



Un tercio de los españoles dedica un día a la semana a navegar por apps móviles

Sólo el 14% de los españoles mantiene instaladas todas las apps que descarga

Se cumplen 10 años desde que llegó al mercado la primera aplicación móvil gracias al lanzamiento del App Store, la publicación del primer SDK para Android y la posterior -pero casi inmediata- inauguración del Android Market (actualmente Google Play).

Durante esta década, la presencia de las aplicaciones en los dispositivos de los españoles ha ido en indudable aumento, así como el tiempo de uso de éstas. Según el *'Informe Mobile 2018'*, el outlet online líder en España, **un tercio de los españoles dedica más de 20 horas a la semana** -casi un día- a navegar por apps móviles. En el caso de los **Millennials este número de horas aumenta**

hasta las 28h semanales, 12 más que las destinadas por los mayores de 55 años.

☒ Y es que actualmente hay **en España 22 millones usuarios activos de apps** y cada día se descargan cuatro millones de aplicaciones (1).

De estas descargas, **el 44% de los españoles mantiene en su dispositivo entre 10 y 20 apps instaladas** según revela el 'Informe Mobile 2018' de Privalia. La realidad es que no todas las aplicaciones descargadas se conservan de forma permanente. Para el 79% depende de si les resulta útil de forma habitual. De hecho, **sólo el 14% de los encuestados indicaba mantener instaladas todas las apps que descarga**. Las razones para desinstalarlas son fundamentalmente que no son lo que el usuario espera o que fallan en su funcionamiento (64%), la falta de uso (60%) y la necesidad de espacio en el dispositivo (30%).

¿Qué valoran los españoles en las aplicaciones móviles?

Por contra, lo más valorado por los españoles en una app es que **cubra una necesidad (72%), que no sea muy intrusiva con publicidad (57%) y que no consuma muchos datos (46%)**. Si bien es cierto que el hecho de que sean gratuitas es algo muy valorado, y ocho de cada diez encuestados manifiestan que son las que se descargan aunque un 18% afirma que opta por tener de ambas, dependiendo de lo que ofrezcan.

En cuanto a la forma de descubrir las aplicaciones que descargan, habitualmente viene dado por las búsquedas directas (63%). Sin embargo, en muchas otras ocasiones se las descargan gracias a una recomendación directa (51%) o gracias a las redes sociales (34%). De hecho, **para más del 80% de los españoles son muy importantes los comentarios y valoraciones** que tiene la app en la store.

El top 3 de las que consideran más útiles para **tener descargadas de forma permanente son las de banca, las de redes sociales y las de mapas o navegación**. Sin embargo, cuando se les pregunta por cuáles son a las que dan uso diario, entran en juego otras como las de **mensajería**.

El canal móvil, clave en las ventas del comercio electrónico

Lo cierto es que ofrecer una app al usuario tiene múltiples beneficios, entre los

que destacan la usabilidad, la velocidad y la disponibilidad offline. Es por ello que muchos ecommerce han apostado por desarrollar aplicaciones, especialmente los grandes, debido también al alto impacto en ventas que tiene el canal mobile. Tanto es así que, según datos internos de Privalia, **los grandes ecommerce venden un 48% más desde dispositivos móviles** que desde la plataforma web y obtienen por esta vía **un 64% de los ingresos totales**. De hecho, actualmente **el 86% del tráfico es vía mobile**.

La penetración del uso de aplicaciones móviles es muy alta para los ecommerce, con **un 32% de compradores exclusivos vía app**, la tasa más alta de canal único frente a sólo web y web móvil.