PALCO23

ENTORNO

Más ‘wearables’, pagos móviles y 5G: las claves del consumo móvil de 2018

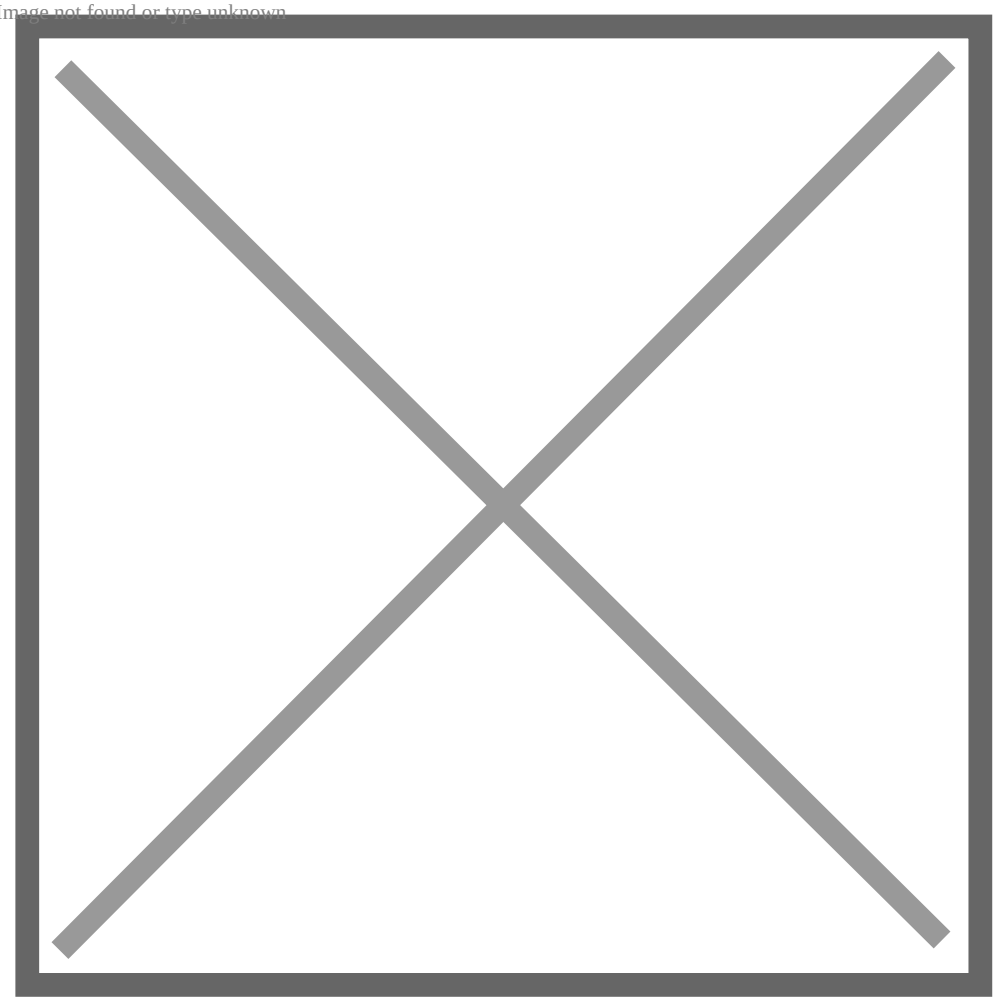
Los hábitos de utilización de *smartphones* están madurando, ya que sólo la penetración de teléfonos inteligentes crece con fuerza en la población de más de 55 años.

Guillermo G. Recio
16 abr 2018 - 04:57

https://www.palco23.com/entorno/mas-wearables-pagos-moviles-y-5g-las-claves-del-consumo-movil-de-2018

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Image not found or type unknown



Las empresas de todas las industrias miran con especial interés cómo evoluciona la utilización de *smartphones*, puesto que este se ha convertido en el elemento clave para acceder a millones de consumidores que pasan horas delante de sus teléfonos inteligentes. Sin embargo, los hábitos de uso apuntan hacia una industria madura que no crecerá mucho más en valores absolutos, pero sí en diferentes formas de consumo. Y las propiedades deportivas atentas, ante las cada vez mayores opciones de *engagement* con contenidos *mobile*.

Por ejemplo, la cantidad de veces que los usuarios miran sus teléfonos se ha mantenido casi constante durante los últimos tres años, en aproximadamente 47 veces por día, según una encuesta de Deloitte a más de 2.000 personas de diferentes

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

segmentos de la población estadounidense.

También son importantes los momentos del día en los que los consumidores están pendientes del *smartphone*. En 2017, el 89% de la población miró su teléfono una hora después de despertarse, con un alza del 1% anual. Antes de irse a dormir, el 81% accedió a su dispositivo en la hora previa, igual que ocurrió en 2016.

Aunque no crezca la utilización de los que ya cuentan con un teléfono inteligente, la penetración aumentó en 2017 hasta el 82% de la población estadounidense, cinco puntos más que un año antes. El colectivo que más creció fue el de los mayores de 55 años (+7,9%), un público que pasa desapercibido pero que cada vez son más importantes para las compañías debido a su alto poder adquisitivo y su tiempo libre.

> **El 30% de los encuestados relacionaron Internet de las cosas con pulseras de *fitness*, por encima de ropa, relojes y gafas inteligentes**

Más allá de los ***smartphones***, la penetración de las ***tablets*** aumentó sólo tres puntos, hasta el 62%. Los *ebooks* se mantuvieron en torno al 24% y las gafas de realidad virtual subieron dos puntos, hasta el 10%. En cuanto a los relojes inteligentes, sólo crecieron un punto, hasta el 13%, mientras que las pulseras de actividad física se dispararon en seis puntos, hasta el 23% de la población norteamericana.

Siguiendo la línea de que los datos son cada vez más atractivos para los consumidores, algo que se demuestra con los recopiladores de estadísticas del ejercicio físico, los *wearables* son cada vez más habituales. A la pregunta de en qué piensan cuando se habla acerca del Internet de las cosas (IoT por sus siglas en inglés), el 30% de las respuestas llevaron hasta las pulseras de *fitness*. La ropa y gafas inteligentes, los *smartwatches* y los cascos de realidad virtual fueron otras conclusiones comunes.

Con algunos de estos dispositivos ya es habitual pagar en los establecimientos, algo que continuará ganando popularidad este año, según Deloitte. El 29% de los consumidores afirmaron pagar vía móvil, lo que supone que en 2017 este índice aumentó un 50% respecto al pasado curso. “Las principales barreras para una mayor adopción de los *mobile payments* siguen siendo las preocupaciones sobre la seguridad y la falta de comprensión de sus posibles beneficios”, añade la compañía.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Todo ello se puede realizar gracias a Internet, donde ya se están observando grandes cambios. El informe señala que “por primera vez en los últimos años, en la encuesta se observó que el 4G se ha deslizado ligeramente por detrás del wifi”. “Con las implementaciones de la red 5G, que ofrecerán velocidades de datos sustancialmente mayores, la interacción entre móvil y wifi podría estar preparada para un cambio sustancial el próximo año en las preferencias de Red hacia el móvil”, añade.

https://www.palco23.com/entorno/mas-wearables-pagos-moviles-y-5g-las-claves-del-consumo-movil-de-2018

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.