

# Penetración y uso de Apps en el Smartphone en España

Presentado por eMMA  
noviembre 2015





## SUMARIO

Descripción del estudio

Penetración y uso de las Apps en el móvil

Satisfacción con el uso de las Apps

Conclusiones





**DESCRIPCIÓN  
DEL ESTUDIO**



## SITUACIÓN DE PARTIDA

Los dispositivos móviles se han situado en el eje central de la estrategia de comunicación digital de las empresas, apoyados por la elevada penetración de teléfonos avanzados (Smartphones) y de las tabletas.

Entender cuáles son los tipos de aplicaciones más utilizadas por los usuarios de Smartphone y entender la analítica que hay detrás de estas aplicaciones puede ayudarnos a mejorar en el desarrollo de las mismas, y cómo utilizar la información almacenada por dichas aplicaciones.

Por todo ello, eMMa (empresa de Business Intelligence aplicada a las Apps) ha contratado la realización de un estudio que diera respuesta a los objetivos que se detallan en las próximas páginas.



## OBJETIVOS

Entender cuáles son los tipos de aplicaciones para Smartphone más utilizadas.

Cuantificar la penetración de los tipos de Apps en el móvil.

Identificar el uso de las Apps por perfiles de usuario.

Entender el motivo de eliminación de Apps.

Entender la convivencia de tipos de apps en un mismo dispositivo.

Evaluar el grado de satisfacción con las Apps instaladas.



# FICHA TÉCNICA



## Universo

- Propietarios de Smartphone de 16 a 55 años



## Ámbito geográfico

- España



## Trabajo de campo

- Septiembre de 2015



## Error muestral

- El error muestral de los datos globales es de  $\pm 4,3\%$  con un nivel de confianza del 95,5% y  $p=q=0.5$



## Muestra obtenida

- 530 entrevistas



## Técnica

- **C.A.W.I.** (Entrevista auto administrada por ordenador online)

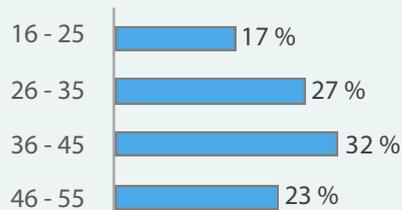


# DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

## Sexo



## Edad



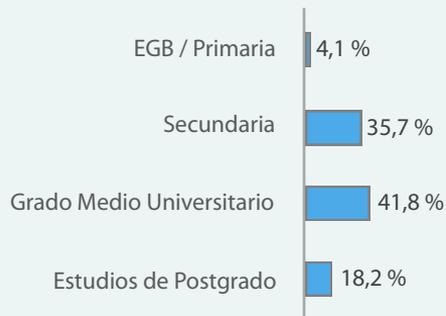
## Composición hogar



## Hijos



## Estudios



## Ocupación





## CONSIDERACIONES

En todas las diapositivas, se inserta la o las preguntas que se han formulado a los entrevistados dentro del cuestionario y a la cual se hace referencia dentro de la diapositiva.

Las bases se señalan en cada uno de los gráficos del informe.

Las diferencias significativas se muestran entre segmentos de una misma variable. Por ejemplo: entre tramos de edad o sexo.

# PENETRACIÓN Y USO DE APPS EN EL MÓVIL

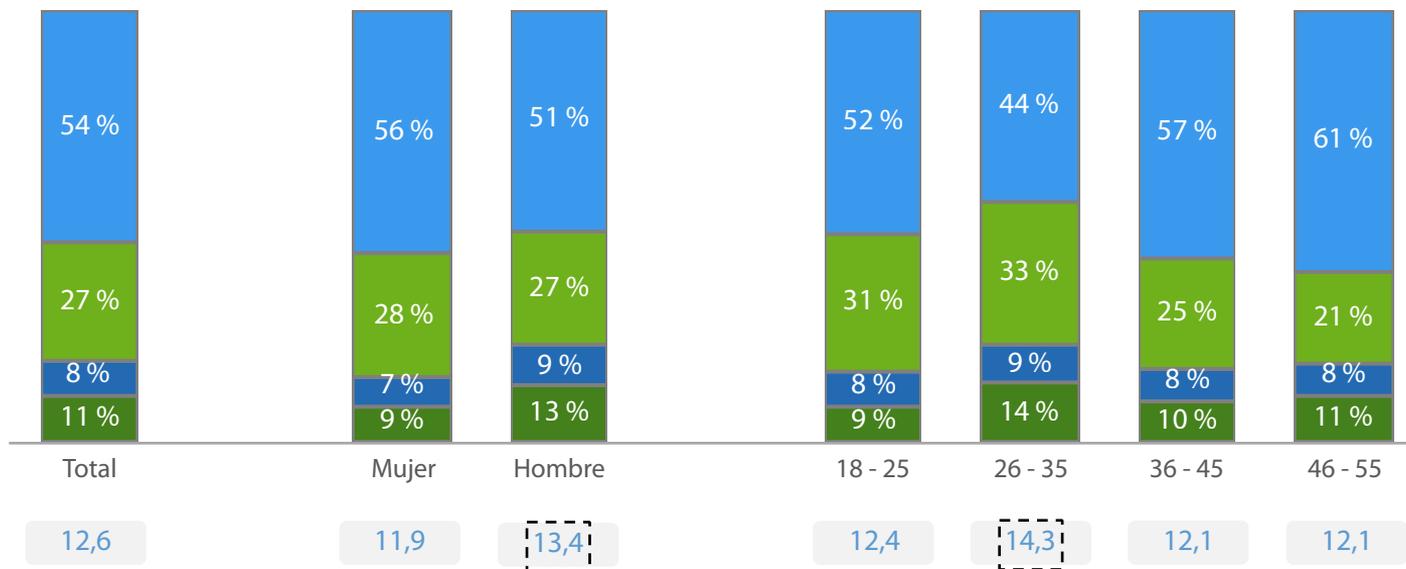




# ¿CUÁNTAS APPS TENEMOS?

De forma declarada, los usuarios de Smartphone **recuerdan tener 13 aplicaciones**, y esto varía por sexo (siendo los hombres los que tienen más) y los de 26-35 años.

- De 1 a 10
- De 11 a 20
- De 21 a 30
- Entre 31 y más

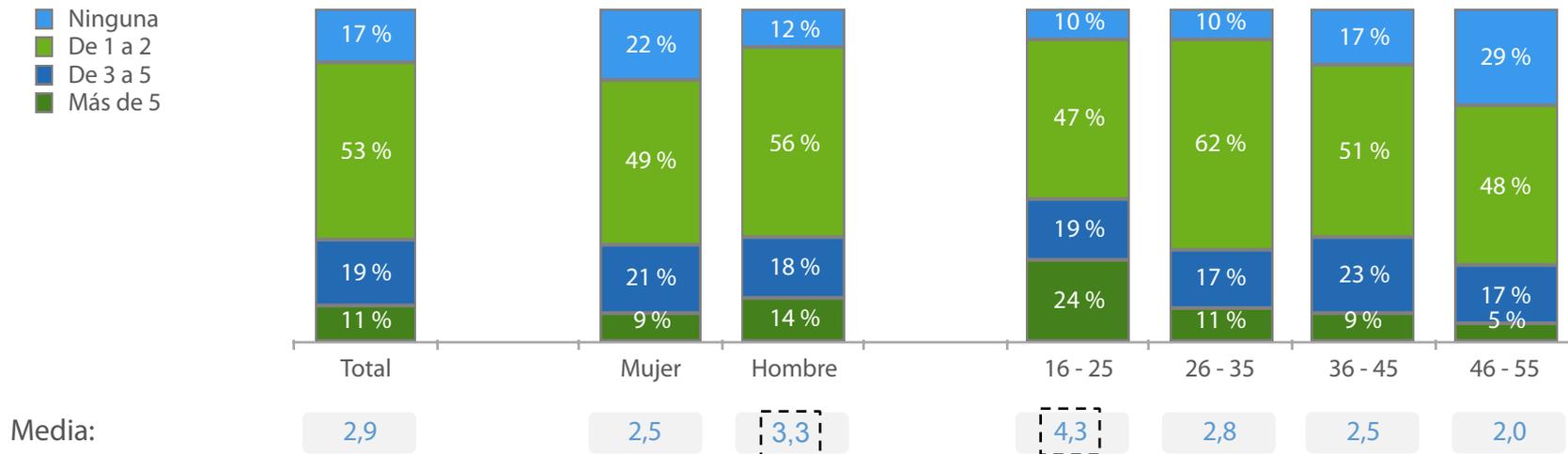


Media:

! Diferencia significativa

# ¿CUÁNTAS APPS DESCARGAMOS AL MES?

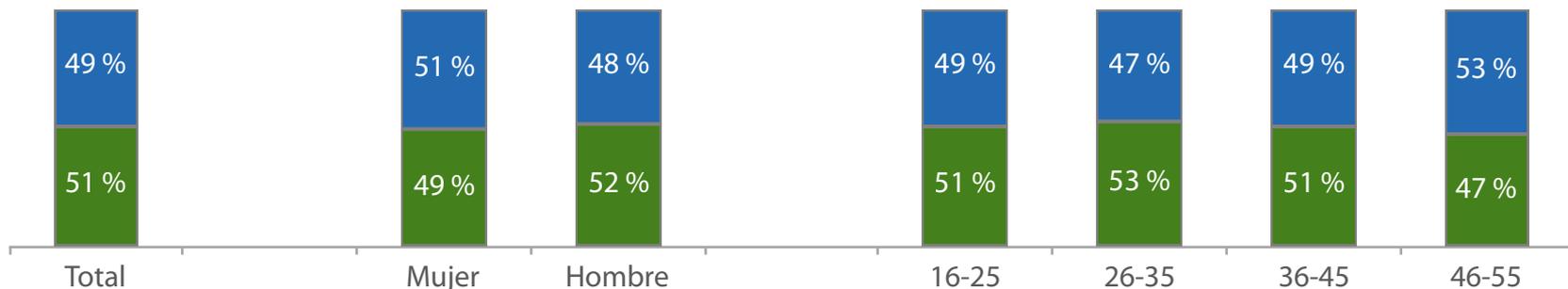
Los usuarios de Smartphone se descargan alrededor de 3 apps al mes, siendo los hombres y los individuos de 16 a 25 años quienes más Apps se descargan de forma significativa.



# ¿CUÁNTAS APPS SE ACABAN BORRANDO?

Pero no todas las apps que nos descargamos las conservamos, aproximadamente el 50% de las Apps descargadas se acaban borrando, independientemente de cuál sea el sexo o edad del usuario.

Mayoritariamente, se borran estas apps porque no cumplen sus expectativas. Adicionalmente los entrevistados declaran también que borran aplicaciones porque ya no las están utilizando o porque no tenían espacio en el dispositivo.



**El 50% de las Apps descargadas se borran**

(5,1 de cada 10 descargadas)

■ Apps no borradas  
■ Apps borradas



# TIPOS DE APPS

Para entender los tipos de Apps que utilizan los españoles, las agrupamos en 16 tipologías distintas

**Alimentación** (recetas, supermercados, comida a domicilio, listas de la compra, etc.)

**Compras** (sitios de venta online de empresas o entre particulares)

**Comunicación** (chats, email, videollamadas, VPN, etc.)

**Deportes** (mantenerse en forma, estadísticas, apuestas, estadísticas, etc.)

**Educación** (aplicaciones para aprender o entrenar la mente, diccionarios, traductores, etc.)

**Empresa y gestión** (aplicaciones para búsqueda empleo, Office, contactos, archivos, agenda, etc.)

**Juegos**

**Entretenimiento** (aplicaciones de talking pet, karaoke, tocar instrumento, bromas, crear cómics, etc.)

**Finanzas** (aplicaciones de acceso a cuentas bancarias, control de gastos, ahorro, etc.)

**Fotografía y vídeo** (Aplicaciones de editor de fotos/vídeos, cámaras, etc.)

**Herramientas** (aplicaciones de por ejemplo linterna, QR, mando a distancia, antivirus, grabadora, etc.)

**Mapas, guías y viajes**

**Música y audio**

**Noticias, revistas, prensa, libros**

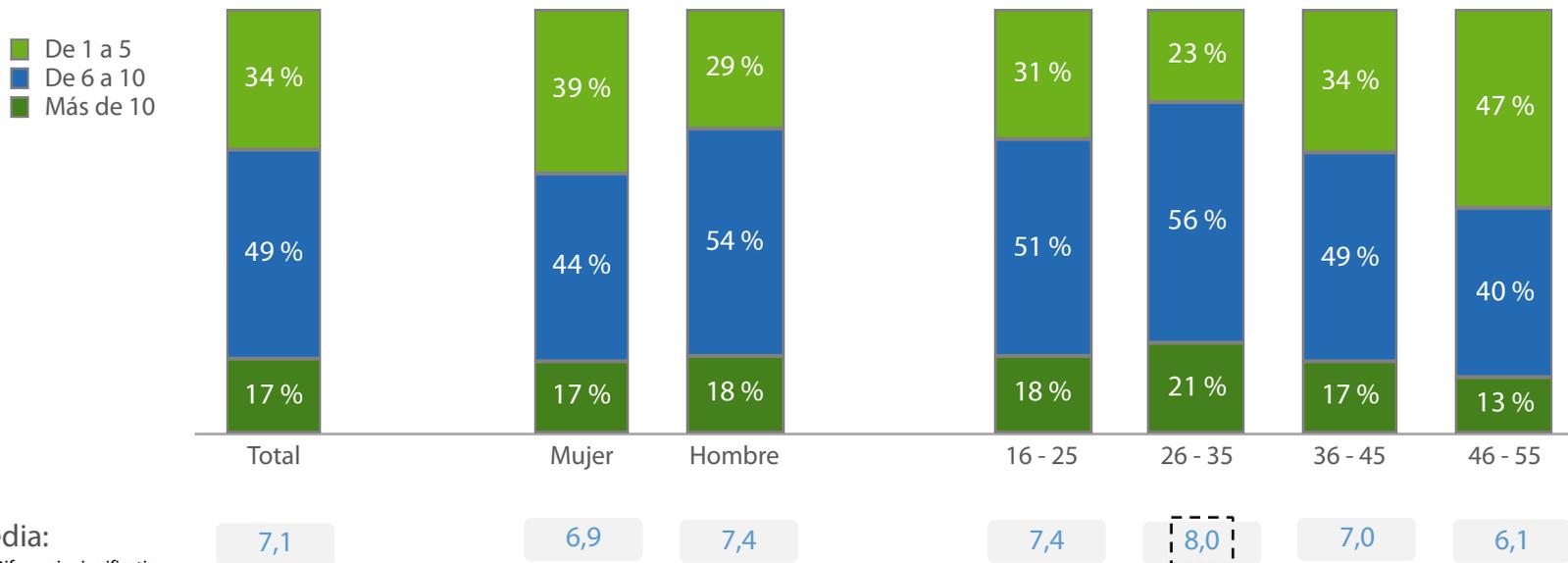
**Sociedad** (aplicaciones de redes sociales, encuentros online de pareja)

**Tiempo, transporte** (aplicaciones de predicciones meteorológicas, horario y rutas de transporte, etc.)



# ¿CON CUÁNTOS TIPOS DE APPS TRABAJAMOS?

Los usuarios españoles declaran **tener instaladas** en sus Smartphones un promedio de **7 tipos de aplicaciones**, siendo los hombres los que tienen más y especialmente los de edad más joven (tal como ya se veía con el número de apps instaladas).



¿Tienes aplicaciones de la categoría...?

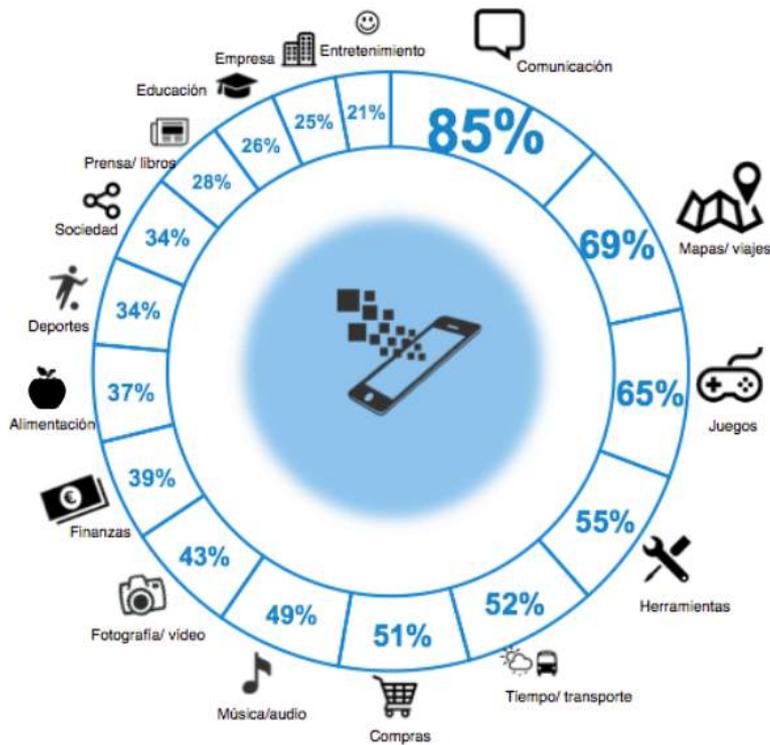


# ¿QUÉ TIPO DE APPS UTILIZAMOS?

Las Apps con más penetración son las de **comunicación**, seguidas por las de **mapas/viajes** y **juegos**.

Al menos la mitad de la muestra también declara tener Apps de herramientas, transporte, compras y música.

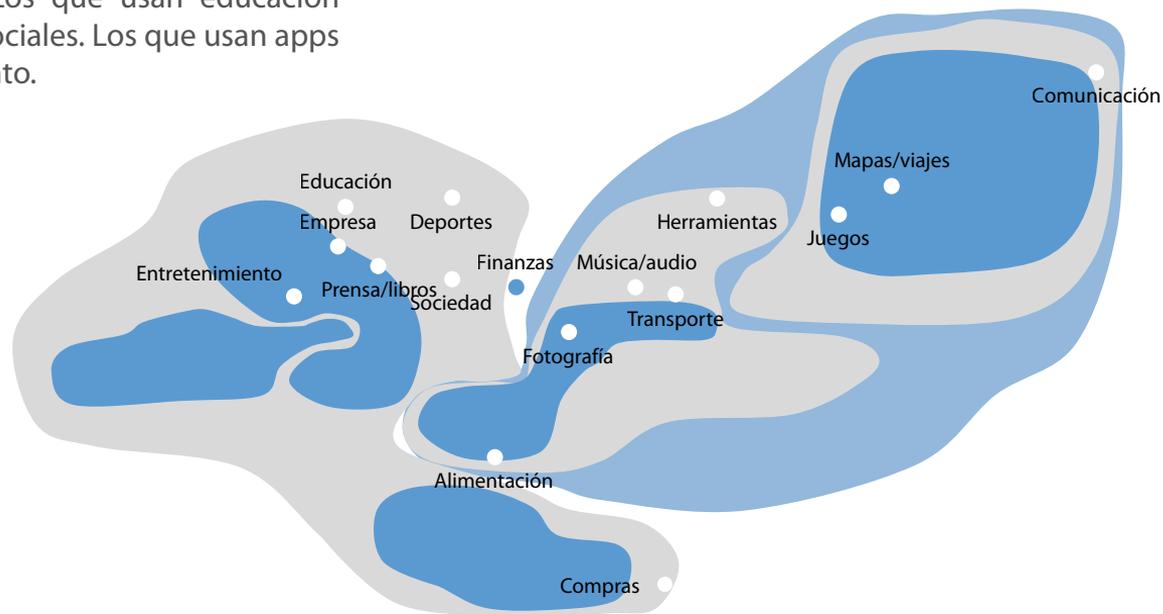
Un 43% declara tener Apps de fotografía y vídeo. La cámara del Smartphone, no se considera una aplicación.





## DUPLICIDAD DE APPS (I)

Vemos que existen unas agrupaciones en función de la penetración: los individuos que utilizan apps de comunicación, también usan las de viajes y juegos. Los que usan educación también usan apps de empresa o redes sociales. Los que usan apps de prensa también usan de entretenimiento.





## DUPLICIDAD DE APPS (II)

Quienes utilizan estas apps...

También usan...

Comunicación		91%	87%	93%	93%	94%	91%	92%	93%	89%	86%	95%	94%	95%	97%	92%
Mapas/viajes	74%		74%	81%	83%	81%	82%	77%	82%	76%	78%	86%	79%	81%	89%	78%
Juegos	66%	69%		71%	71%	69%	74%	77%	68%	70%	69%	75%	77%	80%	74%	79%
Herramientas	60%	65%	60%		69%	62%	71%	68%	67%	63%	62%	77%	70%	80%	83%	63%
Tiempo/transporte	57%	62%	57%	65%		62%	64%	62%	64%	64%	62%	70%	76%	68%	72%	61%
Compras	56%	60%	54%	57%	60%		60%	56%	68%	70%	61%	65%	66%	67%	69%	63%
Música	52%	58%	56%	62%	60%	57%		68%	59%	57%	57%	66%	65%	67%	71%	69%
Fotografía	47%	48%	52%	53%	52%	48%	61%		43%	41%	49%	57%	52%	57%	60%	64%
Finanzas	43%	46%	41%	47%	48%	52%	48%	39%		53%	52%	57%	56%	58%	60%	36%
Alimentación	39%	41%	41%	43%	47%	52%	44%	35%	50%		52%	52%	52%	61%	52%	41%
Deportes	34%	39%	36%	38%	40%	41%	40%	38%	46%	47%		39%	54%	50%	42%	44%
Sociedad	38%	42%	39%	47%	46%	44%	46%	45%	50%	47%	39%		48%	64%	59%	46%
Prensa	31%	32%	34%	36%	41%	37%	37%	34%	41%	39%	45%	40%		44%	47%	50%
Educación	28%	30%	32%	37%	34%	34%	35%	34%	38%	42%	37%	48%	40%		59%	34%
Empresa	29%	32%	29%	37%	35%	34%	36%	34%	38%	35%	31%	43%	42%	51%		30%
Entretenimiento	23%	24%	26%	24%	25%	27%	30%	32%	20%	24%	28%	29%	38%	28%	26%	

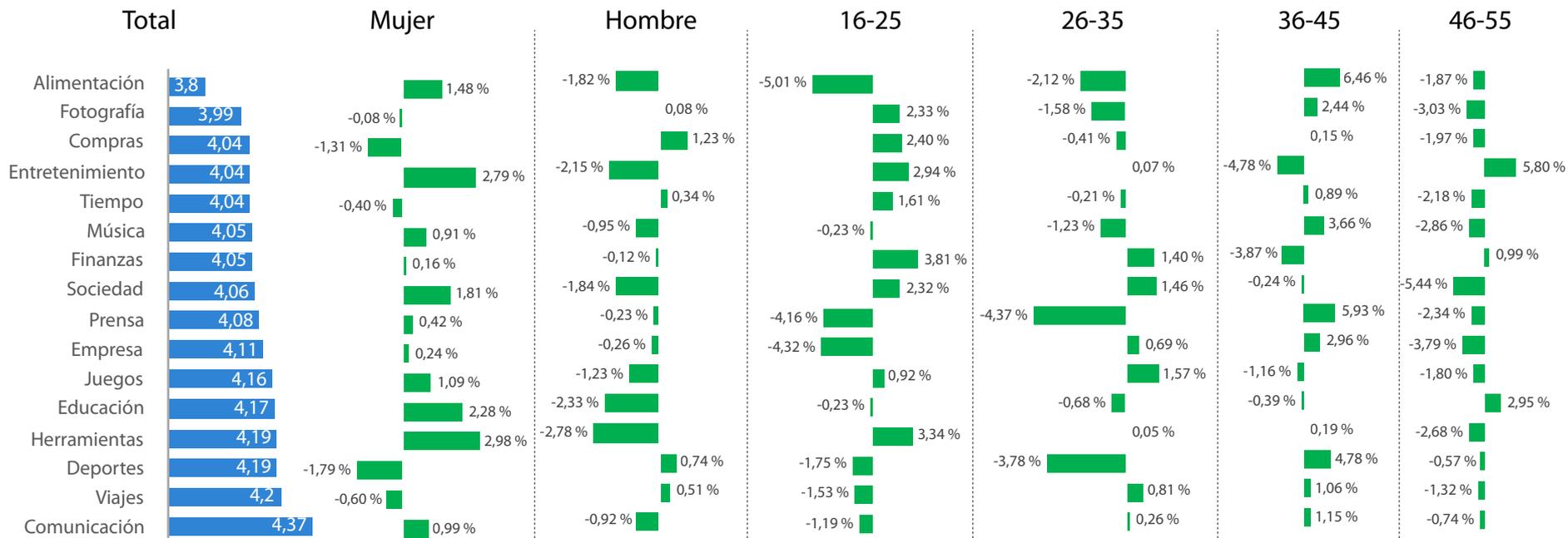
¿Tienes aplicaciones de la categoría...?

# SATISFACCIÓN CON EL USO DE LAS APPS



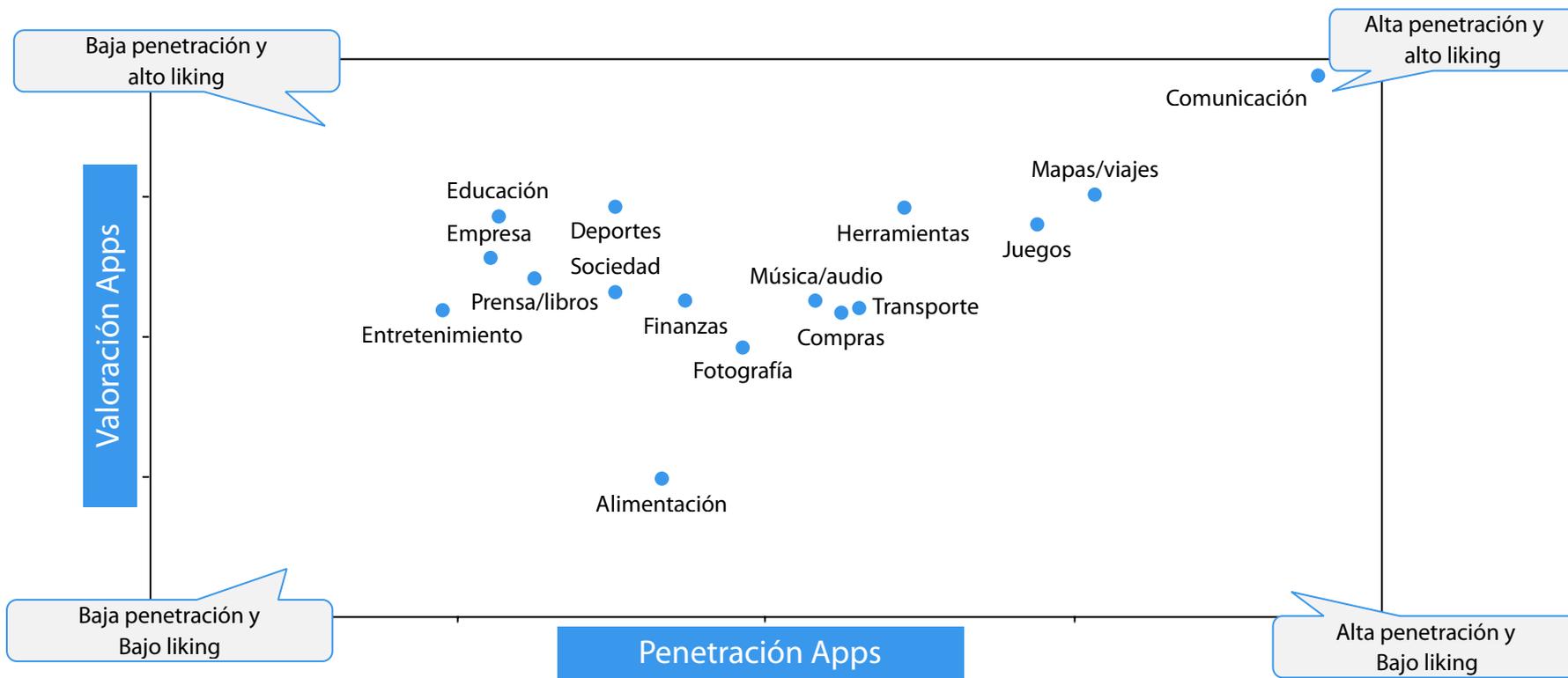


# TIPOS DE APPS MÁS VALORADAS (I)





## TIPOS DE APPS MÁS VALORADAS (II)



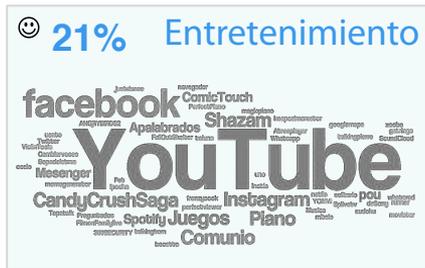
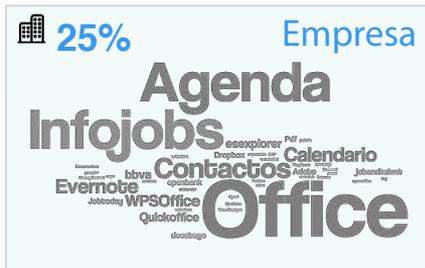
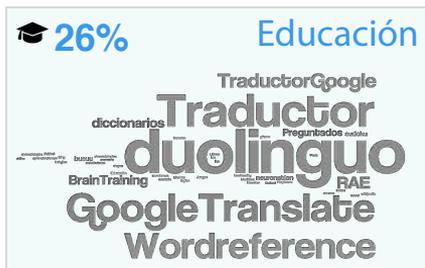
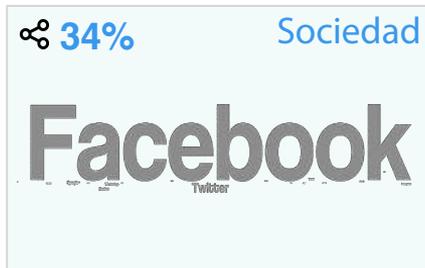
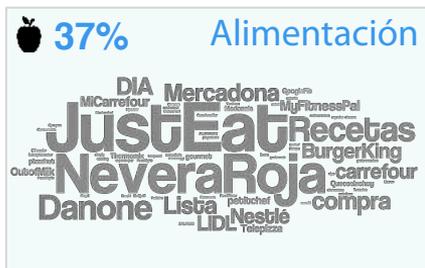


# APPS MÁS UTILIZADAS POR TIPO (I)



¿Cuál es la aplicación que más utilizas de la categoría...?

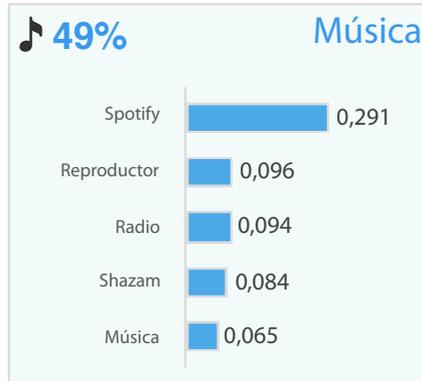
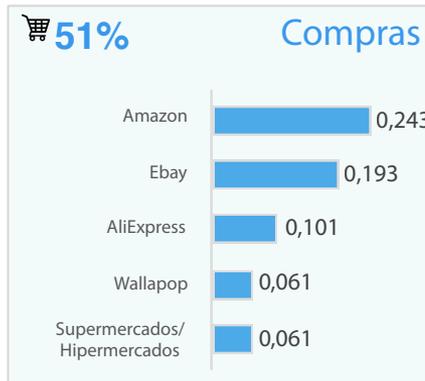
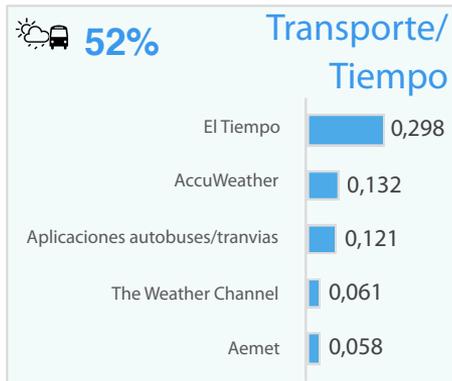
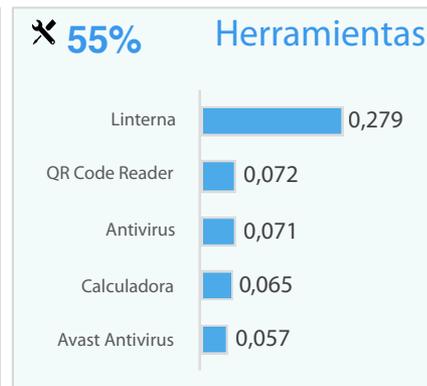
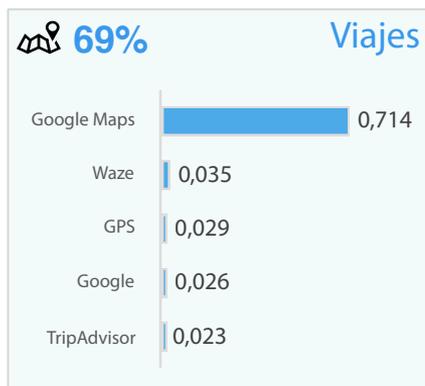
# APPS MÁS UTILIZADAS POR TIPO (II)



¿Cuál es la aplicación que más utilizas de la categoría...?

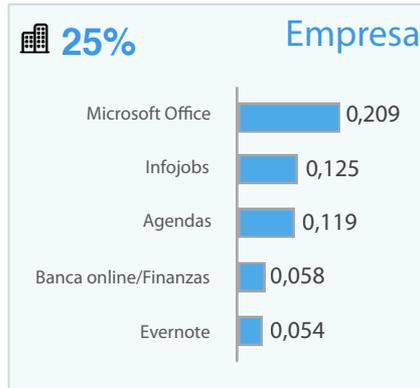
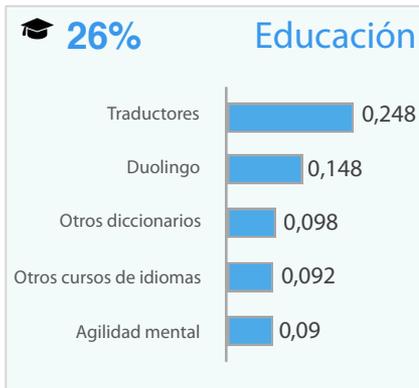
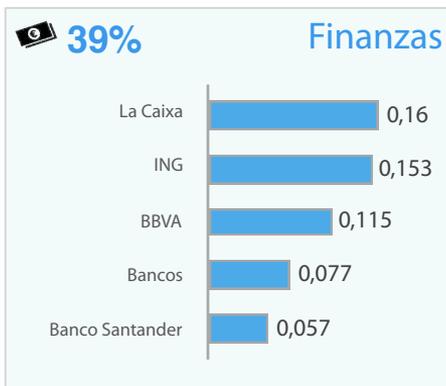


# APPS MÁS UTILIZADAS POR TIPO (TOP 5)





# APPS MÁS UTILIZADAS POR TIPO (TOP 5)



# CONCLUSIONES





## CONCLUSIONES

Los usuarios españoles declaran tener instaladas en sus Smartphones un promedio de 13 aplicaciones, siendo los hombres los que tienen más y especialmente los de edad más joven, y esto equivale a 7 tipos de Apps distintas.

Eso se traduce en que mensualmente descargemos unas tres aplicaciones. El perfil más intensivo vuelve a ser el varón más joven.

Pero es importante señalar, que no todas estas aplicaciones se quedan en el móvil, aproximadamente la mitad de las mismas se borran inmediatamente una vez descargadas, independientemente de cuál sea su sexo o edad, y esto es debido principalmente a que no cumplen las expectativas.



## CONCLUSIONES

Si analizamos en detalle esta tipología de App, las aplicaciones más utilizadas son las relacionadas con temas de comunicación, un 85% declara tener instalado este tipo de aplicaciones en su terminal, siendo WhatsApp la App por excelencia.

Otras tipologías de aplicaciones con alta penetración en nuestro país son las Apps vinculadas a mapas/cartografía (habiendo un claro referente: Google Maps), con un 69% de penetración. Le sigue juegos (65%) siendo CandyCrush el juego a destacar.

Las herramientas son otra categoría también con fuerte presencia, más de la mitad de los entrevistados tiene este tipo de aplicación (55%), y destaca la linterna (aunque a veces venga instalada en el propio dispositivo); seguido de antivirus o lectores QR.



## CONCLUSIONES

Las aplicaciones relacionadas con el tiempo/transporte, son utilizadas por la mitad de la muestra, las más mencionadas son ElTiempo o AccuWeather.

Las aplicaciones de compras, ya está presente en un 51% de los terminales de la muestra. La atomización en este caso es mucho mayor pero existe un claro referente: Amazon, eBay, Aliexpress o Wallapop son otras aplicaciones declaradas, con más o menos presencia.

En términos de música, un 49% declara tenerlas en sus dispositivos: en primer lugar se menciona Spotify, el reproductor de música que viene en el móvil, la radio y Shazam.



## CONCLUSIONES

A partir de aquí, el resto de tipologías son fotografía/vídeo (43%), finanzas (39%), alimentación (37%), deportes (34%), redes sociales (34%).

Alguna de estas aplicaciones son de uso transversal (utilizada por cualquier perfil), por ejemplo el WhatsApp, pero hay otras que destacan entre un perfil u otro, por ejemplo, entre las mujeres destacan las Apps vinculadas a juegos o alimentación; mientras que entre los hombres destacan los mapas, finanzas, deportes o noticias.

Por tramos de edad, los más mayores son los que tiene menos tipos de Apps, y sorprende que no sean los más jóvenes los que tiene más, sino los de 26-35 años.



## CONCLUSIONES

Existe una clara relación entre las Apps **más valoradas** con las **más descargadas**, aunque **existen categorías nicho**, en que sus niveles de penetración no son tan altas pero sí muy bien valoradas, por ejemplo Apps de deportes, educación o empresa.

Por otro lado, se identifica una clara oportunidad en Apps de música/audio, tiempo/transporte o compras, pues tiene una penetración media, pero no son bien valoradas. Las empresas que puedan hacer una App bien valorada podrá ganar cuota de mercado en su categoría.

# eMMA. Actionable Data.

**CONTACT US**

**BCN·MAD·VIG·LND·MEX**

**INFO@EMMA.IO**

**WWW.EMMA.IO**

