

13es Jornades Catalanes d'Informació i Documentació

VII Jornada de Documentació Audiovisual



Dispositius mòbils i serveis d'internet: estat de l'art

Ramón de Cózar
ramon.decozar@dnovae.com



1 INTRODUCCIÓN: LA INTERACCIÓN HUMANA CON LA INFORMACIÓN

2 ESTADO DEL ARTE EN NÚMEROS

3 TENDENCIAS



LA INTERACCIÓN HUMANA CON LA INFORMACIÓN

Algo sobra o no hay cabida para más



- Para la misma información o proceso:
 - Múltiples canales de información.
 - Múltiples dispositivos.
 - Múltiples fuentes de información por un mismo canal.
- Fuentes y dispositivos con una experiencia de usuario diferentes, incoherentes,
- Demasiada información y demasiados canales en general.

1 INTRODUCCIÓN: LA INTERACCIÓN HUMANA CON LA INFORMACIÓN

2 **ESTADO DEL ARTE EN NÚMEROS**

3 TENDENCIAS

4 OTRAS EXPERIENCIAS

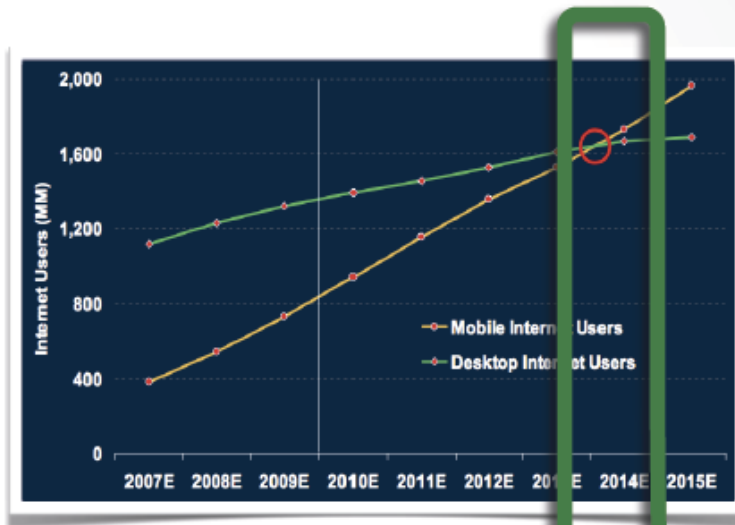
ESTADO DEL ARTE EN NÚMEROS

¿Dónde están los usuarios?

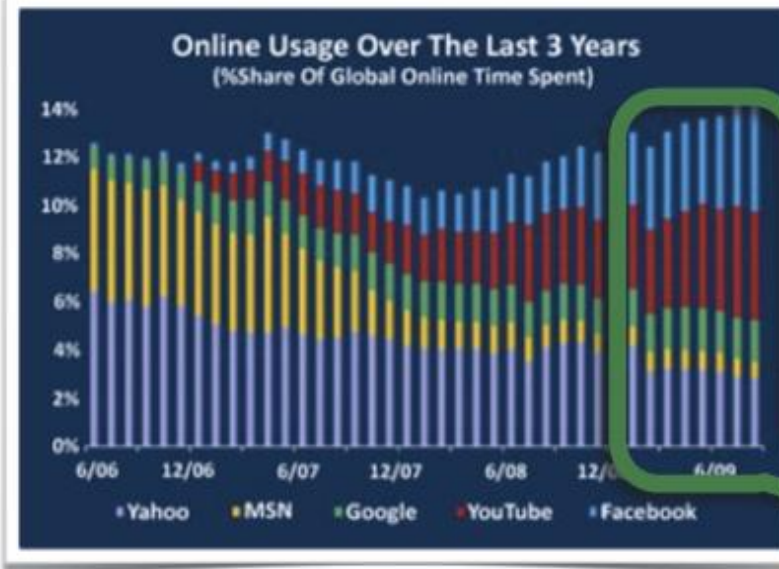
2.200 millones de internautas en 2013 +10 % último año

45% de internautas están en 5 países

Europa 475 millones usuarios



En el **2014** habrá el mismo número de usuarios de Internet en ordenadores y móviles.



facebook.

+500 millones de usuarios,
300.000 nuevos cada día

twitter

110 millones de usuarios,
300.000 nuevos cada día

You Tube

2.000 millones de vídeos
vistos al día

800 millones de
visitantes únicos cada
mes

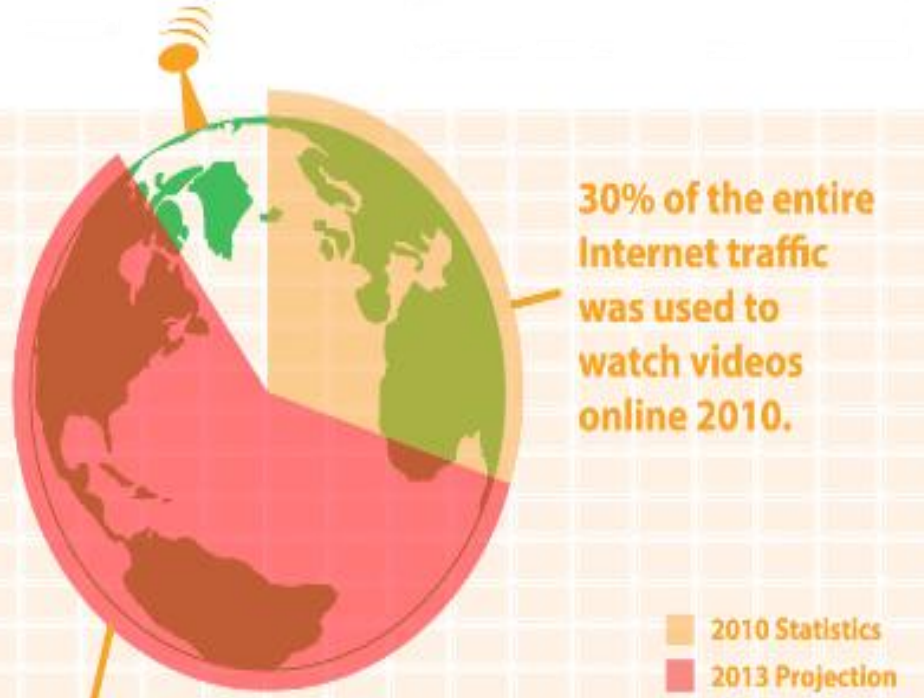
facebook.

You Tube

El usuario ya no está en portales tradicionales, ha migrado su consumo a redes sociales y vídeo

ESTADO DEL ARTE EN NÚMEROS

¿Qué está ocurriendo con el contenido?



By 2013, this will increase by 60%



- El contenido textual cae en su consumo en ratios del 10% mensuales.
- El contenido de sonido o gráfico se considera complementario de otros, o el específico como la música se mantiene en crecimientos razonables de entre el 2-5%.
- En 2010, el tráfico de video en internet suponía el 30% del total. En 2013 se incrementará en un 60%.
- El 84% de los usuarios de internet consumen video online, lo que supone más de un 50% de la población mundial.
- De media, cada usuario ve 182 videos al mes.
- Alta penetración del vídeo online en Europa, media superior al 90%. En España hay más de 20 millones de espectadores unicos (un 92% de los usuarios de internet)

ESTADO DEL ARTE EN NÚMEROS

Video y red social en distintas pantallas



INTERNET

360 Millones de Tv conectadas a Internet en 2014

Fuente: *Forrester*



ORDENADOR
8 de cada 10

Internautas ven vídeos en Internet

Fuente: *MeFeedia*

EL VÍDEO SE CONSUME EN
4 PANTALLAS



TABLETS

X3 visionados

Los usuarios de iPad ven 3 veces más vídeos

Fuente: *MeFeedia*



MÓVIL
+43%

El consumo de vídeo en el móvil en 2011

Fuente: *Nielsen*

CONSUMO DE VIDEO POR PARTE DE LOS USUARIOS

(Cisco: En el 2014 el 91% del tráfico en Internet será vídeo)

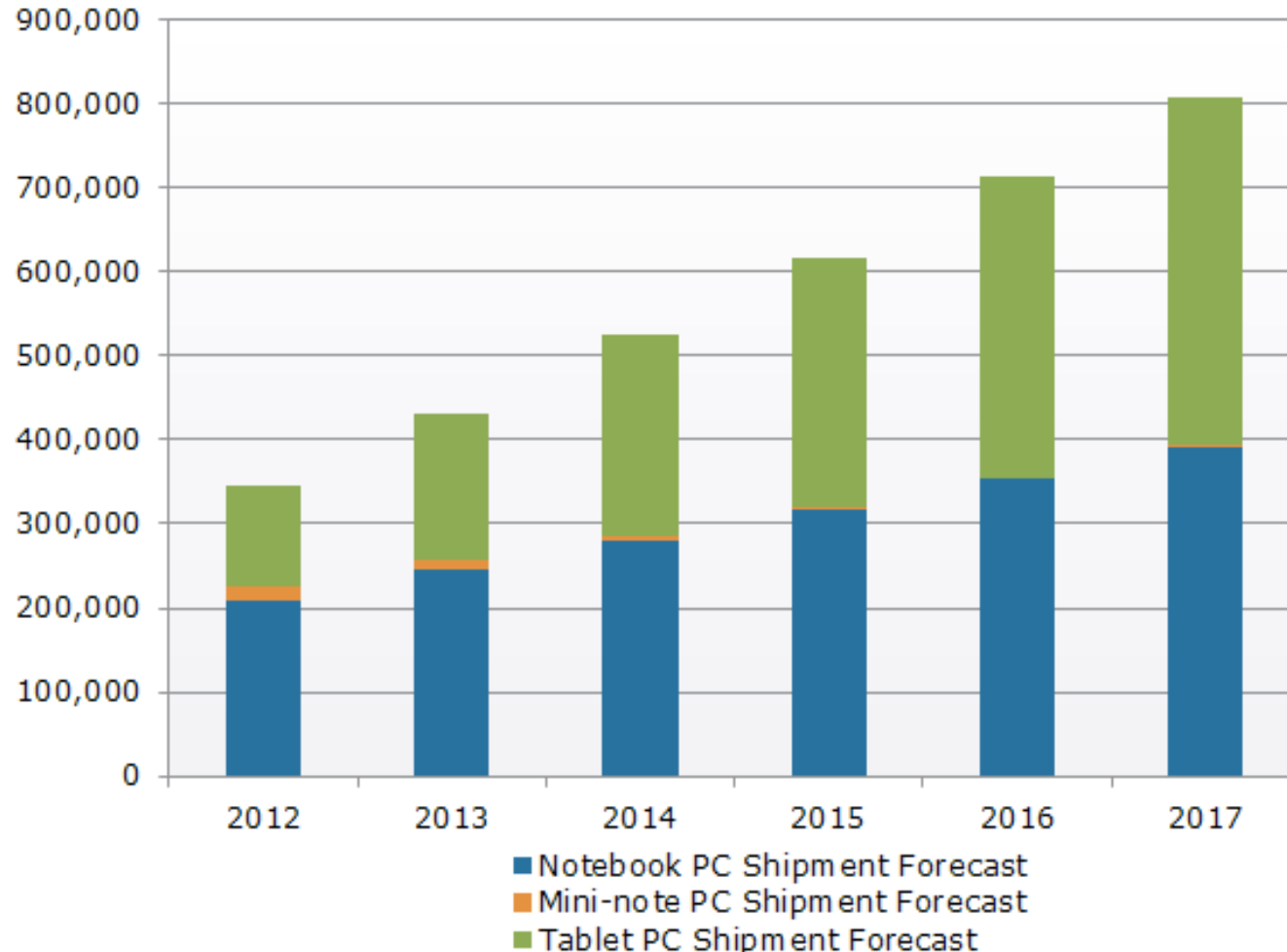
CONSUMO EN DIFERENTES PANTALLAS

CONSUMO EN REDES SOCIALES

ESTADO DEL ARTE EN NÚMEROS

El contenido se mueve a los dispositivos móviles

Figure 1: Worldwide Mobile PC Shipment Forecast (000s)



Source: NPD DisplaySearch *Quarterly Mobile PC Shipment and Forecast Report*

- En 2017 se alcanzará un número mayor de tablets que de equipos PC.
- El 25% de los vídeos que muestra YouTube ya lo hace a través del móvil, hace un año el porcentaje era del 6%.
- Cada minuto se suben a YouTube 3 horas de contenidos en video desde dispositivos móviles.
- Más de 50 millones de usuarios acceden a contenido de video a través de dispositivos móviles.

ESTADO DEL ARTE EN NÚMEROS

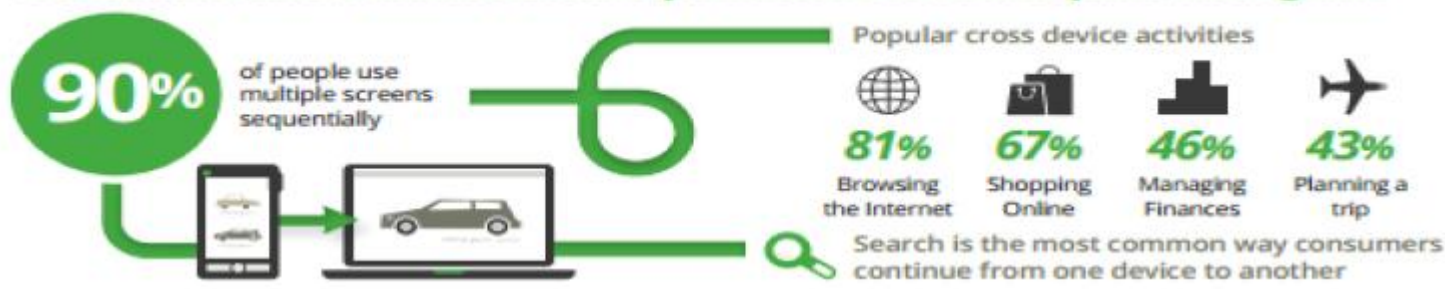
El nuevo mundo multipantalla

Majority of media consumption is screen-based



El **90%** del tiempo que dedicamos a consumo de contenidos es **multipantalla**.

Consumers move between multiple devices to accomplish their goals



Casi el **40%** de ese tiempo con **smartphones**.

Television no longer commands our full attention



El **77%** de las veces que estamos viendo la **TV** es **con** nuestro **smartphone, tablet o PC**. La TV se reconvertirá a un dispositivo más

1 INTRODUCCIÓN: LA INTERACCIÓN HUMANA CON EL CONTENIDO

2 ESTADO DEL ARTE EN NÚMEROS

3 TENDENCIAS

TENDENCIAS

Persuabilidad o la habilidad de llamar a la acción en el canal



- Evita exceso de elementos superfluos que en la operativa el cliente no utiliza o no desea, o publicidad agresiva que ocupan zona aprovechable.
- Integrar la experiencia del usuario entre canales adaptando los mensajes a cada canal.

- Es un término usado para designar la capacidad en el canal de llevar a la acción al usuario y convertirlo en cliente.
- El intento de persuasión está en el intento de adaptarse en fondo y forma, lenguaje y necesidades, contexto... , a los clientes.

Soluciones

- > Voy a la universidad
- > Estreno coche
- > Compro mi casa
- > Nos casamos
- > Quiero ahorrar
- > Abro mi negocio
- > Me jubilo



TENDENCIAS

Red social, no queda más remedio pero no como uno más

- No es una opción estar en las redes sociales, pero eso no nos diferencia, estar no es suficiente.
- Es posible diferenciarse en la red social:
 - Siendo activo en las mismas.
 - Creando red, creando opinión.
 - Escucha activa. Pensar en su seguimiento y curva de corrección. Medir, medir... SMO.



TENDENCIAS

Profundizar en los perfiles, contenido personalizado (I/III)



Tu saldo medio mensual* es de 1.145,29€

Te recomendamos:

90%
x
10%

Santander Mixto Renta Fija 90/10
Es un fondo de Renta Fija Mixta que invierte el 90% en activos de renta fija y el 10% en renta variable, buscando estabilidad combinada con posibles ganancias en bolsa.

Acceder

[¿Quieres saber como calculamos este índice?](#)

Cientes con un índice similar se interesaron también por los siguientes productos:

- Planes de pensiones Santander Futuro
- Depósito Santander
- Fondo Santander Ahorro Diario

[Ver más productos](#)

Mi salud financiera Configurar

Tu salud financiera es: Muy buena

Gasto mensual: 840,20€
% Gasto: 9%
Ingreso mensual: 1.800,80€
% Ingreso: 15%

Saldo medio mensual*:
1.145,29€

*Cómo calculamos este índice

44%

Mi propósito de ahorro Configurar

Tu evolución es: Buena

Nov 10

- Viaje Japón
- Compra escolar
- Arreglos casa
- Cumpleaños

- Despertar de nuevo la ceguera visual sobre la publicidad con mensajes personalizados.
- Personal, local, dirigida, controlada por el usuario.
- Recomendaciones en base a hábitos de consumo.
- Sentimiento de ayuda, sensación de que soy importante para esta Compañía.

TENDENCIAS

Profundizar en los perfiles, contenido personalizado (II/II)

The screenshot shows a complex web interface for Santander. It features a top navigation bar with 'Santander España' and 'Grupo Santander'. Below this, there are several columns of content:

- Campañas:** A large banner for 'ALTAMIRA' real estate with a text block about discounts.
- Grupos de noticias:** Multiple small news snippets from various sources like Reuters, CNN, and Bloomberg.
- Documentos:** A section for corporate documents.
- Buscador de oficinas:** A map-based search tool for branches.
- Widgets:** Numerous small widgets for stock prices (e.g., 'La acción SAN' at 8,56€), weather, and time.

This screenshot shows a more streamlined version of the Santander website. It includes a search bar at the top with the placeholder 'Introduce texto aquí'. The layout is cleaner, with:

- Search and Navigation:** A clear search bar and navigation links.
- Content Focus:** A large 'Campañas' section featuring the 'ALTAMIRA' real estate offer with a detailed text description.
- Financial Data:** A prominent widget for 'La acción SAN' showing a price of 8,56€ and a 1,54% change, accompanied by a line graph.
- Weather and Time:** A 'Hora' widget showing 14:55 and a 'Tiempo hoy' widget with a 12° forecast.
- News and Multimedia:** A 'Grupo Santander' news block and a 'Multimedia' video player for 'Última Junta de accionistas'.
- Footer:** A 'Reuters RSS' feed and 'Santander Universidades' section.

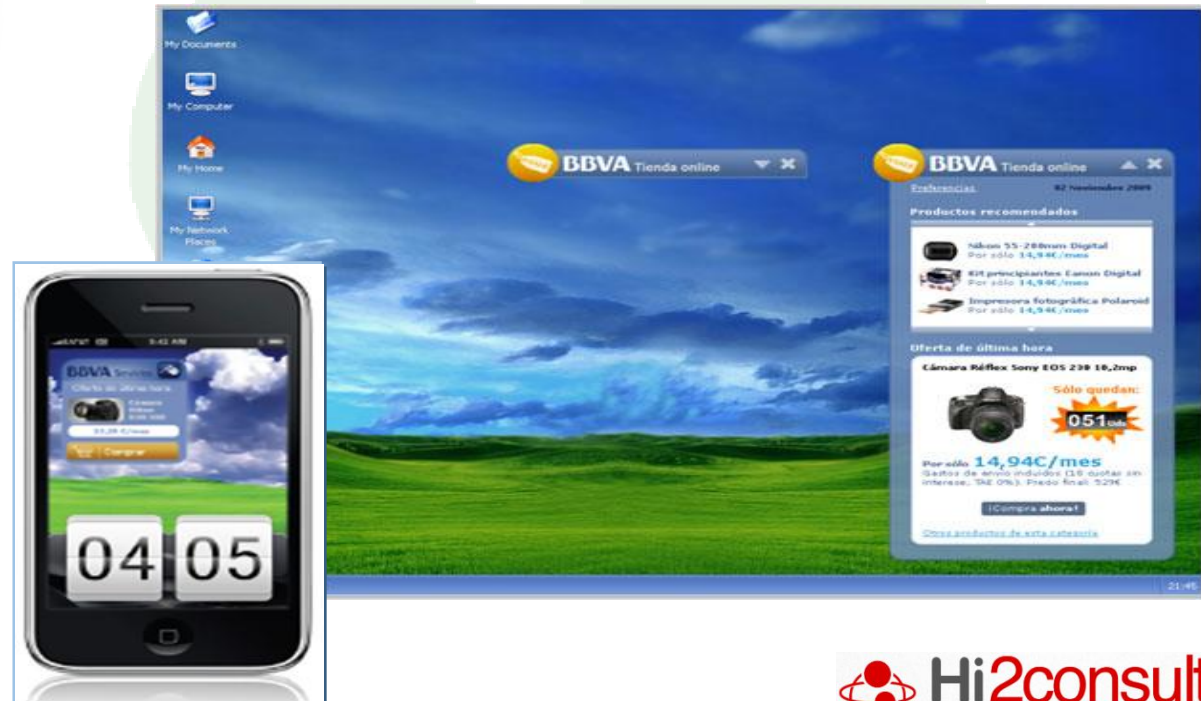
- El usuario toma la decisión en relación a la jerarquización de la información.
- El usuario siente suya la información y como suya, aportará y participará en el proceso de creación.

TENDENCIAS

Y acompañar en los canales: Coherencia, cohesión ... es experiencia de usuario



- Nuevas fórmulas de acercamiento a los usuarios.
- Los widgets de escritorio crean lazos de cercanía e integración de canales.
- Iniciativa pensada para su interacción en múltiples dispositivos e interfaces naturales.



TENDENCIAS

Conducir hacia los contenidos



- Nuevas formas de acercamiento de los contenidos.
- Pensar en la usabilidad y en dirigir al usuario hacia la información.
- De entrada no sabemos qué busca cuando llega hasta nosotros.



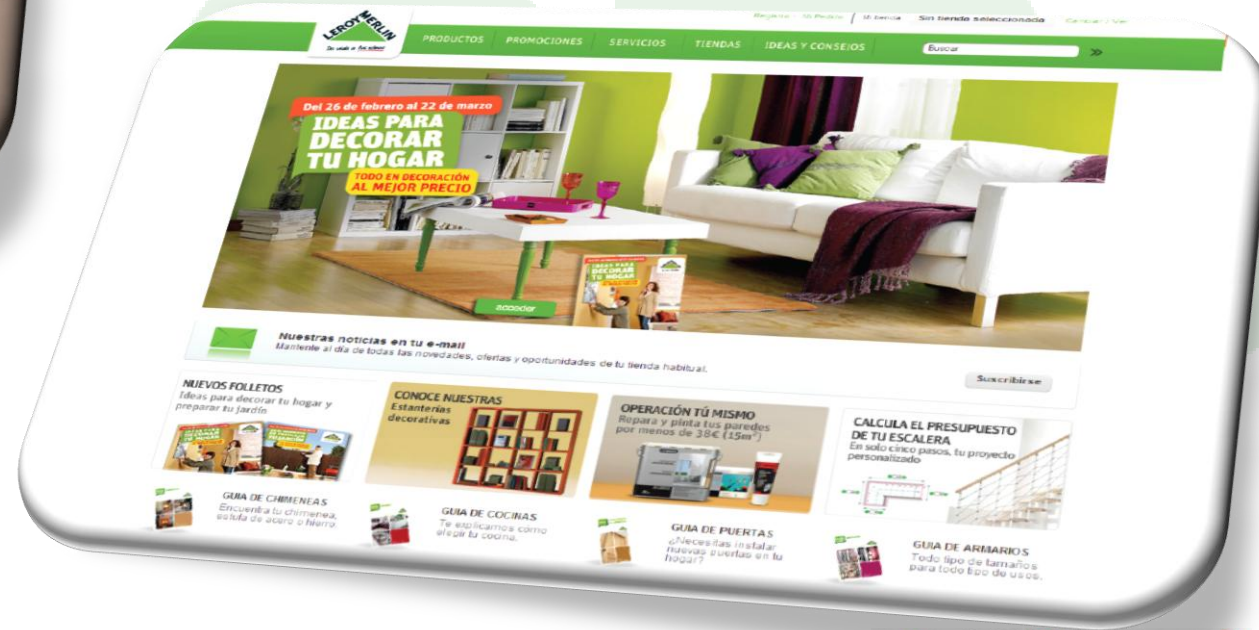
- Pensando en SEO y SEM.
- El concepto ampliado de accesibilidad, hay muchos usuarios potenciales aún a los que no se les tiene en cuenta.

TENDENCIAS

Menos es más: Simplicidad y funcionalidad



- Limpieza, claridad, foco.
- Centrarse en funcionalidad, en potenciación de la marca, no saturar al cliente.
- Diferenciarse también en la aproximación visual (no necesariamente el diseño).



- Evitar desplazamientos innecesarios, el campo de juego es el tamaño de la pantalla del dispositivo.
- Empatía, ponerse en el lugar del otro, evitar mirar hacia dentro de la Organización.
- ... y volver a medir, no nos olvidemos de la usabilidad y la experiencia de usuario.



Los
consumidores ya
no
compran
dispositivos
compran
plataformas
emocionales

GRACIAS!