

## **La tasa de apertura de email marketing en móviles y tablets alcanza ya el 30%**

**Las tasas de apertura de email marketing en móviles y tablets no paran de crecer y lo hacen duplicando las cifras año tras año. En 2012, las tasas de aperturas en dispositivos móviles se han duplicado en relación al año anterior, pasando del 12,18% al 25,76%, según revelan los datos del 2º Barómetro Splio de Aperturas de Email Marketing en Móvil.**

Las tasas de apertura de email marketing en móviles y tablets no paran de crecer y lo hacen duplicando las cifras año tras año. En 2012, las tasas de aperturas en dispositivos móviles se han duplicado en relación al año anterior, pasando del 12,18% al 25,76%, según revelan los datos del 2º Barómetro Splio de Aperturas de Email Marketing en Móvil. Este estudio semestral de la multinacional francesa especializada en marketing directo para el retail, se realiza sobre una muestra de 670 millones de emails enviados en España desde su plataforma EmailForge de Enero de 2011 a Diciembre de 2012.

La alta penetración de dispositivos móviles en España -con un parque superior a los 15 millones de smartphones y una penetración del 14% en tablets, doblando la media europea –, el uso intensivo de éstos dispositivos por parte del usuario español y la evolución en la adaptabilidad avanzada de los emails en dichos dispositivos está provocando que, año tras año, éstos se estén apoderando del espacio del PC. Es destacable que, el iPad ya se sitúa como tercer dispositivo de aperturas de email aunque no se prevé que llegue a superar las cifras registradas por los smartphones.

Al ritmo de crecimiento de los últimos dos años, Splio estima que las tasas de apertura en móvil podrían llegar al 50% a finales del 2013. Un dato ciertamente relevante para las marcas que invierten en email marketing y que deben tener muy presentes los hábitos de aperturas y las características de cada dispositivo en cuanto a un correcto diseño visual de cada campaña.

En cuanto a los sistemas operativos, Android y IOS dominan en España y han representado el 98,03% del total de aperturas. Cabe destacar, en cualquier caso que Android ha superado por primera vez al iPhone como el dispositivo móvil líder en aperturas de email, experimentando el mayor crecimiento de los últimos 6 meses.

El sector del retail, alumnos aventajados

El sector del retail sigue registrando cifras de aperturas superiores a la media general, alcanzando datos del 32,13%. Unos registros que a finales del 2012 han representado casi un tercio del total de aperturas. Una de las lecturas es que el sector del retail está sabiendo adaptar sus estrategias, especialmente de cross canal en el que el email es un aliado indiscutible.

Los Pure Players en cambio, a pesar de que han aumentado sus aperturas de email en movilidad, necesitan adaptar completamente sus procesos al móvil, especialmente los de pago, para lograr mejorar la experiencia móvil y no depender de que el usuario llegue a su casa y abra su ordenador.

### Sobre Splio

Splio es una empresa de marketing directo de origen francés, especializada en email marketing, sms marketing, CRM y programas de fidelización para retail. Nacida hace 12 años, el éxito de la compañía reside en un profundo conocimiento de las necesidades de los departamentos marketing y CRM tanto del sector Retail como del E-commerce y en su compromiso con la calidad y la protección de datos. Esto ha hecho que empresas como Sephora y e-commerciantes como Oooferton hayan confiado en Splio. Splio gestiona el envío de más de 1.000 millones de correos electrónicos al mes.

#### **Datos de contacto:**

Monica Fidelis  
Comunicación  
93 362 0840

Nota de prensa publicada en: [08017](#)

Categorías: [Marketing](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>