

INFORME

Comportamiento de los usuarios de apps en 2020: España

criteo.



Resumen

La pandemia del coronavirus dio paso a la era del distanciamiento social y cambió la relación entre los usuarios de móviles y sus apps.

Nuestra encuesta muestra que los usuarios de apps españoles dependen ahora aún más de las apps para comprar productos y conectarse con sus seres queridos, y para entretenerse. Con las órdenes de confinamiento y el cierre de negocios que no fueran de primera necesidad, los usuarios de apps españoles empezaron a pasar más tiempo en sus apps favoritas y también descubrieron nuevas apps.

Antes de que se produjera la pandemia, las apps de retail, streaming y música fueron las principales categorías descargadas en España en los últimos 6 meses. El boca a boca y la funcionalidad de las apps eran las claves para su instalación.

En general, nuestro estudio muestra que las generaciones mayores buscan apps gratuitas mientras que la Generación Z y los millennials suelen descargarse más apps de pago y realizar más compras In-App.

Nuestra encuesta también revela que a los usuarios de mobile apps españoles no les importa ver anuncios In-App, siempre y cuando puedan acceder a contenido gratuito a cambio.

Por último, los usuarios son precavidos con la información que comparten con sus apps y no quieren que las apps sean demasiado intrusivas, con exceso de emails o notificaciones push.

Contenido

1

Mientras dure el confinamiento, los usuarios españoles de apps móviles quieren entretenerse y comprar online...

2

¿Cómo era el uso de apps móviles antes de la pandemia del coronavirus?

3

Los usuarios son precavidos con la información que comparten con las apps (y también les gusta que estas sean discretas).

4

La frágil relación entre los usuarios de apps móviles y las apps.



**Mientras dure el
confinamiento, los
usuarios españoles
de apps móviles
quieren entretenerse
y comprar online...**



criteol.

4 de cada 10 consumidores españoles han descargado una app de redes sociales y/o streaming de vídeo

Los usuarios españoles de apps quieren **entretenerse** durante el brote de COVID-19. 1/4 parte de ellos ha descargado una app de red social o streaming de vídeo en los últimos 15-30 días.

Las **compras** por Internet también han aumentado en España: casi 2 de cada 5 encuestados dijeron haber descargado una nueva app de compras al por menor en las últimas semanas.

Más de 1 de cada 4 españoles también dijo haberse descargado nuevas apps para **la entrega a domicilio de comidas y alimentos/alcohol** en las últimas semanas.

Porcentaje de encuestados que han descargado una app, por tipo de app



El comercio In-App ha registrado un avance histórico en España



***56%**

■ de todos los compradores españoles descargaron al menos una app de compras (al por menor, comidas o alimentación/alcohol) durante el pico del brote de COVID-19

A los integrantes de la Generación Z y a los Millennials les gusta utilizar app más que a las generaciones mayores

A la **Generación Z y los millennials** les gusta mucho usar apps, en la mayoría de las categorías de productos. Están buscando más apps de entretenimiento en streaming y juegos.

La **Generación X** también está interesada en la descarga de apps, especialmente de apps de retail/alimentación/compra de comidas y apps de información y entretenimiento.

1 de cada 4 **Boomers y Silent** han descargado una app de compras o de reparto de alimentos a domicilio en los últimos 15-30 días.

Con los recientes cambios en tu estilo de vida provocados por el COVID-19, ¿en cuáles de las siguientes categorías has descargado nuevas apps en los últimos 15-30 días?

Tipo de app	Generación Z y Millennials	Generación X	Boomers y Silent
Redes sociales	57%	31%	25%
Streaming de vídeo	57%	34%	18%
Juegos	52%	35%	13%
Videoconferencias	51%	36%	18%
Compras retail	45%	39%	26%
Podcasts, música, audio	44%	32%	20%
Ejercicio en casa	42%	27%	14%
Entrega de comida	32%	25%	14%
Entrega de alimentos/alcohol	29%	28%	29%
Finanzas	29%	25%	20%
Productividad	27%	16%	12%
Noticias	24%	25%	20%
Educación para adultos	22%	13%	3%
Educación para niños	22%	19%	5%
Alivio del estrés	17%	8%	3%
Ninguno de los anteriores	2%	7%	24%

Más de 1 de cada 2 compradores en España ha aumentado su uso de apps de redes sociales para mantenerse conectados con los demás en las últimas semanas

Confinados en casa durante el brote de coronavirus, más de un tercio de los compradores españoles también ha aumentado su uso de apps al pasar más tiempo comprando y entreteniéndose con apps de streaming de vídeo, música y juegos.

¿En cuál de estas categorías ha aumentado tu uso de apps debido al Covid19?



El boca a boca y los anuncios personalizados impulsan la instalación de apps

Los usuarios de apps siguen las sugerencias de las personas que conocen y en las que confían. **1 de cada 2** compradores españoles oyeron hablar a su familia, amigos o compañeros de trabajo acerca de una app que descargaron durante la cuarentena.

Los anuncios también son un factor muy importante para potenciar la instalación de una app. Casi la mitad de los compradores españoles dijeron haberse descargado una app durante la cuarentena después de ver un anuncio en redes sociales, en la televisión o en otra app.



*45%

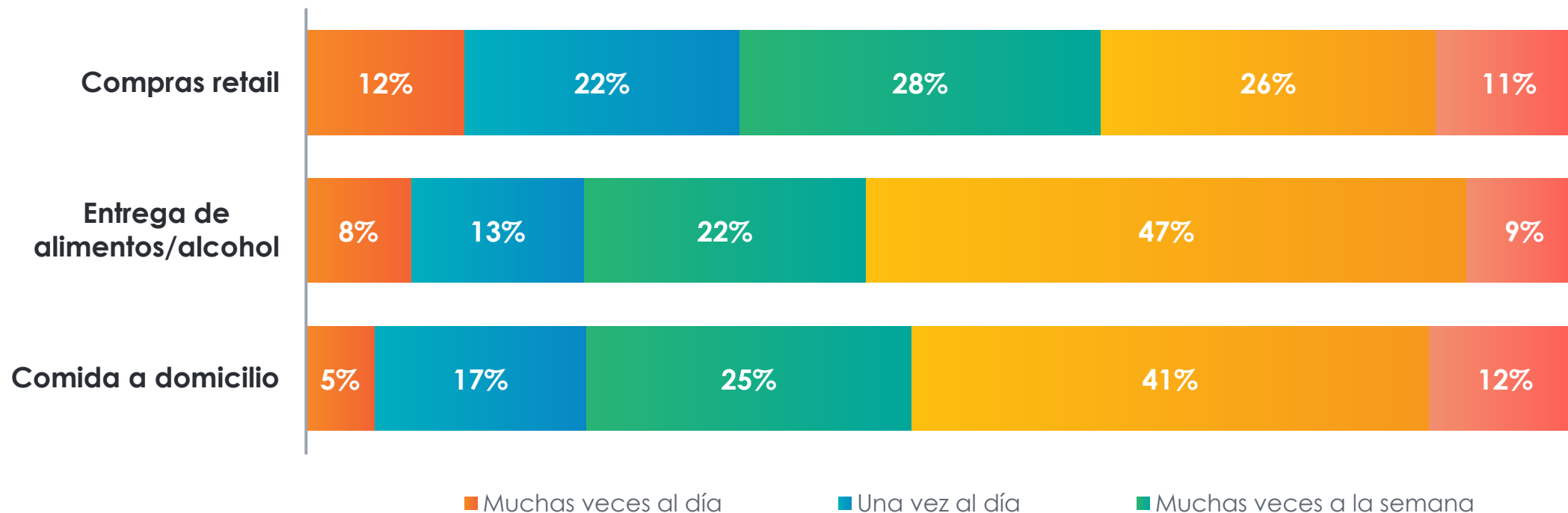
¿Cómo conociste las apps que has descargado debido a los cambios en tu estilo de vida causados por el COVID-19?



*Total no duplicado

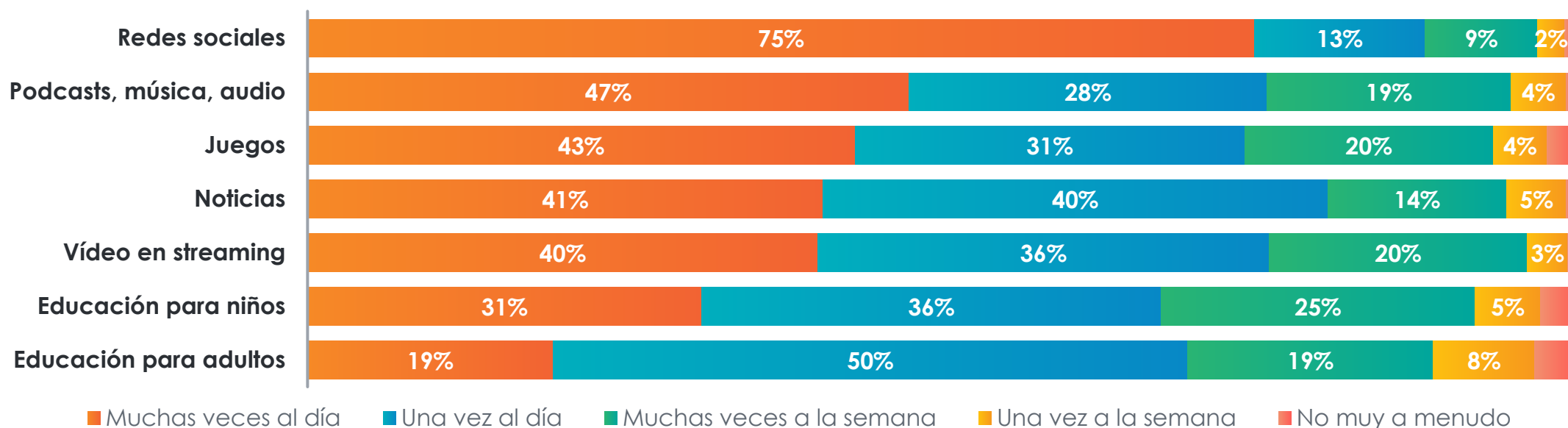
La mayoría de los usuarios utilizan las apps de compras una vez a la semana

¿Con qué frecuencia utilizas estas apps que has descargado debido a los cambios en tu estilo de vida causados por el COVID-19?

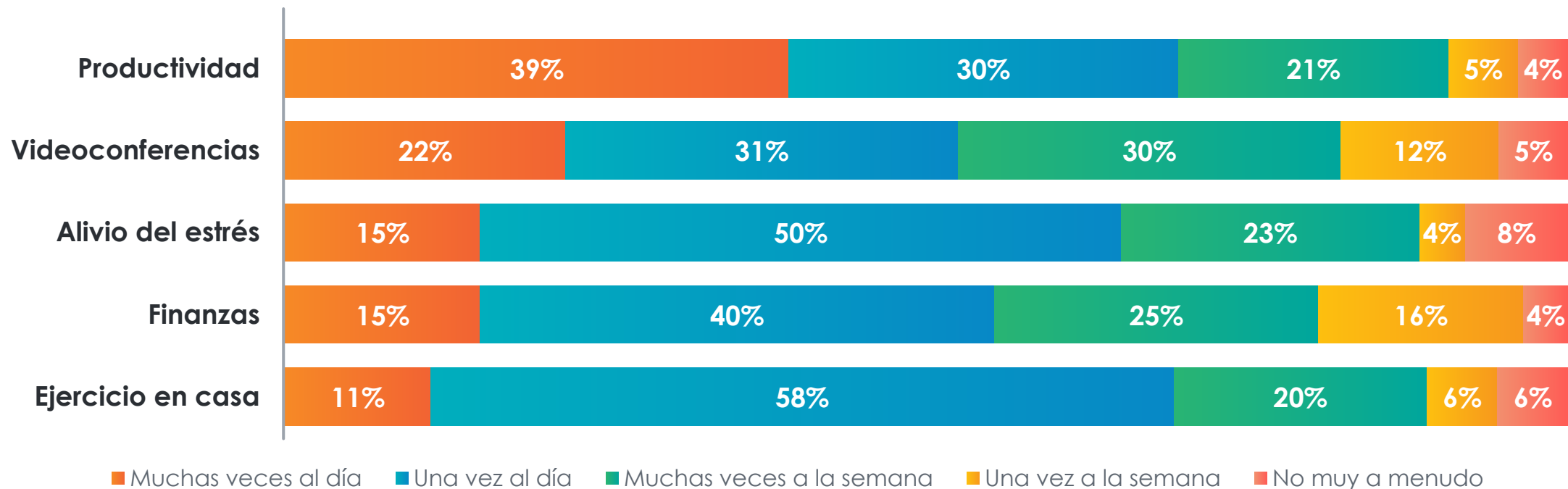


Los usuarios españoles quieren mantenerse conectados con los demás y para ello usan apps de redes sociales varias veces al día

¿Con qué frecuencia utilizas estas apps que has descargado debido a los cambios en tu estilo de vida causados por el COVID-19?



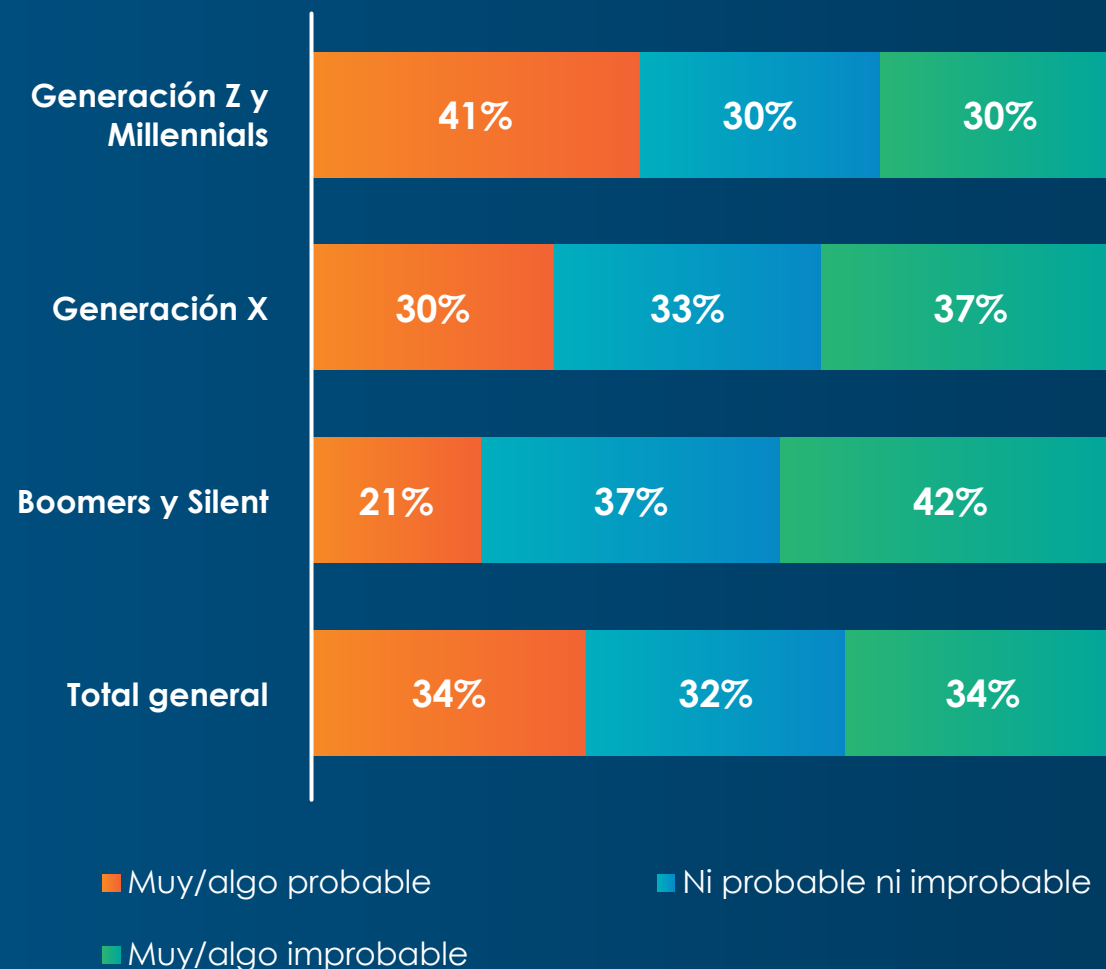
Mientras trabajan desde casa, la mayoría de los compradores españoles usan sus apps al menos una vez al día



Mantener el engagement con los usuarios de apps será crucial en el futuro, especialmente entre las generaciones más jóvenes

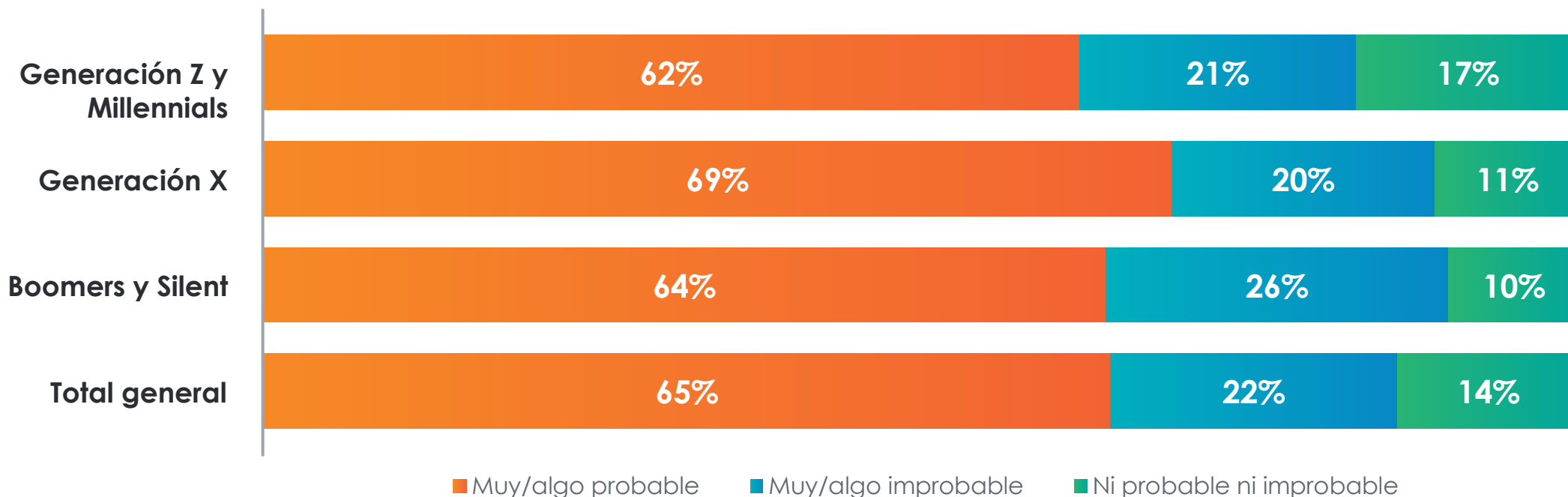
Aún no se sabe con certeza si los usuarios españoles de apps borrarán o mantendrán las apps que descargaron durante el confinamiento.

En el futuro, ¿qué probabilidad tienes de borrar las apps que has descargado por los cambios en tu estilo de vida causados por el COVID-19?



6 de cada 10 usuarios españoles de apps planean hacer una compra en una app que han descargado en las últimas semanas

¿Qué probabilidades tienes de realizar una compra In-App en cualquiera de las categorías de app que has descargado debido al COVID-19?



¿Cómo era el uso de
apps móviles antes
de la pandemia del
coronavirus?



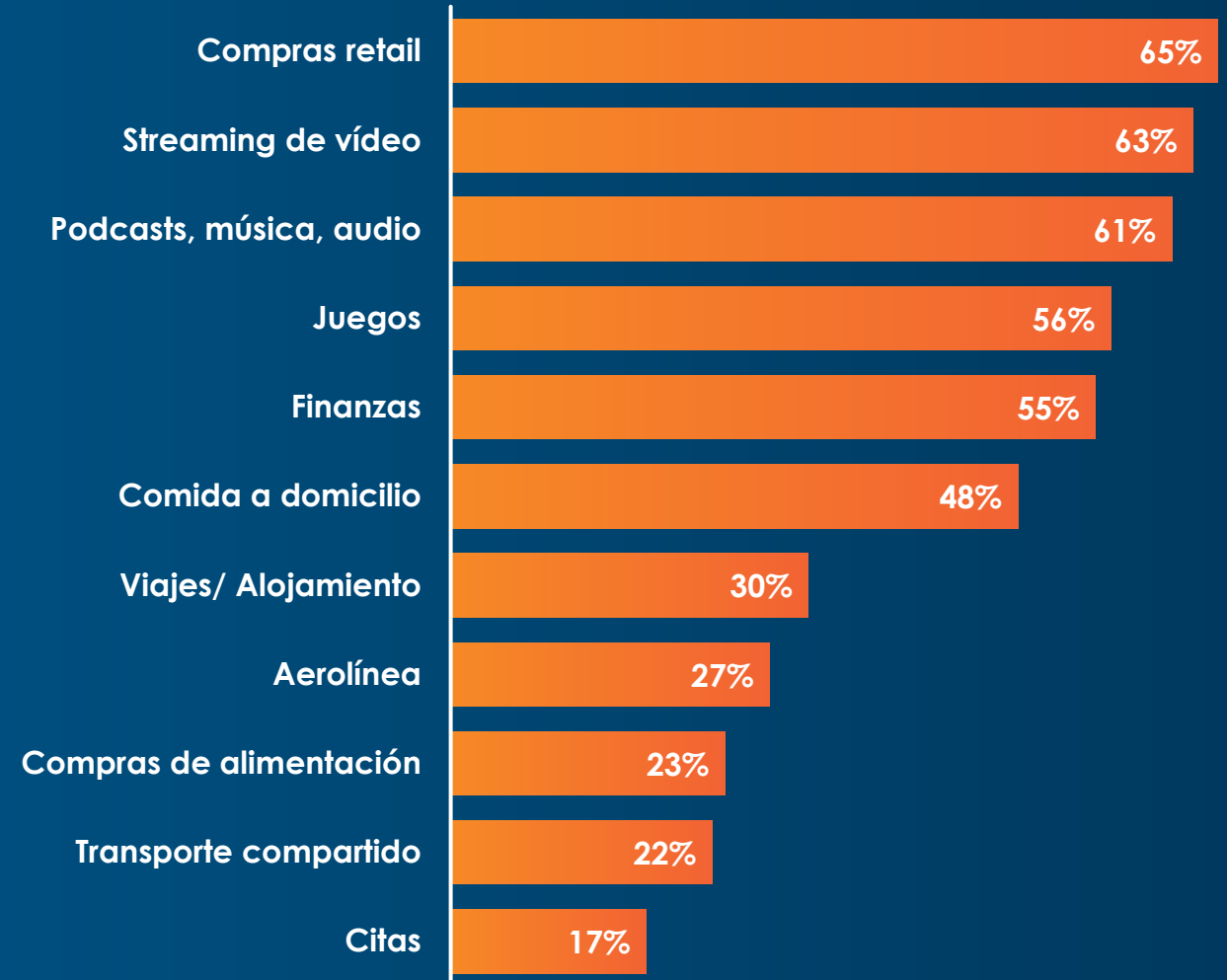
criteol.

En los últimos 6 meses, la mayor parte de los encuestados descargó una app de compras al por menor (65%), una app de streaming de vídeo (63%) y/o una app de música (61%)

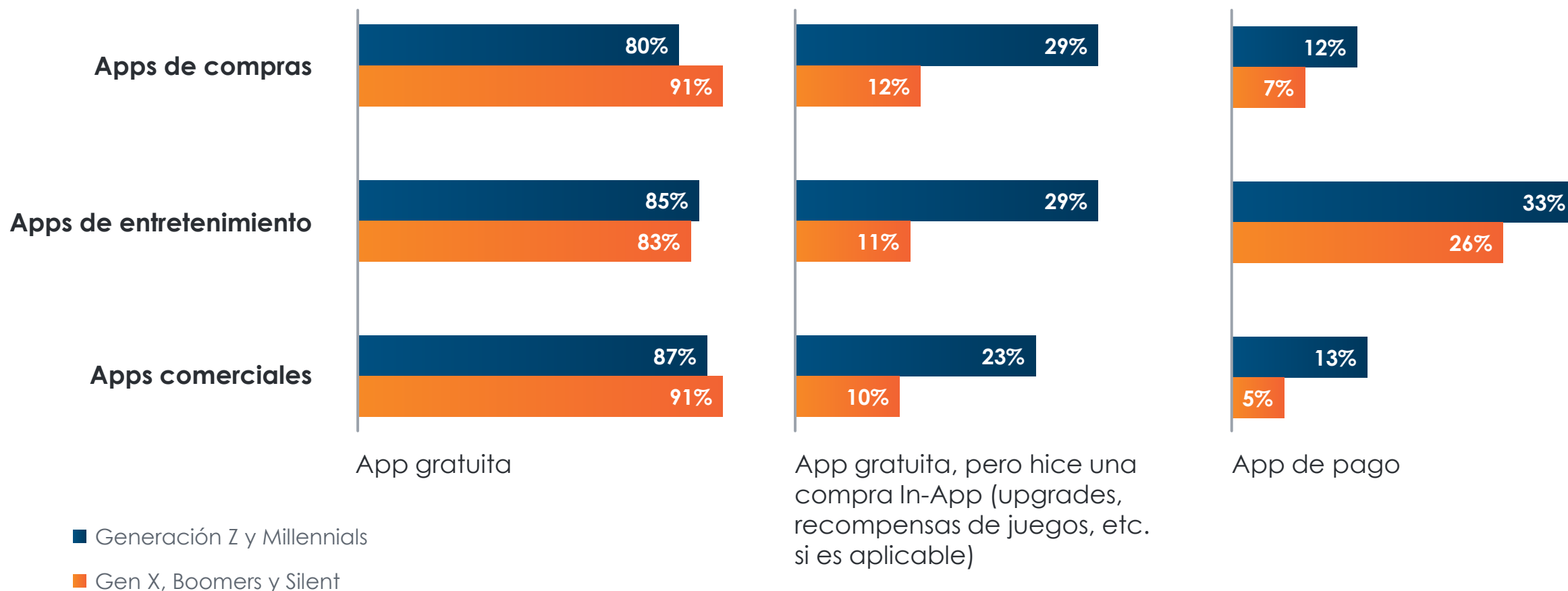
Las apps de compras al por menor siguen siendo la categoría de apps más descargada en los últimos 6 meses.

Al descargar una app, los usuarios también buscan entretenimiento: las apps de streaming de vídeo (78%) y las apps de podcast/música (73%) son las categorías más populares entre los Gen Zers y los millennials.

En los últimos 6 meses, ¿has descargado alguna app de las siguientes categorías en tu dispositivo móvil personal?



Las generaciones más jóvenes tienen más probabilidades que las mayores de hacer una compra In-App



El boca a boca y la funcionalidad de la app en sí impulsan su instalación

El boca a boca es una principal fuente de descubrimiento de apps.

Sin embargo, ver un anuncio en las redes sociales, en otra app o en la televisión es también una de las principales formas de descubrir nuevas apps (33%), sobre todo entre las generaciones más jóvenes (41%).

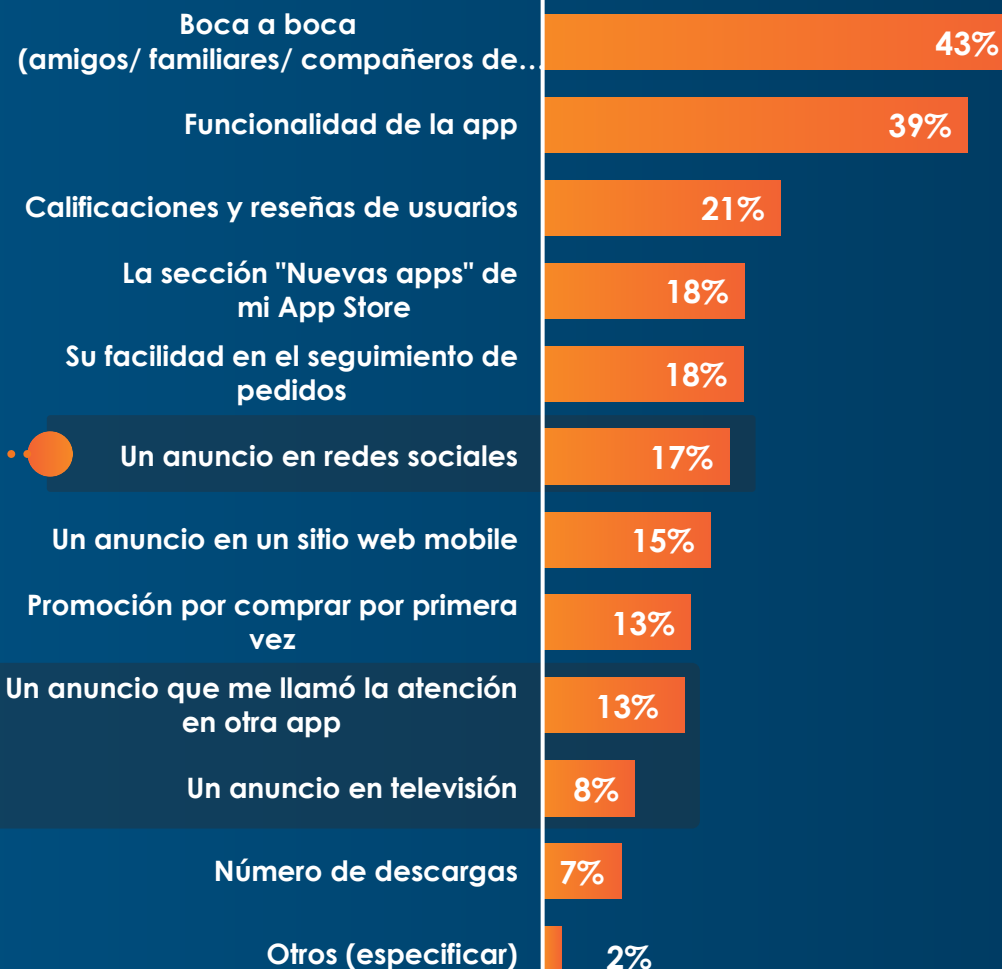
***33%**

de los compradores españoles descargaron una app después de ver un anuncio en la televisión, las redes sociales o en otra app.

***41%**

de la Gen Z y de los millennials descargó una app después de ver un anuncio en la televisión, las redes sociales u otra app.

Si tienes en cuenta las apps que has descargado en los últimos 6 meses en tu dispositivo móvil personal, ¿qué te hizo instalar una nueva app?

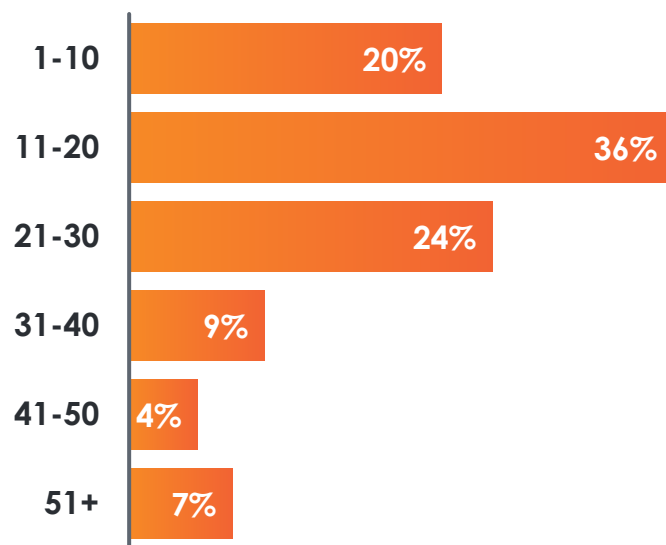


*Total no duplicado

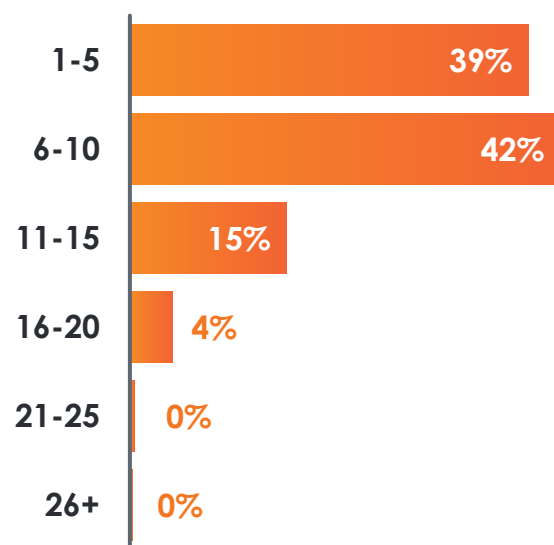
Los usuarios de apps pasan la mayor parte del tiempo en sus apps favoritas

Mientras que la mayoría de los usuarios españoles de apps tienen más de 10 apps instaladas en su dispositivo móvil personal, el 81% dijo que solo utilizan entre 1 y 10 apps diarias.

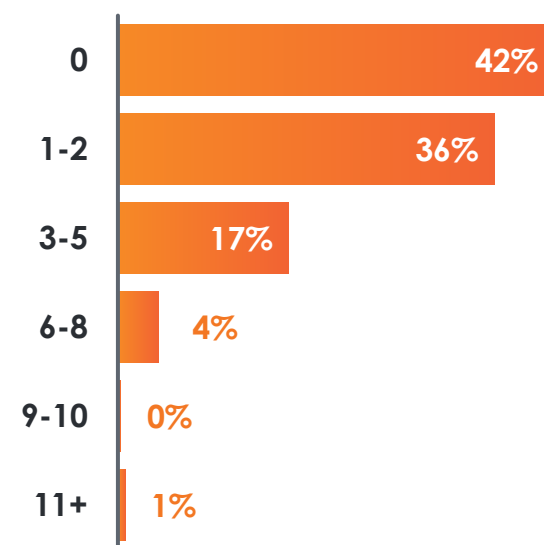
La mitad de los encuestados españoles descargó entre 1 y 5 apps de pago durante los últimos 3 meses.



Número de apps en tu dispositivo móvil



Número de apps utilizadas (Base diaria)



Número de apps de pago descargadas en los últimos 3 meses

Más del 40% de los consumidores españoles han hecho clic en un anuncio In-App en los últimos 6 meses



+

Los usuarios son precavidos con la información que comparten con las apps (y también les gusta que estas sean discretas).



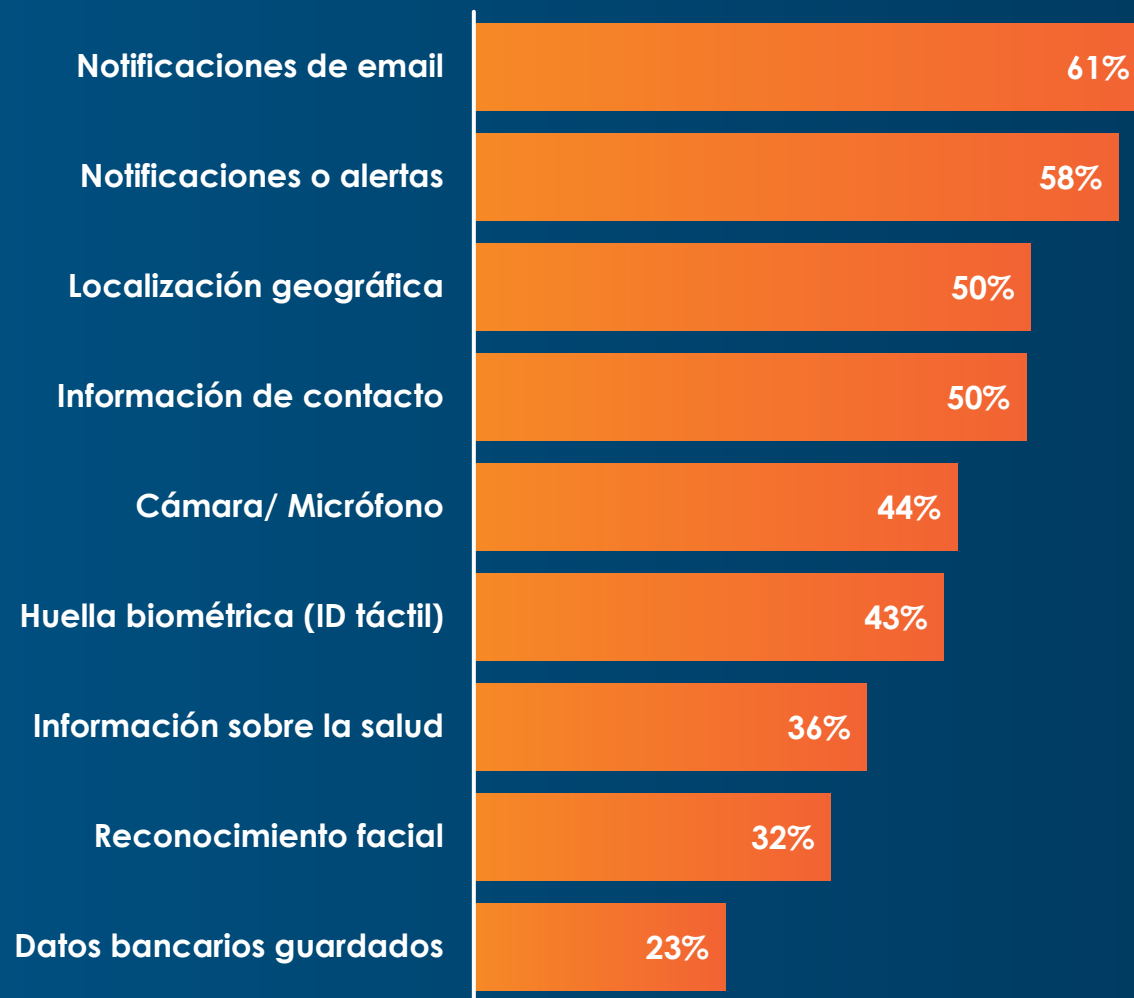
+

criteol.

La mayoría de los encuestados están dispuestos a compartir su información de contacto y localización para recibir notificaciones y alertas por email

Sin embargo, si se pide demasiada información personal hace que algunos usuarios dejen de descargar una app.

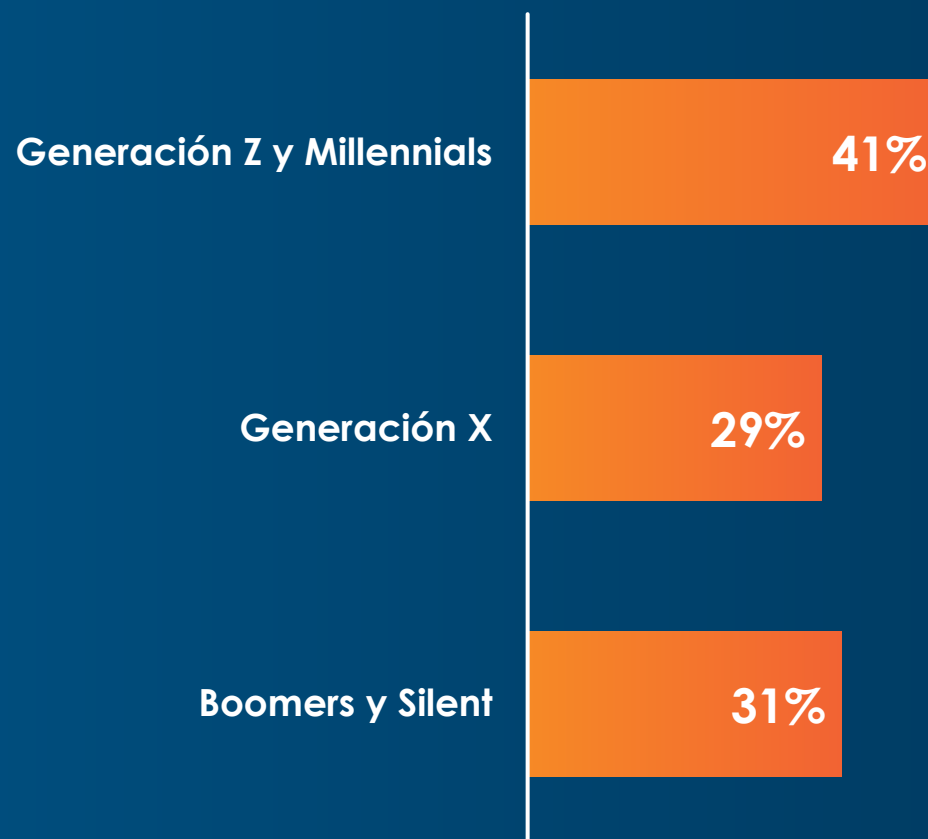
¿Con qué probabilidad permites que una app acceda/
use tu información personal o funciones?
(Muy probable y algo probable)



Las generaciones más jóvenes confían más en las apps que en los sitios web. Las generaciones mayores aún necesitan convencerse de las virtudes de las apps.

El 41% de los integrantes de la Gen Z y los Millennials cree que sus datos personales y financieros están más seguros en una app retail y de compras, que si compran a través de un sitio web móvil.

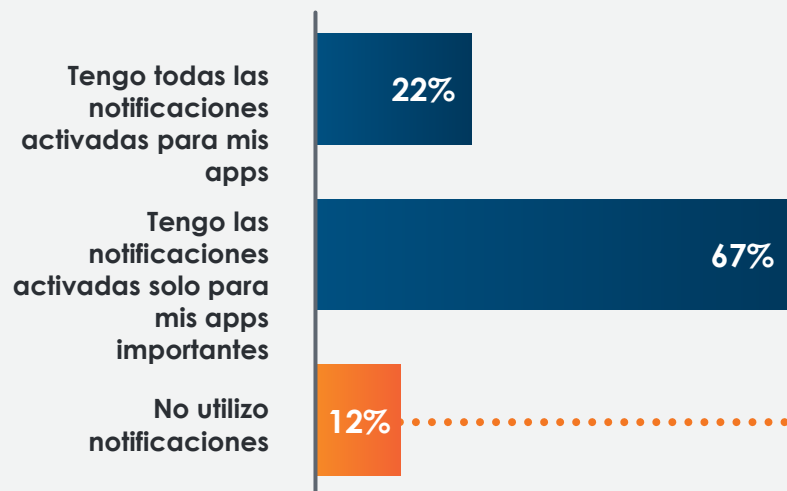
Creo que mis datos personales y financieros están más seguros en una app retail y de compras que si compro a través de un sitio móvil.
(muy de acuerdo + algo de acuerdo)



Definición de los grupos de edad estudiados: Generación Z: nacidos después de 1994 (menores de 25), Millennials: nacidos entre 1981 y 1994 (25-38 años), Generación X: nacidos entre 1965 y 1980 (39-54 años), Boomers: nacidos entre 1946 y 1964 (55-73 años), Silent: nacidos antes de 1946 (74+)

Los usuarios quieren que sus apps no les envíen demasiadas notificaciones. Esta es la principal razón por la que el 12% de ellos no utiliza las notificaciones en absoluto.

¿Cuál es la configuración actual de alertas/ notificaciones de tus apps?



¿Por qué?

Demasiadas notificaciones

55%

Notificaciones irrelevantes

30%

Notificaciones a horas intempestivas

27%

Contenido poco práctico

24%

No puedo encontrar mis mensajes importantes

5%

Otros (especificar)

2%

La frágil relación entre
los usuarios de apps
móviles y las apps.



criteol.

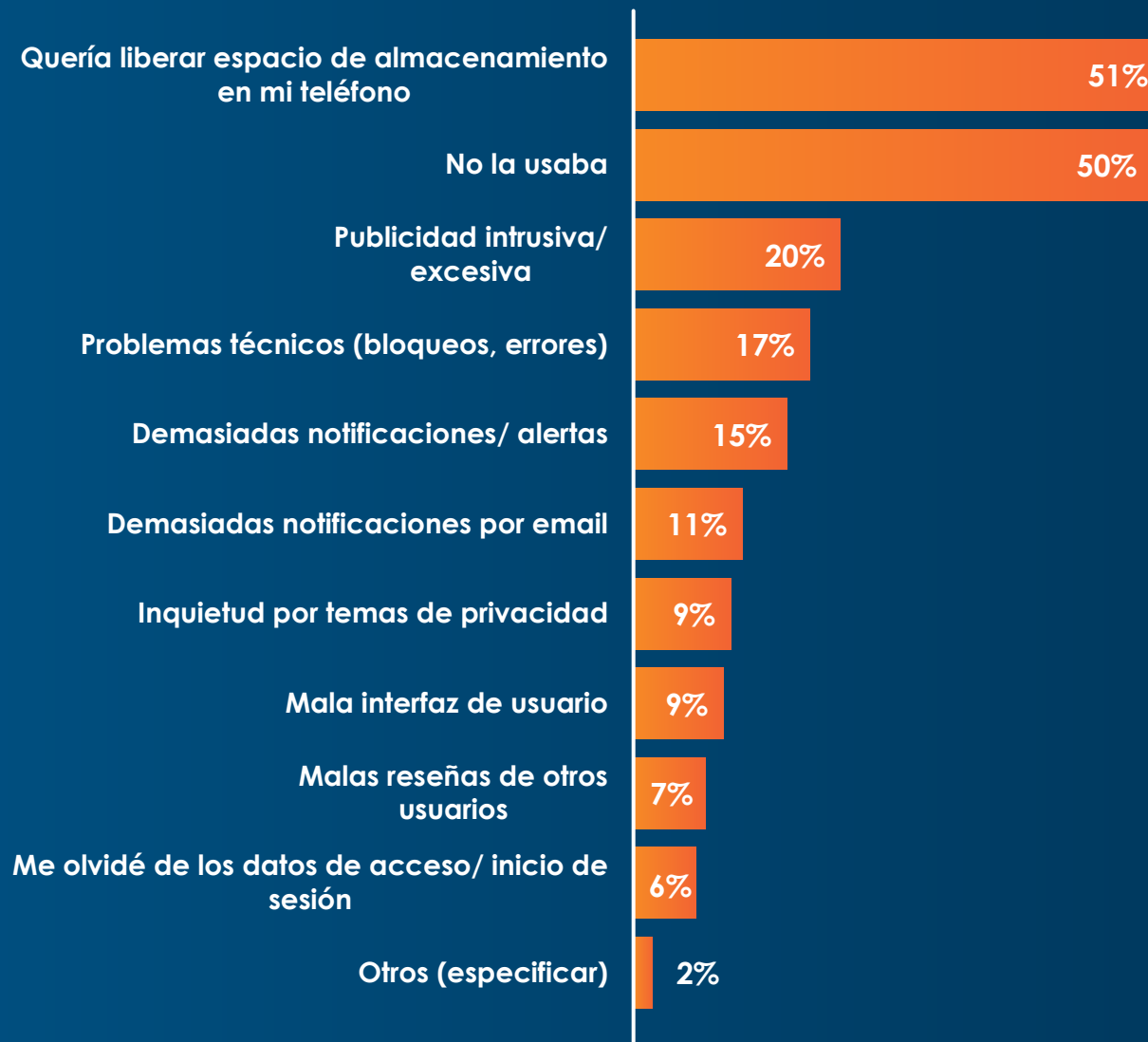
Logra que usen tu app o esta se verá abocada al olvido.

El **50%** de los encuestados que eliminaron una app lo hicieron porque no la usaban.

71%

han desinstalado o borrado una app en los últimos 3 meses

¿Por qué has desinstalado o borrado una app o apps?

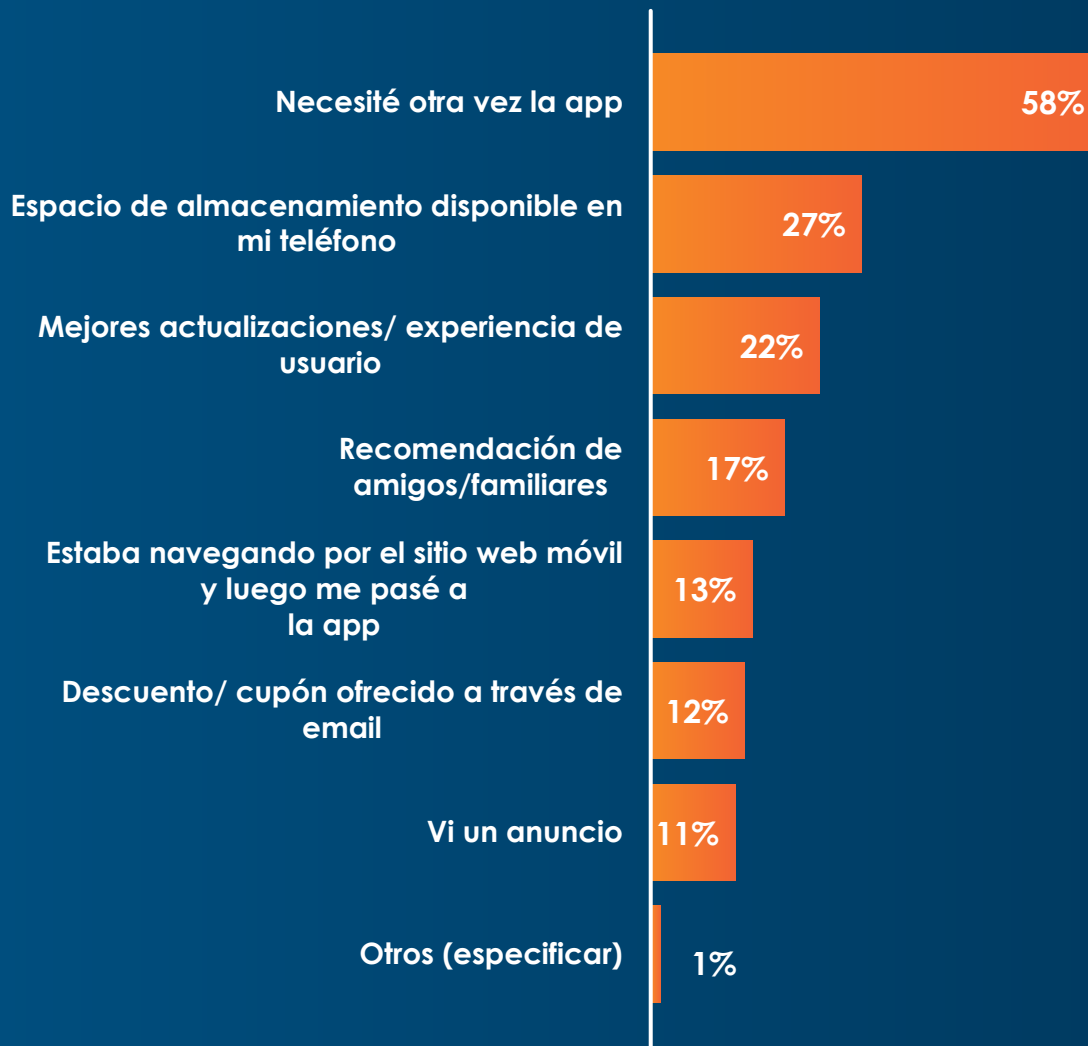


Sin embargo, la eliminación de una app no significa que esto implique olvidarse de ella para siempre.

1 de cada 3 encuestados reinstaló una app previamente eliminada en los últimos 3 meses, principalmente porque necesitaba la app de nuevo.



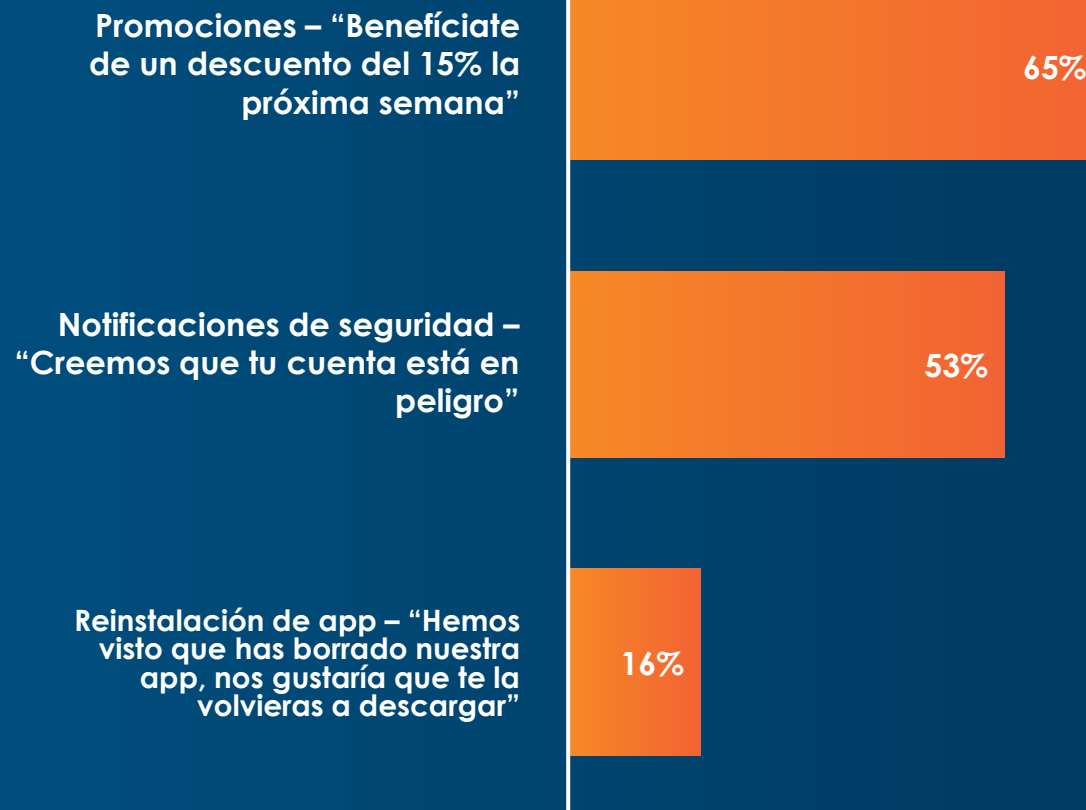
¿Qué te hizo volver a instalarla?



A los usuarios de app les gusta recibir emails que les aporten beneficios, p.ej. promociones por email o notificaciones de seguridad...

Sin embargo, los emails que tratan de lograr su re-engagement no hacen que los usuarios de las apps quieran descargárselas de nuevo.

¿Qué tipos de emails procedentes de una app que tengas instalada en tu teléfono lees?



¡... pero no envíes demasiados emails!

Los usuarios de la app se dan de baja de los emails principalmente porque reciben demasiados.

La personalización del email, la frecuencia y el contenido son criterios muy importantes cuando una app quiera comunicarse con sus suscriptores por email.

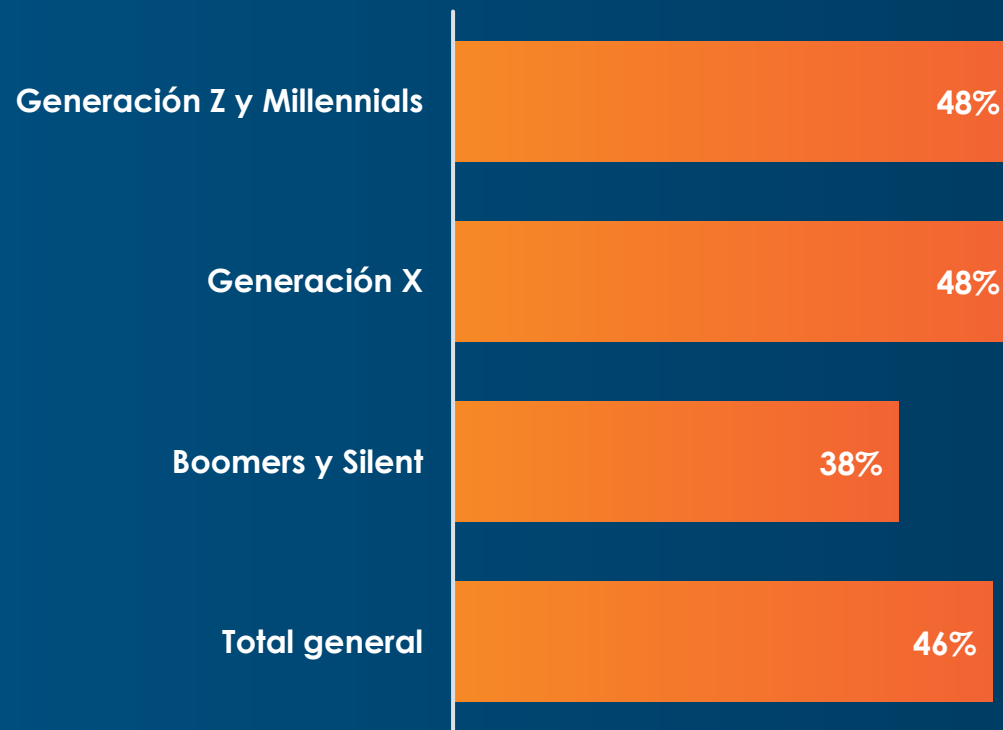
¿Por qué cancelas tu suscripción a los emails de tu app?



A los usuarios españoles de apps móviles no les importa ver publicidad si a cambio reciben contenido gratuito.

En general, casi 1 de cada 2 usuarios españoles de apps móviles aceptan ver o recibir anuncios en una app que les ofrezca contenido gratuito.

No me importa ver o recibir anuncios en una app que me ofrece contenido gratuito (música, juegos, vídeo, etc.).
(muy de acuerdo + algo de acuerdo)



Definición de los grupos de edad estudiados: Generación Z: nacidos después de 1994 (menores de 25), Millennials: nacidos entre 1981 y 1994 (25-38 años), Generación X: nacidos entre 1965 y 1980 (39-54 años), Boomers: nacidos entre 1946 y 1964 (55-73 años), Silent: nacidos antes de 1946 (74+)

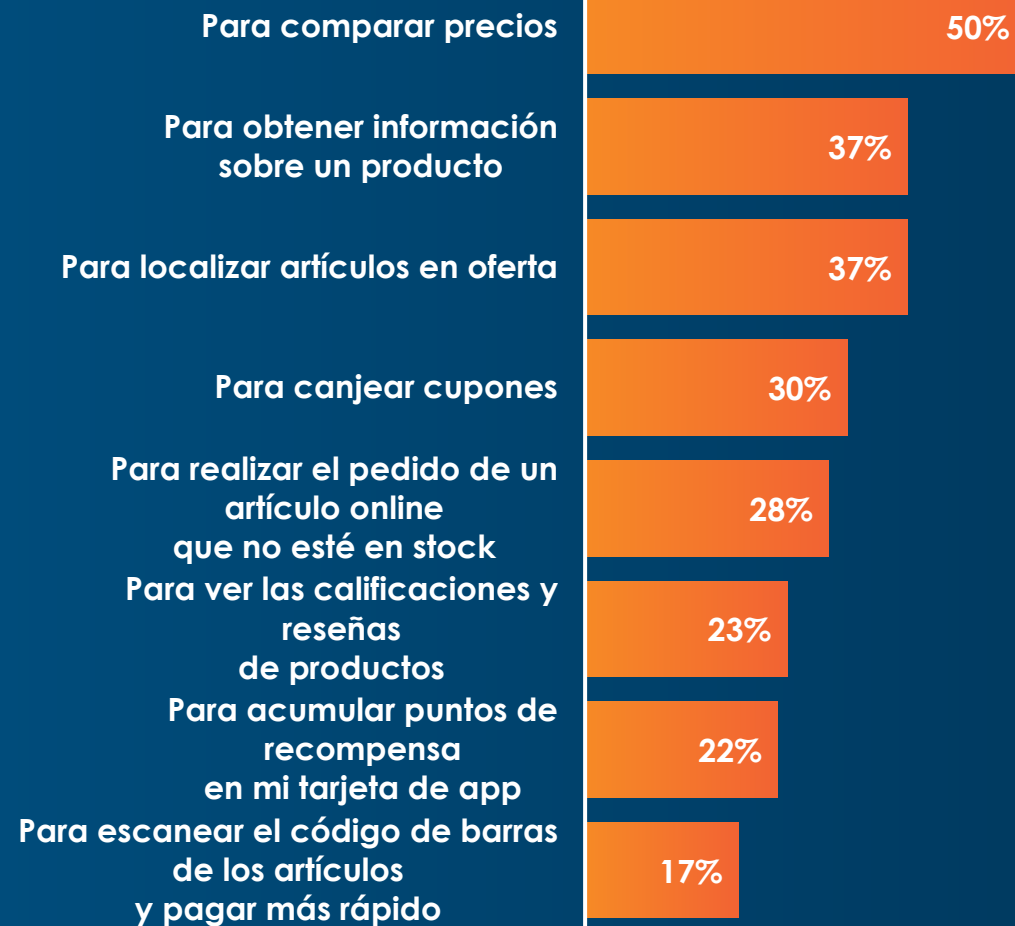
38% de los consumidores españoles ha utilizado alguna app de compras mientras compraba en una tienda, principalmente para comparar precios (50%)

¿Has utilizado alguna app de compras mientras comprabas en una tienda?

38%

Ha utilizado alguna app de compras mientras compraba en una tienda física

¿Por qué?



Prioriza la experiencia del cliente para impulsar relaciones a largo plazo con los usuarios en tu app

Implementa campañas de retargeting In-App para productos y funcionalidades de gran demanda. Si tu app ofrece productos de alta demanda en la actualidad, plantéate implementar una campaña de retargeting In-App, centrada en los consumidores que estén buscando activamente aquellos productos en la web.

Esta es una excelente manera de impulsar las conversiones para tu negocio y crear un multi-dispositivo, siempre fiel a la experiencia de tu marca, si ya estás ejecutando la misma campaña de retargeting en la web.

Lanza programas de fidelización e incentivos para los usuarios de tu app con mayor engagement

Asegúrate de que tus mejores clientes estén contentos con tu app y continúan comprándote a ti y no a la competencia. Los programas de fidelización y los descuentos son una gran manera de mantener el engagement de tus usuarios. Además, el 54% de los encuestados dijeron que descargaron una app durante el COVID-19 porque se la recomendó un compañero de trabajo, un familiar o un amigo. Con esto en mente, plantéate lanzar un programa de recomendación de apps para que tus usuarios más leales ayuden activamente a hacer crecer tu base de instalaciones

Logra el re-engagement de usuarios inactivos con notificaciones push, emails y anuncios In-App

Por último, asegúrate de recordarles a los usuarios que tu app existe en su teléfono. Nuestra encuesta reveló que mientras que el 36% de las personas afirmaba tener entre 11 y 20 apps, solo el 81% admite usar entre 1 y 10 de ellas a diario.

Impulsa el uso de tu app promocionando nuevos productos en stock y otras promociones como descuentos, envíos gratuitos, anuncios regionales y actualizaciones de seguridad.

Anexo



criteol.

Encuesta mundial sobre apps: Desglose de la muestra (España)

Por grupo de edad (generaciones)

Generación Z	N=169 (17%)
Millenials	N=282 (28%)
Generación X	N=319 (32%)
Boomers	N=224 (22%)
Silent	N=10 (1%)
Total general	N=1004 (100%)

Por género

Mujer	N=557 (56%)
Hombre	N=441 (44%)

Por ingresos del hogar

Menos de 18.000 €	N=186 (20%)
18.000-31.999 €	N=348 (37%)
32.000-44.999 €	N=197 (21%)
45.000-69.999 €	N=138 (15%)
70.000-89.999 €	N=34 (4%)
90.000-119.999 €	N=17 (2%)
120.000-180.000 €	N=6 (1%)
Más de 180.000 €	N=10 (1%)

Por grupo de edad (rangos)

18-24	N=141 (14%)
25-34	N=217 (22%)
35-49	N=291 (29%)
50-64	N=242 (24%)
65	N=113 (11%)
Total general	N=1004 (100%)

Definición de los grupos de edad en el desglose por generación: Generación Z: nacidos después de 1994 (menores de 26), millennials: nacidos entre 1981 y 1994 (26-39 años), Generación X: nacidos entre 1965 y 1980 (39-55 años), Boomers: nacidos entre 1946 y 1964 (55-74 años), Silent: nacidos antes de 1946 (más de 74 años)