



Rosa Arruabarrena Santos

Donostiako Informatika Fakultateko irakasle eta ikerlaria

Smartphoneak eta aplikazioak: iraultza edota saturazioa?

Steve Jobsek lehendabiziko iPhone terminala aurkeztu zuenetik hamar urte besterik ez dira igaro eta hala ere ukazina da smartphone edo telefono adimen-
duen ugalketa masiboa izan dela. Are gehiago, gailu digital eramangarrien artean, zalantzarik gabe, garaile absolutua smartphonea izan da. Baina, fenomeno hori lokala da ala mundu mailan gertatzen ari da? Iraultza horren inpaktua noraino iristen da?

2013an munduko populazioaren %20k smartphonea zuen eta 2017rako aurreikuspena %34koa da, hau da, 2.600 miloi erabiltzaile! Noski, kopuru zorabiagarri hori ez da uniformeki banatzen ez munduan ez Europan, eta azken honetan Espainiak du lidergoa gaur egun, %87koarekin. Google Consumer Barometer erremintarekin egindako ikasketak gailuon hedapena adin tarte guztietan gertatzen dela azaltzen du: *millennials*-en artean (hots, 25 urte baino gazteagoen kategorian) hedapen maximoa baieztatzen badu ere, 2016an %98ra iritsiz, akaso deigarriena “azalekoen” kategorian (hots, 55 urtetik gorakoak) zabalkuntza %55ekoa izatea da.

Nola liteke hori? Bai jaikitzerakoan bai oheratzerakoan kontsultatzen ditugu eguraldia, bat-bateko mezularitza, sare sozialak edota azken berriak. 2014an lehenengo aldiz jendeak denbora gehiago eman zuen euren smartphoneekin Interneten nabigatzen telebista aurrean baino. Sarritan ere dena fisikoen barruan beste saltokietako prezioak konparatzeko erabiltzen dugun erreminta da. Hainbesteko maiztasunez erreparatzen diogu eramangarri honi, badi-rudiela poltsikoan eramateko gailua ez dela, nahiz eta batzuek saketakoa deitu. Haatik, ziur naiz ez genukeela gailu

adimendua kontsideratuko app edo aplikazio informatikoengandik ez baltiz. Aplikazio horien eskaintza zabalean oinarritzen baita gailuaren arrakasta, horiei esker ia edozer gauza egin baitezakegu: egunean jarri, kontsultatu, konparatu, ordaindu...

2014an bi milioi app eskaini zituzten Google Play Store eta Apple Store dendeak. Iazko abuztuaren, eta aurreko bi aplikazio banatzaile erraldoien hegemonia apurtzeko asmoz, Amazon Underground sartu zen lehian.

Gaur egun, hilero 40.00 aplikazio berri merkaturatzen direla estimatzen du Diftrendia atariak. Izan ere, aplikazioak errendimendu maximoa sortzen duten kanal bihurtu dira mugikor-merkatartizan (*m-commerce* deritzona), eta ezau-garri hori benetan harrigarria suerta daiteke, aplikazioen gehiengoa doakoa baita. Bitxikeria horren arrazoa “doako” banaketa horretan bi modalitate indartzen ari direla izan liteke: bata *free-premium*-a *-free+premium* konbinaziotik datorrena, hau da, instalazioa doakoa izanik funtzionalitate betegarriak ordainpekoak dira-, eta bestea, iragarki gabeko bertsioarena.

Europako aplikazio erabilienak hauek dira Disftrendia atariaren arabera: posta elektronikoa (%61,5), eguraldia (%58,5), bat-bateko mezularitza (%54,5), sare sozialak (%54), bilaketak (%50), berriak -lokalak nahiz mundu mailakoak- (%43), mapak (%42), kirol berriak (%33), argazkigintza/bideoak (%30,5) eta banketxetako kontuak (%28).

Hala ere, Espainiako erabilpena bestelakoa da: garaile nagusia bat-bateko mezularitza da -SMSak hamarretik batek erabiltzen ditu soilik-. Arlo horretan aplikazio hedatuena, noski, Whatsapp da (%85k dute instalatuta). Haatik, azken urtean kategori bereko Telegramen hedapena nabarmen hazi da bere ezaugarri bikainek hauspo emanda. Bestalde, lerroko erosketak hedatuz doazela-eta, *e-commerce* edo merkataritza elektronikoa erreferentzia diren atariak orain mugikorrerara egokitu zaizkigu, adibidez, besteak beste, Amazon, Ebay, Alibaba, Walmart eta Zalando; eta kirol materialaren salmentan, arlo espezifiko bat ipintzearen, Spartoo, Wiggle eta Sportsdirect aipa genitzake. Egia esan, aplikazioen zerrendak amaierarik ez badu ere, estatistikoki, hamar bat aplikazio edo ditugu gustuko, nahiz eta gehiago instalatuta izan. •



Mugikorrentzako aplikazioen zerrenda amaigabea bada ere, estatistikek diote hamar bat ditugula gustuko.

GAUR8