

1.

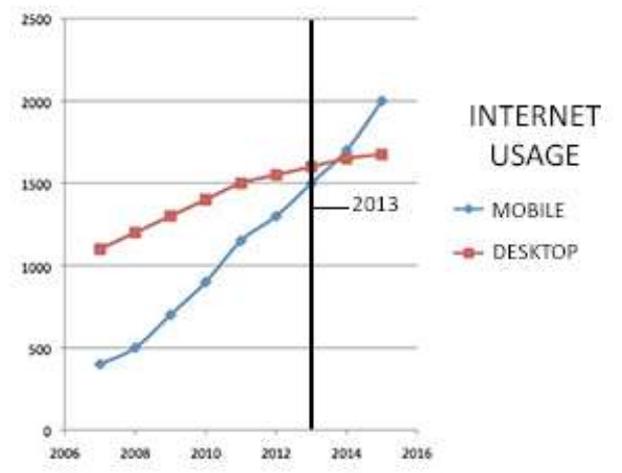
Los tiempos están cambiando. De lo analógico a lo digital

Como comentó en una ocasión Benedict Evan de Andreessen / Horowitz (un observador indispensable del cambio digital a través de los medios de comunicación) ha realizado esta presentación llamada “ Lo móvil se está comiendo el mundo“. En la actualidad aún hablamos de aplicaciones móviles, pero en el plazo de unos años el adjetivo móvil será prescindible cuando hablamos de tecnologías, porque la mayoría de ellas serán móviles.

Las tecnologías móviles siguen conectando a más personas y dispositivos que nunca. Según Cisco Systems en 2017, había cinco mil millones de usuarios móviles en todo el mundo, pero en los próximos cinco años, ese número aumentará 500 millones hasta 5.5 mil millones de usuarios, lo que representa alrededor del 71 por ciento de la población mundial. Se calcula que para el año 2022, habrá más de 12 mil millones de dispositivos móviles activos en el mundo. (Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2017–2022. Cisco, 2019)

La web móvil, en pocas palabras, y de manera sencilla tiene que ver con la posibilidad de acceder a la World Wide Web, a través de un dispositivo móvil, es decir desde un teléfono celular o desde una tableta. El atractivo de las tecnologías de comunicaciones móviles es que permiten la comunicación inmediata en movimiento, facilitando que las personas entren en contacto entre sí, independientemente del tiempo y del lugar.

Oficialmente ya hay más dispositivos móviles que personas en el mundo, según GSMA está a punto de llegarse a los 7.422 millones de conexiones móviles, mientras que el censo de población mundial es de 7228 millones de personas. Además el cincuenta por ciento de la población mundial, aproximadamente 3,3 mil millones de personas, tienen suscripciones a conexiones de telefonía móvil, España es uno de los países con más altos índices en movilidad (78%) y fue en el año 2013 cuando por primera vez el teléfono inteligente fue el dispositivo más utilizado para conectarse a la Red, según datos de AMC. Además en el año 2014 se superó el número y tiempo de acceso a la web desde dispositivos móviles que los efectuados desde equipos de escritorio (Dreyer, 2015)



También Según un post de Jerry Dischler vicepresidente de Google Inc. en Google Adwords, -la plataforma de anuncios de Google- titulado 'Building for the next momen' (Dischler, 2016) publicado el 5 de mayo de 2015, es oficial y confirmado que las búsquedas que se hacen desde los teléfonos móviles inteligentes ya superan en número a las realizadas desde ordenadores portátiles y de sobremesa. De hecho, Google en los últimos meses llevó a cabo un cambio en su algoritmo de búsqueda a favor de los sitios móviles amigables. Y no es ningún secreto que Google desea incrementar el precio de los anuncios móviles y de esta manera aumentar sus ingresos por publicidad. Esto confirma que los dispositivos móviles están desplazando a otro tipo de dispositivos para realizar todo tipo de actividades, especialmente se utilizan los móviles y tabletas para los momentos de ocio, relegando los ordenadores de sobremesa al ámbito profesional.

Las mayoría de las empresas están integrando alguna estrategia de movilidad en su negocios, una encuesta realizada por Accenture a más de 400 ejecutivos del sector TICs a nivel mundial sobre como la llegada de los dispositivos inteligentes afectarían a sus negocios, el 73 por ciento dijo que la movilidad afectará a su negocio tanto o más que lo hizo la web.

Más allá de la esfera comercial la movilidad también está afectando a las pautas de comportamiento tal como ponen de evidencia informes como *2014 Mobile Behaviour Report (2014 Mobile Behavior Report : Combining mobile device tracking and consumer survey data to build a powerful mobile strategy, 2014)* en el que se pone de manifiesto que los estadounidenses utilizan el teléfono móvil 3,3 horas diarias, y la tableta durante 3.1 horas. Pero además también:

- El 85% de las personas dicen que los dispositivos móviles son una parte central de la vida cotidiana
- El 73% de los propietarios de teléfonos inteligentes encuestados también es dueño de una tableta
- El 65% de los propietarios de tabletas dicen que usan su tableta mientras ven la televisión

La web móvil abre un mundo de conocimientos y prácticas que permiten acceder fácilmente a cualquier servicio y contenido de manera inmediata, en cualquier momento y desde cualquier lugar (Arroyo Vázquez, 2011), Hoy la mayor parte de la gente utiliza el dispositivo móvil para la mensajería instantánea o para conectarse a redes sociales, pero hay una gran cantidad de servicios realmente sorprendentes a los que podemos acceder a través de la web móvil.

Para Kroski los beneficios que aporta la movilidad tienen que ver con (Kroski, 2008)

- La conectividad constante - los dispositivos móviles proporciona a los propietarios acceso a la web las veinticuatro horas del día independientemente de su ubicación
- Reconocimiento de ubicación - Los teléfonos inteligentes de hoy tienen sistema de posicionamiento global (GPS) que facilitan interactuar con el entorno a través de aplicaciones de localización o de realidad aumentada.
- Acceso ilimitado - la web móvil abarca toda la Web, no sólo esos sitios que han sido especialmente diseñados para la navegación móvil. los usuarios de teléfonos habilitados para la Web tienen el acceso a todos los mismos recursos en línea que encontrarían a través de su ordenador de sobremesa.
- Capacidades interactivas - La web móvil ofrece a los usuarios la experiencia participativa de la lectura / escritura en la palma de su mano. Los usuarios pueden crear contenidos, como fotos y videos e interactuar con los medios de comunicación para hacer comentarios, o comunicarse con otros usuarios.

En el caso de España, IAB Spain, la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España publicó en 2019 “Estudio Anual de Mobile & Connected Devices” patrocinado por Adgag y realizado en colaboración con nPeople y GFK. El objetivo de este estudio es conocer el estado del mercado de la movilidad en España y su importancia para las marcas, así como demostrar las posibilidades que encontramos al realizar campañas publicitarias en los dispositivos móviles debido al uso masivo de los mismos. Los datos de este informe son:

- El Smartphone tiene ya una penetración del 96% de los internautas en España, esto es 31,3 MM de usuarios.
- Pasamos casi dos horas al día conectados a internet desde nuestros dispositivos móviles: 1h y 27 min desde Smartphone, 28 min desde la Tablet.
- La penetración de Smart TV en los hogares es cada vez mayor. Es el dispositivo con mayor crecimiento (60%).
- Un 92,3% de los usuarios ven la TV mientras usan el Smartphone.

- Un 74% de usuarios declaran haber interactuado con la publicidad de su interés al navegar desde su Smartphone y un 65% al navegar desde su Tablet.

También, de acuerdo con la actualización de los pronósticos de este año el tráfico móvil estará a punto de alcanzar una tasa de ejecución anual de un zettabyte al final del período de pronóstico. Para 2022, el tráfico móvil representará casi el 20 por ciento del tráfico IP global y alcanzará 930 exabytes anuales. Eso es casi 113 veces más que todo el tráfico móvil global generado tan solo 10 años antes en 2012.

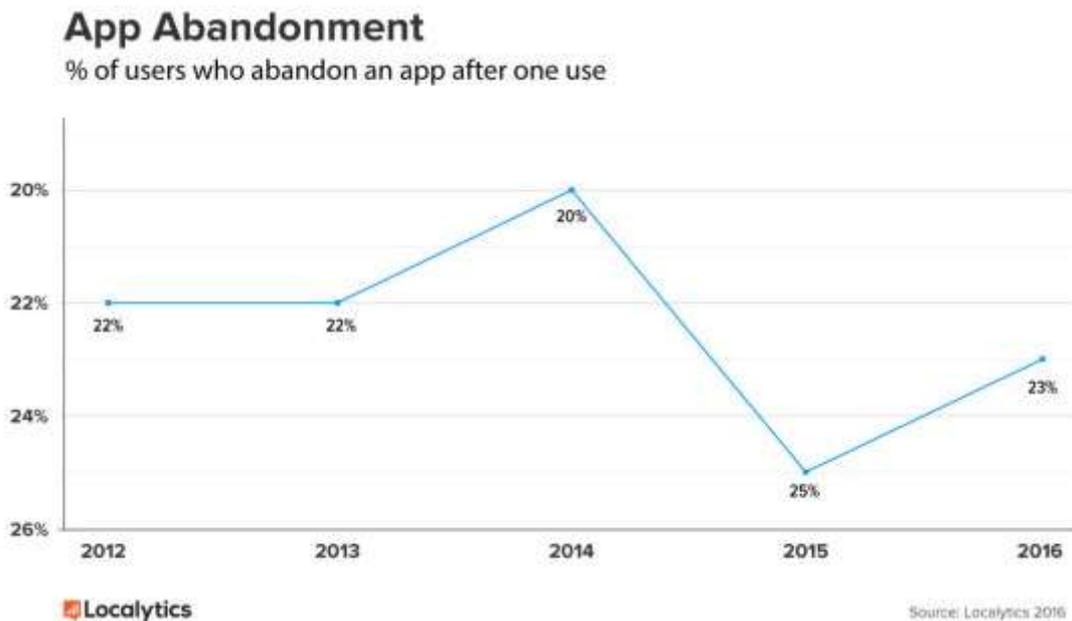
Sin embargo, todas estas cifras ocultan una importante brecha digital; a pesar de que la tecnología móvil se ha extendido rápidamente por todo el mundo el crecimiento de la tecnología móvil hasta la fecha no ha sido igual, ni entre las naciones ni dentro de ellas. Las personas de las economías avanzadas tienen más probabilidades de tener teléfonos móviles, en particular teléfonos inteligentes, y tienen más probabilidades de utilizar Internet y los medios sociales que las personas de las economías emergentes. Por ejemplo, una mediana del 76% en 18 economías avanzadas encuestadas tiene teléfonos inteligentes, en comparación con una mediana de sólo el 45% en las economías emergentes. Por ejemplo, mientras que la mayoría de los adultos de 50 años o más poseen teléfonos inteligentes en muchas economías avanzadas, en ninguna de las economías emergentes encuestadas las tasas de propiedad de teléfonos inteligentes entre este grupo de edad superan el 35%. (Smartphone Ownership Is Growing Rapidly Around the World, but Not Always Equally. Washington D. C.: Pew Research Centre, 2019)

Las aplicaciones

Las aplicaciones de teléfonos inteligentes están siendo las líderes del universo digital y ahora están cerca de ser aquello en lo que invertimos más cantidad de tiempo de entre todos los medios digitales. El tiempo dedicado a utilizar app a través de teléfonos inteligentes está siendo impulsado en gran medida por los Millennials, mientras que los segmentos de mayor edad utilizan las aplicaciones fundamentalmente desde su tableta. La lista de las 25 aplicaciones móviles más utilizadas está dominada por las compañías líderes del ecosistema digital y tiende a concentrarse en unas pocas categorías. Facebook es la aplicación n 1 para teléfonos inteligentes en cuanto al tiempo dedicado para casi la mitad de su base de usuarios, y está disponible casi el 80% de los teléfonos de todos los usuarios. (*The 2015 U.S. Mobile App Report*, 2016)

Algunas de estas aplicaciones pueden no parecer fácilmente aplicables a las bibliotecas, pero es necesario tener en cuenta que otras entidades de ámbito público o privado están haciendo uso de estas tecnologías móviles, y que esto puede ser muy valioso para desencadenar nuevas ideas e iniciativas, ya que la innovación en cualquier arena se construye sobre una base de conocimientos. Por lo cual las bibliotecas debemos tener en cuenta las tecnologías que están usando nuestros usuarios para ofrecer nuevos servicios más robustos sin hacer que los usuarios dejen sus zonas de confort para integrar los servicios de la biblioteca en los patrones de comportamiento de la vida diaria de las personas.

Actualmente se calcula que existen más de un millón y medio de aplicaciones móviles en el mundo, tanto en el sistema Android como en el sistema IOs. Debido a la gran oferta de aplicaciones, como formadores y usuarios estamos obligados a conocer la aplicación adecuada a nuestros intereses y al de nuestros usuarios. Según un estudio de Localytics, aproximadamente una cuarta parte de las aplicaciones que se descargaron fueron abandonadas después de los primeros usos, esta cifra aumentó considerablemente desde 2014.



Tasa de abandono de app después de 1 solo uso

Sin embargo, el futuro de las aplicaciones está en las microaplicaciones. Las microaplicaciones son aplicaciones pequeñas, con objetivos específicos y limitados, orientadas al consumidor y que ofrecen una funcionalidad muy específica, lo que permite a los usuarios realizar un par de tareas sencillas de forma rápida. No son detalladas ni exhaustivas. En comparación con las aplicaciones móviles estándar, las microaplicaciones proporcionan una experiencia centrada en los objetivos y en el consumidor y son fáciles de usar.

Las microaplicaciones se basan en lenguaje HTML y se cargan dinámicamente, sin tener que descargarlas de las tiendas de aplicaciones, integrándose directamente en las herramientas de comunicación existentes. Estas aplicaciones utilizan las infraestructuras y los procesos subyacentes, pero se integran en la plataforma móvil o en el escritorio.

Las razones de usar microaplicaciones son:

- La necesidad de tener aplicaciones móviles con la suficiente rapidez dentro de un tiempo/presupuesto/recursos limitados.
- La necesidad de proporcionar una experiencia de usuario inmersiva en estas aplicaciones para aumentar la adopción.
- Ocupan poco. Espacio limitado de almacenamiento de los dispositivos.

De manera que, en lugar de recoger proyectos de desarrollo a gran escala con recursos infinitos y plazos interminables, las microaplicaciones se proponen realizar tareas rápidas. La estrategia es centrarse en la movilización de segmentos específicos de la función de la aplicación.