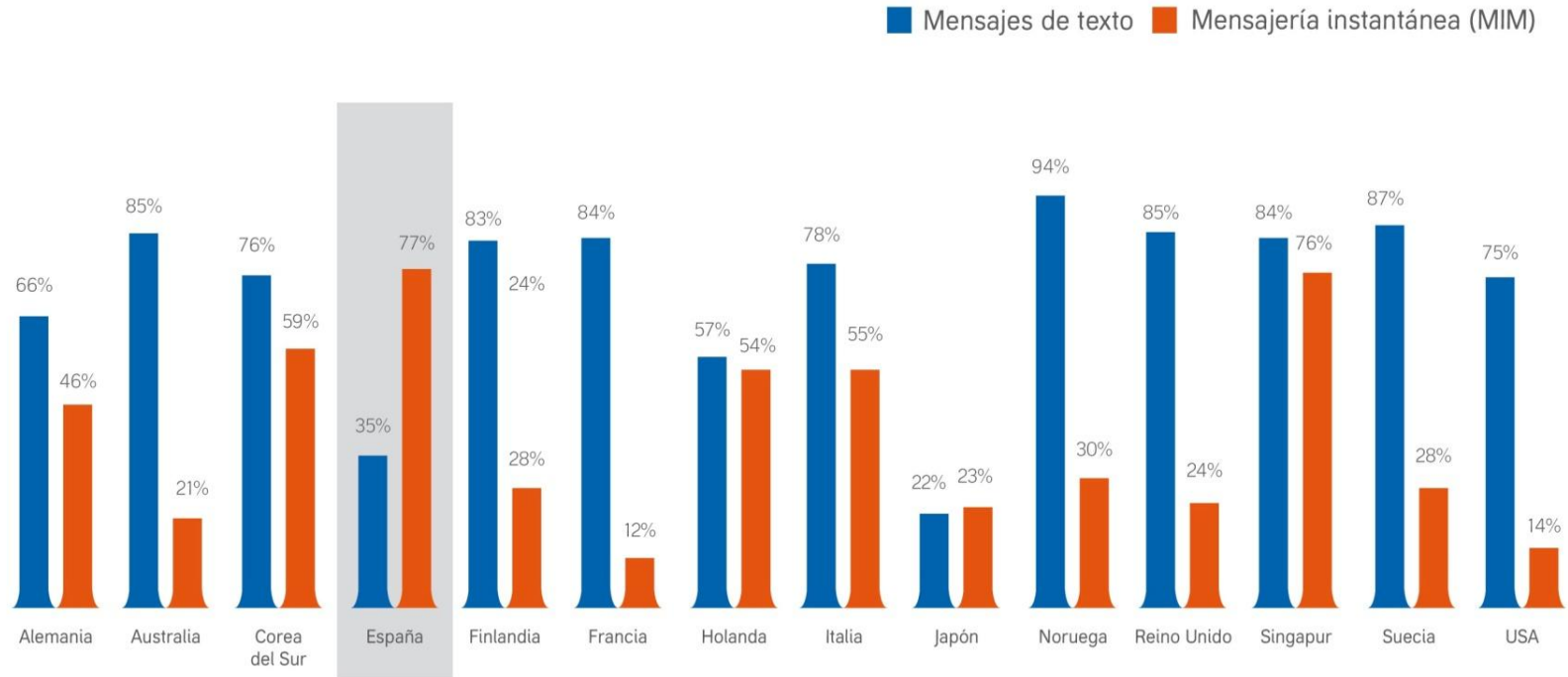


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Deloitte.



E. Hábitos de consumo móvil

Hace cuatro años la disputa por el servicio de mensajería estaba prácticamente igualada entre los tres principales competidores: Whatsapp, Facebook y Skype. Pero el año pasado **WhatsApp ganó la guerra y**, actualmente, 9 de cada 10 españoles lo utilizan.

Servicios de mensajería instantánea

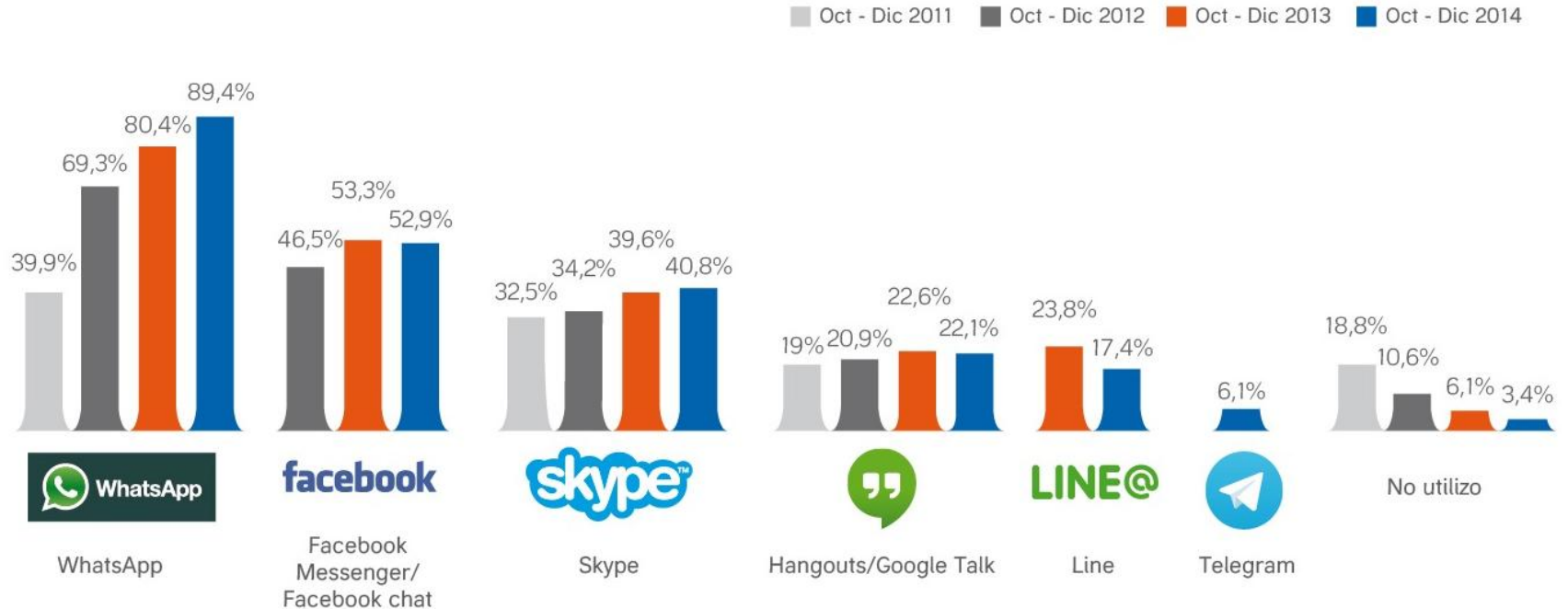


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de AIMC



F. Uso de las apps

La estrategia de las empresas para estar presente en los móviles de los usuarios debe tener en cuenta que **los usuarios de smartphones prefieren usar aplicaciones en lugar de navegar sitios web**. Los datos muestran que casi el 90% del tiempo los usuarios están conectados en sus móviles a partir de aplicaciones.

Sin duda las empresas conocen este dato porque cada mes se lanzan 40.000 nuevas aplicaciones en el mundo.

Tiempo de uso mensual de aplicaciones e internet en el móvil

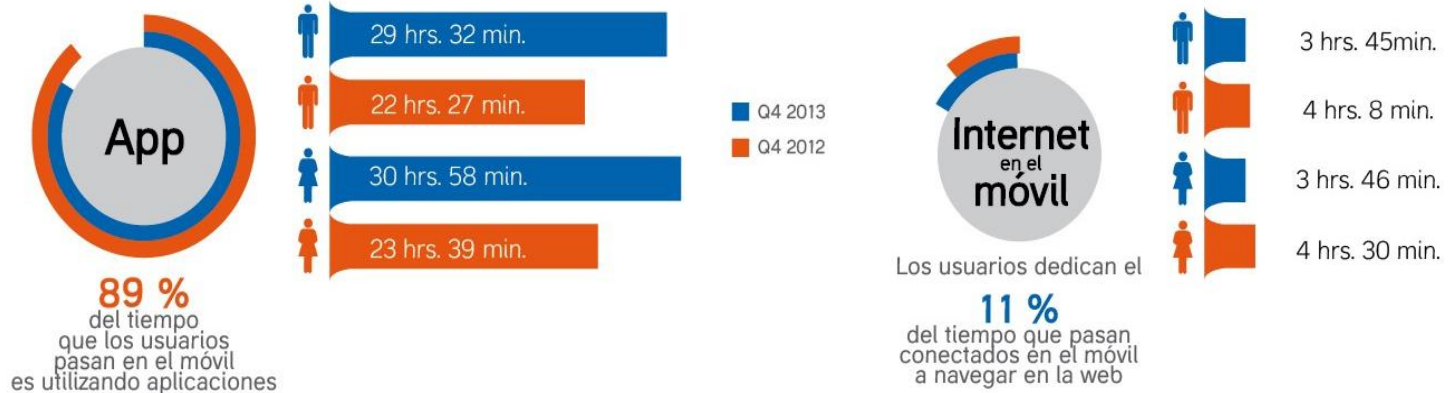


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Nielsen

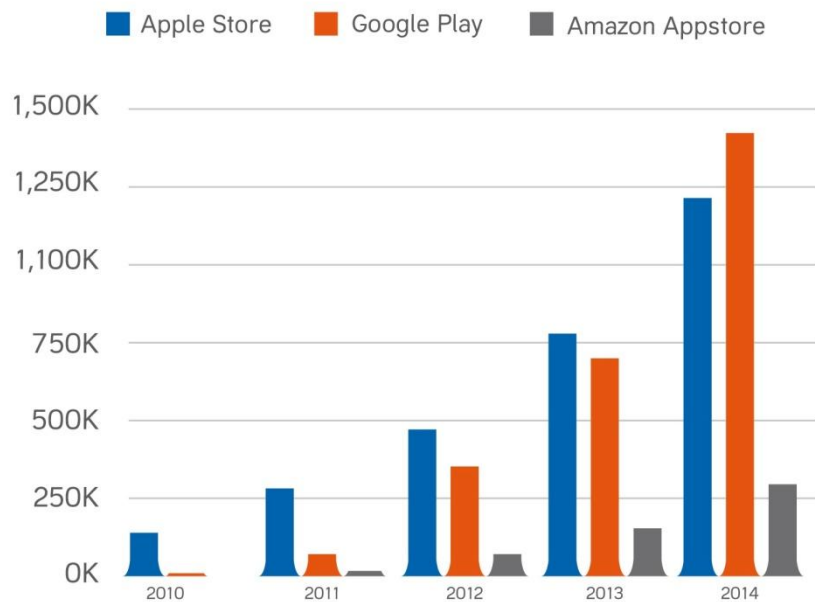


F. Uso de las APPS

Las **aplicaciones móviles han crecido exponencialmente** en los últimos años, tanto en oferta por parte de las tiendas online como en descargas por parte de los usuarios.

Los sistemas de GooglePlay e iOS juntos contaban en 2014 con más de 2,5 millones de aplicaciones, mientras que hace tres años, apenas existían 300 mil aplicaciones en el mercado de smartphones.

Número total de apps por tienda




1.230.168
Apps en Apple Store



1.299.573
Apps en Google Play



40.000
nuevas Apps lanzadas cada mes



En 2017 habrá más de **200 MILLONES** de apps nuevas al año



25 %
de todas las apps son juegos de iOS /Android



Los usuarios dedican **127 MINS.** al día a las apps



94,5% de las apps serán gratis en 2017

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Kooiker



F. Uso de las APPS

Las **categorías de aplicaciones con más crecimiento** en el último año **en Apple Store fue la de negocios** – con un aumento del 210% entre enero y octubre de 2014 – seguida por la sección de Comida y bebida debido al auge de las aplicaciones para pedir comida a domicilio.

En GooglePlay, por su parte, **fue la categoría de juegos** la que experimentó un mayor crecimiento, con un 260% de aumento en el mismo periodo, seguida de las aplicaciones para fotografía.

Categorías que más crecen en Google (por número de aplicaciones)

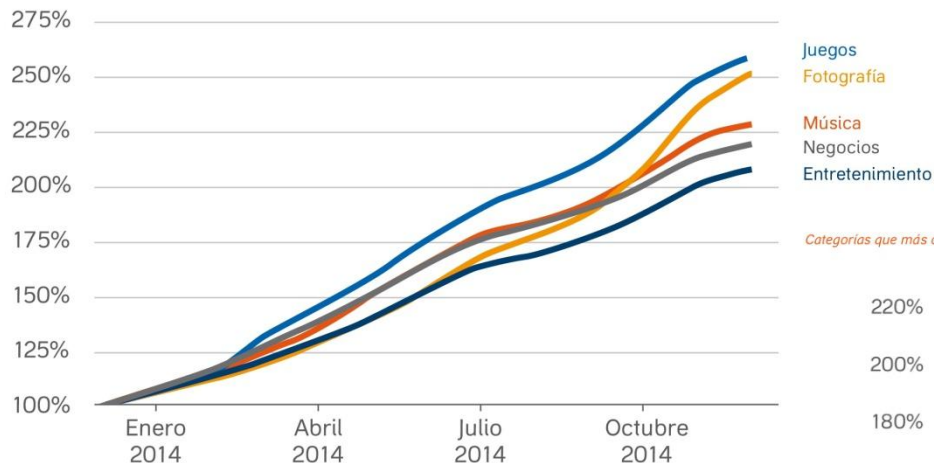


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de appfigures

Categorías que más crecen en iOS (por número de aplicaciones)

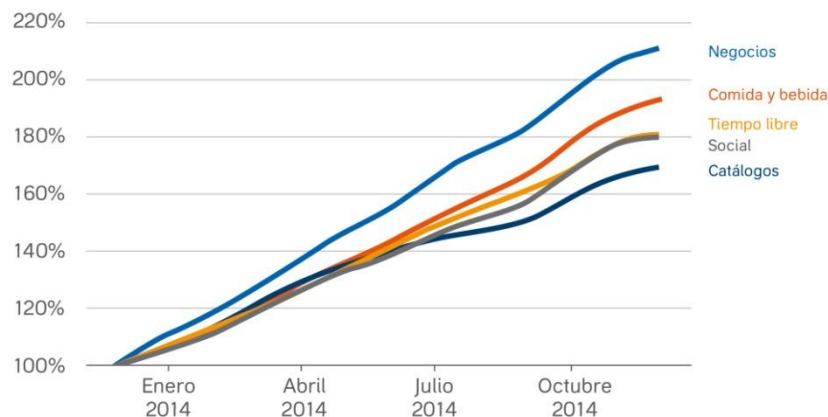


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de appfigures

Analizando la **forma de acceder de los usuarios** a los sitios más utilizados desde el smartphone, (sus preferencias entre aplicaciones o navegación web) vemos que la mayor parte de **los usuarios prefiere acceder a redes sociales** como Instagram, Facebook y Pinterest **a través de las aplicaciones**. Sin embargo, esta tendencia cambia en el acceso a Twitter, donde solo un 26% de los usuarios prefiere la app a la web.

La consulta del tiempo se hace casi en su totalidad desde apps mientras que los sitios de compras y de noticias, como Amazon o la CNN, todavía dividen las preferencias.

Tráfico de los diez sites más populares: comparación entre aplicaciones y web móvil.

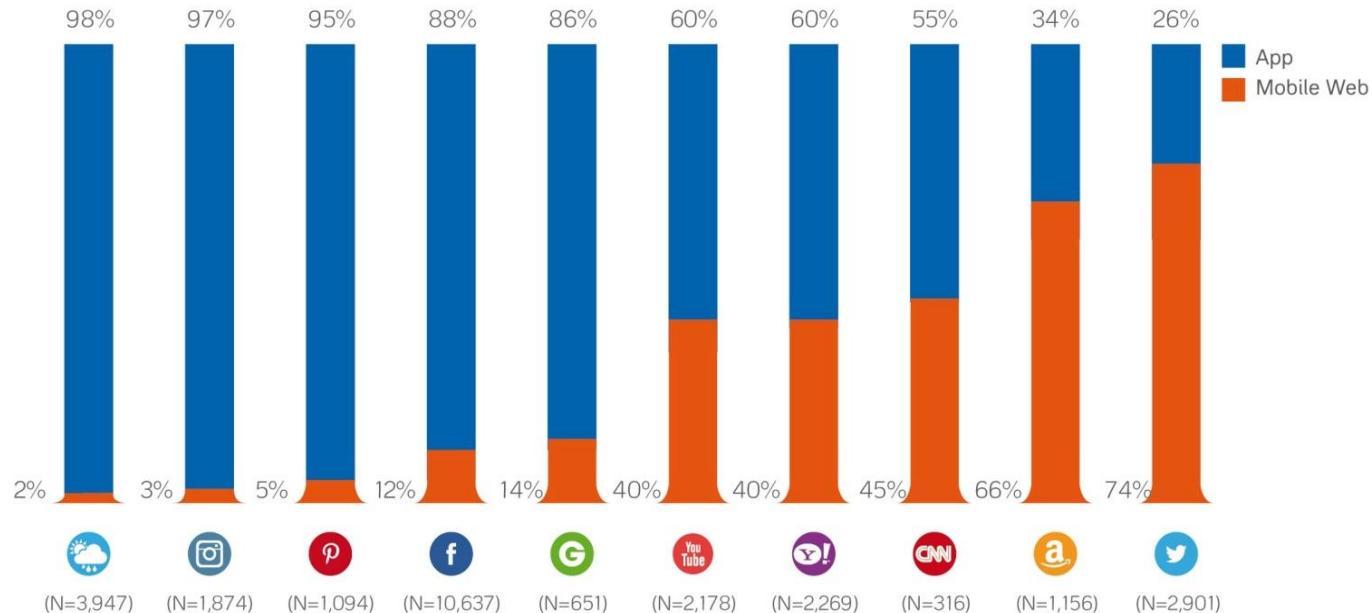


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Salesforce

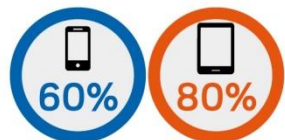


F. Uso de las APPS

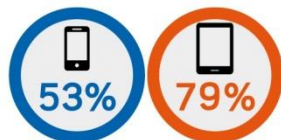
Los usuarios de tablets son más activos a la hora de descargar aplicaciones y activar permisos de las apps (ubicación o notificaciones) que los usuarios de smartphones.

Las razones principales para descargar una aplicación son principalmente **por conveniencia de acceso** (un 65%) rapidez de acceso a la información (51%), conseguir contenidos más significantes (41%) o por fidelidad a la marca (40%).

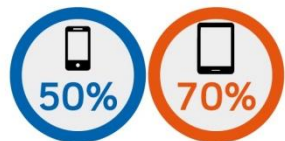
Comparación del uso de aplicaciones entre usuarios de smartphone y de tablet



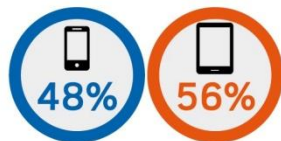
Descargó un app de utilidades o de juegos



Permitió el acceso a su ubicación usando apps



Se ha suscrito para recibir notificaciones por email de un app



Se ha suscrito para recibir notificaciones de texto de un app

Razones para descargar una aplicación de una marca



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Salesforce



G. Mobile y redes sociales

El móvil sigue siendo muy relevante para Facebook: Más del 50% del tráfico total de datos en los países desarrollados pertenece a Facebook y un 70% de sus 1.100 millones de usuarios se conecta a través del móvil una media de 14 veces al día.

El **uso de las redes sociales desde el móvil varía según el momento del día.** Mientras que Facebook mantiene una audiencia prácticamente igual desde las 4 de la mañana hasta la medianoche (un promedio del 15%) Youtube y Twitter por ejemplo, son más usados por las mañanas, y Pinterest tiene su auge de interés por la noche. Este tráfico también varía si analizamos si el acceso se realiza a través de la web o de las aplicaciones, donde el uso es más uniforme a lo largo del día.

Uso de aplicaciones de redes sociales en dispositivos móviles a lo largo del día

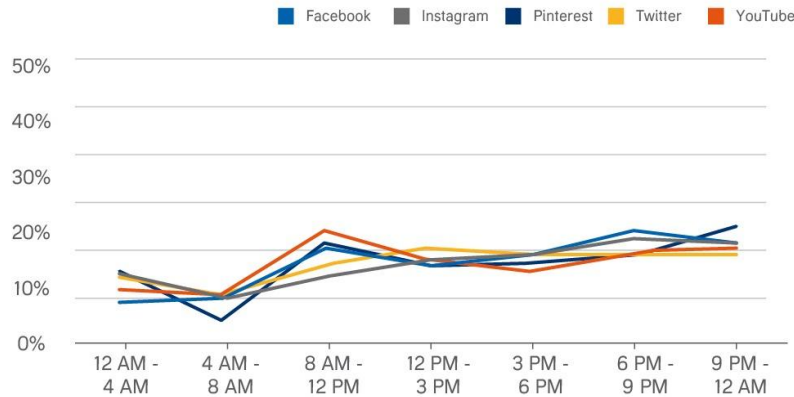


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de 2Q tracking data

Uso de webs de redes sociales en dispositivos móviles a lo largo del día

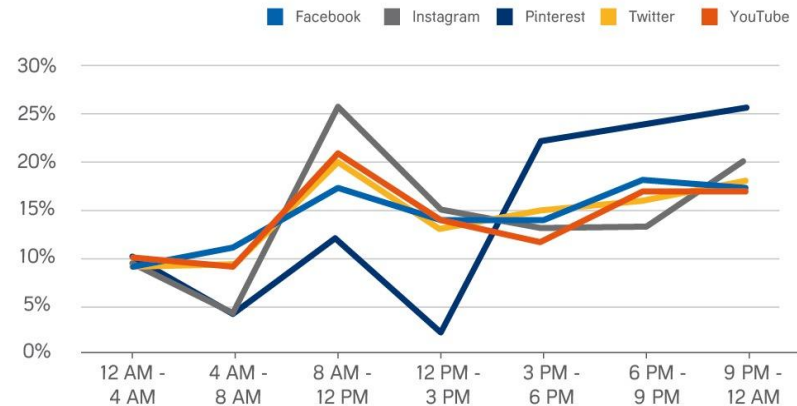


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de 2Q tracking data



Con la cantidad de tráfico resultante del acceso de los usuarios a las redes sociales, especialmente a través del móvil, es natural que las empresas también hayan puesto su atención en estos canales. De hecho la gran mayoría de las empresas (un 84%) utiliza habitualmente más de tres redes sociales para divulgar contenidos e incluso un 3% afirma que utiliza más de 10.

Las **razones de los usuarios para seguir a las marcas** en las redes sociales se basan principalmente en conseguir ventajas y descuentos, acceder rápidamente a la información o mantenerse al corriente de novedades.

Número perfiles activos en redes sociales

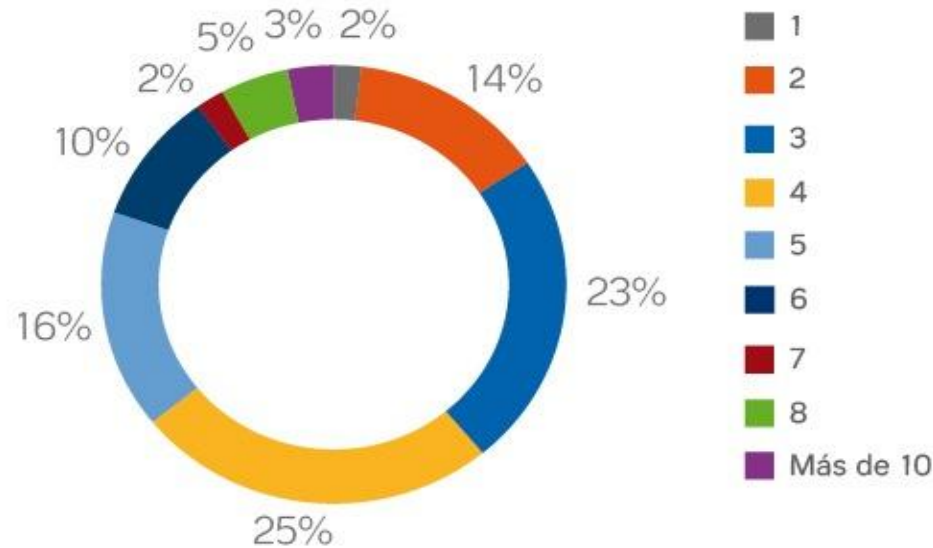


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Social Media Examiner



H. Mobile-commerce

Las compras online en el mundo han aumentado desde todos los dispositivos conectados, pero este crecimiento es mayor en los dispositivos móviles donde los smartphones continúan ganando cuota. Las compras desde smartphones están creciendo casi tres veces más que el e-commerce en el mundo y desplazando a las compras a través de tablets.

Entre 2013 y 2016, la tasa de crecimiento anual del mobile commerce se sitúa en el 42%, frente al 13% previsto para el total del comercio electrónico (incluido el comercio móvil). **En el mundo, el crecimiento del mobile commerce se sitúa en un 23,8%, mientras que en España se prevé que el m-commerce aumente un 48% en 2015**, un crecimiento muy superior a la previsión de crecimiento del comercio online en el país.

Dispositivo utilizado para comprar



■ Primera mitad de 2014 ■ Segunda mitad de 2004

Crecimiento de M-commerce en el mundo

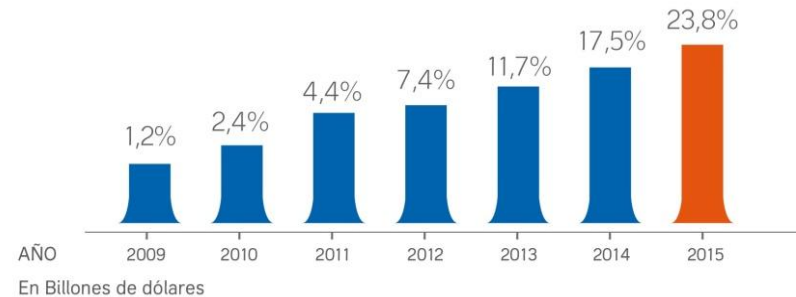


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Invesp



H. Mobile commerce

Si analizamos esta **evolución por países** vemos que durante 2014, Suecia, Países Bajos e Italia fueron las regiones donde la cuota de mobile commerce, en comparación con el total de las compras online, fue mayor.

En España el auge del comercio móvil ha sido espectacular durante 2014, donde alcanzó el 14% del total de las ventas online (frente al 5% que representaba en 2013).

Evolución del porcentaje de M-Commerce sobre el E-Commerce

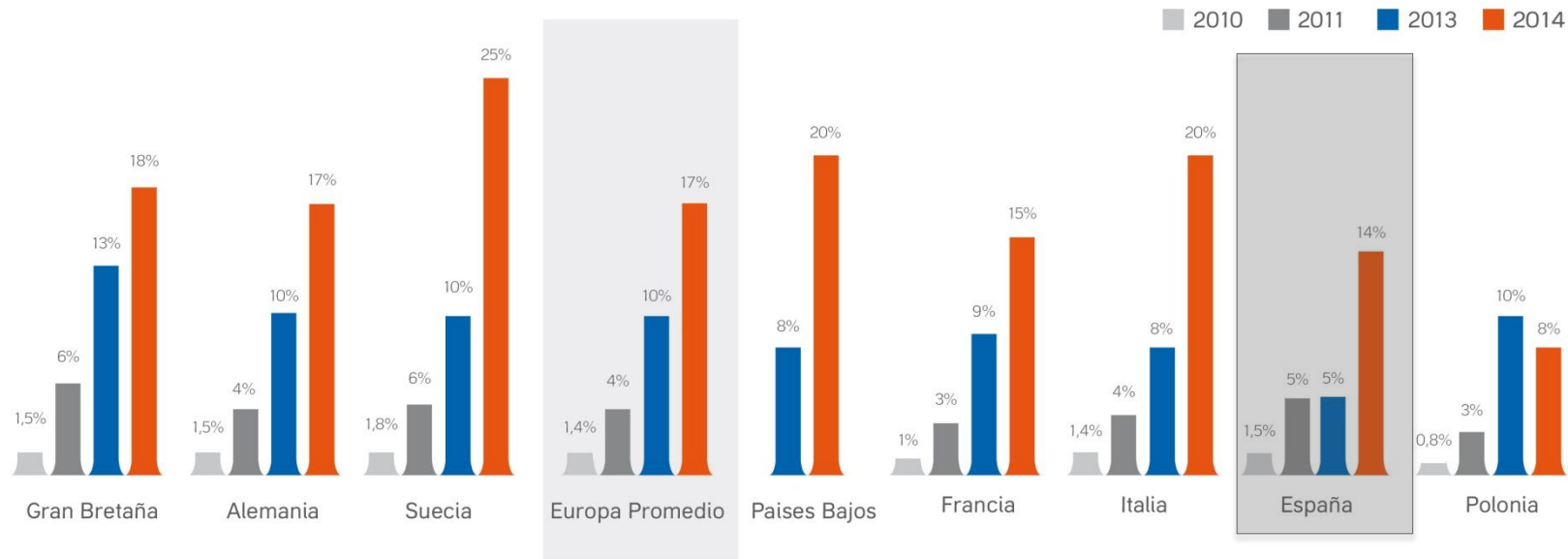


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos del Foro de CRR



H. Mobile commerce

Unos 500 millones de usuarios de smartphone en el mundo ya han realizado alguna **compra desde su móvil**. España se sitúa entre los países que siguen la tendencia en alza y más usan la modalidad de compras por tablet o smartphone.

Durante el primer trimestre de 2015, las compras a través de dispositivos móviles (smartphones y tablets) **representaron el 28% del total de las compras online** hechas en España (frente al 25,8% del último trimestre del 2014). Esto sitúa a España por encima de países como Alemania, Holanda y Estados Unidos y sigue la tendencia de países asiáticos, dónde casi la mitad del comercio electrónico se ha realizado desde el móvil.

Porcentaje de transacciones realizadas con móvil en relación a las ventas online por Países



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Criteo

Porcentaje de compras realizadas en eCommerce desde Smartphone y tablets por países

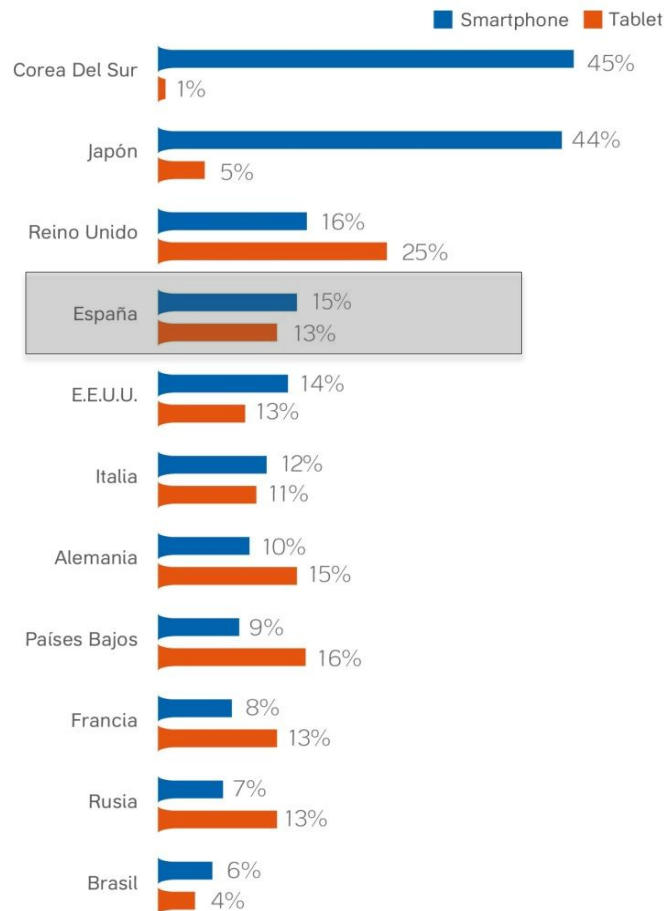


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Criteo. 2014



H. Mobile commerce

Los consumidores que **compran a través del móvil** lo hacen principalmente **desde su casa**, y prefieren comprar en web móviles (55%) frente a apps. En el 32% de los casos, esta elección se basa en la velocidad de acceso.

Los productos que más compran son música, seguidos de libros, viajes, productos digitales y ropa. Y lo que más valoran los consumidores a la hora de comprar con el móvil es el contacto sencillo y directo con atención al cliente y poder ver reviews de productos.

5 lugares donde más se utilizan los smartphones:



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Onepoll.



¿Qué es lo que más valoran los consumidores que compran desde el móvil?:

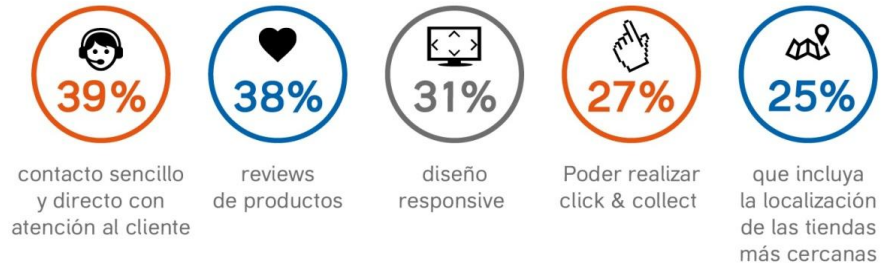


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Onepoll.





El **valor medio de las transacciones** se ha incrementado en todas los dispositivos en los últimos 12 meses. Las compras online aumentaron su valor un 28% y las realizadas a través de las tablets un 30%, pero el mayor salto se percibe en las compras a través de smartphones donde el precio del carrito medio aumentó un 37%.

Aún así, el valor medio del carrito de la compra todavía es menor en las compras realizadas desde el móvil, siendo la tablet el dispositivo que se sitúa a la cabeza en el precio, con un valor medio de 32,66€.

Valor medio de la cesta de compra por dispositivo en España

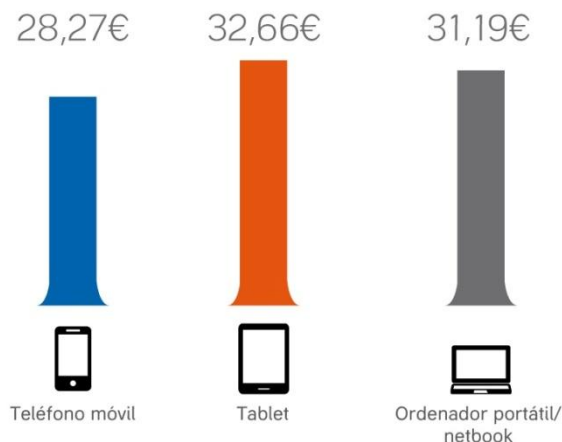


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos del Foro de Economía digital

El perfil del comprador del m-commerce es principalmente hombre, de edad entre los 25 y los 34 años.

Los hombres lideran las compras desde el móvil, (2,19 millones de hombres compraron a través del móvil frente a 2,01 millones de mujeres).

Los usuarios de edades comprendidas entre 25 y 34 años son los más compradores (1,4 millones de personas), seguidos de los jóvenes de entre 16 y 24 años (1,03 millones).



H. Mobile commerce

Los españoles escogen **comprar por el móvil principalmente por la rapidez del pago** (36%) y el hecho de no necesitar llevar la cartera (factor mencionado por un 24%).

Para los españoles, los beneficios de pagar con el smartphone son:



Rapidez en el pago



No hay necesidad de llevar cartera física



Simplificación del proceso de pago



Es una manera innovadora de pagar



Recepción de confirmación inmediata de la realización de pago



Es más sencillo que con tarjeta o efectivo



Sigilo de los datos financieros

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Ipsos

El **medio de pago preferido es el PayPal** (usado por el 74% los que compran a través del móvil), seguido por Visa (45%) y Mastercard (26%).

Métodos de pago más utilizados por los consumidores españoles a través de su Smartphone



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Ipsos



Entre los usuarios de smartphone, **el 37% afirma utilizar su móvil para buscar información** sobre los productos, el 30% para localizar o encontrar información sobre las tiendas y el 25% para leer opiniones de clientes y usuarios.

El móvil también es utilizado en las tiendas físicas, donde un 17% lo utiliza para comparar precios y un 21% para escanear un código de barras o QR.

Cómo compran los españoles

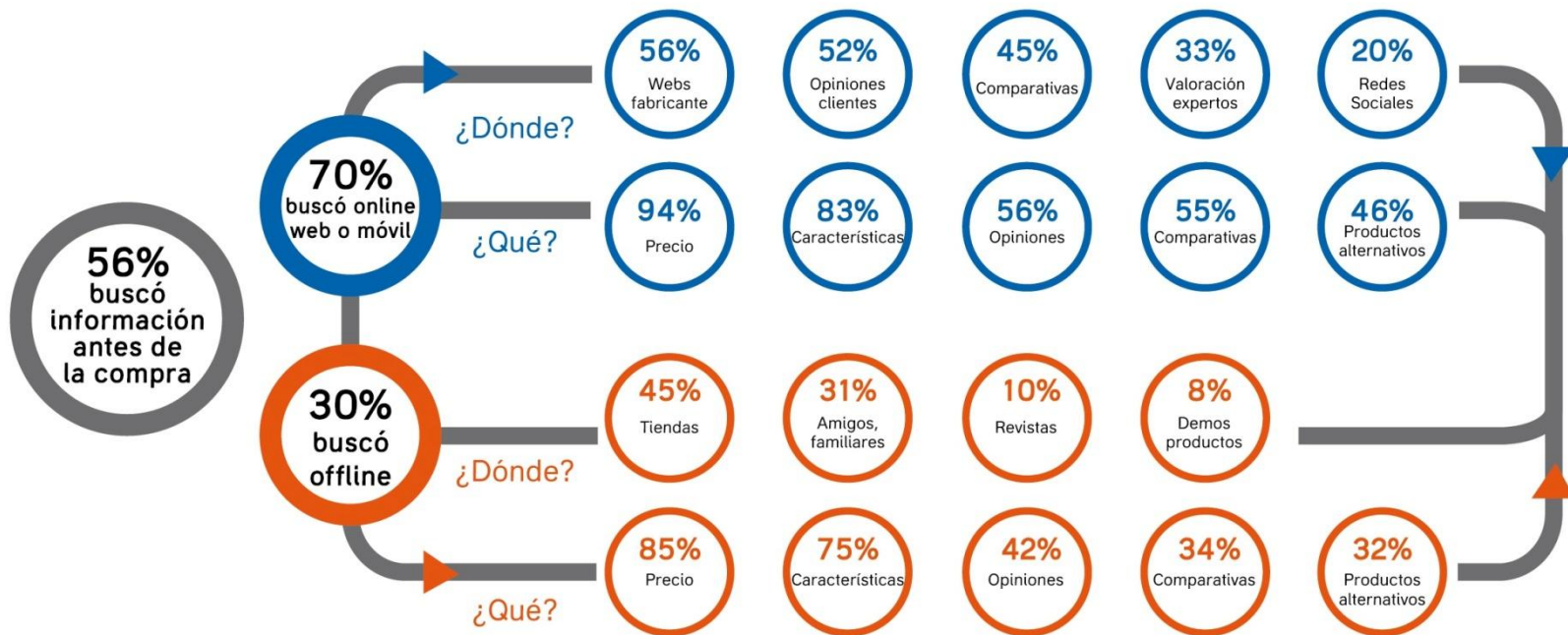


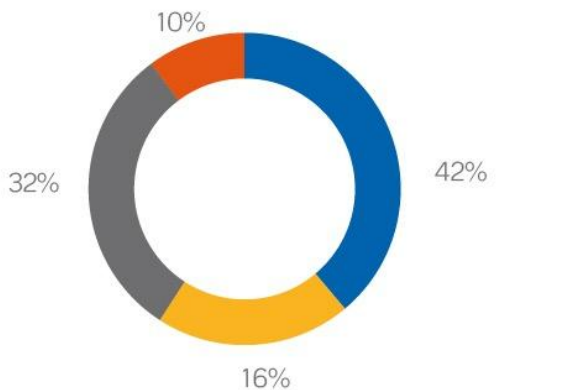
Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de GfK



Este aumento de las compras desde el móvil en España ha llevado a las marcas a tener que adaptarse a la tendencia, aunque de momento, **sólo el 42% cuenta con una web de e-commerce adaptada al entorno mobile.**

Mientras que el 32% se plantea adaptar su e-commerce al móvil en los próximos meses, un 10% continua sin considerar que esta adaptación sea necesaria.

Las tiendas españolas se adaptan a las compras móviles



- Cuentan con web adaptada al entorno móvil
- Cuentan con web adaptada y app mobile
- Tiene intención de adaptarla en un futuro cercano
- No está adaptada ni tiene previsto hacerlo

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos del Foro de Economía Digital, 2015 

Compra multicanal

Dado este mayor uso del móvil, los usuarios incluyen cada vez con mayor frecuencia en sus procesos de compra diferentes plataformas online y offline. "Un 51% afirma buscar información online pero luego efectuar su compra en la tienda, frente a un 17% que hace lo contrario".

Multicanalidad en la compra



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Google 



I. Banca y pagos móviles

El número de usuarios de **banca móvil** en el mundo no deja de crecer desde 2008 y la tendencia apunta a que este crecimiento continuará por lo menos hasta 2019.

A finales de 2014, 800 millones de usuarios accedían habitualmente a su banco a través del smartphone. Las perspectivas afirman que esta cifra se duplicará en los próximos años.

Evolución del número de usuarios de banca móvil en el mundo
En millones de usuarios

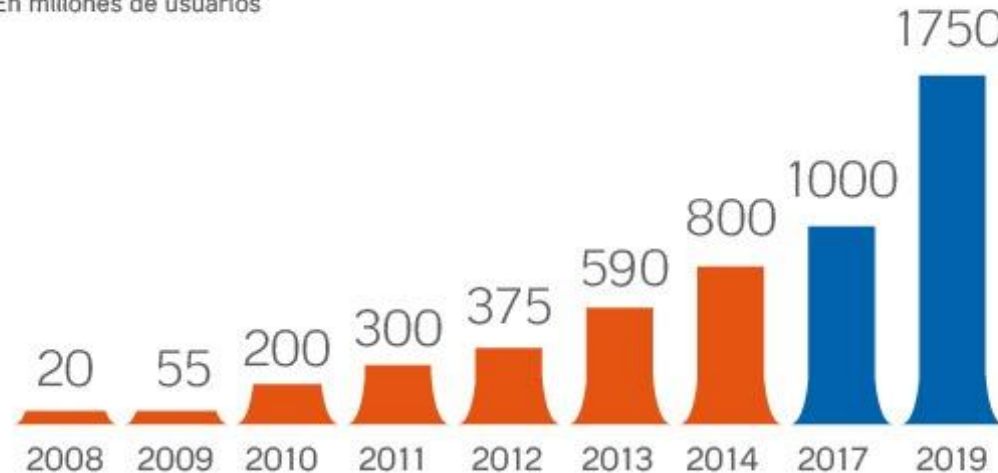


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Berg Insight/ Juniper/Celent



I. Banca y pagos móviles

Los bancos continúan liderando las transacciones desde el móvil alcanzando los 25,4 billones de dólares en 2014 con unas perspectivas de alcanzar los 39,9 billones en 2015.

Los usuarios de entre 30 y 39 años son los que más utilizan sus móviles para el pago de cuentas (tendencia muy generalizada en Estados Unidos). El método preferido para hacerlo es a través de la web emisora de la factura.

Evolución del número de transacciones realizadas desde el móvil

Datos en billones

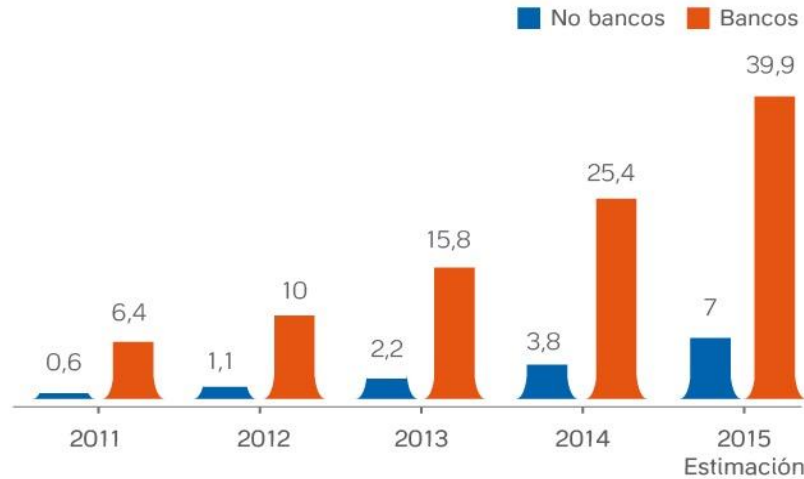


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Capgemini



Porcentaje de usuarios de Smartphone que lo usan para pagar facturas (por edad)

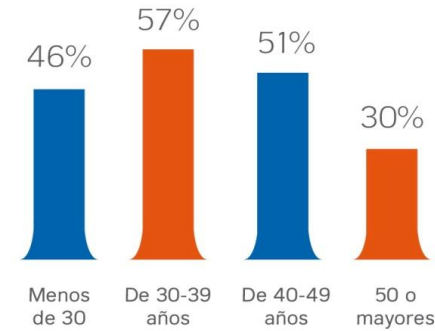


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Novanta.



Método usado para pagar una factura con el móvil

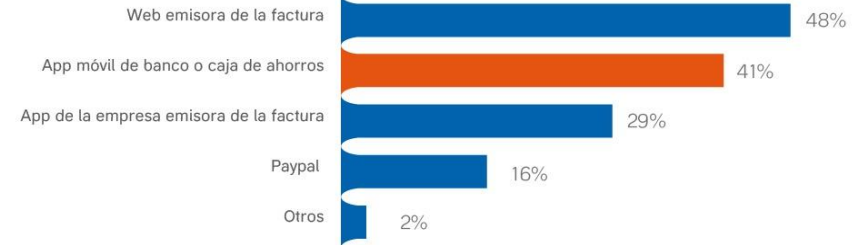


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Novanta. 2015





Un 32% de **los usuarios se plantea usar la banca móvil en el futuro**. Es una de las razones por las que la mayor parte de los bancos están acelerando sus estrategias digitales. Aún así, la mayoría de los bancos considera que necesita trabajar más para cumplir con las necesidades de sus clientes digitales y el 61% asegura estar invirtiendo de forma activa para lograrlo.

Por otra parte, **sólo el 20% de las entidades considera que las aplicaciones móviles están entre los canales principales de sus servicios**, pese a considerarlas una prioridad para el futuro.

El 72% de los bancos considera que de aquí a cinco años, sus clientes no requerirán ir personalmente a las oficinas.

Evolución de las estrategias digitales en banca



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de A.T. Kearney analysis



I. Banca y pagos móviles

No es de extrañar que **los jóvenes valoren más los servicios de la banca móvil**. De hecho, un 45% de ellos asegura que sólo accede a sus cuentas bancarias a través de estos dispositivos.

Entre los servicios de banca más utilizados por este perfil de usuario destaca el pago de cuentas (40%) seguido de la realización de transferencias nacionales (26%).

Dispositivos móviles usados por los Millennials para banca



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Gemalto



Servicios bancarios utilizados por los Millennials



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Gemalto





I. Banca y pagos móviles

Un 10% de smartphones son usados para hacer pagos en tiendas por lo menos una vez al mes en el mundo en comparación con el 4% de las realizadas en 2014. Actualmente **60 millones usuarios** en el norte y este de África, donde esta tendencia está más generalizada, lo utiliza.

La tendencia apunta a que los pagos con móviles en tiendas se incrementarán en más del 1.000% en todo el mundo durante este año.

Evolución del pago por móvil por regiones

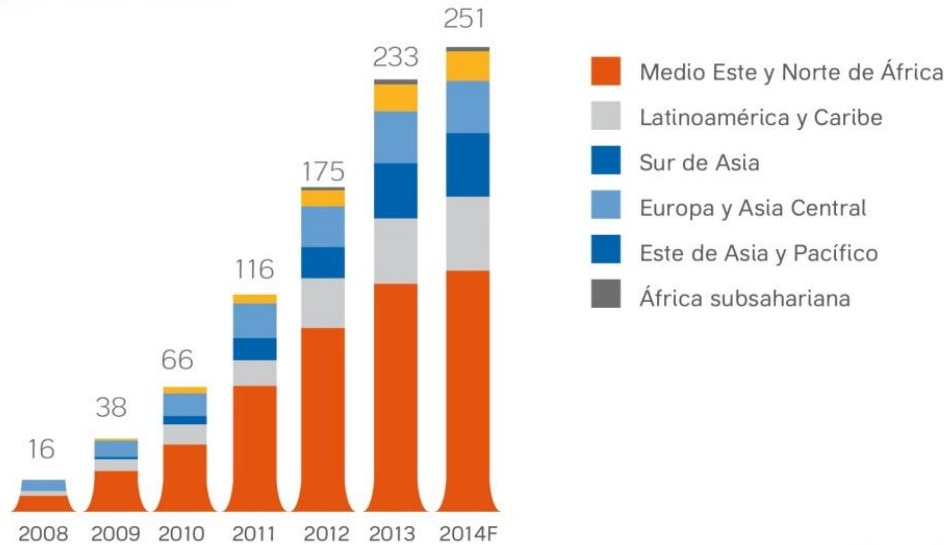


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Capgemini

Estado del mercado de dinero móvil en el mundo



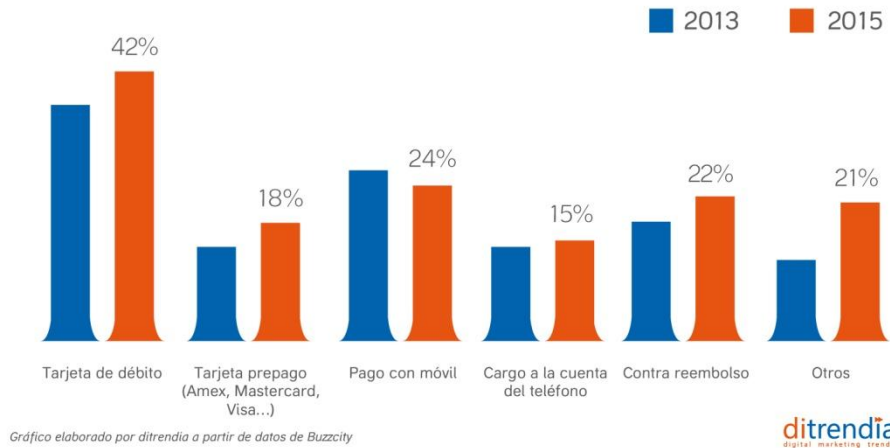
Gráfico de ditrendia elaborado a partir de datos de Finalta



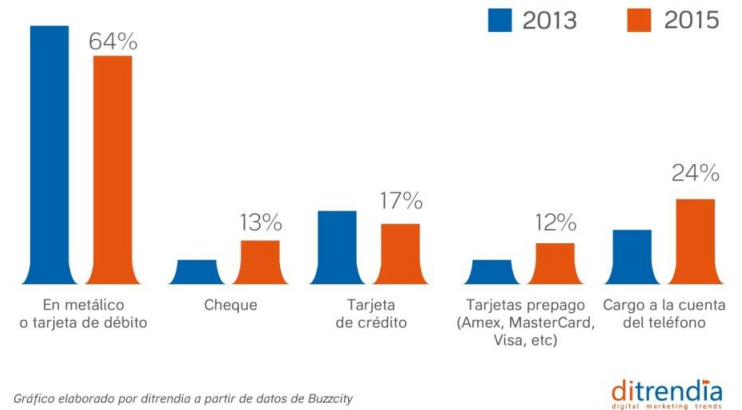
El uso del móvil como forma de pago aumentó más del 50% en los últimos dos años. Un 25% de los usuarios de smartphones en el mundo ya lo usa y un 32% se plantea usar la banca móvil en el futuro.

Entre estos usos, el mobile wallet (monedero digital) se ha posicionado como una de las formas habituales para realizar los pagos en el mobile commerce, aunque la forma de pago preferida sigue siendo el dinero en efectivo o cash.

Método de pago utilizado en Mobile commerce



Método de pago utilizado para las compras diarias





El **sistema operativo más común para los pagos con Smartphone** es iOS de Apple en todas las regiones del mundo.

Pagos con el móvil. Comparativa iOS vs. Android.

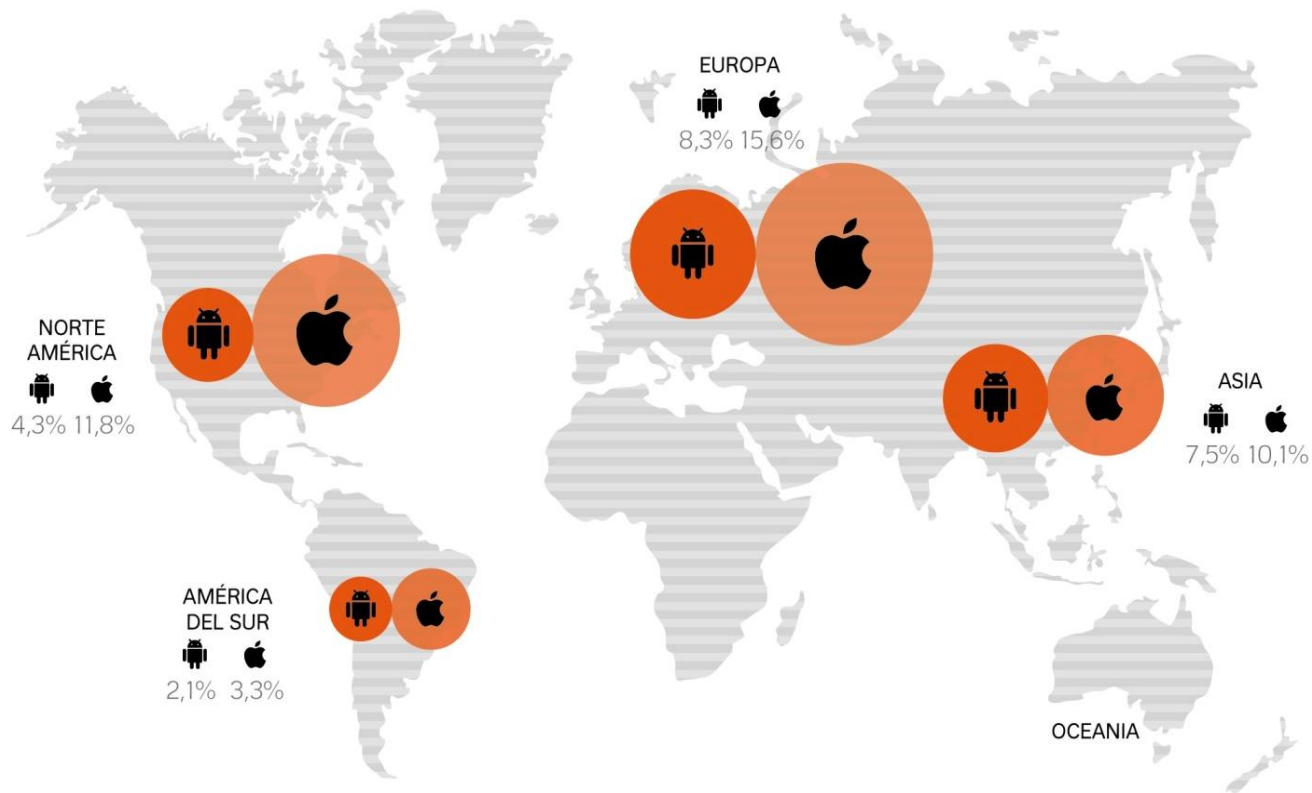


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de DataMonitor



De los usuarios que cuentan con **aplicaciones de monedero digital** el 76% afirma que la usa y que está contento con esta forma de pago, mientras que un 15,4% sólo la usa por fidelidad y para conseguir descuentos. De hecho, los descuentos es una de las razones por las que un 60% de los usuarios asegura que aumentaría su uso.

Pese a este aumento de la penetración de las carteras digitales en el mundo, todavía este servicio es desconocido o poco interesante para más de la mitad de la población mundial.

Tendencias globales en el uso del mobile wallet



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de DataMonitor

Uso de los monederos digitales

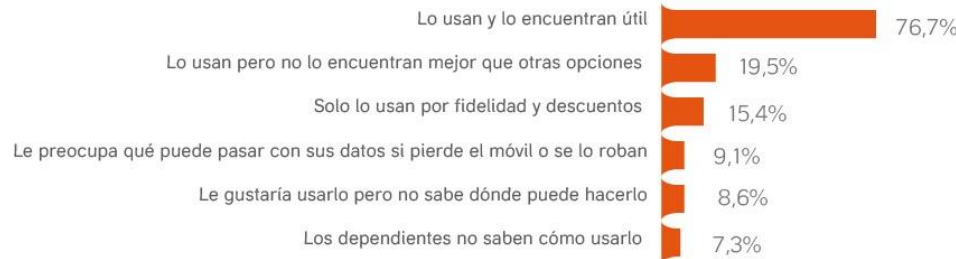


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de DataMonitor

¿Te gustaría pagar con el móvil si al hacerlo recibieras cupones de descuento?

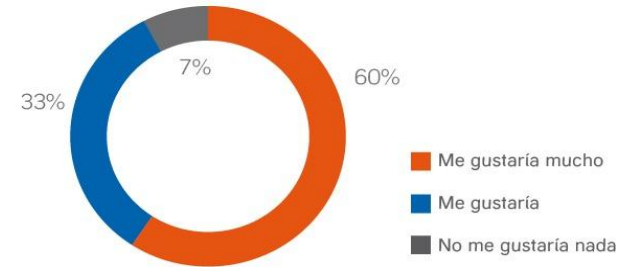


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Accenture





La **predisposición de los españoles a pagar con el móvil es bastante alta (45%)**. Los principales escenarios donde estos verían útil pagar a través de este dispositivo sería en el transporte público (39%), aparcamientos públicos (38%) o gasolineras (34%).

Predisposición a utilizar soluciones de pago via móvil



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos Deloitte



Escenarios en los que una aplicación de pago via móvil podría ser utilizada

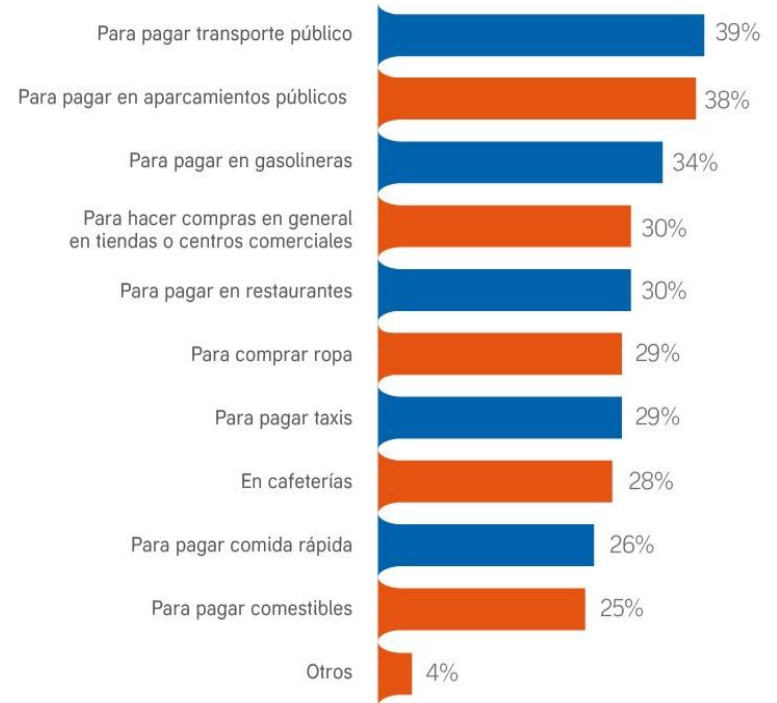


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Deloitte

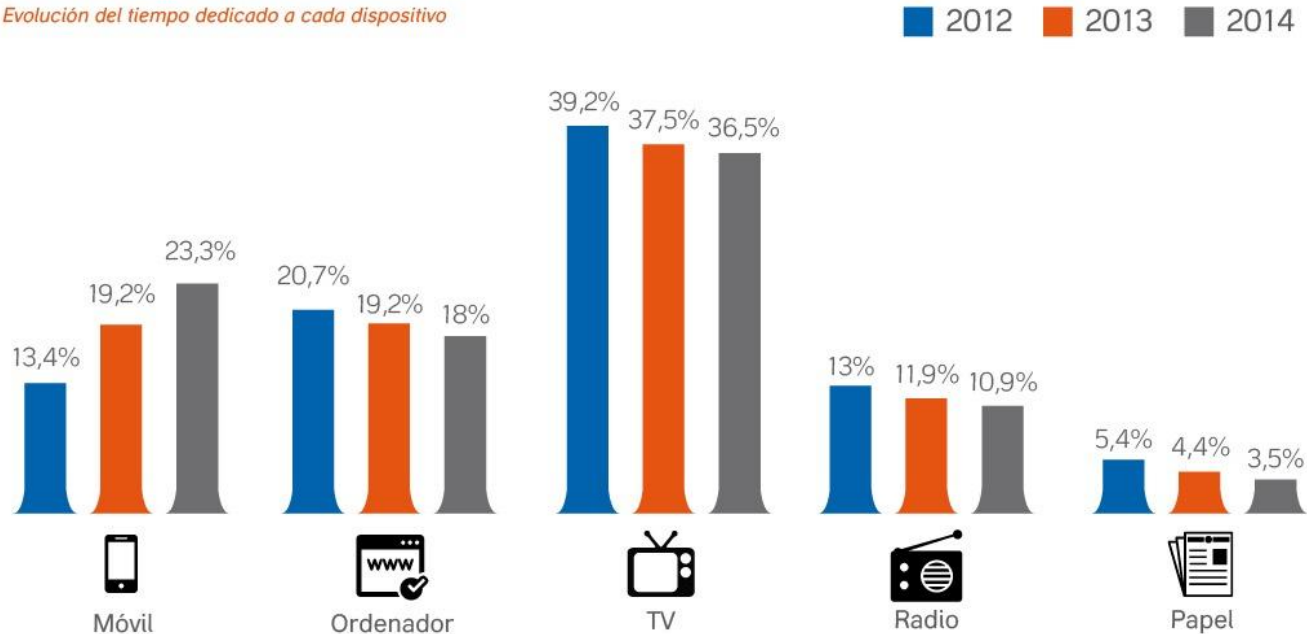




J. Marketing móvil

El móvil es la nueva estrella del marketing. Los profesionales de marketing están de acuerdo en decir que el móvil es un factor fundamental en la comunicación y en engagement. Hoy el móvil es fundamental para el 24% de los profesionales del sector, pero en los próximos cinco años el número crecerá para el 70%.

Evolución del tiempo dedicado a cada dispositivo





En los primeros tres meses del 2015, fueron creados **87.600 millones de banners** en todo el mundo, lo que supone un crecimiento del 14% en relación al mismo periodo del año anterior. Pero el gran crecimiento en la publicidad online ha sido en el área móvil.

Los ingresos de las empresas gracias a la publicidad en teléfonos han pasado de 400 millones de dólares en 2009 a 6.600 millones en el 2014 y las previsiones afirman que alcanzarán los casi 12.000 millones en 2016.

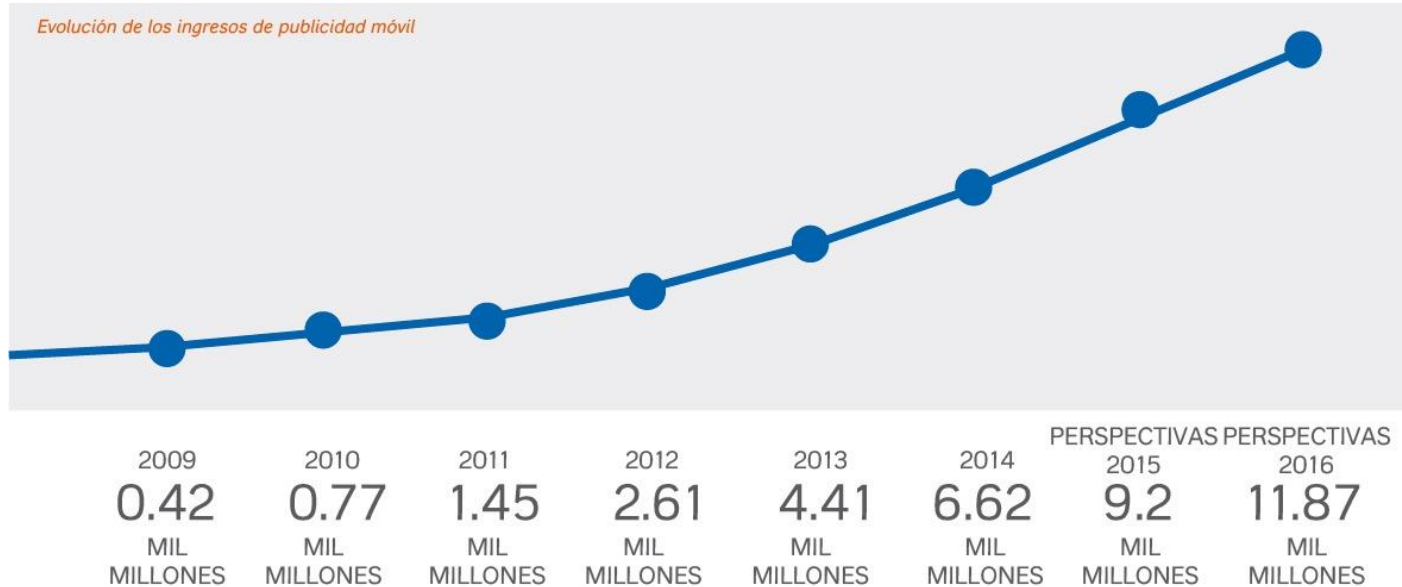


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de MCBEE Digital



El 80% de las empresas planea aumentar sus presupuestos de marketing digital en los próximos 18 meses y **más de la mitad de las empresas españolas asegura que el presupuesto de marketing móvil aumentará** hasta un 20% para el año 2015.

Y es que los usuarios consideran útiles en gran medida las notificaciones push, mensajes de texto y notificaciones de aplicaciones de las compañías.

Evolución del presupuesto de marketing online en 2015

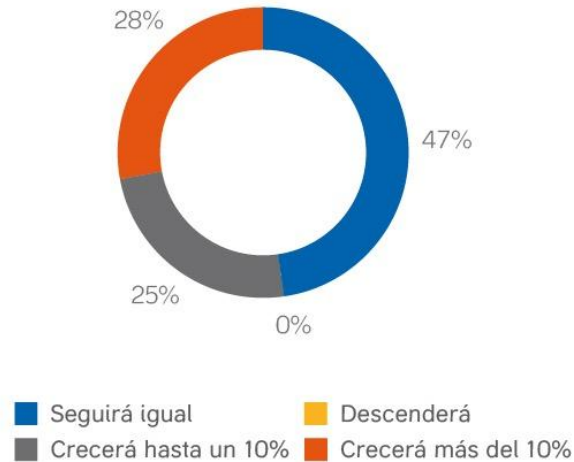


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos del Foro de Economía Digital



Valoración de los usuarios de los diferentes canales de comunicación




	Uso	Utilidad
Notificaciones push 	64%	80%
Apps de marcas 	60%	92%
Mensajes de texto 	54%	91%

Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Salesforce



En el mundo, un 65% de los usuarios asegura comprobar inmediatamente las **notificaciones push** cuando las recibe y abrirlas si le interesan y un 16% de estos las miran y abren de manera inmediata, independientemente de su contenido.

Los usuarios también leen los **mensajes de texto** de las empresas principalmente si cuentan con descuentos (77%), incluyen alertas personales (60%) o les sirven para estar al día (48%). Sin embargo, un 52% de los usuarios móviles no los abren porque los consideran molestos.

Acciones de los consumidores cuando reciben una notificación push



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Salesforce

Razones por las cuales los consumidores quieren recibir (o no) mensajes de texto de las marcas

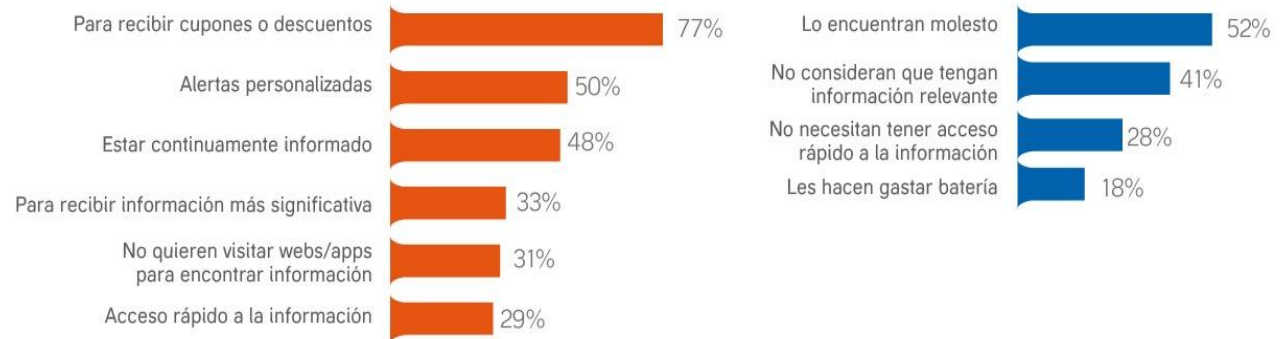


Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de Salesforce

K. Tendencias

Móviles y tablets

- ▶▶ En 2016 la mitad de la población tendrá un **smartphone** y en 2017 se calcula que la venta mundial de tablets alcanzará 1.000 millones de unidades.
- ▶▶ A finales de 2017 la venta de tablets habrá superado el hito de 1.000 millones de dispositivos vendidos.

Vídeo por mobile

- ▶▶ El tráfico global de datos se multiplicará por tres en los próximos años: El usuario de dispositivos móviles consumirá un promedio de **3 gigabytes al mes en el 2018**.
- ▶▶ En ese mismo año, el tráfico de datos por vídeo crecerá en importancia y representará un 70% del tráfico de datos móviles.

Perspectivas de crecimiento de usuarios de vídeo en el móvil



Gráfico elaborado por ditrendia a partir de datos de ViralGains

Mobile Commerce

- ▶▶ Entre **2013 y 2016, la tasa de crecimiento anual** del llamado m-commerce se situará en el 42% frente al 13% previsto para el comercio electrónico (incluido el comercio móvil).
- ▶▶ En poco menos de cuatro años el m-commerce copará casi el **50% de las compras electrónicas**.
- ▶▶ Las tablets serán el mayor propulsor de crecimiento en el sector del m-commerce. El comercio por tablet alcanzará los 293.000 millones de dólares en el 2018.
- ▶▶ En diez años las ventas del 42% de las tiendas retail tendrán que ver con un dispositivo móvil.

Banca y pagos con Móvil

- ▶▶ En 2020 los smartphones serán responsables del 80% del mercado de banca móvil.
- ▶▶ Respecto a qué les gustaría poder hacer con su smartphone en el futuro, el 17% de los usuarios asegura que estaría interesado en pagar con su smartphone en caja y el **14% mostró su interés por comprar** y pagar en la tienda a través de una app.
- ▶▶ El teléfono seguirá ganando importancia como dispositivo móvil para comunicación y también como cartera digital: cuatro de cada diez personas desea usar el móvil para pagar el transporte público, aparcamientos o gasolinera.
- ▶▶ En dos años, el número de personas que compra usando un dispositivo móvil llegará a ser de 1.000 millones.

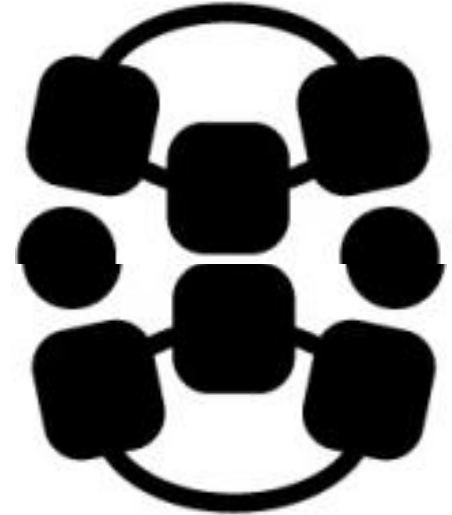


Vehículos conectados

- ▶▶ El 81% de los conductores está de acuerdo en que su próximo vehículo tendrá un alto nivel de conectividad y servicios para sus móviles.
- ▶▶ La tendencia apunta a que **en el año 2020 el 90% de los vehículos dispondrá de conectividad.**

Wearables

- ▶▶ Los wearables o accesorios digitales (gafas inteligentes, relojes inteligentes, dispositivos de salud personal, etc.) seguirán en alza, especialmente después de que Apple lanzara su primer Apple Watch este 2015.
- ▶▶ Según las previsiones las empresas seguirán innovando en este campo y **las ventas de accesorios digitales será de 300 millones de unidades en el 2018**, moviendo cerca de unos 8.000 millones de dólares.





Fuentes y referencias

Fuentes y referencias de informes, infografías, posts y artículos usados en la elaboración del presente informe (por orden alfabético):

- ▶ AIMC, "Encuesta a usuarios de Internet 2014", marzo 2015
- ▶ Appfigures blog
- ▶ APP Date, "Informe del estado de las apps en España", septiembre 2014
- ▶ BBA. "Digital Disruption", marzo 2015
- ▶ Baynote "Mcommerce takes off", 2014
- ▶ Bussiness to Community "Mobile future", 2014
- ▶ Buzzcity "The Buzzcity Report: A quarterly briefing of the mobile Internet", abril 2015
- ▶ Cap Gemini "World Paymnets Report", 2014
- ▶ Cetelem. "Observatorio Cetelem ecommerce 2014"
- ▶ ContentSquare. "Ecommerce Barometer", 2014
- ▶ Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), "Evolución del número de líneas de telefonía móvil en España", enero 2015
- ▶ ComScore, "Digital future in focus", 2015
- ▶ ComScore, "The US mobile app report", agosto 2014
- ▶ CPC Strategy Blog, "Ecommerce Infographic", 2013
- ▶ Criteo, "Mobile Commerce Report", 2014
- ▶ Custora, "Ecommerce Pulse. Mobile Report", 2014
- ▶ Deloitte, "Consumo Móvil en España 2014 - Revolución y evolución"
- ▶ Episerver "Mobile Commerce report 2014"
- ▶ Foro de Economía Digital. "Informe de Evolución y Perspectivas eCommerce 2015"
- ▶ Forrester Research "Mobile Payments Forecast", 2014
- ▶ Forrester "Predictions 2015"
- ▶ Fundación Telefónica. "Sociedad de la Información en España 2014", enero 2015
- ▶ Gartner, "Market Share: Devices, All Countries, 4Q14 Update", marzo 2015
- ▶ Gemalto, "Generation mBanking" 2015
- ▶ GFK, "Observatorio de Ecommerce. Segunda oleada", 2014
- ▶ Google, "Consumer Barometer Google España", 2014
- ▶ IAB, "VI Estudio Anual Mobile Marketing", septiembre 2014
- ▶ IDG, "The Mobile Evolution: Connecting Content", enero 2015
- ▶ IDC, "Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker", febrero 2015
- ▶ IPSOS, "Mobile shopping habits", enero 2015
- ▶ Juniper Research "NFC Mobile Payments" 2014
- ▶ Mastercard, "Barómetro de Nuevas Formas de Pago" febrero 2015
- ▶ Nielsen, "Informe Global Actitud Financiera", 2014
- ▶ ReasonWhy "Análisis y tendencias de la industria mobile a nivel mundial" 2014
- ▶ Salesforce, "2014 Mobile Behavior Report", febrero 2015
- ▶ Salesforce, "2014 State of marketing report", 2014
- ▶ Statista, "Mobile is the new media star", 2014
- ▶ Social Media Examiner, "2014 Social Media Industry Report"
- ▶ The App Date, "5º Informe del Estado de las Apps en España", septiembre 2014
- ▶ The Financial Brand "Love of Mobile Payments Grows at Blistering Pace", Febrero 2015
- ▶ Tomorrow Focus Media, "Mobile Effects 2014"
- ▶ Usablenet, "Tablet growth", 2014
- ▶ We are Social, "Digital, Social and Mobile in APAC 2015", marzo 2015
- ▶ We are social, "Digital, Social and Mobile in 2015", enero 2015
- ▶ Webloyalty, "Online Shoppers 2014" 2014

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 transformación digital**



Estamos en las oficinas de Tatum
en la Calle Basílica, 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: premsa@ditrendia.es ó del (+34) 91 598 39 00