

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Informe Especializado

Aplicaciones móviles
en México

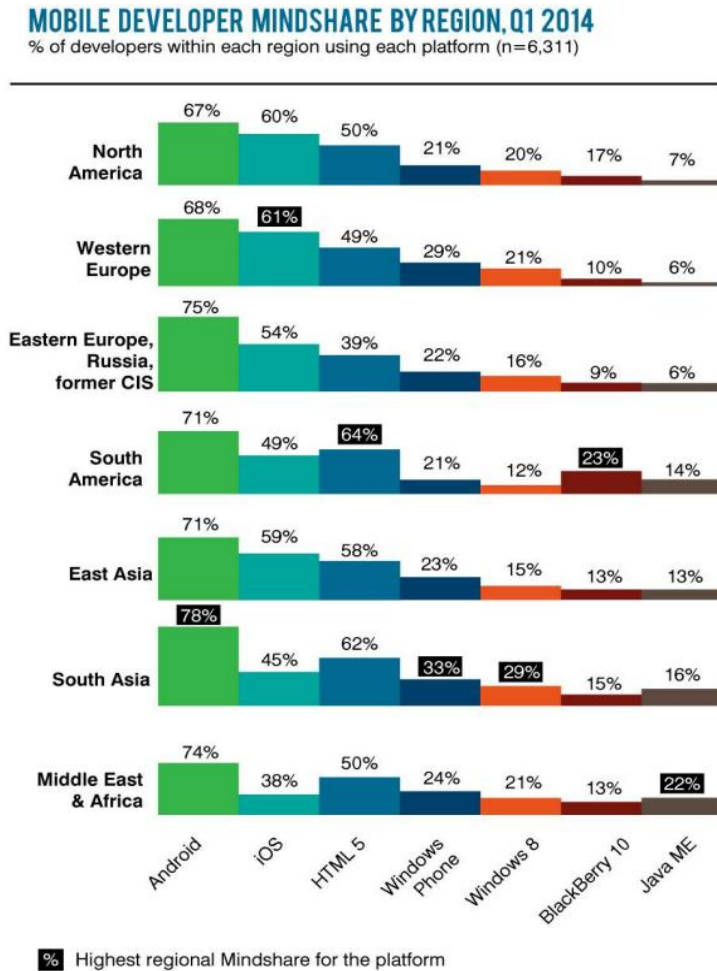


prom
perú

Aplicaciones móviles en México

El mercado de los aplicativos móviles en Latinoamérica, sumó US\$ 4.5mil millones, lo que implicó un crecimiento de 80% en 2013, explicado por la mayor penetración de los smartphones (más del 20% de la población tiene al menos uno), y a la gran actividad en redes sociales, si se compara con otras regiones.

Grafico N°1: Desarrolladores móviles por región – 2014 por plataforma



Fuente: Developer Economics Q1 2014

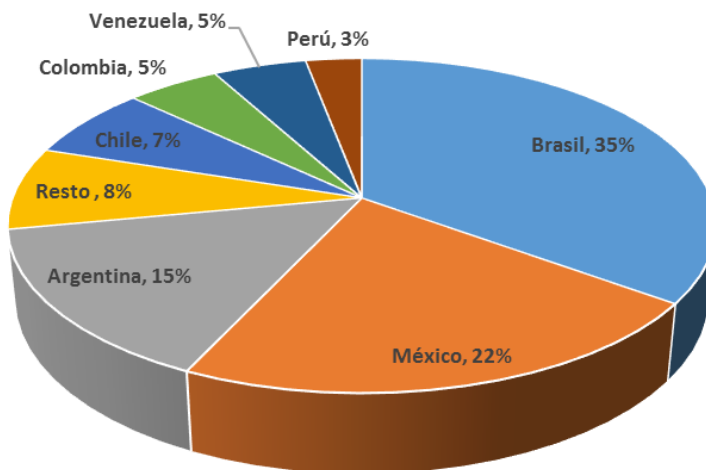
Asimismo, actualmente se han incrementado las iniciativas por parte de diversos gobiernos para incentivar el desarrollo de aplicaciones móviles en países como México, Colombia, Chile, Argentina y Brasil. Por ejemplo, el gobierno Colombiano impulsó "Vive gobierno móvil", que se encarga de convocar a empresas del sector para el desarrollo de soluciones móviles para las necesidades de diferentes entidades públicas, como por ejemplo: Apps móviles para la toma de decisiones para la compra de viviendas en Bogotá; consulta de información estadística de salud; consultar información turística de los municipios colombianos; entre otros. Por otro lado en Brasil, GSMA² junto con el Ministerio de Comunicaciones de la República Federal, firmaron convenios para acelerar la adopción de la banda ancha móvil y la entrega de nuevos servicios móviles.

¹ <http://moviles.gobiernoenlinea.gov.co/>

² <http://www.gsma.com/latinamerica/>

Los US\$ 4.5 mil millones que genera Latinoamérica, están compuestos por aplicaciones para móviles (43%), juegos en consola (6%), PC (7%), juegos redes sociales (27%) y juegos de libre acceso (17%).

Gráfico N° 2: Composición del mercado de aplicaciones móviles en Latinoamérica



Fuente: Súper Data Search

En Latinoamérica para el 2013, México se ha convertido en el segundo país más importante en el desarrollo de aplicaciones móviles³ después de Brasil, y se encuentra dentro de los 10 mercados con mayor crecimiento en ingresos por venta de aplicaciones móviles junto a países como Japón, China, Tailandia, Rusia, Brasil, Turquía o Corea del Sur. Esto debido al impulso de distintos programas como el Fondo Pyme de apoyo al emprendimiento⁴. Asimismo, se ha llevado a cabo la implementación de laboratorios exclusivos para el desarrollo de *apps* en las principales universidades e institutos del país, entre las que destacan la Universidad Autónoma de México (UNAM), la Universidad de las Américas Puebla (UDAP), el Instituto Tecnológico de Monterrey (TEC) y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

La Fundación México para la Ciencia - Fumec⁵ indicó que el valor registrado por concepto de aplicaciones móviles en México en 2011 se calculó entre US\$ 150 y 225 millones. Dos tercias partes de estos valores corresponden a aplicaciones B2B y B2B2C.

1. Los dispositivos móviles en México

- El 84% de mexicanos mayores de trece (13) años cuentan con al menos un dispositivo y seis de cada diez navegan en la web constantemente a través de ellos.
- En 2013, la penetración de los smartphones fue de 39%, 17% más que el año anterior. Para el caso de las tablets, su comportamiento también fue positivo obteniendo 24% en 2013, 18% más con relación a 2012.
- Los mexicanos realizan aproximadamente ocho actividades diferentes con sus aparatos móviles en un día normal. Pese a que el 88% de usuarios los utilizan para acciones elementales como realizar llamadas o enviar mensajes de texto, la diversificación de su uso es cada vez mayor en actividades de entretenimiento (79%) como escuchar música, tomar fotos o jugar. Asimismo, las actividades relacionadas con internet (61%) como el uso de redes sociales, correo electrónico, salas de chat o buscadores.

³ Distimo, 2013

⁴ El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Secretaría de México

⁵ La Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia (FUMEC) es una organización binacional sin fines de lucro creada en 1993, en el contexto de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio

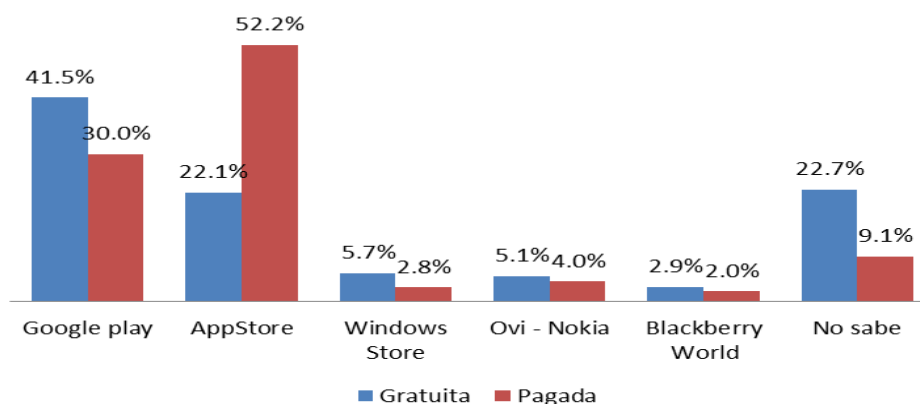
2. Producción mexicana de aplicaciones móviles

- Los sectores que más utilizan apps son: Transporte, correos y almacenamiento (40%), Información de medios masivos (33%), actividades de esparcimiento (culturales, deportivos y otros servicios recreativos) (21%).
- Existen más de quinientas empresas mexicanas⁶ que desarrollan apps; 93% se encuentran en la categoría de Pyme y 55% se enfoca únicamente en el diseño de aplicaciones móviles.
- Las apps desarrolladas en el mercado mexicano están orientadas al consumo local y el desarrollo de soluciones a la medida, principalmente para grandes empresas.
- La producción local se orienta al desarrollo de aplicaciones de práctica común como publicaciones móviles, servicios SMS, apps freemium, y el desarrollo de códigos QR's también se viene dando en el país, pese a que aún tienen bajo nivel de penetración entre los consumidores.

3. Las aplicaciones móviles en México

- México se ha convertido en el segundo mercado más grande de la región en términos de apps descargadas.
- Mientras que la descarga de aplicaciones para smartphones y tablets se incrementó en 66% en 2013; 77% de los usuarios afirmaron haber bajado al menos alguna dicho año.
- En promedio se descargaron de tres a cuatro aplicaciones, principalmente de redes sociales y entretenimiento, entre las cuales destacan Facebook (52%), WhatsApp (42%), Twitter (20%), juegos varios (10%) y YouTube (9%).
- El 23% de usuarios no ha realizado descargas de aplicaciones el año pasado, esto asociado al obstáculo tecnológico o al costo de descarga de las mismas.
- En 2013, se tiene registro que aproximadamente 65% de usuarios mexicanos bajaron aplicaciones tipo "freemium"⁷, las cuales ofrecen servicios básicos gratuitos y cobran por otros más avanzados una vez que se han descargado.
- El 35% de los usuarios descargaron aplicaciones de herramientas, donde se incluyen las redes sociales, mientras que los juegos y las aplicaciones de productividad fueron bajados por el 30% y 4% de los mismos, respectivamente.
- El 68% de los usuarios mexicanos realizaron descargas gratuitas, entre las cuales existen preferencias por las aplicaciones tipo freemium y de redes sociales.
- México, es uno de los mercados de aplicativos móviles más grandes de Latinoamérica e incrementó la descarga de apps en 66% en el 2013

Gráfico N°3: México, descargas gratuitas y pagadas



Fuente: The competitive Intelligence Unit – 2013

⁶ La Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de la Información (AMITI)

⁷ Modelo utilizado por apps populares como Candy Crush, Angry Birds, Shazam y Plants VS Zombies

4. Perfil del consumidor de los aplicativos móviles

- Del total de usuarios⁸, el segmento con mayor demanda de estos dispositivos se da en los NSE C- y D+, los cuales representan en su conjunto 36% de los usuarios totales; le siguen los sectores ABC+ (26% de participación) y C (20% de participación). Esto es consecuencia de las mayores facilidades brindadas por los proveedores de telecomunicaciones para la adquisición de equipos.
- El 25% de los usuarios se encuentran en edades entre 25 y 35 años, seguido por los mayores de 46 años y menores de 70 con 23% de participación, grupo que en otros mercados no muestra tanta significancia por el bajo nivel de adopción de nuevas tecnologías.
- Geográficamente, existe una mayor número de usuarios en el Distrito Federal (18,7% participación); sin embargo, el resto de zonas del país muestran una distribución proporcional similar, entre las que destacan la región nor – oriental⁹ con una participación de 20%.
- El comportamiento ha evolucionado notablemente en los últimos años, al convertirse en herramientas de trabajo, de acceso a información y de entretenimiento, esto debido a la conexión a internet principalmente. Es por ello que aproximadamente 87% de los usuarios afirman salir de casa siempre con ellos y 60% nunca apagan sus equipos.
- Destacan la compra tarjetas pre- pago (27% de participación), aplicaciones (14%), música (10%), pago de servicios (7%) y reservación de hoteles (6%).

Cuadro N°1: Aplicaciones descargadas por los usuarios mexicanos

Aplicaciones descargadas	ABC +	C	C- D D+ E
Redes sociales	69	67	67
Juego	54	59	53
Mapas	40	30	25
Entretenimiento	29	39	26
Noticias	29	27	19
Clima	25	20	17
Navegación	23	15	9
Herramienta de productividad	21	16	15
Social	18	18	19
Educación	16	11	7
Deportes	13	7	4
Creatividad	11	12	12
Compras	10	10	7
Viajes	9	7	5
Fotos	2	0	2
Adultos	3	3	3
Música	1	0	1
TOTAL MUESTRA	373	341	291

Fuente: IAB – México, 2013

- De acuerdo a una investigación realizada por Distimo¹⁰ sobre qué tipo de aplicaciones utilizan más los mexicanos, se obtuvo que las redes sociales tienen el 56.7% de participación, las aplicaciones de utilidad del tipo adaptadores o potenciadores de software tienen el 17%, le siguen los ejecutables relacionadas a la industria de la información con 14.6%, y con 9.6% las descargas aplicaciones de música y entretenimiento.

8 En México existen actualmente más de 97 millones de líneas móviles. Cuatro de cada cinco mexicanos pueden comunicarse a través de un móvil, el 86.1% son prepago. Estos planes presentan un nivel de consumo más bajo y es en este segmento donde se presentan los niveles más bajos de conectividad.

9 Región Nor – Oriental: Chihuahua, Coahuila, Durango, Zacatecas, Nuevo León, Tamaulipas y San Luis Potosí

¹⁰ <http://www.distimo.com/>

5. Oportunidades

- Aplicaciones del tipo Freemium¹¹, las cuales ofrecen servicios básicos gratuitos y cobran por otros más avanzados una vez que se han descargado. Dicho formato es el de mayor predominancia hoy en día. Además cuentan con venta de publicidad, sector que comienza a ver este mercado como un área de oportunidad.
- Debido al apoyo gubernamental se están desarrollando apps de gobierno móvil¹², pago y facturación móvil.
- En la actualidad, existe un gran número de aplicaciones que se desarrollan en el extranjero como los terminales de punto de venta móvil, tiendas de aplicaciones empresariales, e-learning, fuerza de venta móvil, marketing de proximidad y BYOD.
- **Aplicaciones de pago móvil:** una de las nuevas tendencias es utilizar el equipo móvil como medio de pago y aunque aún es bajo el número de usuarios que lo realiza (7% del total), existe una alta disponibilidad en adoptarlo. Se espera que se incremente a un nivel de 46%, al captar a los que aún no lo utilizan con estos fines. Esta clase de aplicaciones, básicamente gratuitas y desarrolladas por entidades financieras, permiten a los usuarios ver todas sus tarjetas, consultar sus movimientos de cada una de ellas incluyendo la geolocalización de cada transacción y realizar pagos en comercios físicos acercando el smartphone al terminal de venta del comercio.
- **Videojuegos móviles:** Los principales usuarios de estas aplicaciones poseen ingresos medios y altos, básicamente jóvenes quienes tienen consolas estáticas. Se espera que estas aplicaciones móviles sea la categoría más dinámica en el rubro videjuegos, obteniendo un crecimiento promedio anual de 17% para el periodo 2012 – 2017. En 2013, los títulos más populares y descargados en México fueron Need for Speed (Electronic Arts), Angry Birds (Rovio Entertainment Ltd.) y Plantas vs. Zombies (Electronic Arts). Asimismo, también destacan aplicaciones de Facebook como Candy Crush (King), Farm Ville 2 (Zynga), Dragon City (Social Point) y Diamond Dash (Wooga).
- **Aplicaciones de Productividad:** De acuerdo al reporte de INSAD, las Pymes de logística, de información de medios masivos y de servicios de ocio y entretenimiento son las que dan mayor uso a las aplicaciones móviles, con 40%, 33% y 21% de penetración, respectivamente. Los usuarios actuales de apps en Pymes las usan básicamente para interactuar con sus clientes y realizar operaciones de negocio desde sus móviles. El 26% de ellos utilizan las aplicaciones como parte de sus actividades de marketing y ventas, mientras que 37% como logística interna y externa y 15% para compras.

Gráfico N° 4: Uso de aplicaciones para dispositivos móviles por sector



Fuente: INSAD

11 Modelo utilizado por apps populares como Candy Crush, Angry Birds, Shazam y Plants VS Zombies

12 Gobierno móvil: Facilidad que ofrece el sector público en México para acercar los diversos servicios ofrecidos a la población, mediante una variedad de aplicaciones para dispositivos móviles, conectados o no a Internet

- **Aplicaciones móviles dirigidas a las Pymes.** Entre estas se pueden indicar:
 - **Enfocadas en actividades primarias** de ventas y marketing, estas cuentan con funcionalidad para pedidos, ubicación, integración con redes sociales y direccionamiento al portal de la Pyme.
 - **Independientes**, este tipo de soluciones se centra en actividades primarias de logística interna, externa y operaciones. Ejemplo de ellas son los mapas GPS para identificación de rutas.
 - **Complementarias** se encargan de recabar y generar información dependiendo de su funcionalidad (por ejemplo, un lector de código de barras).
 - **Integradas** a soluciones tecnológicas, son extensiones de las mismas para dispositivos móviles. Estas aplicaciones requieren un alto nivel de integración por lo que la mayoría de veces utilizan datos de la nube.
 - **Aplicaciones del tipo MHealth**, se accede a asistencia médica en una forma relativamente barata y eficiente con aplicaciones asociadas al cuidado de la salud, como los servicios de información al paciente, recordatorios de citas o medicamentos mediante el canal móvil.

6. Canales de distribución

- El principal canal para las aplicaciones gratuitas es Google Store (42% de participación), tienda on – line propia de las plataformas Android. Esto debido a que dicha plataforma móvil tiene un enfoque más vertical en cuanto a usuarios de distintos niveles socioeconómicos en México. Le siguen en orden App Store – iOS Apple (22%), Windows Store (6%), Ovi – Nokia (5%) y Black Berry World (2%).
- El canal más popular para la descarga de estas aplicaciones con costo, es App Store de iOS Apple (52% de participación), debido a que dicho fabricante atiende un nicho de usuarios que demuestran un mayor gasto en productos y servicios tecnológicos, además de un mayor poder adquisitivo en comparación con otras marcas. Le siguen en orden Google Play (30%), Ovi – Nokia (4%), Windows Store (3%) y Blackberry World (2%).

Grafico N° 4: Canales de distribución para aplicaciones móviles



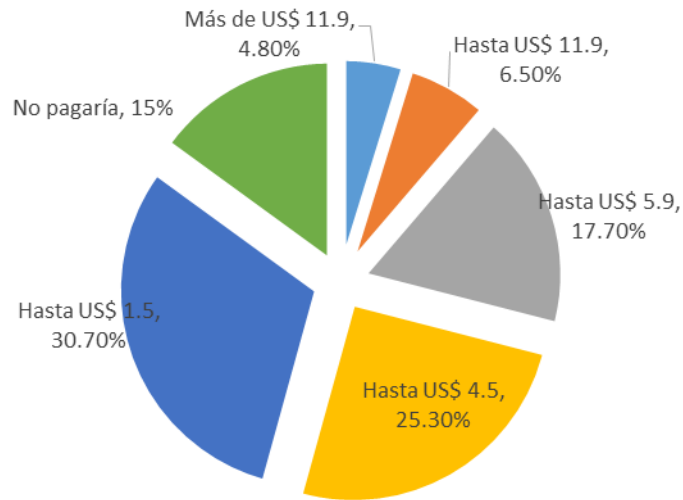
7. Precios

- En el 2013, el 32% de los usuarios adquirieron aplicaciones pagadas, de los cuales aproximadamente la mitad optó por las que valen entre 13,01 y 30 pesos (US\$ 0,99 – US\$ 2,28). Las aplicaciones que costaban entre 9 y 13 pesos (US\$ 0,68 - US\$ 0,99) y 31 y 100 pesos (US\$ 2,35 – US\$ 7,59) tuvieron preferencia por el 24% de los usuarios en ambos casos)¹³.

¹³ <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2013/07/15/el-mercado-de-las-apps-en-mexico>

- Distimo, realizó una investigación sobre cuánto estarían dispuesto a pagar los usuarios mexicanos por descargar aplicaciones, y se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfico N° 5: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por descargas de aplicaciones en México?



Fuente: Reporte de las descargas de aplicaciones en México