



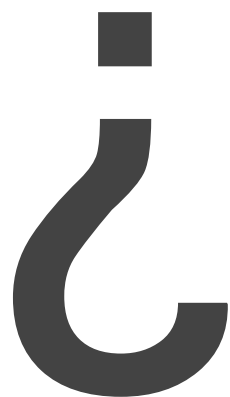
Una iniciativa de



AVISO IMPORTANTE

Este documento, su texto y gráficos e imágenes, puede ser utilizado bajo una licencia **Creative Commons** de tipo **Atribución, No-Comercial**. En caso de utilizarse este material o de la creación de un derivado, la atribución se debe respetar citando la fuente como "Actívate, Google España 2014" y expresamente, si es posible, mediante un enlace activo a <http://google.es/activate>. Revisado, marzo 2014.

Panorama Digital



QUÉ
QUIÉN
CÓMO
DÓNDE
CUÁNDO
POR QUÉ



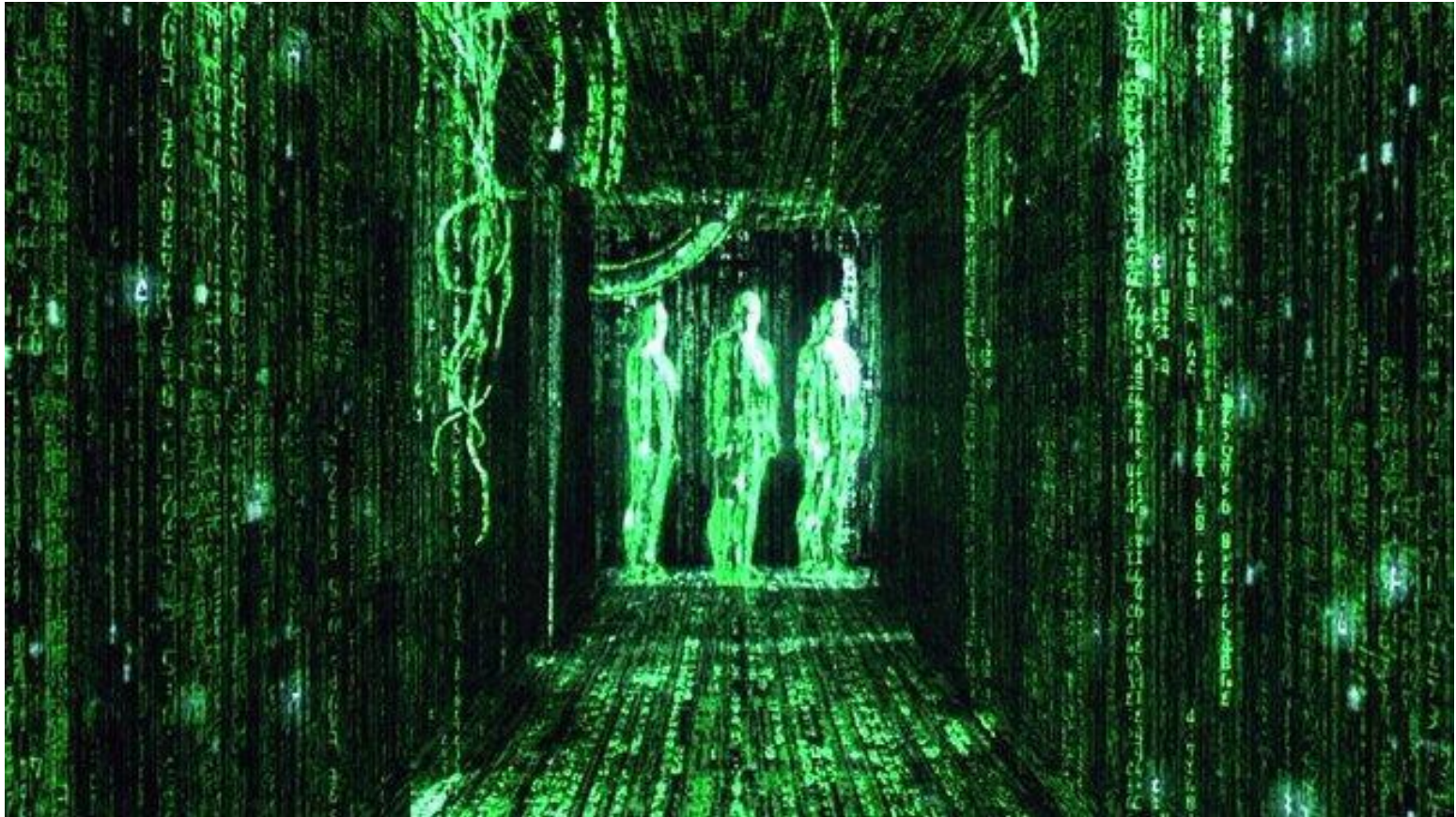
- 1 La tecnología ha cambiado el mundo
- 2 Las nuevas reglas del juego
- 3 La evolución de la tecnología
- 4 Internet en los medios
- 5 Perfil del internauta
- 6 ¿Cómo es la publicidad en Internet?
- 7 ¿Qué contenidos se comparten en Internet?
- 8 Las redes sociales, la movilidad, e-commerce
- 9 Las pymes en España
- 10 Previsiones de e-commerce y s-commerce para 2014
- 11 ANEXO: 5 claves digitales de la sociedad de la información y predicciones Deloitte

1 *La tecnología ha cambiado el mundo*

La tecnología ha cambiado el mundo

ACTÍ
VATE

!!!El mundo ha **cambiado...**



...y nosotros con él!!!

La tecnología ha cambiado el mundo



¡¡¡UN CONCIERTO!!!

Antes... bailar, cantar...

1990s



Hoy... hacemos vídeos, likes,
tuiteamos, compartimos...

2010s



La tecnología ha cambiado el mundo

ACTÍ
VATE

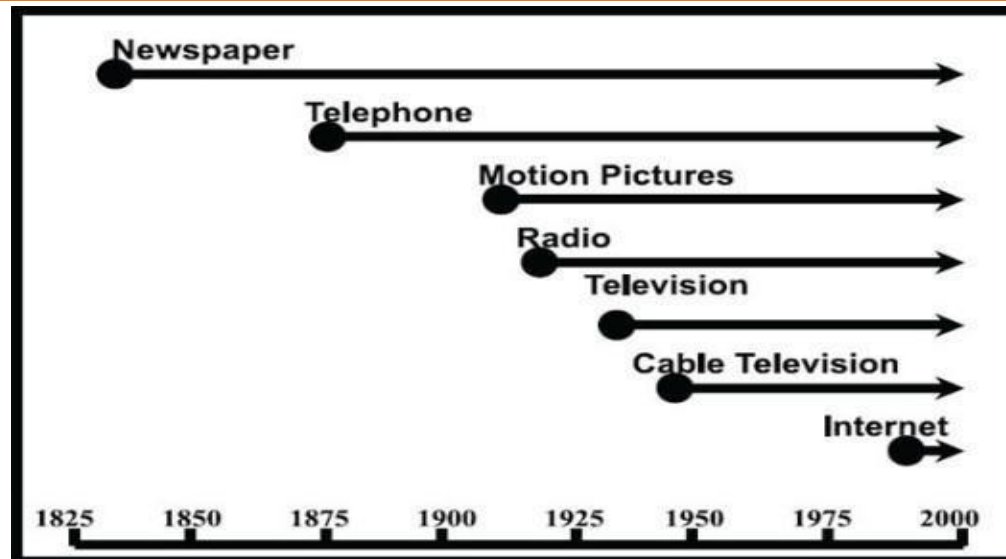
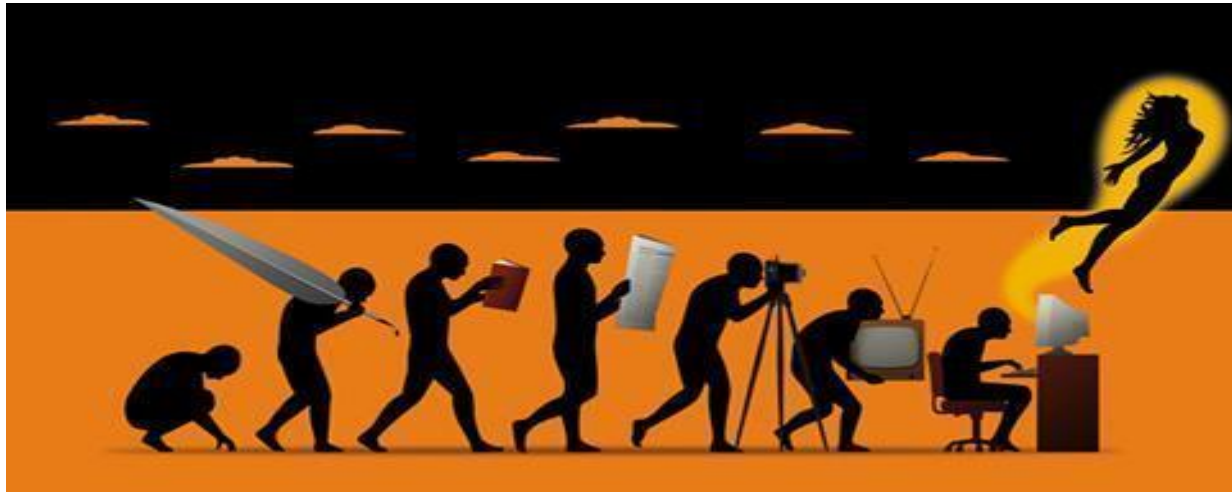


EL VATICANO

La tecnología ha cambiado el mundo



La **era digital** ha transformado el mundo de la comunicación.



La tecnología ha cambiado el mundo



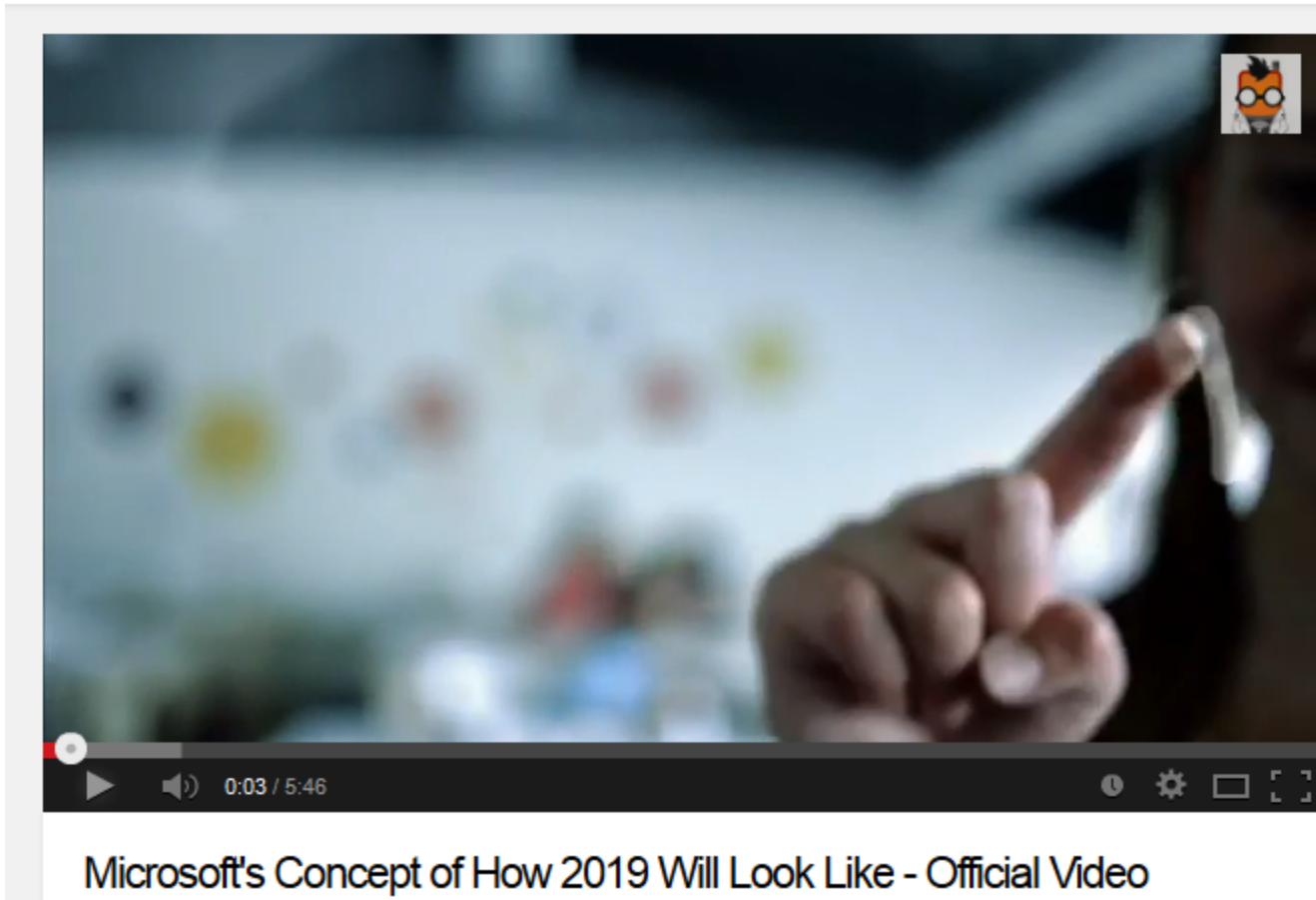
*“No estamos en una era de cambios.
¡¡Estamos en un cambio de era!!”*

Andy Stalman

La tecnología ha cambiado el mundo



¿Cómo será 2019? Según Microsoft [vídeo oficial]



La tecnología ha cambiado el mundo

ACTÍ
VATE

Mejores tecnologías y más fáciles



La tecnología ha cambiado el mundo

ACTÍ
VATE

Mejor y más fácil acceso a contenidos



Online en 60 sg
En todo 2013

2

Las nuevas reglas del juego

Las nuevas reglas del juego

ACTÍ
VATE

La **transparencia** es la nueva clave

1993

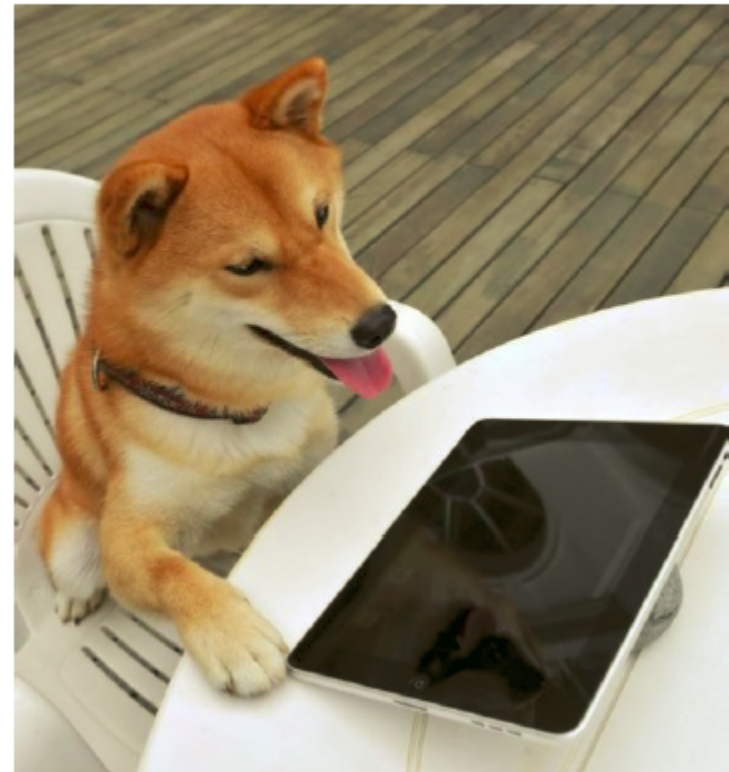
On the Internet, nobody knows you're a dog.



"On the Internet, nobody knows you're a dog."

2013

On the Internet, everybody knows you're a dog.



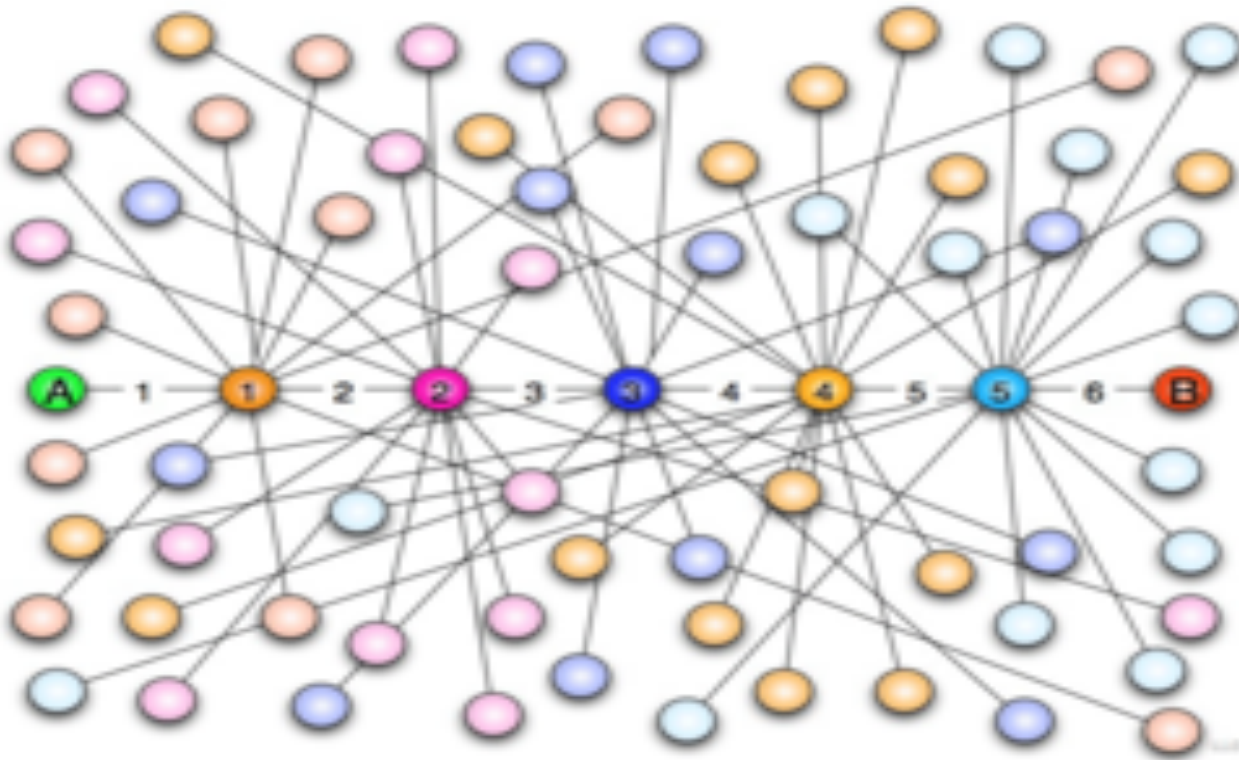
Viñeta del Newyorker

Las nuevas reglas del juego



“Six Degrees: The Science of a Connected Age”

Teoría del sociólogo [Duncan Watts](#).



Asegura que es posible acceder a cualquier persona del planeta en tan sólo **seis “saltos”**.

3

La evolución de la tecnología

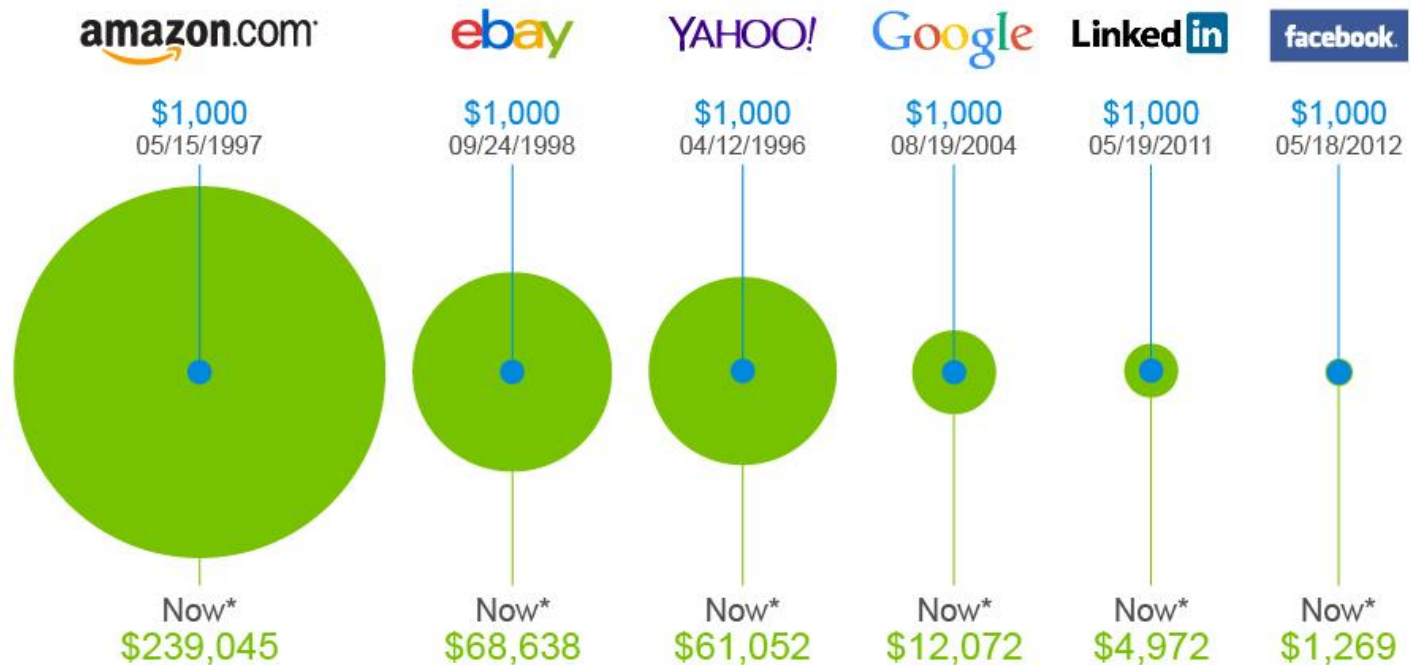
La evolución de la tecnología es...



Difícil de predecir.

What If You Had Invested \$1,000 in These Internet IPOs?

Today's value of \$1,000 invested in the following internet IPOs**



* 11/04/2013

** Adjusted for splits and dividends. Values have been rounded.

La evolución de la tecnología

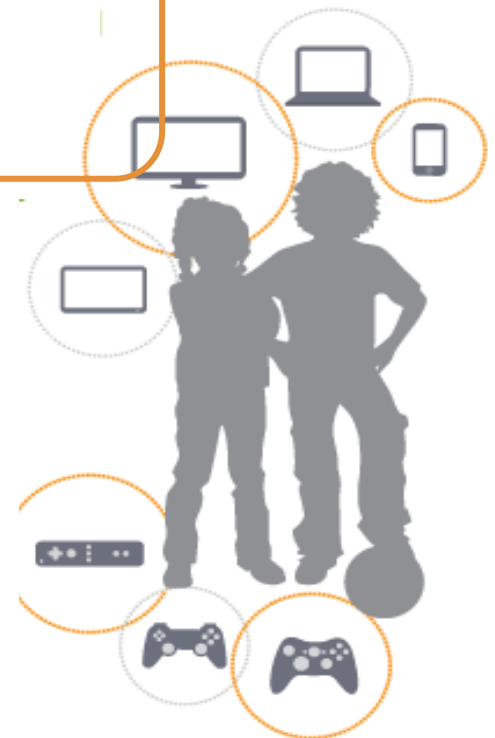
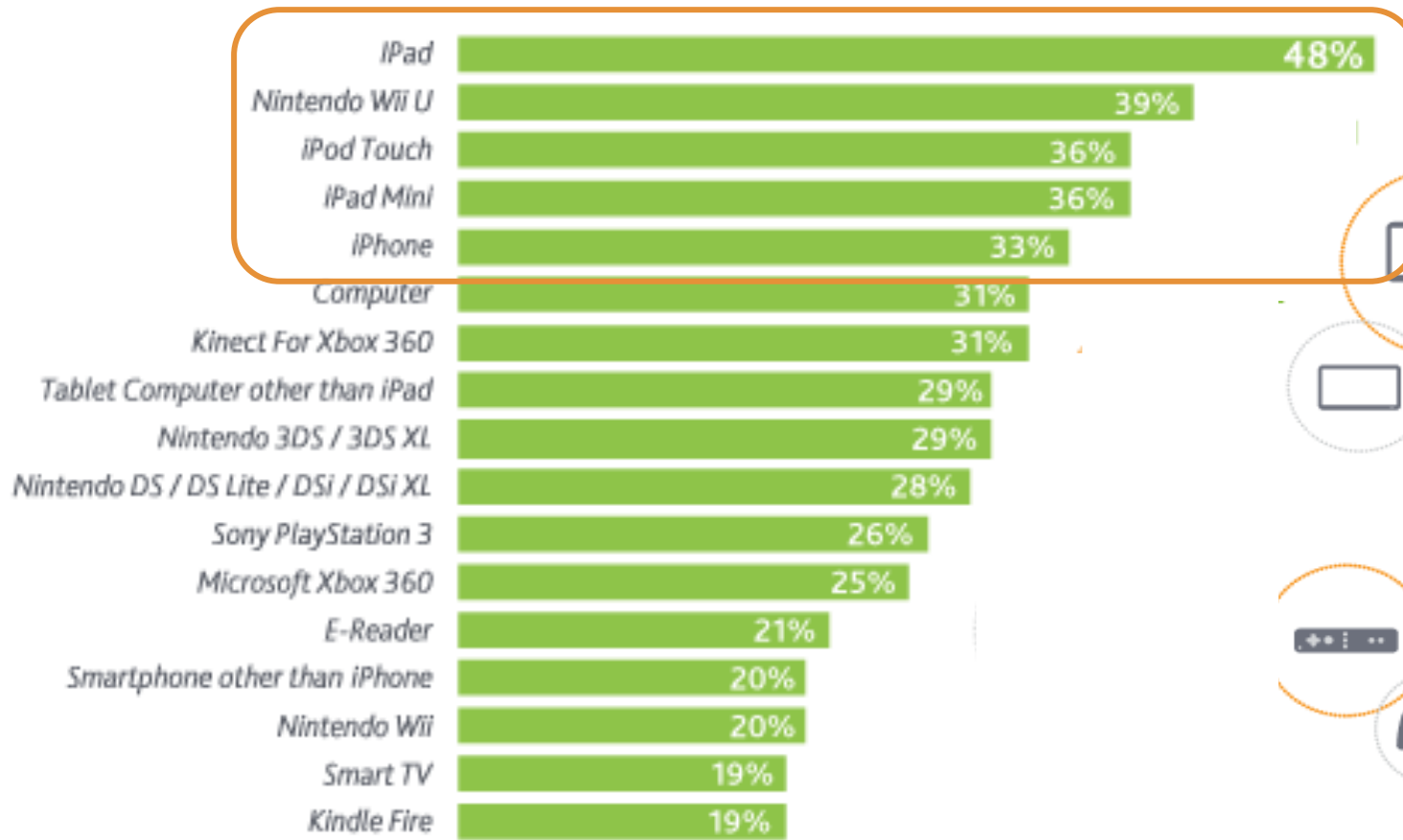
ACTÍ
VATE

La **joven** revolución visible.

Encuesta a Niños de 6 a 12 años en EE.UU (Enero 2013).

Kids aged 6

¿Qué les gustaría comprar en los próximos 6 meses?



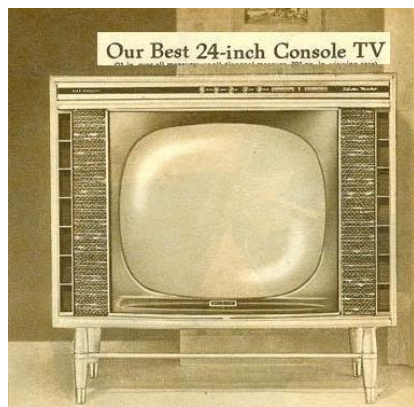
La evolución de la tecnología

ACTÍ
VATE

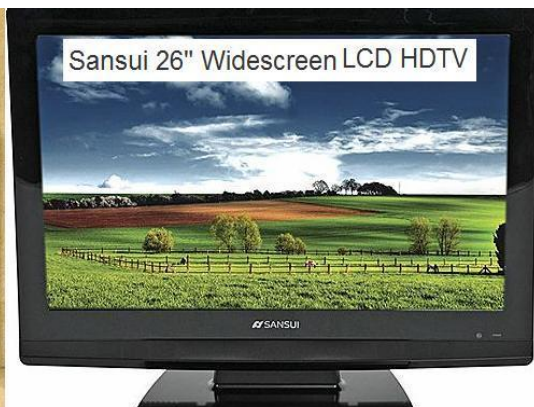
La tecnología se democratiza

Hoy cuesta menos...

...es mejor y más barata.



1958 Sears Model. Retail Price = \$269.95
Average Wage = \$1.98 per hour
Time Cost = 136.34 Hours



2009 Sansui Model. Retail Price = \$349.99
Average Wage = \$18.39 per hour
Time Cost = 19.03 Hours

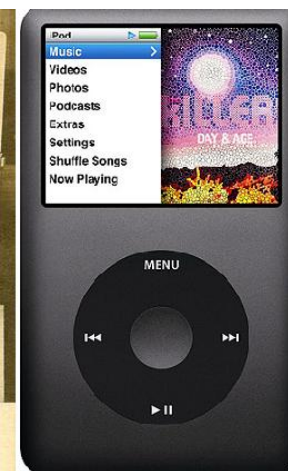
136,34 horas

19,03 horas



\$5 down \$84.95 cash
Our Best Stereo Sound 4-speed Automatic
1958 Sears Model. Retail Price = \$84.95
Average Wage = \$1.98 per hour
Time Cost = 42.90 Hours

42,90 horas



2009 iPod Classic. Retail Price = \$229.99
Average Wage = \$18.39 per hour
Time Cost = 12.51 Hours

12,51 horas

COSTE EN HORAS DE TRABAJO

La evolución de la tecnología



¿Qué sientes (con unas gafas Google)?



How it Feels [through Google Glass]

Internet en los medios

**¿Cuánta gente pensáis que accede
a Internet cada día?**

Maslow en el Siglo XXI

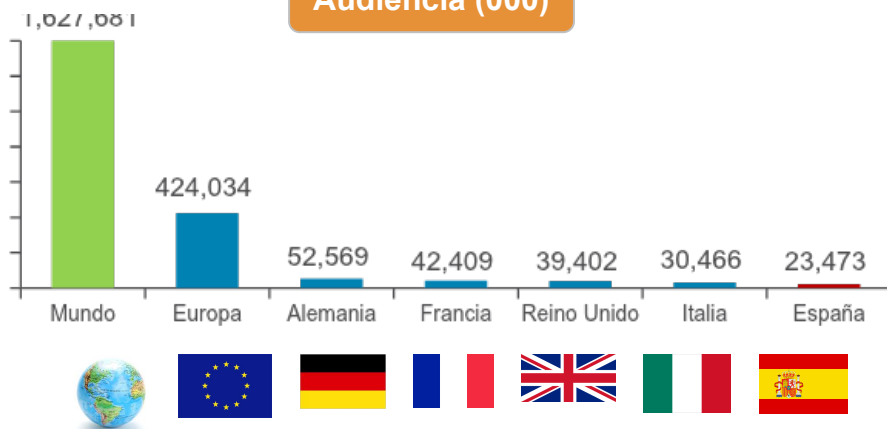
Necesidades
humanas básicas



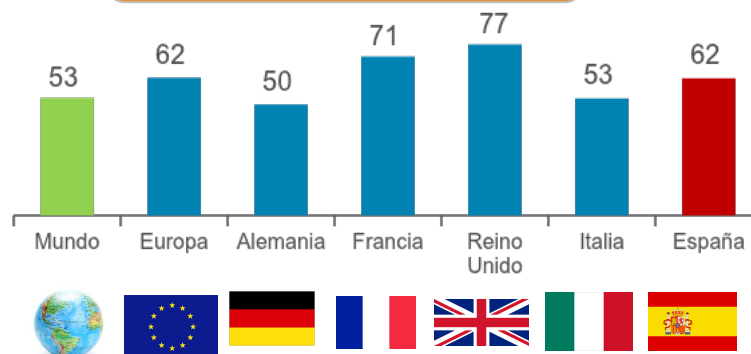
Penetración de Internet en Europa vs. Mundo

España se sitúa en la media europea en consumo de Internet.

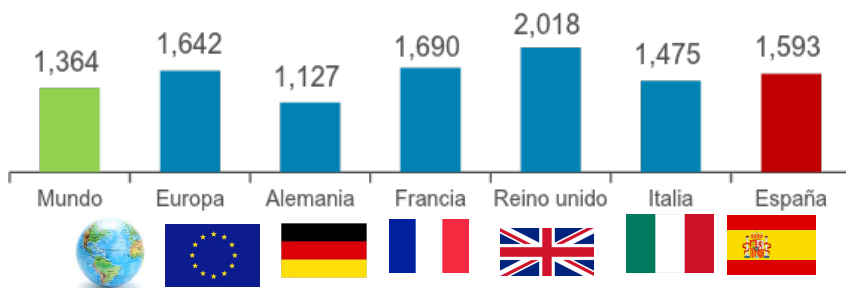
Audiencia (000)



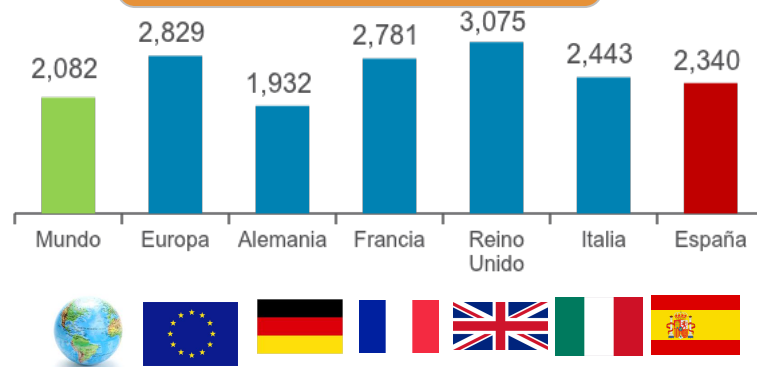
Promedio de visitas por usuario



Promedio de minutos por usuario



Promedio de páginas por usuario



Internet en los medios



Top Sites Audiencias por países

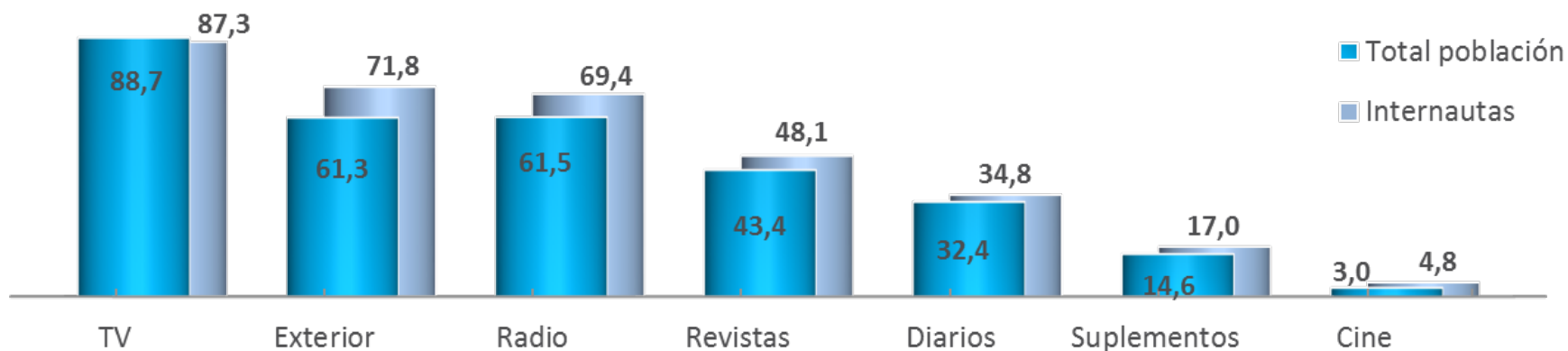
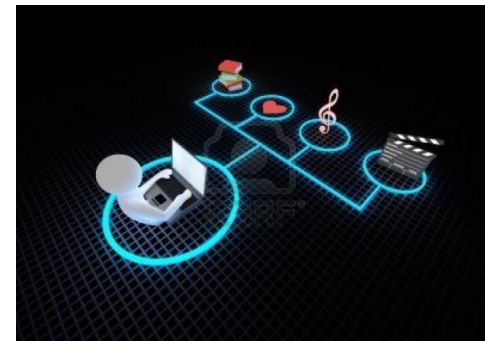


Internet en los medios



Consumo de medios internautas vs. total:

- Internet es el medio al que accede **más población** (excepto la TV).
- 2005: Lanzamiento tarifas planas **ADSL**.
Hito en la democratización de la penetración de Internet en España.



Internautas -> Individuos acceden a Internet en el día de ayer

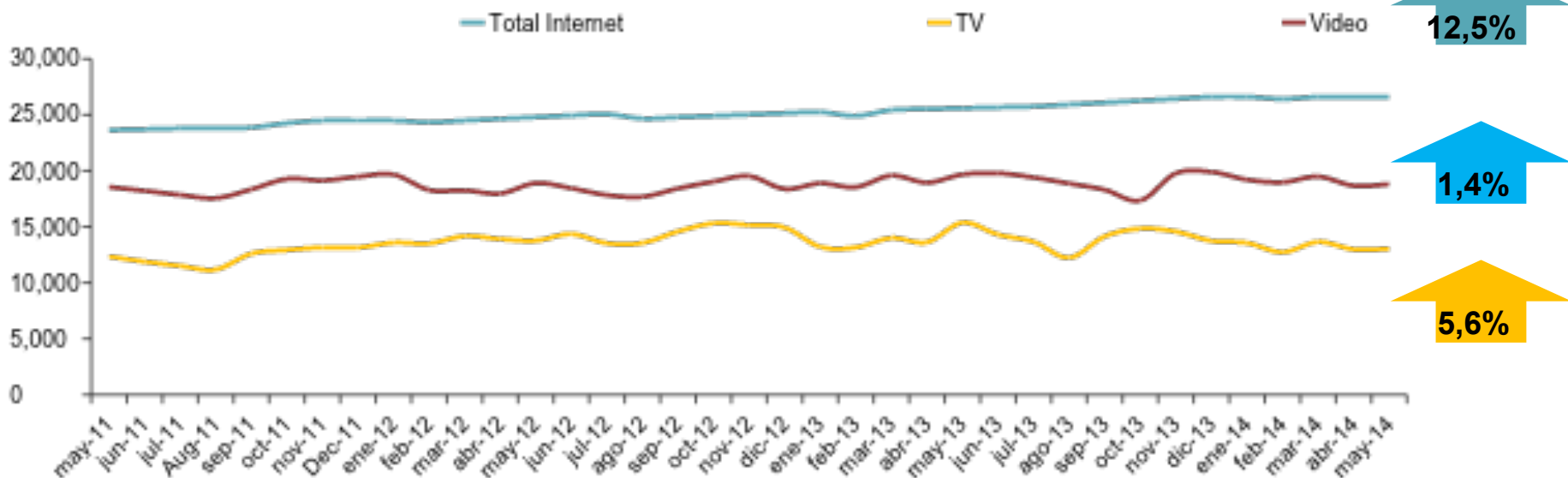
Fuente: EGM, 3ER acumulado móvil 2013.
% sobre cada universo. Cine audiencia última semana.

Tendencias - Traspase de la audiencia a Internet

Tendencia creciente tanto del visionado de vídeos como del acceso al visionado de TV a través de internet.

Usuarios Únicos
(000)

Dif % May 2011
vs May 2014

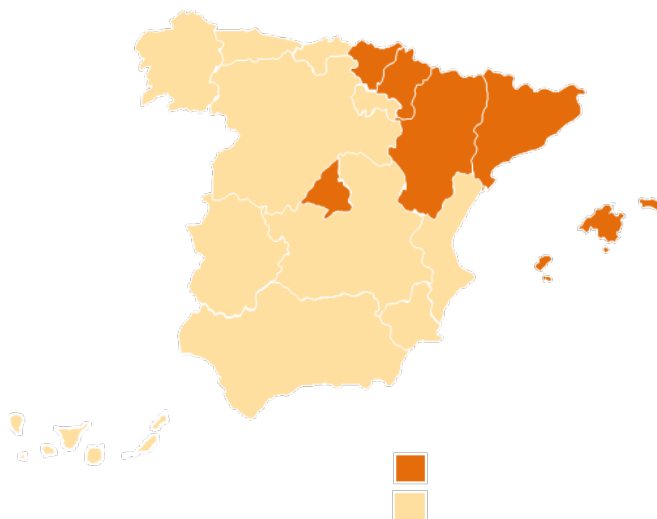
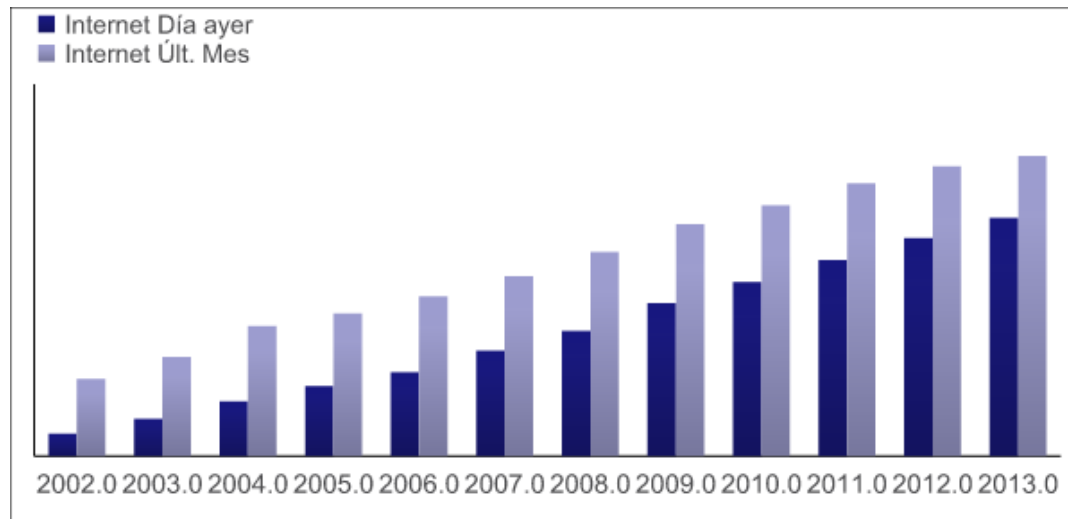


5 *Perfil del internauta*

Perfil del internauta



Evolución internautas en España:



+ 24 MILLONES internautas en ESPAÑA.

Noreste, Baleares y Madrid:

Mayor proporción de internautas.

Perfil del internauta



El internauta en España:

- Más de **24 millones** de internautas.
- El perfil es de **25 a 44 años**.
- Con estudios superiores.
- De clase media-media y alta y vive en **zonas urbanas**.
- Tiene **más equipamiento tecnológico** que el resto de la población.
- Accede más a los medios electrónicos.
- Destaca según sus intereses en **ocio, arte y deporte**.



Perfil del internauta



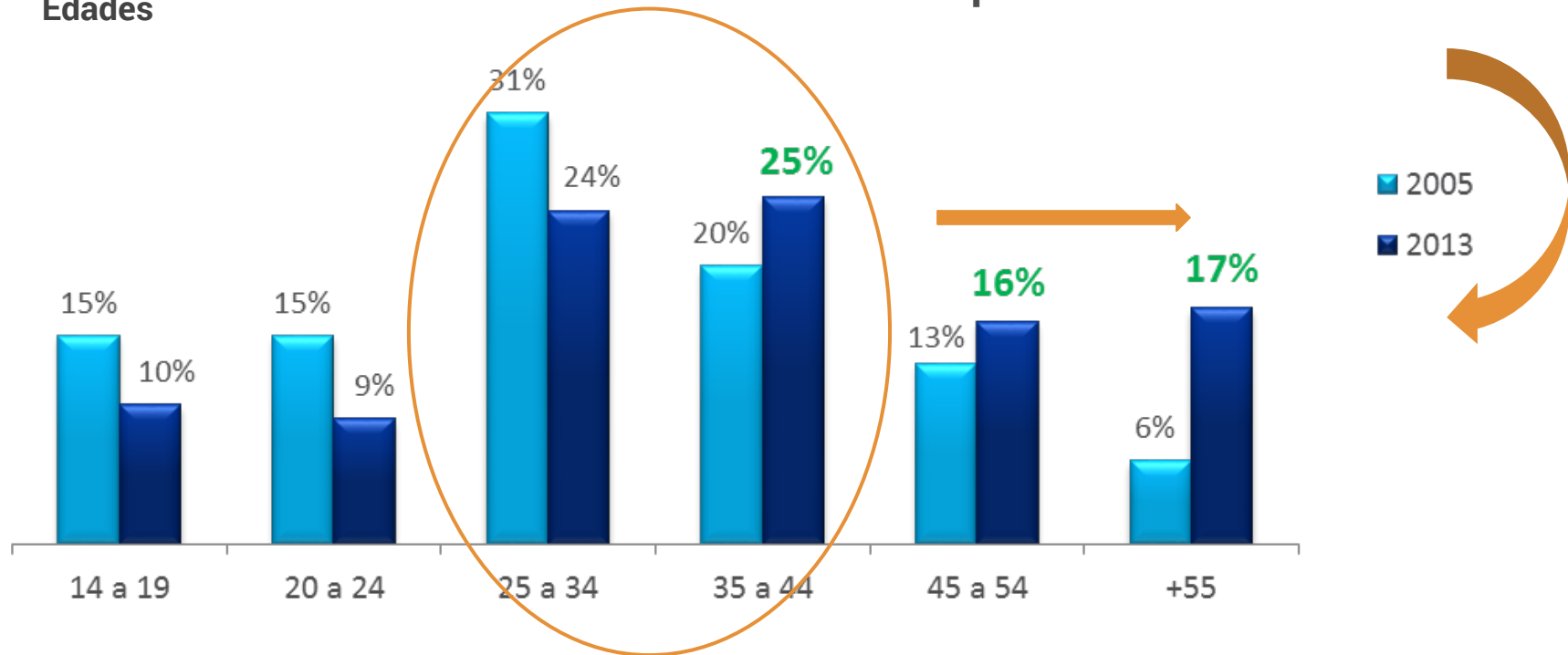
Evolución del perfil de los internautas:

2005 → **32** años, edad media internauta.

2013 → **39** años, edad media internauta.

Edades

El rango de edad con más penetración es **de 25 a 44 años**.



Fuente: EGM, 3er acumulado 2005; 3er acumulado móvil 2013.
Valores porcentaje de internautas ayer por tramos de edad.

Perfil del internauta

ACTÍ
VATE

Equipamiento de los internautas:



El **97%** se conecta desde casa y el **24%** desde el trabajo.



El **24%** dispone de Tablet (15% total población). Nacen en 2010 con el iPad.



El **64%** navega por Internet con su móvil. Un **67%** tiene smartphone.



El **72%** posee un ordenador portátil. (51% total población)



El **47%** accede a diarios electrónicos. Un **20%** a contenido de TV.



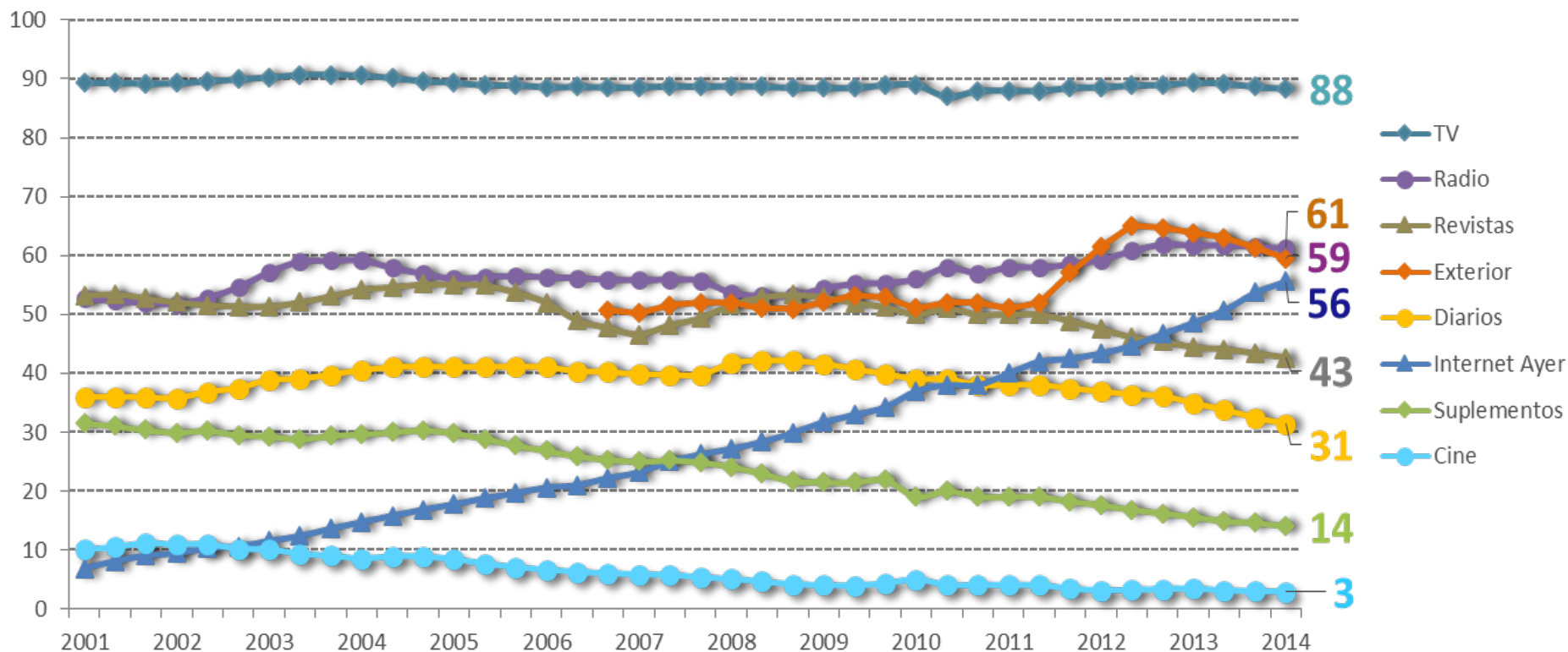
El **49%** tiene una videoconsola. (35% total población)

Perfil del internauta

ACTÍ
VATE

Evolución del consumo de medios en España:

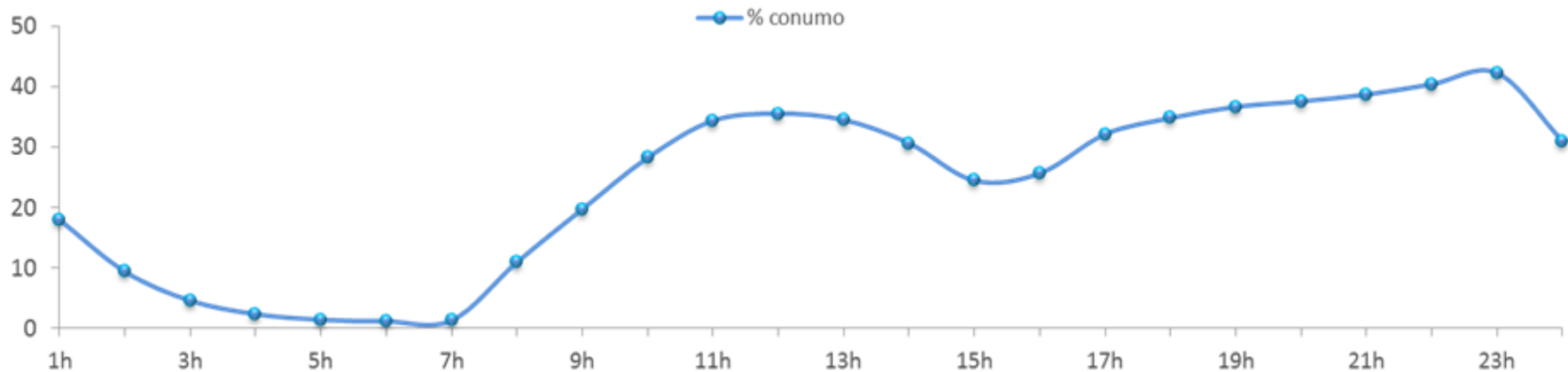
Un 56% de la población se conecta diariamente a Internet.



Fuente: EGM acumulado móvil por olas hasta 3er Ac 2013. Datos cine última semana.

Consumo por horas

- A partir de las 11h de la mañana se mantiene un consumo importante, que va subiendo hasta las 23h.

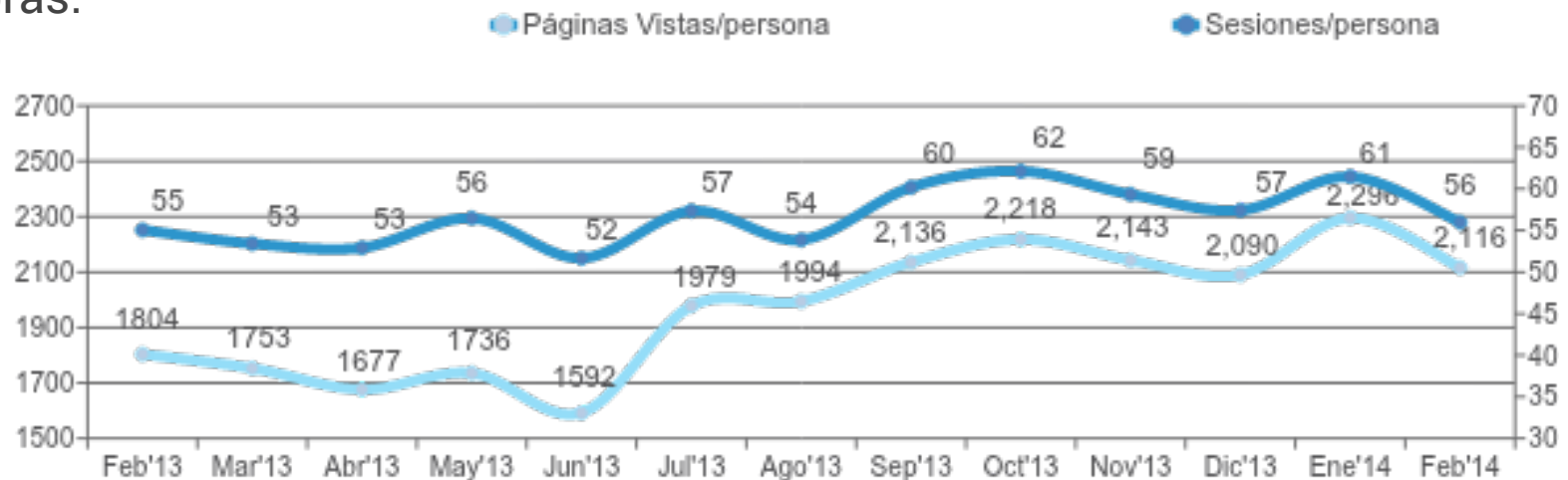


Perfil del internauta

ACTÍ
VATE

El Consumo de Internet

- En el mes de febrero baja la navegación por internet, pero en general la tendencia es ascendente.
- En febrero 2014 una persona se conectaba 56 veces y un total de casi 24 horas.



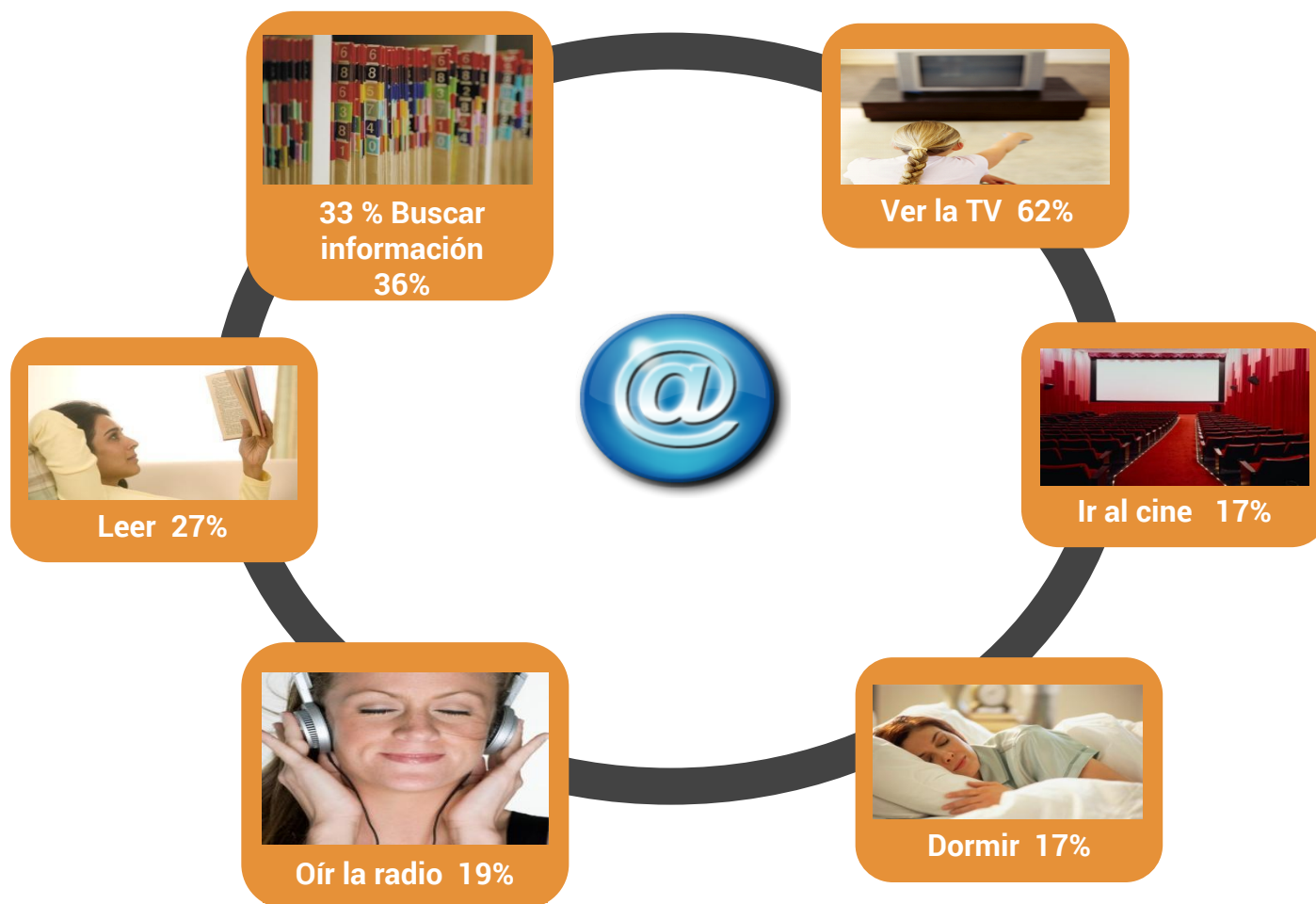
Tiempo por
persona

21h 31'	20h 50'	20h 33'	20h 58'	19h 12'	22h 16'	21h 58'	1 día 42'	1 día 1h 27'	1 día 1h 7'	1 día 38'	1 día 2h 44'	24h 0'
---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	-----------	--------------	-------------	-----------	--------------	--------

Perfil del internauta



Por conectarse a Internet **dedican menos tiempo a...**



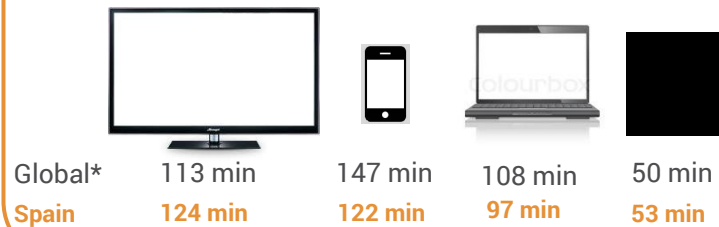
Perfil del internauta



MultitScreen. ¿Ver la TV sin comentar a la vez?

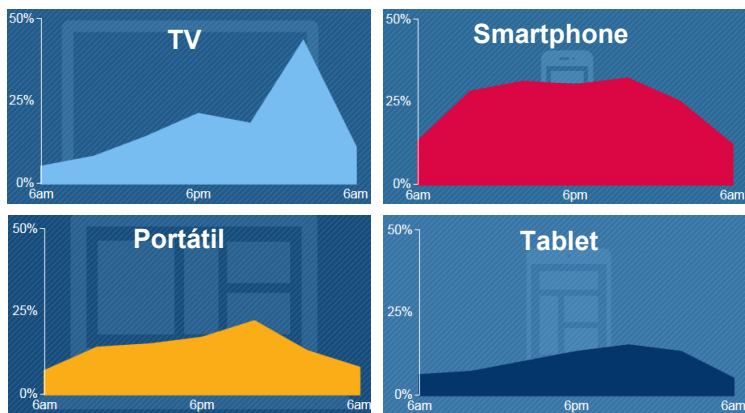


Uso Diario por Persona

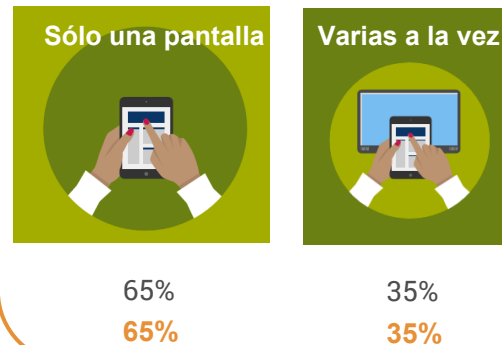


Target: Ind 16-45 años propietarios o que tienen acceso a TV y Smartphone/Tablet.

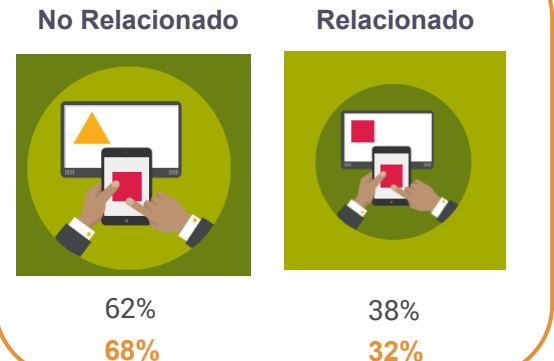
Spain: Uso de Dispositivos durante el día



Hacen Uso Simultáneo



Consultan Contenido Relacionado



Fuentes: Millward Brown. AdReaction. 2014.

* 30 Países

Perfil del internauta

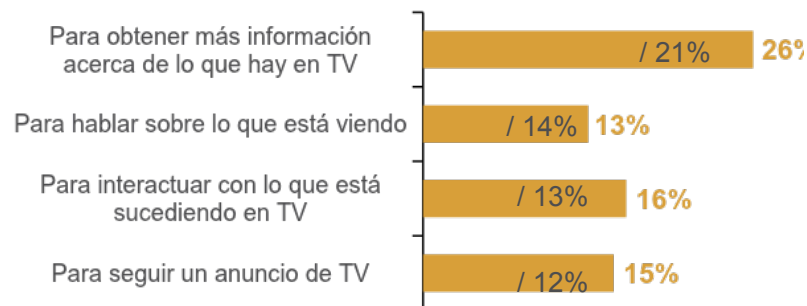
ACTÍ
VATE

MultiScreen

Razones para el uso de pantallas simultáneas

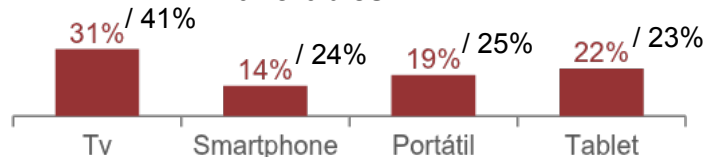


Razones para el uso de pantallas simultáneas con contenido relacionado

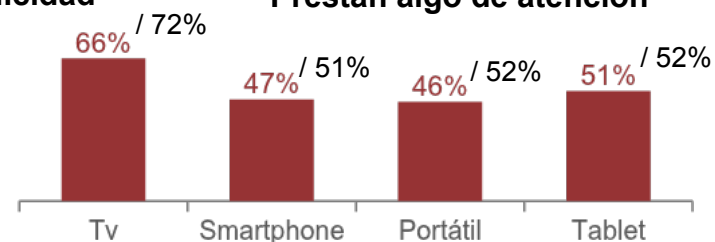


Receptividad con la publicidad

Favorables



Prestan algo de atención



6

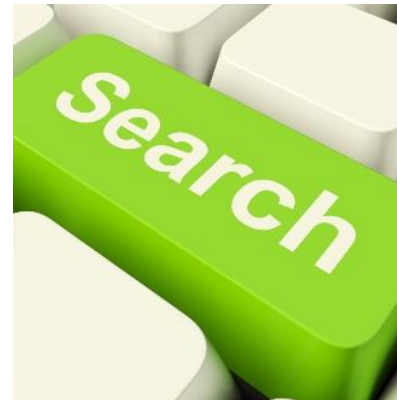
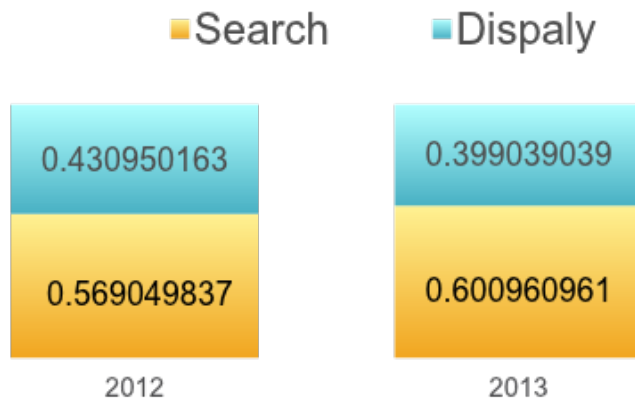
¿Cómo es la publicidad en Internet?

¿Cómo es la publicidad en Internet?



En **España** 2013...

Internet supone casi un **21% de Inversión Publicitaria** (878M €):



- **Google, Facebook y YouTube:** Reyes de audiencias.
- El comercio electrónico crece sin parar.

¿Cómo es la publicidad en Internet?



Formatos publicitarios: Search (AdWords)

ofertas de móviles

Web Imágenes Maps Shopping Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 4.460.000 resultados (0,25 segundos)

Anuncios relacionados con **ofertas de móviles** ⓘ

[iPhone 5s](#)
www.apple.com/es ▾
Mira más allá. Más información.

[Vodafone® Ofertas Móviles - 25% Dto en Plan + Móviles desde 0€](#)
www.vodafone.es/Ofertas_Moviles ▾
¡Oferta Exclusiva Online!
Vodafone España tiene 303.423 seguidores en Google+.
Nuevo iPhone 5c a 0€ - ADSL,Fijo y Movil =31,25€ - Samsung Galaxy Note3 a 0€

[Ofertas en Móviles Orange - TiendaOnLine.Orange.es](#)
tiendaonline.orange.es/ ▾
Vente a Orange y cambia de móvil Smartphones Android al mejor precio
Móviles de ocasión - Ardilla7: Habla+Navega 7€ - Ofertas web para empresas

[Las mejores ofertas de móviles - phonehouse.es](#) ✓
www.phonehouse.es/moviles ▾
En Phone House tenemos las mejores ofertas de móviles libres, prepago y con contrato. Samsung, iPhone, Nokia, HTC, Alcatel, LG, Sony... Nuestro asesor ...
Móviles - Tarjeta Regalo - Teléfonos fijos e inalámbricos

[Phone House - Móviles de Orange, Vodafone y Yoigo al mejor precio](#) ✓
www.phonehouse.es/app/f/mc-1/moviles.html ▾

Anuncios ⓘ

[Ofertas Móviles de Tuenti](#)
www.tuenti.com/movil ▾
Descubre el móvil de Tuenti. Navega por 9€ con 1GB + 75 min en llamadas

[Presentamos Nexus 5](#)
www.google.es/nexus/5 ▾
Captura los momentos que importan con el teléfono de Google. Cómpralo

[Móviles Android -50 %](#)
www.lightinthebox.com/Moviles ▾
Ahora gran Oferta! Pedir en esta hora misma y ahorre en su compra.

[Groupon™ Móviles](#)
www.groupon.es/Moviles_Madrid ▾
Grandes Descuentos en Móviles
No esperes más y Regístrate Ahora!

[Ofertas móviles](#)
carrefouronline.carrefour.es/5s ▾
Smartphone 5S 16GB Libre
¡Cómpralo ahora en Carrefour.es!

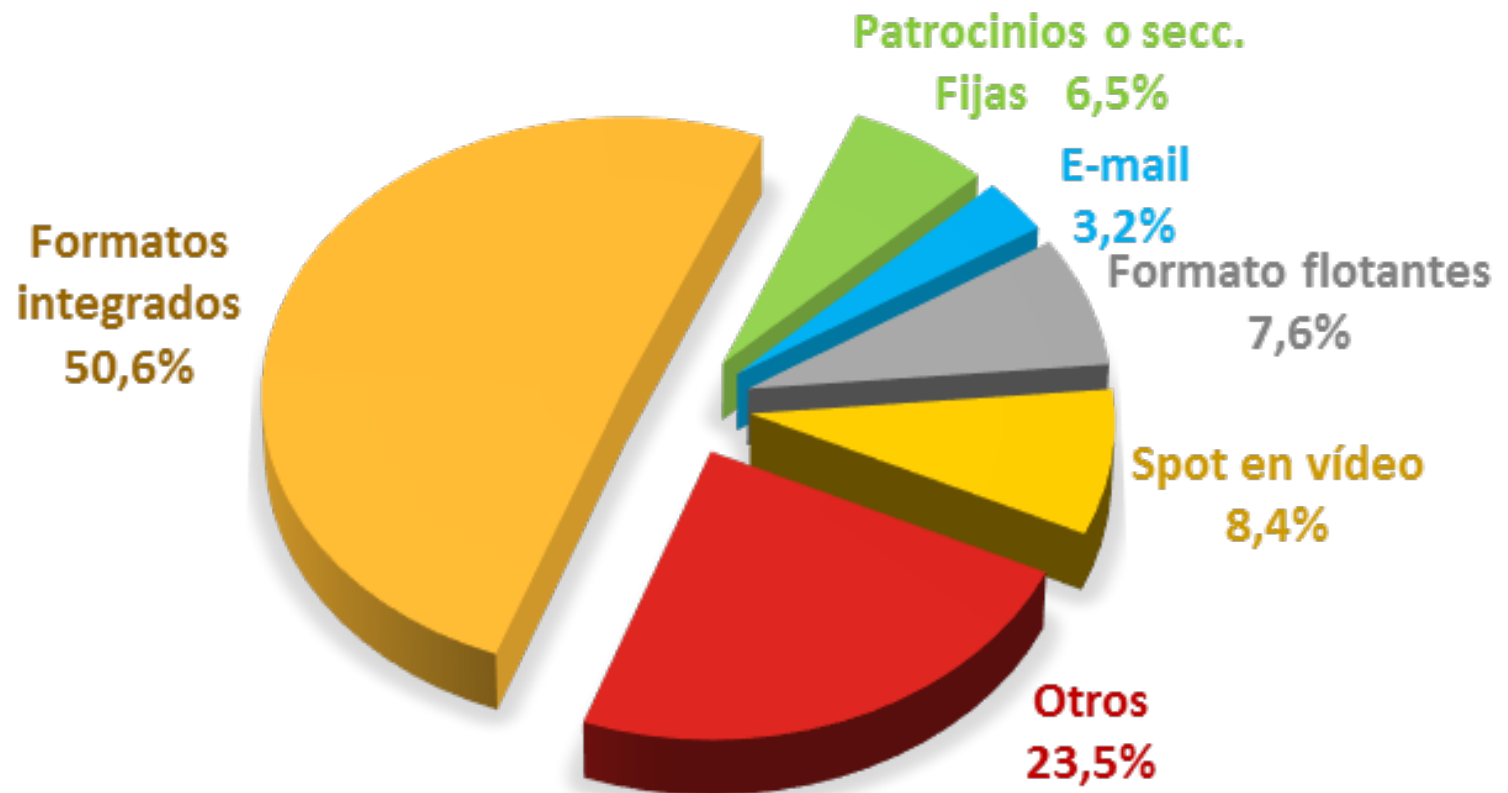
Formatos en buscadores:

60% respecto al total de ingresos publicitarios en Internet.

¿Cómo es la publicidad en Internet?



% Formatos publicitarios por **ingresos** en 2013 (display)



¿Cómo es la publicidad en Internet?

ACTÍ
VATE

Formatos publicitarios: **display** (y Rich Media)

The screenshot displays the EL PAÍS website interface with several digital advertising elements:

- Top Banner:** A large horizontal banner featuring three distinct advertisements. From left to right: an ADOP (Asociación de Organizaciones de Padres) logo and text; a video player for 'vida santalucía' showing a woman; and a 'santalucía' advertisement with the tagline 'Un mundo de protección' and '44 años de experiencia'.
- Left Sidebar:** Includes the ADOP logo, a quote 'UN DÍA ENCUENTRAS A ALGUIEN QUE TE ENTIENDE, TE DA CONFIANZA Y TE QUEDAS', and a photo of a smiling family.
- Main Header:** Shows the date 'miércoles, 20 noviembre 2013', the time 'Actualizado 06:59 CET', a 'Hemeroteca' dropdown, and navigation links for 'Edición España', 'Iniciar sesión', 'Registrarse', and a search bar.
- Navigation Menu:** A horizontal bar with categories: INTERNACIONAL, POLÍTICA, ECONOMÍA, CULTURA, SOCIEDAD, and DEPORTES.
- Sub-navigation:** A row of links including 'ESTÁ PASANDO', 'Renovación del CGPJ', 'La valla de Melilla', 'Poniatowska, Premio Cervantes', 'Gibraltar', 'Mundial', and 'MÁS TEMAS'.
- Main Article:** Titled 'Un ex alto cargo de Justicia se perfila como presidente del CGPJ' by F.G. from Madrid. The text mentions 'El magistrado del Tribunal Supremo Carlos Lesmes es el mejor colocado en las quinielas. Defendió este mes, en contra de la mayoría, el indulto del Gobierno a un conductor kamikaze'.
- Right Sidebar:** Features an 'OPINIÓN' section with the article 'La batalla judicial' (Editorial) about the opposition's agreement with the PP. Below it is a 'PUBLICIDAD' section for 'MÁS DE UN AÑO DE RENTABILIDAD' with a 'Hazte cliente' button. At the bottom right is a photo of a smiling man.

Fuente: IAB, estudio inversión publicitaria 2013.

¿Cómo es la publicidad en Internet?

ACTÍ
VATE

Publicidad en el móvil:

Display



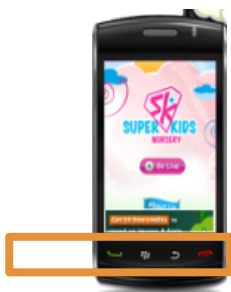
Bluetooth



Código BIDI



Advergaming



Acciones con mensajería



Aplicaciones móviles



7

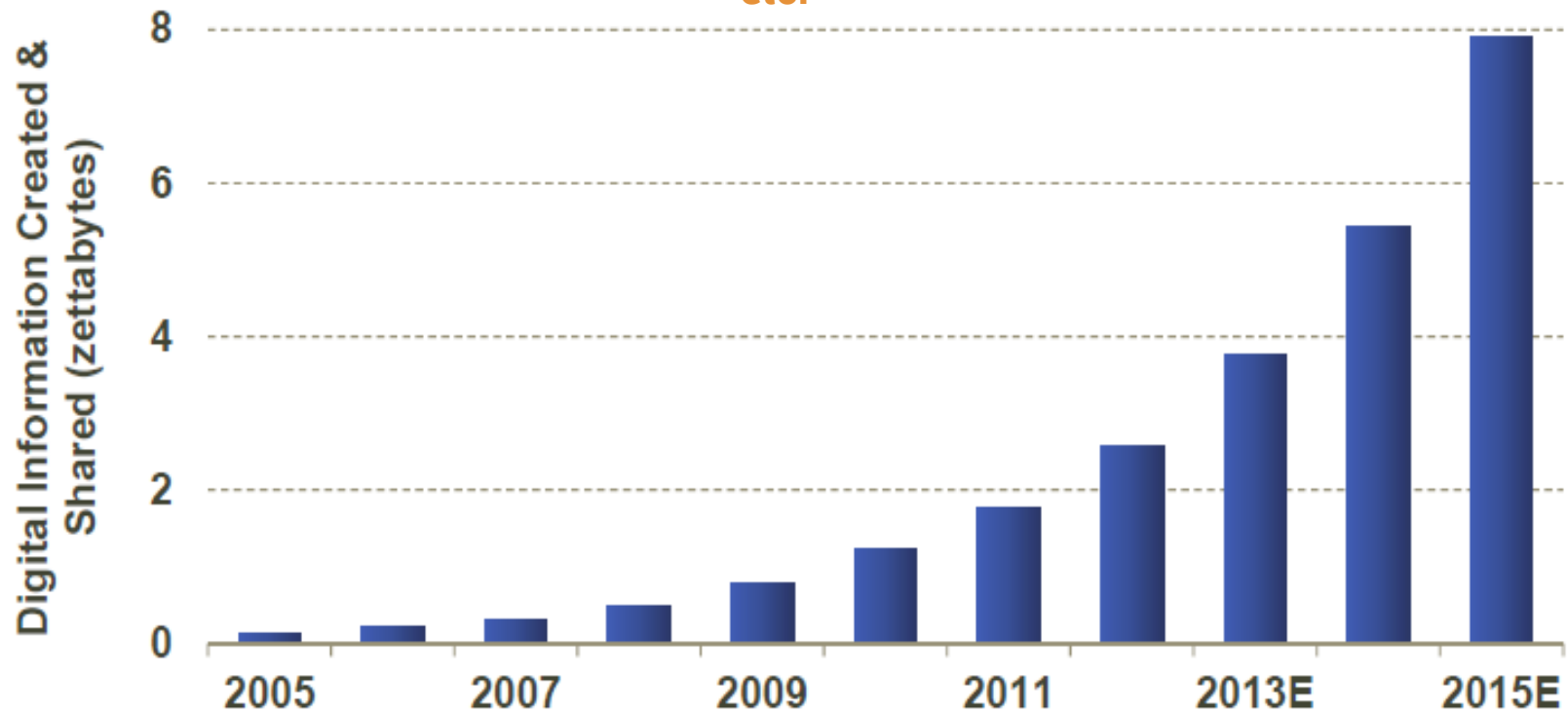
***¿Qué contenidos se
comparten en Internet?***

¿Qué contenidos se comparten en Internet?

ACTÍ
VATE

Los contenidos disponibles a nivel mundial se han multiplicado
x9 en 5 años.

Fáciles de encontrar, compatibles, trazables digitalmente,
etc.



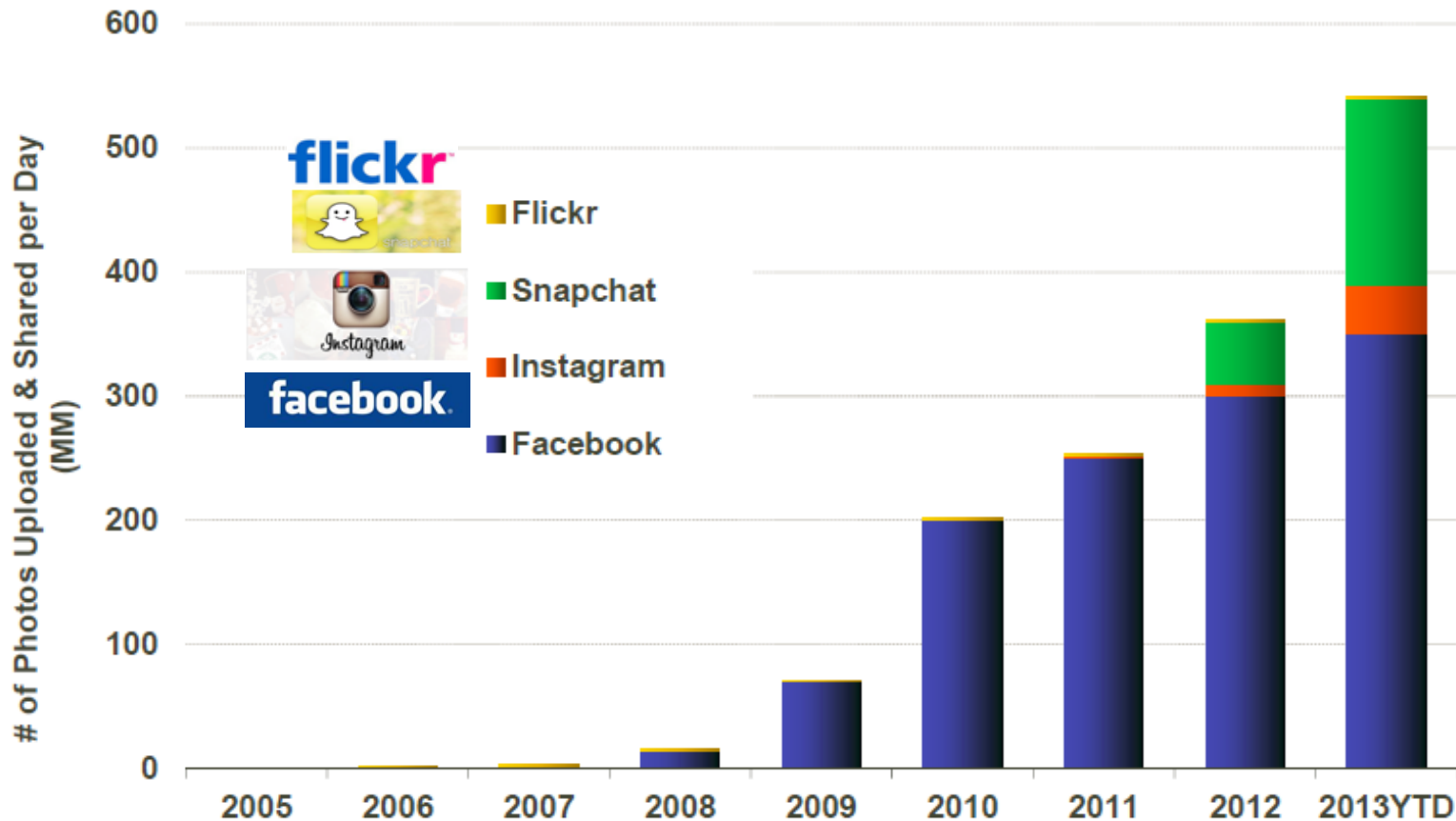
Note: * 1 zettabyte = 1 trillion gigabytes. Source: IDC report "Extracting Value from Chaos" 6/11.

¿Qué contenidos se comparten en Internet?

ACTÍ
VATE

Fotografías.

500MM son subidas y compartidas en las 5 principales plataformas red cada día.



Source: KPCB estimates based on publicly disclosed company data.

¿Qué contenidos se comparten en Internet?



Vídeo online:



- Mayo 2013

21,7 millones de españoles vieron vídeo online.

18 horas de vídeo por espectador.

De media se consumieron 198 vídeos por usuario.

- Proyección 2017

81% (+ 2.000 MM) del total de usuarios de Internet en **el mundo**, accederán a servicios de **streaming y descargas de vídeos**.

El tráfico de vídeo supondrá un **69% del total de Internet**.

¿Qué contenidos se comparten en Internet?

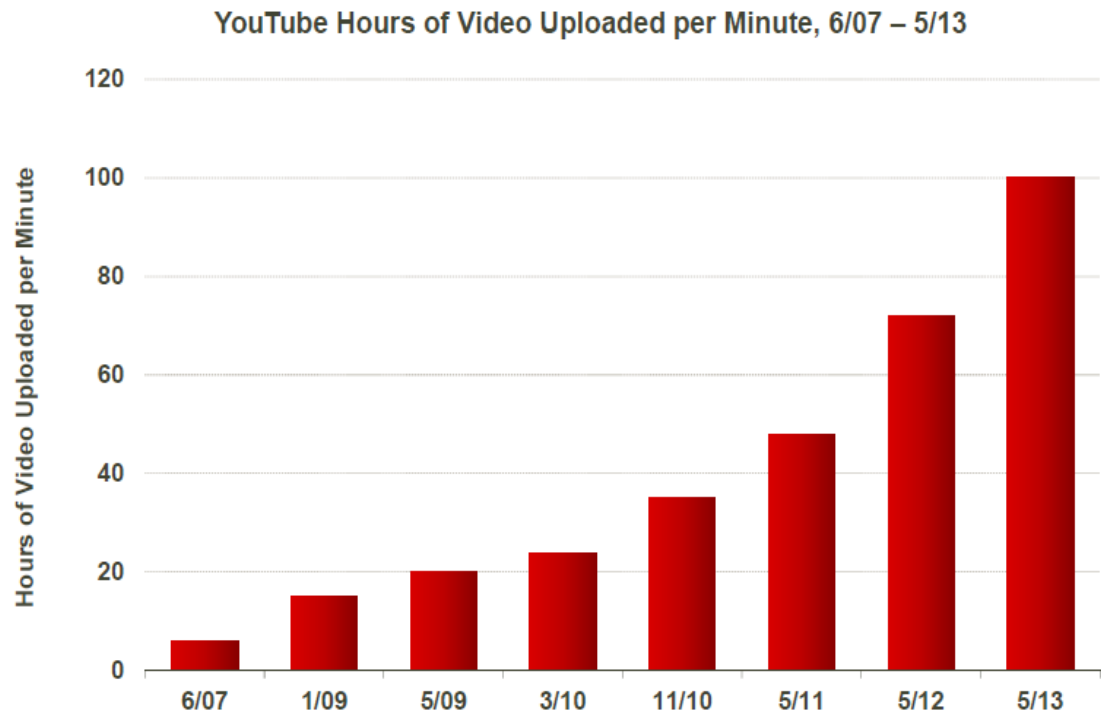


Vídeo

Se suben a YouTube **100 horas** de vídeo por minuto.



- Cada mes los usuarios ven más de **6 mil millones de horas de vídeo**.
- El 80% del tráfico procede de fuera de EEUU.
- Alrededor del **40%** del tiempo de visualización de **YouTube** procede de **dispositivos móviles**.
- Millones de usuarios se suscriben cada día, y el número diario de nuevos suscriptores se ha triplicado desde el año pasado.



¿Qué contenidos se comparten en Internet?

ACTÍ
VATE

Audiencia Sites Multimedia

YouTube sigue como líder de la categoría, acceden al site el 61% de los internautas.

Principales Sites Multimedia (usuarios únicos)

You Tube

16.045.350 u.u.

61% s/internautas

rtve.es

4.578.949 u.u.

17% s/internautas



TELECINCO

4.279.745 u.u.

16% s/internautas



ANTENA 3

3.792.552 u.u.

14% s/internautas



Spotify

3.647.984 u.u.

16% s/internautas

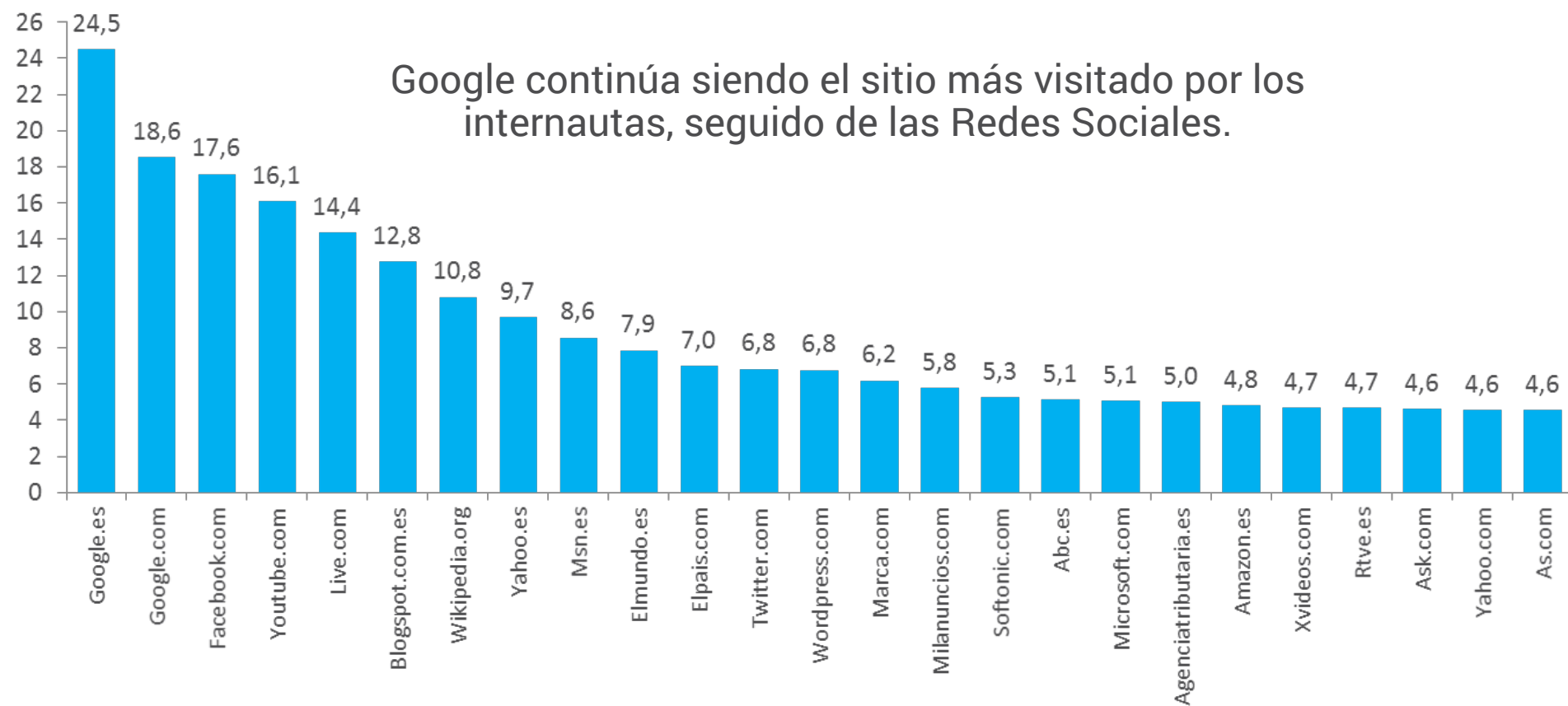
Pousen S.L.

(seriesyonkis, peliculasyonkis,...)

3.527.807 u.u.

13% s/internautas

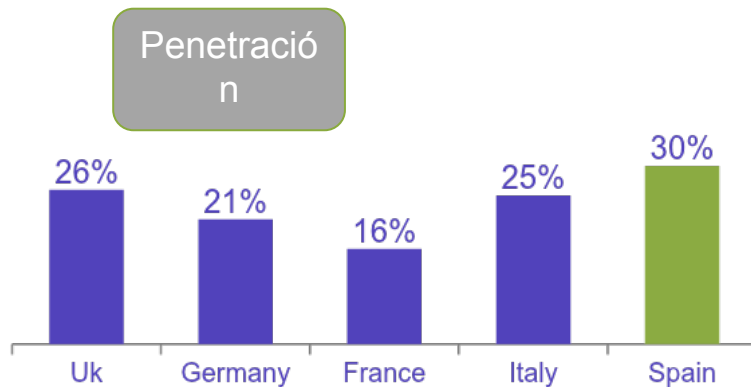
¿Qué contenidos se comparten en Internet?



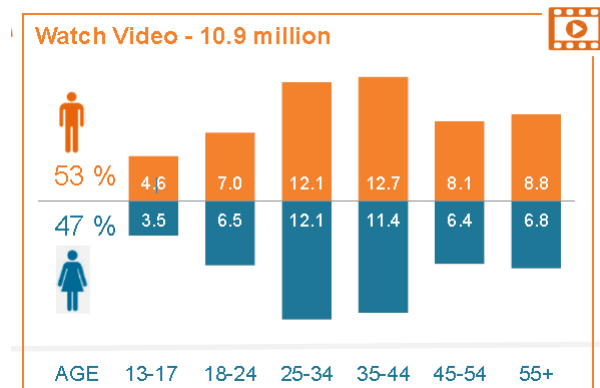
¿Qué contenidos se comparten en Internet?

Datos Vídeo Online - Smartphone

- 10,9 millones de españoles ven vídeo a través de su móvil, el 30% de los usuarios de Smartphone.
- España tiene un nivel de penetración más alto que el resto de países Europeos consultados.



- El 53% de los usuarios de vídeo móvil en España son hombres, y el 47% mujeres.
- Los mayores consumidores de vídeo en dispositivos móviles en nuestro país tienen entre 25 y 44 años.



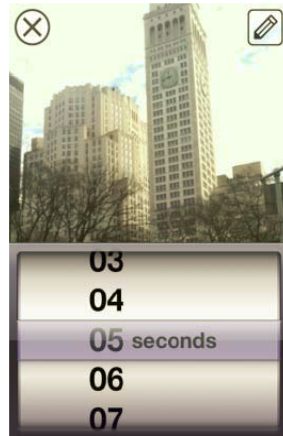
¿Qué contenidos se comparten en Internet?

ACTÍ
VATE

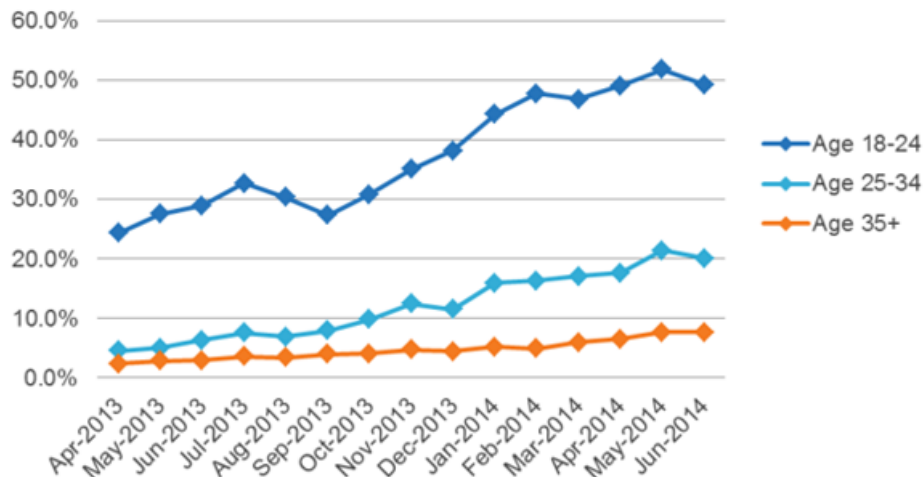
Lo último... compartir a **corto plazo**.



Choose How Long Your
'Snap' Lives



Snapchat App: Smartphone User Penetration by Age
Source: comScore Mobile Metrix, U.S., Apr 2013 - Jun 2014

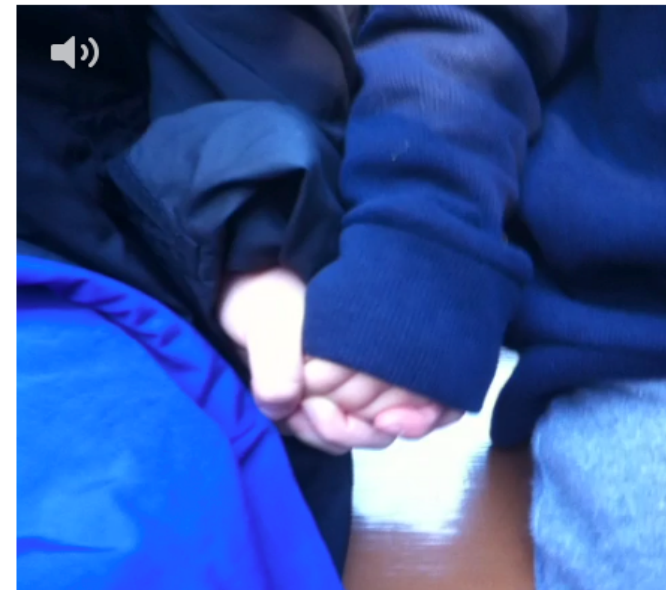


James Buckhouse
@buckhouse

Follow

Holding hands at Tilden park vine.co/v/biTaEEwdq2n?1

4:53 PM - 24 Jan 2013



Vine @vineapp

278 RETWEETS 168 FAVORITES

Reply Retweet Favorite

Fuente: Comscore.

¿Qué contenidos se comparten en Internet?



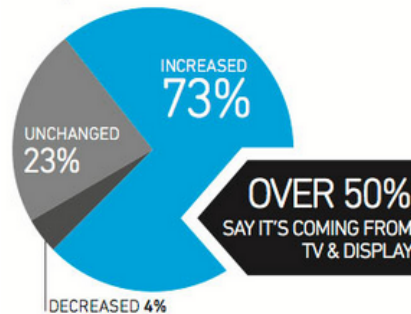
Datos vídeo online: reflexiones de marketing

El 78% de los responsables de marketing en Europa y el 58% a nivel mundial afirman que con el vídeo online se consigue mayor engagement.

- Con el vídeo se obtiene un **41% más de Click** por Ratio con respecto a textos.
- Una web que incluye vídeo tiene un **53% más de probabilidades de aparecer en la primera página de resultados de Google**.
- Un **64 % de los compradores** online que han visto un vídeo en el site tienen **más tendencia a comprar**.
- El uso de la palabra “vídeo” en el asunto de los correos logró un aumento en **las tasas de apertura de hasta un 20%** frente a los asuntos que no contenían la palabra vídeo.
- De la **información retenida** por la audiencia, en el texto es sólo de un **10%** frente al **95% de los vídeos**.
- De los **100 primeros** resultados que aparecen en los motores de búsqueda, el **70% son vídeos**.
- Los **usuarios** que consumen vídeos de productos son un **85% más propensos a comprar** que los que no ven vídeo.

SPEND

Did your video budget increase, decrease, or stay the same in the last 12 months?



8

Las redes sociales

Las redes sociales



Social Media: Redes Sociales & Blogs

Un **77%** de los internautas utiliza las **redes sociales a diario**.

(Facebook llega a los 18 M uu)



Según TNS Digital Life:

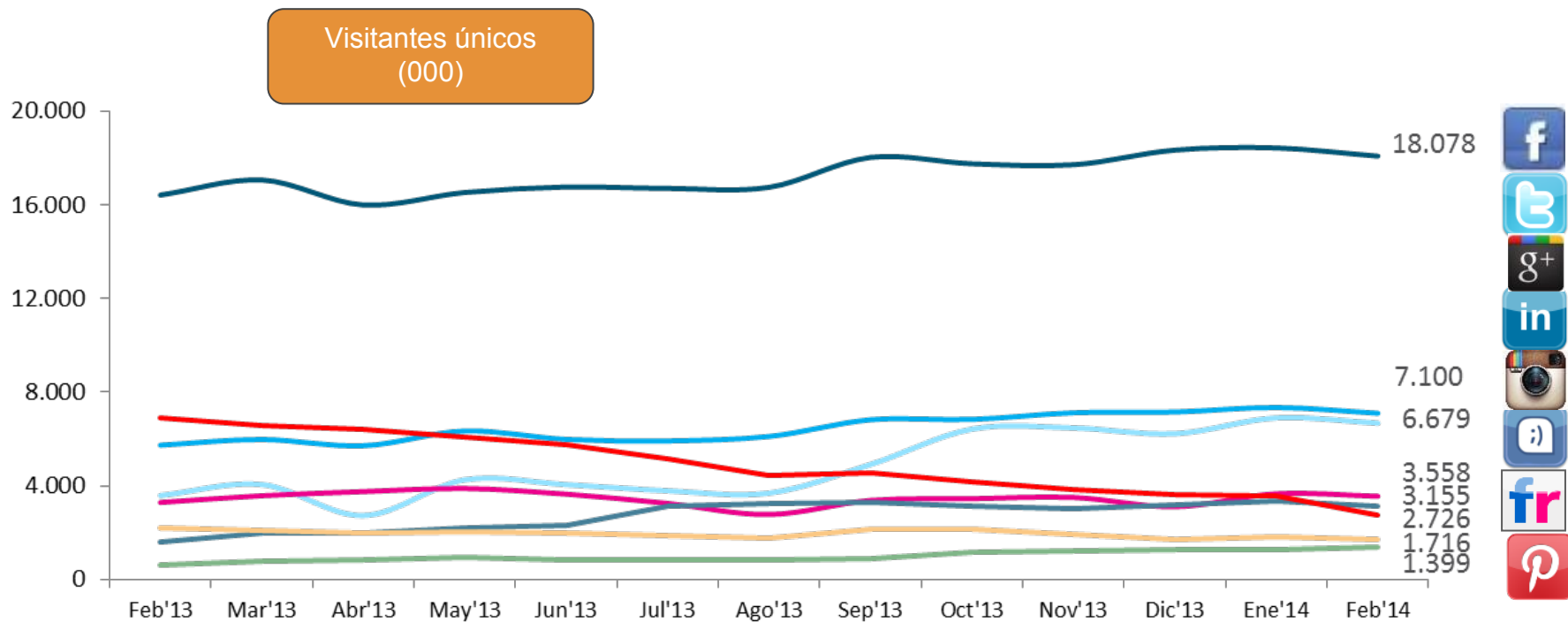
- **68%** de los internautas **leen blogs**.
- **56%** de los internautas **hace comentarios**.

Las redes sociales



Audiencia

- Facebook sigue líder en audiencia con más de 18 millones de visitantes únicos y G+ sigue su imparable crecimiento.
- Tuenti sigue decreciendo mes a mes.



Las redes sociales

ACTÍ
VATE

Actividad en redes sociales:



Jugar online (en las RRSS):
15%



Ver vídeos, música 23%



Compartir o subir foto: 12%



Frecuencia de uso:
7 veces/semana



Escribir mensajes: 29%



Comentar la Actualidad 11%



Revisar actividad de mis contactos:
32%



Chatear: 21%



Para conocer más a las marcas: 9%

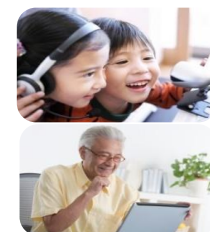
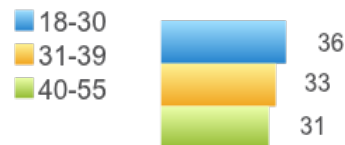
Las redes sociales



Los Usuarios de Redes Sociales **ya no se diferencian por edades.**



- El perfil del usuario de redes sociales es similar en todos los segmentos.



Acceso a Redes Sociales (% internautas)



Cada día



Varias veces por semana



Al menos una vez a la semana



Con menor frecuencia



Frecuencia de uso
7 veces/semana

Acceso a través



Móvil 70%



Tablet 56%

Las redes sociales: **Tipología** por sexo y edad.

Generales



Estas redes son de uso general. No presentan diferencias significativas ni por edad ni sexo.

Mujeres



Hombres



Estas destacan por sexo.

18-30 años



Estas destacan por edad.

Social commerce:

En España ha descendido del 14% al **10% en 2014** los usuarios que declaran que **SI han comprado** en las **redes sociales**.

El **87%** lo ha hecho en:



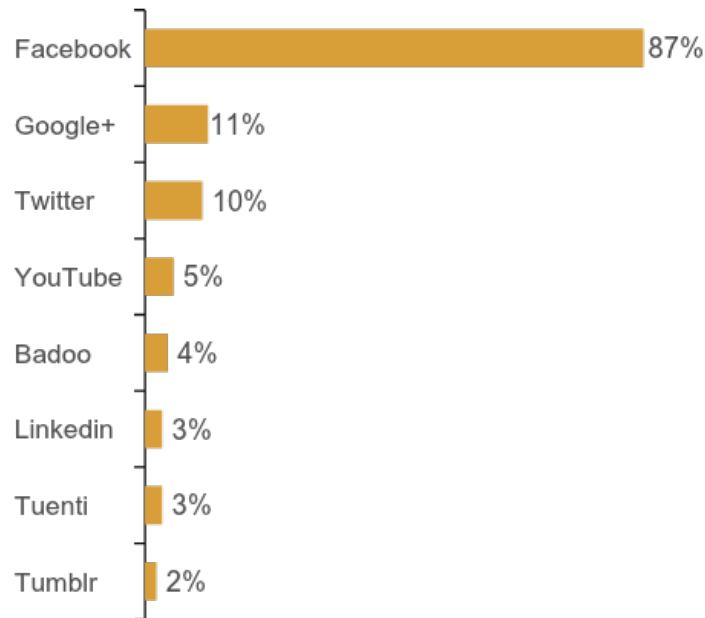
El **11%** lo ha hecho en:



El **10%** lo ha hecho en:



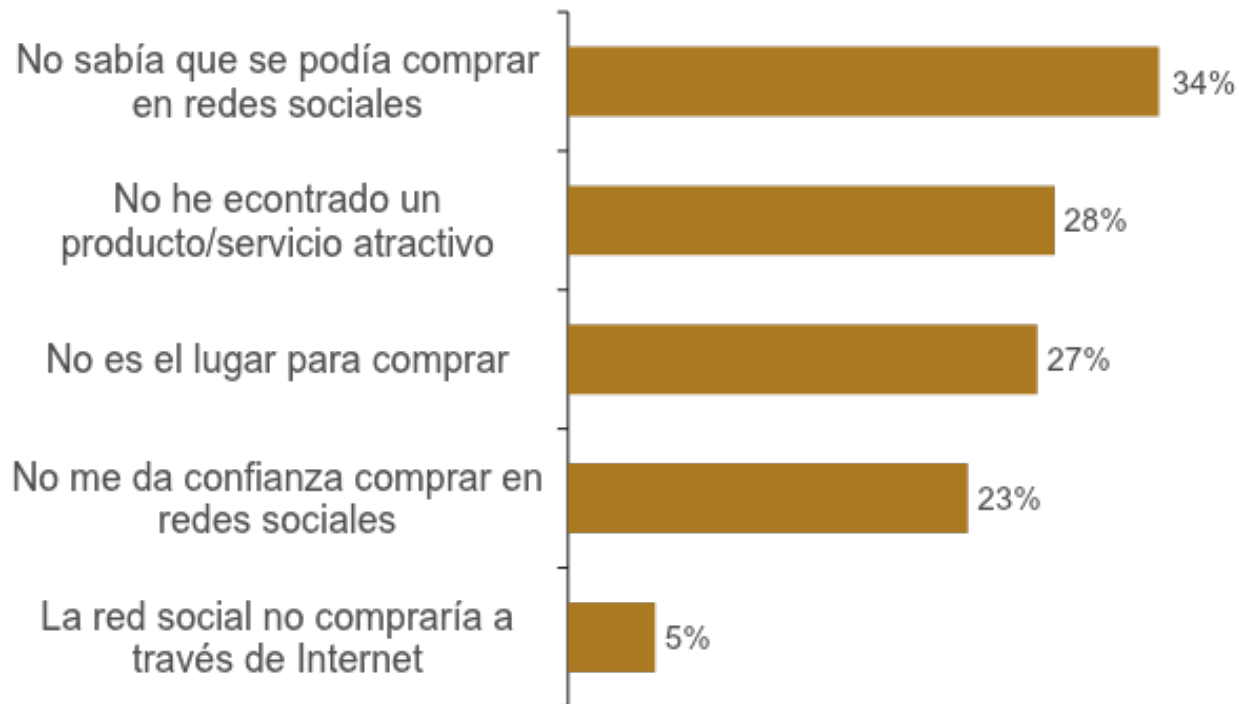
Si ha comprado en una red social,
¿en qué red lo ha hecho?



Social commerce:

- Destaca la compra de moda (53%), tecnología (27%), viajes (25%) y belleza (24%).
- Para el 87% de los que compraron la experiencia fue positiva.

¿Por qué no ha comprado nunca?

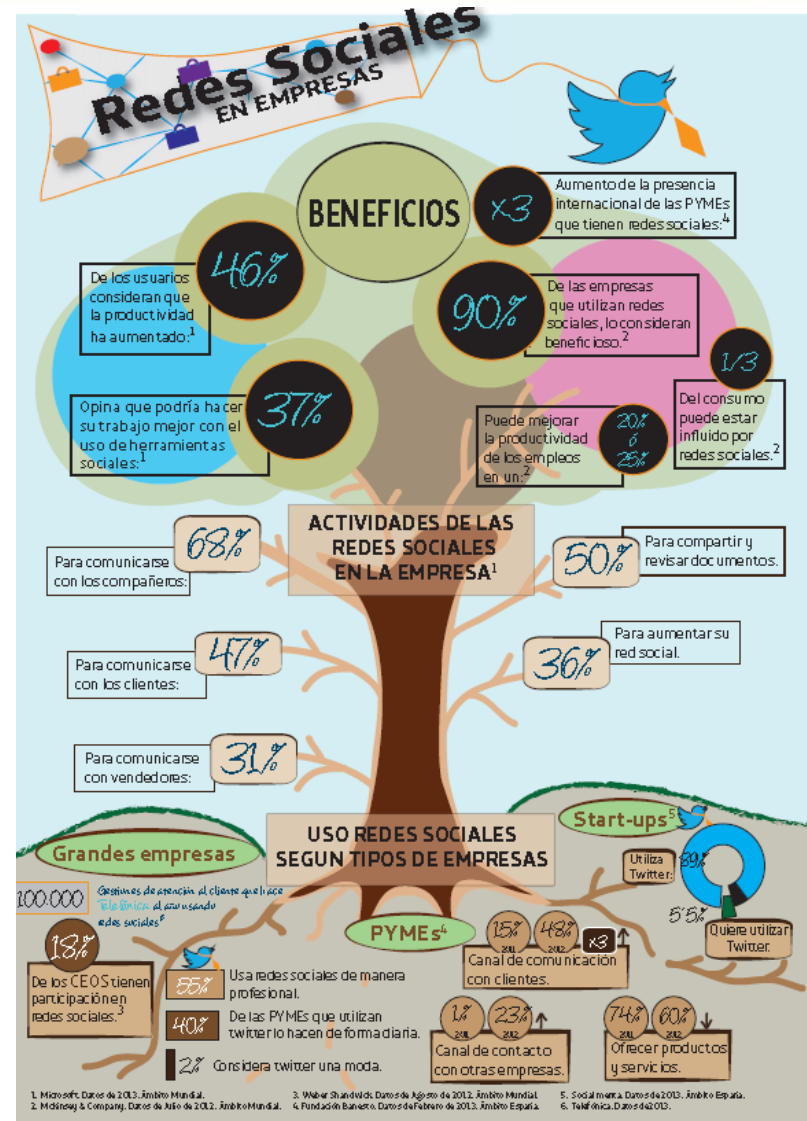


Las Empresas en las Redes Sociales

Todos los segmentos de empresas abrazan las redes sociales como otro canal de comunicación.

En España, la mayoría de las **empresas del IBEX 35** utilizan las redes sociales de forma integrada con su actividad. En el entorno de las empresas medianas y pequeñas, el uso de las redes sociales es también una realidad, y **el 55% de las empresas** en este segmento en España utilizan las redes sociales de una forma profesional y con un elevado grado de asiduidad, que en el caso de **Twitter llega a que el 40%** de las empresas que lo utilizan, lo hagan de forma diaria.

El grado de madurez que están alcanzando las redes sociales también va evolucionando y **cada vez se utilizan menos para ofrecer productos y servicios**, mientras que **se multiplica por tres su utilización como canal de comunicación**, y aumenta el número de empresas que lo utilizan como canal de B2B



¿Cuántos tenéis **móvil**?

¿Y **smartphone**?

El teléfono móvil aglutina el **17%** del tráfico web



Porcentaje de páginas vistas proveniente de dispositivos móvil.

Fuente: Statscounter.

Mobile: inversión publicitaria



39,9 millones de €

+47% respecto a la Inversión del 2012

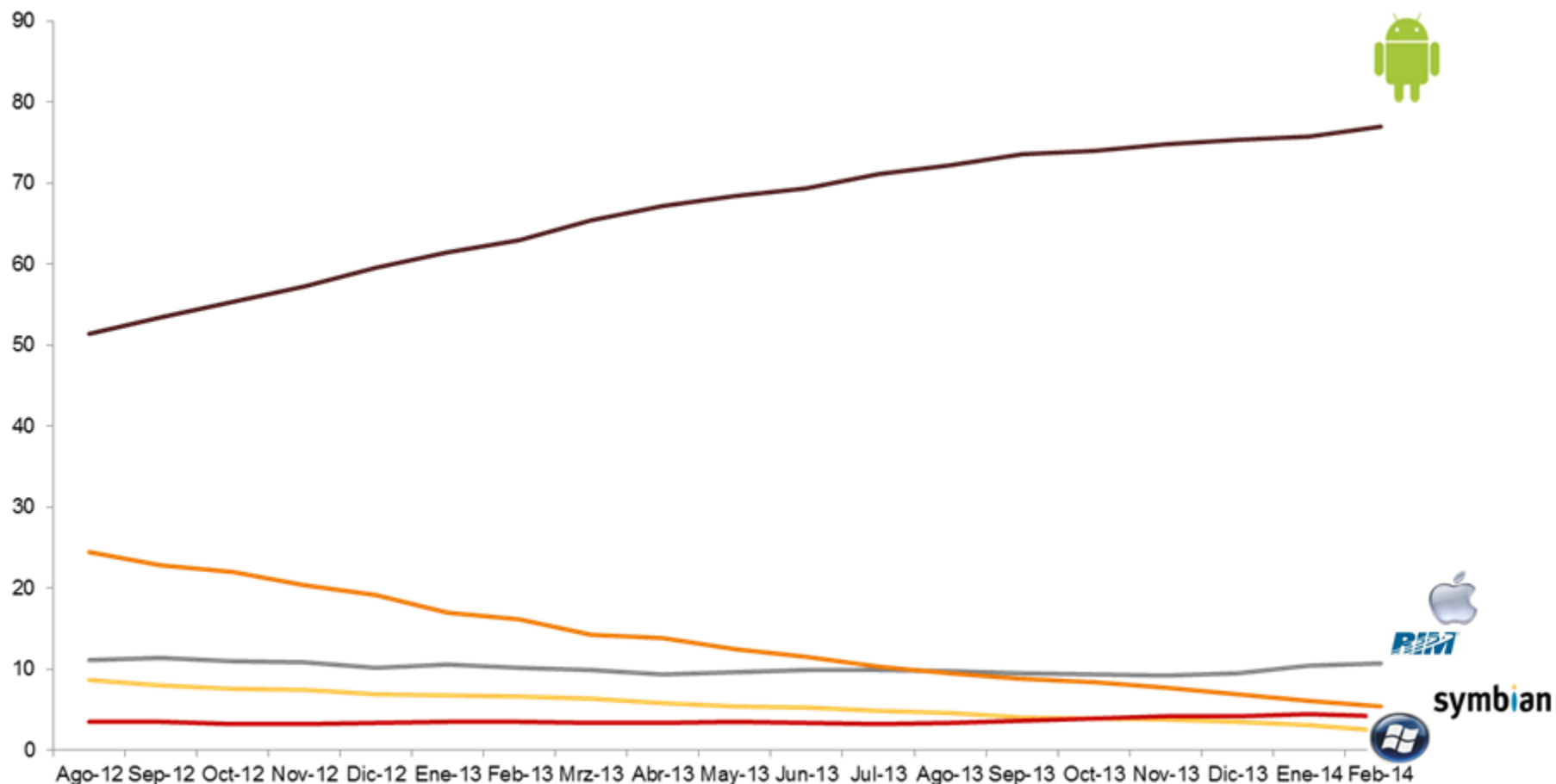
representa un **4'5%** del total inversión digital



Cuotas smartphone por sistema operativo

ACTÍ
VATE

La penetración de smartphones en España es del **81%** respecto a los usuarios móvil.



Los smartphones poseen **atributos** “extraordinarios”.

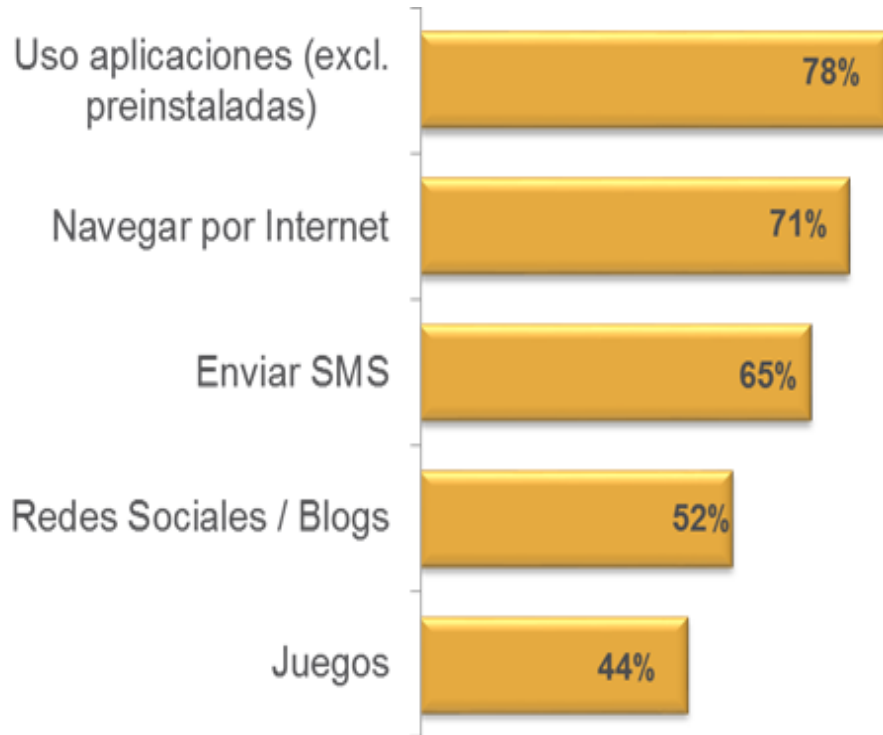


Nos hacen sentir:

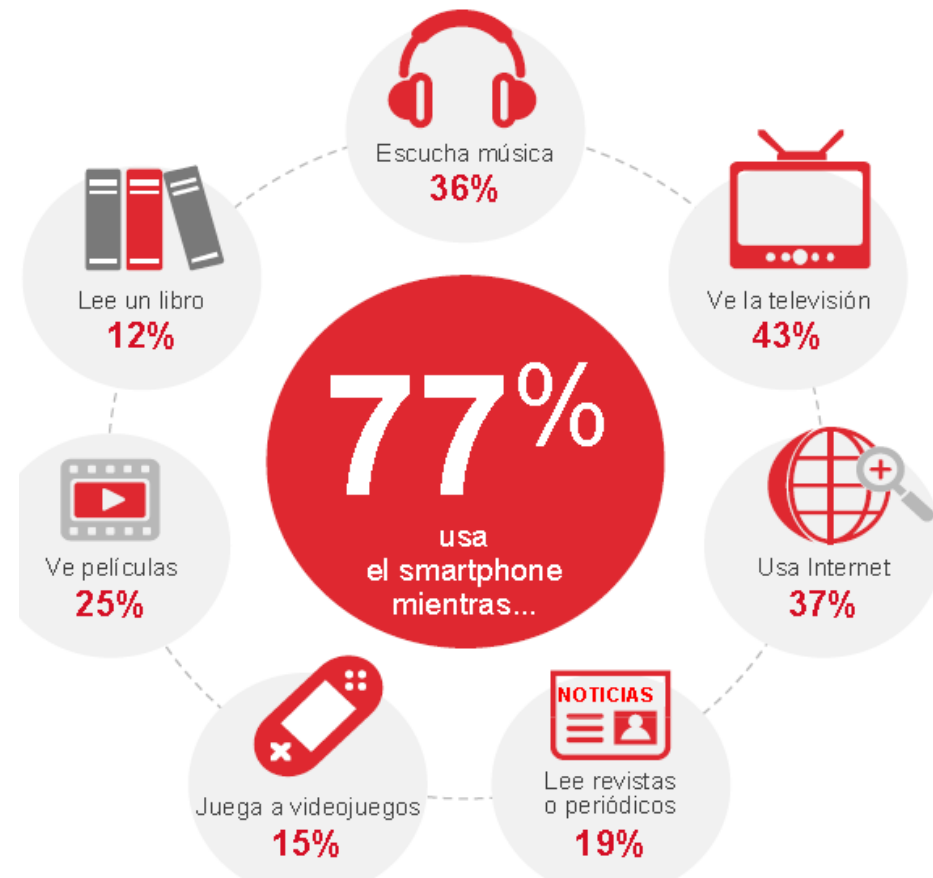
- Conectados.
- Excitados.
- Curiosos.
- Productivos.

Usos del móvil: **interacción** con otros medios.

Servicios y usos con su móvil:



Interacción con otros medios:



Móvil: fuente **información** de **compra**.

El **68%** de los usuarios con smartphones buscamos **información** de **productos** al verlos en TV, prensa o tiendas.

10 M de **compradores por móvil** en España al **mes**.



80% investiga con su móvil antes de comprar:

58% **localización** de tiendas

44% **comparación** de precios y productos.

57% busca información sobre horarios

21% **showrooming**: informarse de los productos con el móvil, en la propia tienda

Los compradores de móvil compran un 25% más en las tiendas

Pon una **app** en tu vida.

El 71% de los usuarios de Smartphone no salen de casa sin el y el 88% accede múltiples veces al día



22 aplicaciones instaladas de media.

4 M de aplicaciones descargadas al día.

24 aplicaciones de media por Smartphone

Las Apps que más triunfan son:

- 84% de comunicación.
- 81% de correo
- 70% de RRSS.

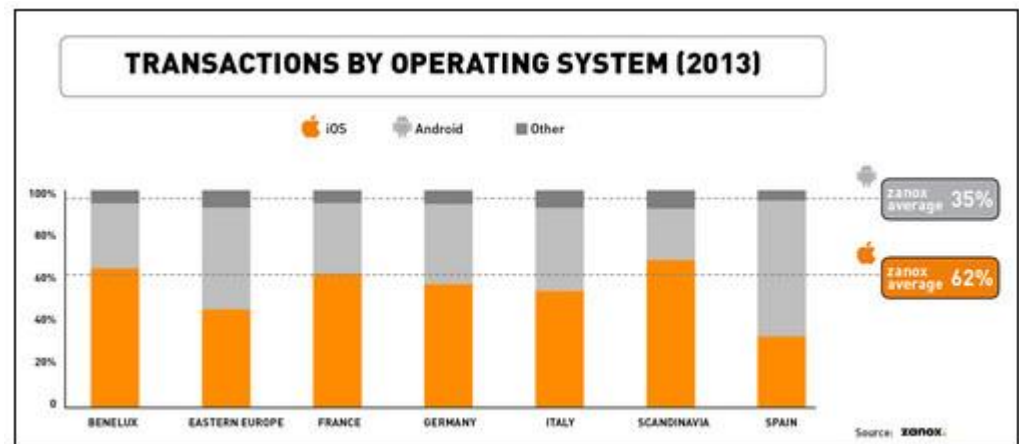
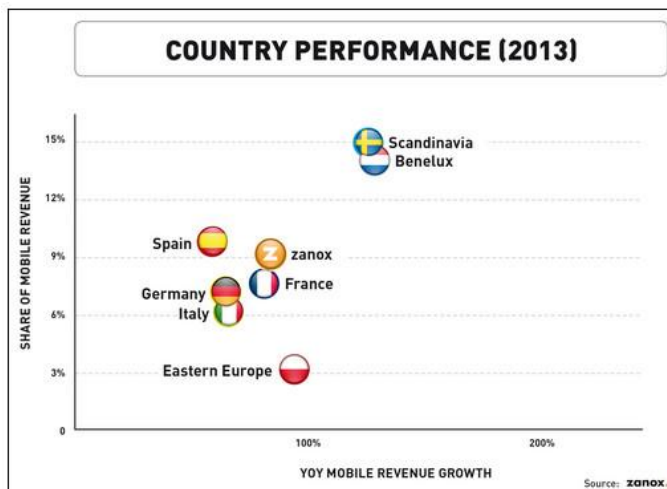
Apps: Las más descargadas entre los jóvenes



M-Commerce

El comercio móvil se consolida en Europa.

- Las transacciones móviles aumentaron un 64% y hasta un 95% los beneficios.
- Esta tendencia también se refleja en el aumento de hasta un 8% de los beneficios por transacciones móviles en el 2013, comparada con el 6% registrado en el 2012. Además, en enero de 2014 esta cifra incrementó en un 2% ubicándose en un 11%, lo que hace suponer que el comportamiento del m-commerce no ha alcanzado aún su techo.
- Por sector, las medias de crecimiento varían: desde el 185% en travel, 162% en servicios financieros, 114% en telecomunicaciones al 81% en retail y shopping.



Estas cifras muestran que, a medida que los mercados están avanzando en mobile performance, todavía tienen potencial para seguir creciendo.

¿Habéis **comprado online**?

E-commerce

- Una mayoría del **74% de internautas** nos informamos en Internet para **tomar decisiones de compra.**
- Un **67%** de los internautas **hemos comprado online** en el último mes.
- ¿Quién compra? **Joven 20-44 años, clase social alta, media-alta y de zonas urbanas.**



E-commerce

Motivaciones:

94% Practicidad y comodidad.

94% Ofertas únicas.

82% Precio.

79% Encontré algo interesante mientras navegaba.

71% Confío en esas webs.

69% La tienda física está lejos o cerrada.



¿Cuánto se compra?

- La **frecuencia media** de compra es de 2 veces al mes.
- El **gasto promedio** por compra es de 63€.

¿Dónde buscan?

- **63% tráfico directo.**
- **48%** buscadores.
- **32%** intermediarios.
- **29%** reputación online.



¿Qué habéis **comprado online**?

Productos más comprados por Internet:



Electrónica/aparatos electrónicos: **49%**



Billetes (avión, tren, bus...): **47 %**



Alojamientos (hoteles...): **44 %**



Ocio/tiempo libre/entradas:
42 %



Ordenadores/
componentes:
24%



Las pymes en España

Las **pymes** españolas:



- Mercado potencial: **+ 13,2 MM** de **compradores** en 2012.
- **50%** de pymes: **incrementa sus ventas** gracias a Internet.

Las pymes en España



Las pymes online españolas:

Más del **50%** de las pymes online españolas están perdiendo ventas potenciales.



Negocios online en España:

- El **60%** NO dispone de **página web o app optimizada**.
- El **49%** NO vende en el **extranjero**.
- El **45%** NO usa herramientas de **prevención de fraude**.

10

Previsiones de e-commerce y s-commerce para 2014

Previsiones de e-commerce y s-commerce para 2014



Predicciones e-commerce para 2014:

- 1 **Responsive design** como estándar.
- 2 No más e-commerce (**cross-channel**).
- 3 **Personalización** (de verdad) para todos.
- 4 El auge de los **programas de fidelización** y la **gamificación**.
- 5 **Social commerce...** pero de verdad.

Predicciones e-Commerce para 2014



- 1 El mCommerce seguirá creciendo.
- 2 Los marketplaces: punto de entrada al eCommerce.
- 3 Los días especiales de compra online ganan protagonismo.
- 4 La internacionalización será más fácil.
- 5 Continuará la lucha contra la rentabilidad.

11 ¡ANEXO!

- 5 claves digitales en la sociedad de la información.
- Predicciones para los sectores de tecnología, medios y telecomunicaciones para 2014.

5 claves digitales de la sociedad de la información en 2014



5 claves digitales de la sociedad de la información:

- 1** **Internet** es esencial en la vida de los españoles. Ya somos **71,6%** de la población internauta. **24,8 millones de usuarios** (700.000 más que en 2012).
- 2** El **móvil** es el **eje central de la vida digital** de los usuarios. **8 de cada 10** móviles vendidos son **smartphones**.
- 3** La **mitad de los internautas** españoles ya han **comprado por Internet**.
- 4** Las **RRSS** también **ganan presencia** en la vida de los españoles.
- 5** La **e-administración gana adeptos**. El **91%** de los **trámites administrativos** realizados por **empresas** son electrónicos..

Predicciones para los sectores de tecnología, medios y telecomunicaciones para 2014

ACTÍ
VATE

Tecnología:

- 1** Las **ventas globales de smartphones**, tabletas, ordenadores personales, televisores y videoconsolas **superarán los 750.000 millones de dólares** en 2014.
- 2** Los **Wearables*** (gafas y relojes inteligentes, pulseras de fitness) representan un **mercado tentador y lucrativo, que se caracteriza actualmente por un cierto grado de incertidumbre**.
- 3** En 2014 es probable que el mercado de **tabletas abarque un espectro cada vez más variado de dispositivos**.
- 4** La inscripción de estudiantes **en Cursos Masivos Online Abiertos (MOOC) se incrementará un 100% frente a 2012**.
- 5** En 2014, se producirán **100 millones de consultas virtuales (eVisits) a escala mundial**.

Predicciones para los sectores de tecnología, medios y telecomunicaciones para 2014

ACTÍ
VATE

Medios:

- 1** Para finales de 2014, hasta **50 millones de hogares** en todo el mundo habrán contratado **dos o más servicios distintos de televisión de pago**, y otros **10 millones de hogares** podrán acceder a **contenidos premium** como parte de la contratación de otro servicio, como la **banda ancha**.
- 2** La **medición de la audiencia televisiva en los hogares** debería ser **más precisa** en varios países, como Alemania y Reino Unido, debido a la introducción de las **técnicas de medición híbridas**.
- 3** En 2014 el **valor de los derechos de emisión de contenidos deportivos premium** en todo el mundo **se incrementará en un 14%** con respecto a 2013.

Telecomunicaciones:

- 1** En 2014, el **servicio de mensajería instantánea móvil** (MIM, en sus siglas en inglés) transmitirá un **volumen de mensajes superior al doble del volumen de mensajes enviados a través del servicio de mensajes cortos**.
- 2** Las **ventas de phablets**, smartphones con pantallas de 5, 0-6, 9 pulgadas, **representarán un 25% del total de smartphones vendidos** (aproximadamente 300 millones de unidades).
- 3** Las predicciones apuntan a que el grupo de edad de **más de 55 años será el que experimente el crecimiento interanual más rápido en cuanto a la penetración del smartphone en los mercados desarrollados**.

¡Gracias!



Una iniciativa de



AVISO IMPORTANTE

Este documento, su texto y gráficos e imágenes, puede ser utilizado bajo una licencia **Creative Commons** de tipo **Atribución, No-Comercial**. En caso de utilizarse este material o de la creación de un derivado, la atribución se debe respetar citando la fuente como "Actívate, Google España 2014" y expresamente, si es posible, mediante un enlace activo a <http://google.es/activate>. Revisado, marzo 2014.