

**Universidad CEU Cardenal Herrera**

**Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad**



# Factores de éxito en la estrategia de optimización y posicionamiento de las aplicaciones móviles. Análisis comparado entre App Store (iOS) y Play Store (Android)

**TESIS DOCTORAL**

Presentada por:

D<sup>a</sup> María Puchalt López

Dirigida por:

Dra. D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Isabel de Salas Nestares

Dr. D. Vicente José Ros Diego

VALENCIA

2019



A Inma y Miguel, por su comprensión y ayuda. Sin vosotros esta tesis no hubiera sido posible.

A Isabel de Salas y Vicente Ros, mis directores de tesis, por su amistad, ayuda y consejos. Gracias por vuestro apoyo durante todo el proceso.

A mi familia, por estar siempre ahí.

A Agnes y Ana, por toda su ayuda y ánimos. También a Sarah, formando el cuarteto de *andadoras*. Gracias a las tres por los momentos de risas y liberación de estrés.

A María, Sandra, Chari, Santi, Begoña Echevarría, Elvira García y Elías por su paciente atención, experiencia y sugerencias.

A los profesores del máster, especialmente a José Vicente, Fernando, David, Adrián y Elena por su desinteresada ayuda.





# Índice general

## Parte I. Contexto y metodología

1. Introducción	3
1.1 Definición del problema y el objeto de investigación	8
1.2 Preguntas de investigación	14
1.3 Hipótesis del trabajo	16
1.4 Estructura de la tesis	17
2. Metodología de la investigación	19
2.1 Estructura metodológica	22

## Parte II. Marco teórico

3. El ecosistema móvil	29
3.1 Los dispositivos móviles: movilidad y nuevos medios	29
3.2 Evolución de las comunicaciones móviles	34
3.2.1 Primera generación (1G)	35
3.2.2 Segunda generación (2G)	38
3.2.3 Generación intermedia (2,5G)	42
3.2.4 Tercera Generación (3G)	44
3.2.5 Generación avanzada (3,5G)	46
3.2.6 Cuarta generación (4G)	47
3.3 Actores del ecosistema móvil	50

4. Marketing móvil	74
4.1 Antecedentes del marketing móvil	76
4.2 La comunicación móvil	81
4.3 El usuario <i>mobile</i>	92
4.4 Medición de resultados	114
4.5 <i>App Store Optimization</i> (ASO)	126
4.5.1 Factores del ASO	129
4.5.2 Fases en el proceso de implementación del ASO	152

### **Parte III. Trabajo de campo**

5. Trabajo de campo	157
5.1 Justificación del trabajo de campo	157
5.2 Metodología aplicada en el trabajo de campo	159
5.2.1 Entrevistas en profundidad	161
5.2.1.1 Marco teórico de las entrevistas en profundidad	161
5.2.1.2 Selección de la muestra	166
5.2.1.3 Realización de las entrevistas	177
5.2.1.4 Resultados de las entrevistas en profundidad	183
5.2.2 Análisis del contenido	201
5.2.2.1 Marco teórico del análisis de contenido	201
5.2.2.2 Mecánica del análisis de contenido	207
5.2.2.3 Resultados del análisis de contenido	228
5.2.3 Metodología comparada	295
5.2.3.1 Técnicas comparativas	299

5.2.3.2 Resultados del método comparado	301
5.2.4 Resultados de las aplicaciones que coinciden en ambas plataformas	320
6. Interpretación de los resultados	322

#### **Parte IV. Conclusiones y futuras líneas de investigación**

7. Conclusiones	333
8. Futuras líneas de investigación	346

#### **Parte V. Bibliografía y anexos**

Bibliografía	349
Anexos	361
a) Transcripción de las entrevistas en profundidad	362
b) Seguimiento diario de las de las aplicaciones	
b.1) Seguimiento diario de las aplicaciones gratuitas en App Store	483
b.2) Seguimiento diario de las aplicaciones de pago en App Store	536
b.3) Seguimiento diario de las aplicaciones gratuitas en Play Store	638
b.4) Seguimiento diario de las aplicaciones de pago en App Store	675
c) Análisis de contenido	
c.1) Aplicaciones gratuitas en App Store	720
c.2) Aplicaciones de pago en App Store	736
c.3) Aplicaciones gratuitas en Play Store	743

c.4) Aplicaciones de pago en App Store	764
e) Aplicaciones que coinciden	788
<b>Índice de tablas</b>	791
<b>Índice de gráficos</b>	795
<b>Índice de imágenes</b>	799
<b>Índice de matrices</b>	801

**PARTE I**  
**CONTEXTO Y METODOLOGÍA**



## Capítulo 1. Introducción

“Vivimos en un mundo hiperconectado, con información abundante y hasta excesiva en el que el tiempo y en especial la atención se han convertido en un bien escaso. Ante esta marabunta de contenidos y conexiones simultáneas, los consumidores han pasado de ser pasivos a ser activos. Filtran con quién quieren comunicarse y compartir experiencias en cada momento, priorizan qué información quieren y cuándo y cómo desean recibirla, piden o buscan lo que necesitan e incluso, a través de las nuevas herramientas digitales a su disposición, descubren y exploran nuevos contactos o contenidos que puedan ser de su interés” (Deza, 2007: 76)

Desde hace más de un lustro, tal y como recoge el informe La Sociedad de la Información 2015 de Telefónica, España se ha mostrado como un país muy avanzado en el desarrollo y evolución de las infraestructuras de telecomunicaciones.

Para ello, se ha ido innovando de forma paulatina con redes de nueva generación capaces de adaptar sus propiedades a los requerimientos de unos usuarios que cada vez se descargan y utilizan más aplicaciones y, sobre todo, interactúan con contenidos de mayor peso en una gran diversidad de dispositivos móviles.

El entorno móvil y sus avances tecnológicos están permitiendo el desarrollo de nuevos contenidos y servicios, y configurando lo que se ha denominado como “séptimo medio”. En este sentido, los dispositivos móviles poseen las cualidades de los seis medios anteriores (prensa, revistas, radio, cine, exterior, televisión e Internet), pero a la vez tienen una serie de ventajas que lo configuran como el más versátil.

- Se ha posicionado como una extensión del propio usuario, por lo que una invasión de su intimidad no es bien recibida.

- Su impacto mediático se puede precisar de forma individualizada y en tiempo real, ya que permite a los usuarios estar conectados en cualquier momento y en cualquier lugar. El componente de movilidad se ha convertido, por tanto, en su gran referente.
- Es un medio de pago en sí mismo, permitiendo prescindir de los sistemas tradicionales e introduciendo nuevos canales de compra-venta. Además, está presente en el momento real de compra y es activo durante el proceso de decisión de la misma.
- Potencia al resto de medios en el mix de comunicación.

Considerando todos estos beneficios, las marcas quieren estar presentes y volver a seducir a los usuarios mediante este “nuevo medio” con el fin de recuperar la atención de sus clientes y encontrar nuevos. Éstos ya no son pasivos, sino que se han convertido en consumidores y productores de contenidos, por lo que el retorno de la atención (ROA) se ha convertido en un bien escaso.

La convergencia de ambas actividades (consumo y producción) ha permitido acuñar el término *prosumer*, o prosumidor en español. McLuhan y Barrington (1972) ya anticiparon la existencia del prosumidor al afirmar que la tecnología permitiría en un futuro asumir los roles de productor y consumidor de contenidos de forma simultánea.

En este sentido, es necesario destacar el rol de las aplicaciones móviles, que se han convertido en herramientas muy importantes para la interacción de las marcas con los usuarios, y es que según se indica en el VI Informe sobre el estado de las *Apps* en España de 2015, “el 90% del tiempo de conexión a Internet a través de un dispositivo móvil se destina a su uso y cada mes se lanzan al mercado unas 40.000 nuevas aplicaciones” (The AppDate, 2015).

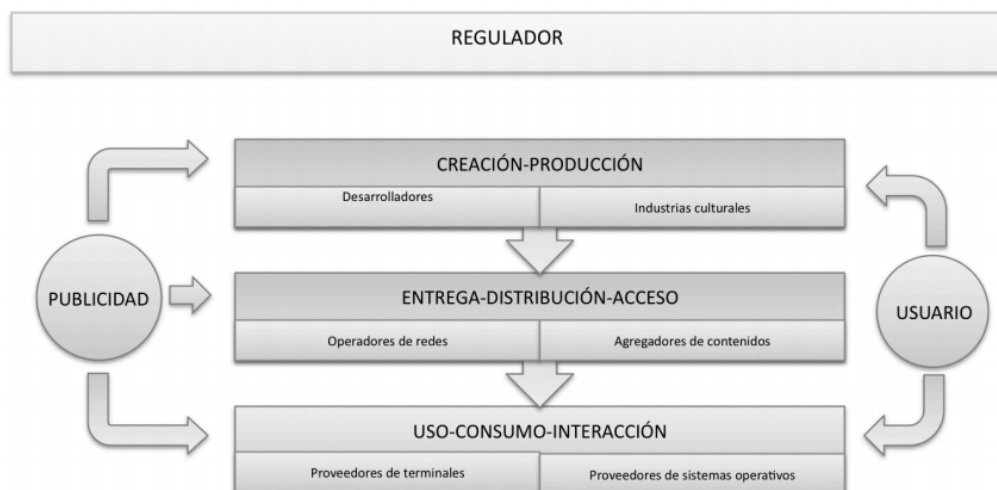
Además, hay que tener en cuenta que “la media de aplicaciones por dispositivo es de 30 en los *smartphones* y de 24 en el caso de las *tablets*, de las cuales solo se utilizan de forma activa 14” (IAB, 2016: 11).



Todo ello configura un mercado con una gran competitividad donde los costes, el desarrollo tecnológico, la adquisición de patentes, las modas, el contenido ofrecido, el posicionamiento conseguido y la experiencia de usuario van a ser agentes determinantes en el crecimiento móvil.

El entorno móvil, además, está formado por una serie de actores que influyen en la cadena de valor del ecosistema móvil según la tesis de Castellet (2012), que los clasifica en función de su actividad. En el gráfico 1 se puede observar una representación del modelo propuesto por este autor.

**Gráfico 1. Esquema del ecosistema móvil**



Fuente: Castellet (2012)

A lo largo de este trabajo de investigación se llevará a cabo una revisión de la evolución y la estructura del ecosistema móvil, analizando a su vez los principales actores que interactúan en el mismo e introduciendo aquellos de nueva generación. A su vez, se realizará una revisión de los descriptores que influyen en el posicionamiento de las aplicaciones (*app*) dentro de las tiendas de aplicaciones móviles.

Por ello, como punto de partida, la presente tesis doctoral se centra principalmente en los ámbitos de las tecnologías de la información y la

comunicación, la arquitectura de la información, la comunicación móvil y la satisfacción del usuario.

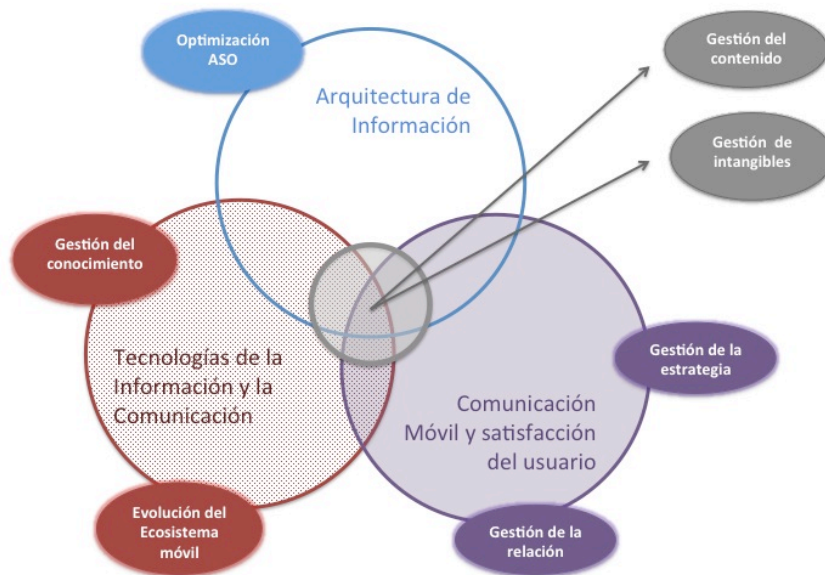
En la siguiente tabla se muestra una síntesis conceptual de los ámbitos mencionados.

**Tabla 1. Síntesis conceptual de la tesis**

<b>Ámbito</b>	<b>Estudio de interés</b>	<b>Propósito</b>
Tecnologías de la información y comunicación	Evolución del ecosistema móvil y los actores que lo conforman	Estudiar los actores del ecosistema móvil que permiten a los usuarios entrar en contacto con las <i>app</i>
Arquitectura de la información	Gestión de la información proporcionada por las tiendas de aplicaciones móviles	Identificar y analizar el contenido de los factores internos de optimización y posicionamiento orgánico
Comunicación móvil y satisfacción del usuario	Relación entre el usuario y el contenido	Analizar los factores externos en el posicionamiento móvil

Fuente: elaboración propia

Cada uno de estos tres ámbitos llevará asociado determinadas áreas de conocimiento que van a desarrollarse en nuestra investigación y que podemos identificar en el siguiente gráfico.

**Gráfico 2. Áreas de conocimiento de la investigación**

Fuente: elaboración propia

La presente tesis, de acuerdo con los métodos de investigación empleados, consiste en:

1. Un análisis de la evolución del ecosistema móvil, con especial atención a los actores que lo conforman y que permiten el contacto entre las aplicaciones móviles y los usuarios.
2. Estudio comparado del contenido generado en los factores que permiten posicionar de forma eficaz las aplicaciones móviles para que éstas puedan intentar ser exitosas en las plataformas escogidas.
3. La validación de las hipótesis planteadas mediante el uso de técnicas cualitativas y cuantitativas.

## 1.1 Definición del problema y el objeto de investigación

Cuando se va a desarrollar un trabajo científico, la generación de la idea supone una primera aproximación a la realidad que se va a investigar; es por ello que es muy importante llevar a cabo una planificación de la investigación que se va a realizar.

A partir de ese primer paso, esa primera idea original se convierte en el objeto de estudio y ello se transforma en el problema de investigación. Dicho problema, tal y como recogen muchos teóricos, responde a la búsqueda de significado hacia aquella realidad que se quiere resolver, obteniendo su comprensión cuando se finaliza dicha investigación. Para ello es necesario definir la situación que va a ser objeto de estudio por parte del investigador. Esta definición del problema, **la gestión del posicionamiento orgánico de las aplicaciones en las tiendas de aplicaciones móviles**, permite concretar dicha situación.

La presente investigación estudia los factores clave para que una aplicación móvil pueda llegar a ocupar una posición orgánica elevada que le permita tener mayor visibilidad de cara a los usuarios a los que se dirige y, que ello, pueda traducirse en un aumento de las instalaciones y una mayor retención de los usuarios activos para que pueda ser considerada como exitosa.

El periodo de tiempo escogido para llevar a cabo la selección de la muestra para el análisis propuesto abarca desde septiembre a diciembre de 2015. La elección de esos meses responde a que las grandes marcas de producción de terminales móviles lanzan al mercado sus últimas novedades y el aumento de ventas es notable durante ese periodo, según los estudios de mercado de Kantar Worldpanel. Además, son los meses en los que el consumo medio por usuario de una plataforma móvil se ve incrementado.

Asimismo, para la elección de las tiendas de aplicaciones nos hemos basado en el tamaño y la evolución del mercado en cuanto a los sistemas operativos instalados en los dispositivos móviles que se han vendido en los últimos cuatro años. Para ello, mostramos a continuación la trayectoria seguida en ese periodo de tiempo, y que nos permite visualizar qué sistemas operativos son líderes en ventas.

**Tabla 2. Cuota de mercado sistemas operativos móviles 2012**

	<b>Android</b>	<b>BlackBerry</b>	<b>iOS</b>	<b>Windows</b>	<b>Otros</b>
<b>Enero</b>	68,0%	10,0%	7,9%	1,5%	12,6%
<b>Febrero</b>	70,9%	10,2%	5,9%	2,5%	10,5%
<b>Marzo</b>	76,8%	7,8%	5,4%	1,8%	8,1%
<b>Abril</b>	81,1%	6,3%	3,9%	2,5%	6,2%
<b>Mayo</b>	84,4%	7,0%	3,5%	1,7%	3,2%
<b>Junio</b>	82,0%	9,2%	2,8%	2,2%	3,7%
<b>Julio</b>	82,5%	9,4%	2,9%	1,7%	3,5%
<b>Agosto</b>	84,9%	5,6%	2,8%	2,1%	4,7%
<b>Septiembre</b>	84,3%	5,0%	2,4%	2,2%	6,0%
<b>Octubre</b>	84,0%	3,4%	3,2%	2,3%	7,2%
<b>Noviembre</b>	82,5%	3,9%	4,7%	1,9%	6,9%
<b>Diciembre</b>	85,9%	2,4%	7,3%	1,2%	3,2%

Fuente: elaboración propia a partir de Kantar Worldpanel

En 2012 se observa como Android ocupaba una posición líder en el mercado, y los sistemas BlackBerry e iOS se fueron intercambiando sus posiciones, es decir, tuvieron un crecimiento inversamente proporcional.

El crecimiento de iOS se debe, en parte, al lanzamiento al mercado del nuevo iPhone 5, que se caracterizó por la incorporación de la primera pantalla retina con tecnología táctil integrada, siendo su pantalla un 30% más delgada.

Además, el sistema operativo de BlackBerry empezó a causar problemas a sus usuarios al mismo tiempo que se preparaba el lanzamiento del nuevo producto de Apple. Los dispositivos de Europa, Oriente Medio, África y Norteamérica sufrieron fallos simultáneos de conexión de datos que les dejó durante horas sin conexión a Internet, y sin que la empresa aportara explicaciones durante las primeras 24 horas.

Esta situación de crisis mal resuelta desde el punto de vista de la comunicación, y junto al hecho de que este fallo masivo se replicó varias veces entre septiembre y diciembre de 2012, provocó que la compañía perdiera de forma masiva usuarios.

**Tabla 3. Cuota de mercado sistemas operativos móviles 2013**

	<b>Android</b>	<b>BlackBerry</b>	<b>iOS</b>	<b>Windows</b>	<b>Otros</b>
<b>Enero</b>	89,4%	2,0%	5,2%	1,0%	2,4%
<b>Febrero</b>	92,0%	1,0%	4,5%	0,8%	1,6%
<b>Marzo</b>	93,7%	0,2%	3,1%	1,3%	1,8%
<b>Abril</b>	92,8%	0,0%	4,1%	1,5%	1,6%
<b>Mayo</b>	92,5%	0,0%	4,2%	1,9%	1,4%
<b>Junio</b>	91,0%	0,4%	5,6%	1,4%	1,5%
<b>Julio</b>	89,9%	0,7%	6,1%	1,8%	1,6%
<b>Agosto</b>	91,1%	0,7%	5,1%	1,8%	1,3%
<b>Septiembre</b>	90,0%	0,3%	4,8%	3,7%	1,3%
<b>Octubre</b>	89,6%	0,2%	4,6%	4,3%	1,3%
<b>Noviembre</b>	87,3%	0,2%	6,3%	4,8%	1,4%
<b>Diciembre</b>	86,2%	0,2%	6,7%	5,6%	1,3%

Fuente: elaboración propia a partir de Kantar Worldpanel

En 2013, Android siguió ocupando una posición de líder mientras que el sistema operativo de BlackBerry descendió hasta la última posición. Se puede apreciar como el sistema operativo de Windows cada vez fue ganando más cuota de mercado gracias a los acuerdos con nuevos fabricantes de terminales móviles para que incluyeran su sistema operativo.

**Tabla 4. Cuota de mercado sistemas operativos móviles 2014**

	<b>Android</b>	<b>BlackBerry</b>	<b>iOS</b>	<b>Windows</b>	<b>Otros</b>
<b>Enero</b>	86,6%	0,0%	7,2%	5,3%	1,0%
<b>Febrero</b>	88,0%	0,0%	6,3%	4,7%	0,9%
<b>Marzo</b>	89,0%	0,0%	7,2%	3,1%	0,7%
<b>Abril</b>	86,6%	0,0%	8,0%	4,8%	0,6%
<b>Mayo</b>	87,0%	0,3%	6,2%	5,4%	1,1%
<b>Junio</b>	84,3%	0,4%	6,8%	7,5%	1,0%
<b>Julio</b>	87,5%	0,4%	6,2%	4,8%	1,1%
<b>Agosto</b>	88,1%	0,0%	7,5%	4,2%	0,2%
<b>Septiembre</b>	90,4%	0,0%	6,3%	3,0%	0,3%
<b>Octubre</b>	88,2%	0,0%	6,8%	4,5%	0,5%
<b>Noviembre</b>	85,9%	0,0%	9,7%	4,1%	0,3%
<b>Diciembre</b>	83,0%	0,0%	12,9%	3,8%	0,3%

Fuente: elaboración propia a partir de Kantar Worldpanel

En 2014, el sistema operativo iOS se afianzó en la segunda posición manteniendo un crecimiento regular y constante frente al resto de su competencia. El sistema operativo Android se mantuvo como líder mientras el sistema de BlackBerry prácticamente ya no se utilizaba.

**Tabla 5. Cuota de mercado sistemas operativos móviles 2015**

	<b>Android</b>	<b>BlackBerry</b>	<b>iOS</b>	<b>Windows</b>	<b>Otros</b>
<b>Enero</b>	86,7%	0,3%	10,4%	2,5%	0,2%
<b>Febrero</b>	87,6%	0,2%	8,7%	2,9%	0,6%
<b>Marzo</b>	89,9%	0,2%	7,0%	2,8%	0,1%
<b>Abril</b>	88,6%	0,0%	8,8%	2,5%	0,1%
<b>Mayo</b>	89,9%	0,0%	7,5%	2,4%	0,2%
<b>Junio</b>	88,1%	0,0%	8,8%	3,0%	0,2%
<b>Julio</b>	89,4%	0,0%	6,6%	4,0%	0,0%
<b>Agosto</b>	89,5%	0,0%	6,2%	3,9%	0,4%
<b>Septiembre</b>	90,4%	0,0%	6,3%	3,0%	0,4%
<b>Octubre</b>	89,6%	0,0%	7,3%	2,7%	0,4%
<b>Noviembre</b>	87,3%	0,0%	10,8%	1,9%	0,0%
<b>Diciembre</b>	86,3%	0,0%	12,2%	1,5%	0,0%

Fuente: elaboración propia a partir de Kantar Worldpanel

En 2015 la situación fue prácticamente idéntica a la del año anterior, estando muy posicionados los sistemas de Android e iOS frente al resto de la competencia en el mercado de los sistemas operativos.

**Tabla 6. Cuota de mercado sistemas operativos móviles 2016**

	<b>Android</b>	<b>BlackBerry</b>	<b>iOS</b>	<b>Windows</b>	<b>Otros</b>
<b>Enero</b>	87,8%	0,0%	11,4%	0,8%	0,0%
<b>Febrero</b>	90,0%	0,0%	9,1%	0,9%	0,0%
<b>Marzo</b>	92,9%	0,0%	6,4%	0,6%	0,0%
<b>Abril</b>	93,9%	0,0%	5,5%	0,6%	0,0%
<b>Mayo</b>	92,8%	0,0%	6,9%	0,2%	0,1%
<b>Junio</b>	91,2%	0,0%	8,2%	0,4%	0,1%
<b>Julio</b>	90,0%	0,0%	9,2%	0,6%	0,1%
<b>Agosto</b>	92,4%	0,0%	7,1%	0,6%	0,0%
<b>Septiembre</b>	93,0%	0,0%	6,3%	0,7%	0,0%
<b>Octubre</b>	91,7%	0,0%	7,9%	0,3%	0,0%

Fuente: elaboración propia a partir de Kantar Worldpanel

La situación en 2016 es análoga a la del año anterior. Tal y como se ha podido observar, el sistema Android se ha consolidado los últimos cuatro años como líder del mercado a la par que iOS ha ido incrementando de forma paulatina su nicho de mercado, aunque con algunos altibajos en sus ventas en función de la época del año.

Por el contrario, BlackBerry ha ido perdiendo posiciones hasta casi desaparecer a partir del segundo trimestre de 2015. Windows, por su parte, a pesar de comprar en 2013 la empresa Nokia y adquirir las patentes asociadas a su sistema operativo Symbian, no ha podido hacer frente al duopolio Android – iOS, que han tenido una mejor respuesta por parte del mercado.

Con todo ello, se ha decidido centrar la investigación en las plataformas de Android (Play Store) y de iOS (App Store), ya que en la actualidad dominan casi el 100% del mercado.

Una vez situado el contexto, se establecen los objetivos de la investigación. Éstos determinan qué se pretende conseguir con la investigación, teniendo que ser claros, alcanzables y medibles.

“Los objetivos sirven también para desarrollar pautas de conducta al investigador, que guía a partir de ese momento su comportamiento en la dirección marcada por aquellos” (Cubo, Martín y García, 2011: 73)

A partir de aquí, los objetivos de esta investigación son:

- **Objetivo general 1:** Realizar una revisión del ecosistema móvil, identificando los actores que interactúan en el mismo.

**- Objetivos específicos:**

- a. Objetivo 1.1: Conocer la estructura del ecosistema móvil
- b. Objetivo 1.2: Analizar la influencia del ecosistema móvil en los usuarios



- **Objetivo general 2:** Definir los factores de optimización y posicionamiento ASO (*App Store Optimization*)<sup>1</sup>, tanto de carácter general como de carácter más específico, de las tiendas de aplicaciones móviles seleccionadas.

**- Objetivos específicos:**

- a. Objetivo 2.1: Conocer el funcionamiento de las tiendas de aplicaciones móviles y los tipos de aplicaciones móviles que se pueden encontrar en ellas.
  - b. Objetivo 2.2: Analizar cuáles son las características que debería tener el contenido generado para intentar conseguir un mejor posicionamiento orgánico de las aplicaciones móviles.
  - c. Objetivo 2.3: Conocer qué factores de posicionamiento son comunes para las tiendas de aplicaciones móviles escogidas y cuáles son diferentes.
- **Objetivo general 3:** Determinar las tendencias de éxito<sup>2</sup>, con sus semejanzas y diferencias, en las plataformas escogidas en base al periodo seleccionado.

---

<sup>1</sup> Se puede definir el ASO como “el proceso de optimización de una aplicación móvil con el fin de conseguir aparecer en los primeros resultados cuando los usuarios buscan en las tiendas de aplicaciones (*markets*)” (IAB, 2014: 10).

<sup>2</sup> Google y Apple publican de forma anual cuáles han sido las tendencias de éxito en sus respectivas plataformas. Según Martín Morillo (2013), uno de los factores que más influye para que una aplicación aparezca en la lista diaria de éxitos de App Store, es el volumen de descargas que ha obtenido en los tres días anteriores, siendo las últimas 24 horas las más importantes. Además, pone como ejemplo que, mientras en España se necesitarían unas 6.000 descargas diarias para que una aplicación apareciera en el top 10, en EE.UU. la cifra puede alcanzar las 80.000, variando para cada día de la semana y en función del dispositivo, ya que no todas las aplicaciones están disponibles para *smartphones* y *tablets*.

En el caso de Play Store, este autor destaca que la principal diferencia con respecto a la anterior, radica en que el ranking se presenta a nivel global, y no por países. El algoritmo utilizado por Google tiene en cuenta el ratio de desinstalaciones, la actividad de los usuarios de cada aplicación y las valoraciones.

**- Objetivos específicos:**

- a. Objetivo 3.1: Conocer qué aplicaciones móviles se han mantenido de forma constante en el listado de éxitos durante el periodo de tiempo seleccionado en las tiendas de aplicaciones móviles escogidas.
- b. Objetivo 3.2: Comprobar si hay coincidencias entre las tendencias de éxito de Android e iOS.
- c. Objetivo 3.3: Comprobar si el contenido generado para las aplicaciones coincidentes es el mismo.

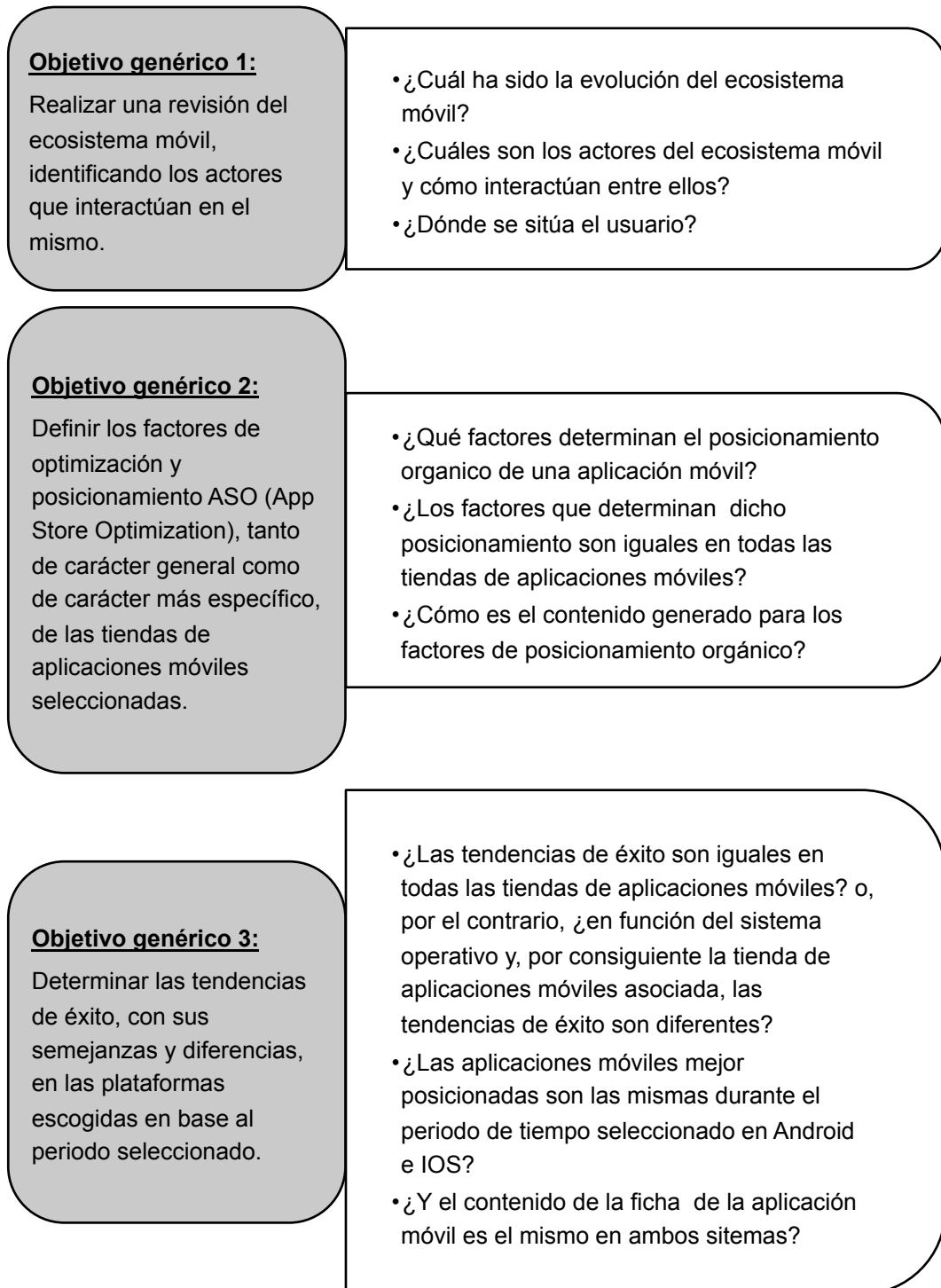
## **1.2 Preguntas de investigación**

Olga Río y Teresa Velázquez (2005) indican que la precisión de los objetivos y la formulación de las preguntas de la investigación permiten delimitar el objeto de estudio.

El recorrido de nuestra investigación se orienta hacia la búsqueda de respuestas hacia las preguntas que nos planteamos como preludeo de nuestra investigación.

En el siguiente gráfico se muestra una síntesis conceptual relacionando los objetivos con las preguntas de investigación.

**Gráfico 3. Relación entre los objetivos y las preguntas de la investigación**



Fuente: elaboración propia

### 1.3 Hipótesis del trabajo

Corbetta (2010) considera hipótesis a una proposición que conlleva una relación entre dos o más conceptos y que permite traducir una teoría en expresiones que se puedan someter a prueba empírica.

Una hipótesis científica responde, de forma genérica, a tres requisitos en su formulación:

1. Debe tener una estructura formal correcta y coherente, con un contenido de carácter semántico
2. Guarda una relación con un conocimiento científico previo
3. Tiene una necesidad de contraste empírico

El presente trabajo de investigación parte de las siguientes hipótesis y sus correspondientes subhipótesis o hipótesis dependientes:

**Hipótesis 1.** La evolución del entorno móvil ha dado lugar a relaciones específicas dentro de la cadena de valor que conforman los actores del ecosistema móvil, por lo que el contenido ofrecido, la arquitectura de información y la experiencia de usuario serán claves para el éxito de una aplicación en relación a su posicionamiento en los *stores*.

**Subhipótesis 1.1** El contenido y la organización del mismo en la interfaz de las tiendas de aplicaciones móviles influye en la decisión de realizar la descarga e instalación de la aplicación.

**Hipótesis 2.** La aparición constante de nuevas aplicaciones en el ecosistema móvil hace necesario considerar la necesidad de llevar a cabo estrategias y técnicas de optimización y posicionamiento orgánico dentro de las tiendas de aplicaciones que permitan contactos efectivos entre los usuarios y las aplicaciones móviles.

**Subhipótesis 2.1** Los desarrolladores de aplicaciones, o las personas responsables de las mismas; deben trabajar en los factores internos del posicionamiento e intentar influir en los factores externos para mejorar la conversión de los usuarios.

**Hipótesis 3.** Las tendencias de éxito de las aplicaciones son diferentes en función de las tiendas de aplicaciones seleccionadas, aunque los factores de optimización y posicionamiento sean parecidos.

## 1.4 Estructura de la tesis

La presente tesis doctoral está dividida en cinco partes, incluyendo cada uno de los mismos uno o más capítulos sobre temáticas comunes. A continuación se describe de forma concisa los contenidos de cada una de ellas.

1. La primera parte se ha titulado **Contexto y Metodología**. En ella se llevará a cabo una primera aproximación a la realidad que se quiere investigar, es decir, se llevarán a cabo las primeras fases de la planificación de la investigación.

Se introducirá el problema, los objetivos y las hipótesis de la investigación, así como una primera aproximación de la metodología que se ha utilizado para el estudio del fenómeno de la investigación.

Este primer bloque estará formado por los dos primeros capítulos.

2. La segunda parte se ha denominado **Marco teórico**. En este bloque se llevará a cabo una delimitación teórica de la realidad a investigar. Se introducirá la evolución del entorno móvil, lo que nos permitirá entender la estructura del ecosistema móvil actual.

Se llevará a cabo una revisión conceptual del marketing móvil y las posibilidades que ofrece. Seguidamente, se analizarán los factores de posicionamiento orgánico de las aplicaciones móviles de los sistemas operativos elegidos.

Estará formado por los capítulos tres y cuatro.

3. La tercera parte se ha llamado **Trabajo de campo**, y consistirá en la exposición de los métodos y técnicas de investigación que se han desarrollado. Una vez llevadas a cabo las tareas descritas, se presentarán los resultados obtenidos.

Seguidamente se llevará a cabo el análisis de los datos y resultados obtenidos para poder enunciar las conclusiones. Este bloque estará formado por los capítulos cinco, seis.

4. La cuarta parte se ha titulado **Conclusiones y futuras líneas de investigación**. En este bloque se presentan las principales conclusiones y valoraciones finales, y las futuras líneas de investigación que se pueden derivar de la tesis doctoral.

5. Por último, en la quinta parte se incluye la **bibliografía** utilizada, así como todos aquellos **anexos** que han sido de utilidad durante la elaboración de la investigación y que permiten un mejor entendimiento de la misma.

El sistema utilizado para la referencias bibliográficas es el APA (Asociación Americana de Psicología), incluyendo en las notas a pie de página aquellas aclaraciones que se consideran pertinentes para una mejor comprensión del trabajo realizado.

## Capítulo 2. Metodología de la investigación

Para validar las hipótesis de la tesis se ha recurrido a diversos métodos y técnicas ya que, tal y como comentan Berganza y Ruiz (2005), cuando se realiza cualquier tipo de investigación, utilizar varios métodos aporta significativas ventajas puesto que se puede obtener información complementaria sobre el instrumento de observación elegido.

Cea (2012) comenta que la necesidad de articular diferentes métodos dentro de una misma investigación empezó a proyectarse a partir de los años cincuenta, cuando Campbell y Fiske escribieron en 1959 su artículo *Convergent and Discriminant Validation by the Multitrait-Multimethod Matrix*. En él desarrollaron el concepto de operacionalización múltiple, es decir, defendían la necesidad de utilizar varios métodos en el transcurso de la medición para aumentar la validez y adecuación de los descubrimientos. En la misma línea, Webb y otros autores introdujeron en 1966 el concepto de triangulación de los procesos de medición para mejorar la validez de los hallazgos y que las evidencias adquieran mayor fuerza.

Es por ello que hemos considerado utilizar métodos de carácter cualitativo y cuantitativo. Según Bryman (1992) se consideran métodos cuantitativos los que desarrollan encuestas, entrevistas y cuestionarios estructurados; y cualitativos aquellos que se centran en observaciones, entrevistas no estructuradas o semiestructuradas, cuestionarios no estructurados y los estudios de caso. Por otra parte, si hablamos del análisis de los datos, Loosemore (1996) considera cualitativos los textos que utilizan medios carácter descriptivo y cuantitativos los que se centran en la cuantificación o en la realización de simulaciones.

**Tabla 7. Comparación entre investigaciones cualitativas y cuantitativas**

	<b>Investigación cualitativa</b>	<b>Investigación cuantitativa</b>
Relación teoría-investigación	Estructura flexible mediante el uso del método inductivo (de los datos a la teoría)	Las fases siguen una secuencia lógica mediante el método deductivo (de la teoría a los datos). Máxima uniformidad para recoger datos.
Función de la literatura	Complementaria	Es necesaria para la descripción de teorías e hipótesis
Conceptos	Orientativos, abiertos, en construcción	Operativos
Interacción entre el investigador y el objeto estudiado	Se establece una empatía a través de una relación de proximidad	La observación realizada tiene un carácter neutral
Comportamiento del objeto de estudio	Activo	Pasivo
Representatividad / inferencia	No precisa un muestreo probabilístico, sino casos individuales que aporten información relevante	Muestra estadística representativa que permita la cuantificación
Instrumentos de investigación	Varía según el interés de los investigadores	Uniforme
Objeto del análisis	La persona	La variable
Objetivo del análisis	De carácter ideográfico, donde se busca comprender a los sujetos	De carácter nomotético para poder explicar la variación de las variables
Alcance de los resultados	Búsqueda de lo específico	Presentación de resultados generales

Fuente: elaboración propia a partir de Corbetta (2010) y Cea (2012)

El tipo de investigación que se va a realizar tiene un carácter descriptivo, ya que lo que se pretende es describir el comportamiento de un fenómeno; y exploratorio, ya que pretendemos adentrarnos en un tema poco estudiado, como



lo son los factores de posicionamiento orgánico de las aplicaciones móviles. El diseño de la investigación tendrá un carácter no experimental y combinará un análisis directo e indirecto de la realidad estudiada.

A partir de lo expuesto, en nuestra investigación hemos partido de un análisis de fuentes secundarias centradas en los ámbitos de estudio de nuestra investigación, y que nos han posibilitado conformar el marco teórico de la presente investigación.

Tras la revisión bibliográfica sobre metodología de investigación y, en función de los objetivos establecidos, utilizamos una primera fase de investigación cualitativa que nos acerque a la realidad estudiada para, en una segunda fase, aplicar una investigación de carácter cuantitativo que nos permita llegar a resultados y conclusiones de la investigación. En definitiva, se utilizarán las entrevistas en profundidad de carácter semiestructurado, el análisis de contenido y el método comparado.

**Tabla 8. Métodos y técnicas utilizadas en la tesis**

	<b>Método</b>	<b>Técnica</b>
<b>Marco teórico</b>		Revisión de fuentes Análisis de la información
<b>Trabajo de campo</b>	<b>Cualitativo y cuantitativo</b>	Entrevistas en profundidad Análisis de contenido Análisis comparado

Fuente: elaboración propia

## 2.1 Estructura metodológica

La presente investigación se ha llevado a cabo en cinco fases.

**a) La primera fase** abarca desde la recopilación y la revisión bibliográfica sobre el objeto de estudio de nuestra investigación, así como de los tres ámbitos de actuación mencionados (tecnologías de la información y comunicación, arquitectura de la información, y comunicación móvil y satisfacción del usuario).

### - **Ámbito de la comunicación móvil**

Entre los años 2000 y 2005 existen una serie de estudios sobre la comunicación móvil desde una perspectiva descriptiva (Brown, 2011), con un enfoque centrado en su evolución (Agar, 2003), o más orientadas en su relación con la Sociedad de la Información (Kopomaa, 2000; Castells, 2004).

Atendiendo a la condición mediática de los dispositivos móviles también se pueden encontrar diversos estudios sobre aspectos específicos como la web móvil (Jaokar y Fish, 2006), la publicidad móvil (Iddris, 2006) y, narrativas transmedia y movilidad (Scolari, 2009). Finalmente, por su carácter aglutinador, destacamos los estudios sobre el nuevo ecosistema digital y los agentes que participan en él (Deza, 2007; Castellet, 2012; Aguado, Feijóo y Martínez, 2013).

### - **Ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación**

Existen una serie de estudios sobre los sistemas y las tecnologías móviles (Huidobro, 2002), así como el diseño de la interfaz del usuario (Anderson, 2011; Clemente, 2013).

Mención aparte merecen, por supuesto, las investigaciones centradas en los sistemas operativos propios, como por ejemplo nociones generales sobre Android y sus diferentes versiones (Burnette, 2011; Tomás, 2016), o “Creación de aplicaciones ganadoras” (Lee, 2013; Uruyal, 2016). En el caso

de iOS, también encontramos estudios sobre su programación y cómo ha evolucionado (Conway y Hillegass, 2011; Napier y Kuman, 2013; Arias y Flores, 2015).

Por otra parte, también se han podido consultar informes e investigaciones de mercado realizados por los propios agentes del ecosistema móvil y, en concreto, por las operadoras y fabricantes de terminales.

### **- Ámbito de la arquitectura de la información**

En este ámbito no se han encontrado obras de referencia aplicadas al mercado móvil, sino de carácter más general (Coutin, 2002; Pérez-Montoro, 2009) o relacionadas con la usabilidad (Cobo, 2009; Clarck, 2011; Nielsen y Budiu, 2013). A pesar de ello, han servido para tener una visión general que podrá ser aplicada y adaptada a nuestro objeto de investigación, y para futuras líneas de investigación.

Esta fase de revisión de la literatura existente se ha realizado de forma previa a las entrevistas en profundidad, para conocer todos los puntos de vista por separado y poder extraer los temas a tratar en dichas entrevistas. El ecosistema móvil evoluciona muy rápidamente y las teorías asociadas a él se quedan obsoletas rápidamente, por lo que es necesario contrastar la información disponible.

En el caso de los estudios centrados en el primer ámbito, el perfil de los investigadores está más relacionado en el sector del marketing o la comunicación. En el segundo y tercer ámbito, generalmente el perfil de los investigadores es muy técnico y se centra en los parámetros informáticos de la configuración de los sistemas operativos, la programación y el diseño de las aplicaciones o tiendas de aplicaciones.

Por ello, se hace necesario realizar estudios que nos permitan llevar a cabo una validación efectiva en los tres ámbitos de actuación.

**b) La segunda fase** consiste en la realización de las entrevistas en profundidad en base a la muestra seleccionada. La revisión documental permite extraer los temas clave para poder realizar las entrevistas. La etapa ha finalizado con el análisis de las transcripciones de las entrevistas efectuadas.

**c) En la tercera fase** se realiza el análisis de contenido a partir de las categorías seleccionadas para ello, y centrándose en los factores de posicionamiento orgánico que influyen en las aplicaciones. Para ello se ha realizado un seguimiento de las cien aplicaciones mejor posicionadas en App Store (listas de éxitos gratuitas y de pago) y en Play Store (listas de éxito gratuitas y de pago) durante los meses de septiembre a diciembre de 2015.

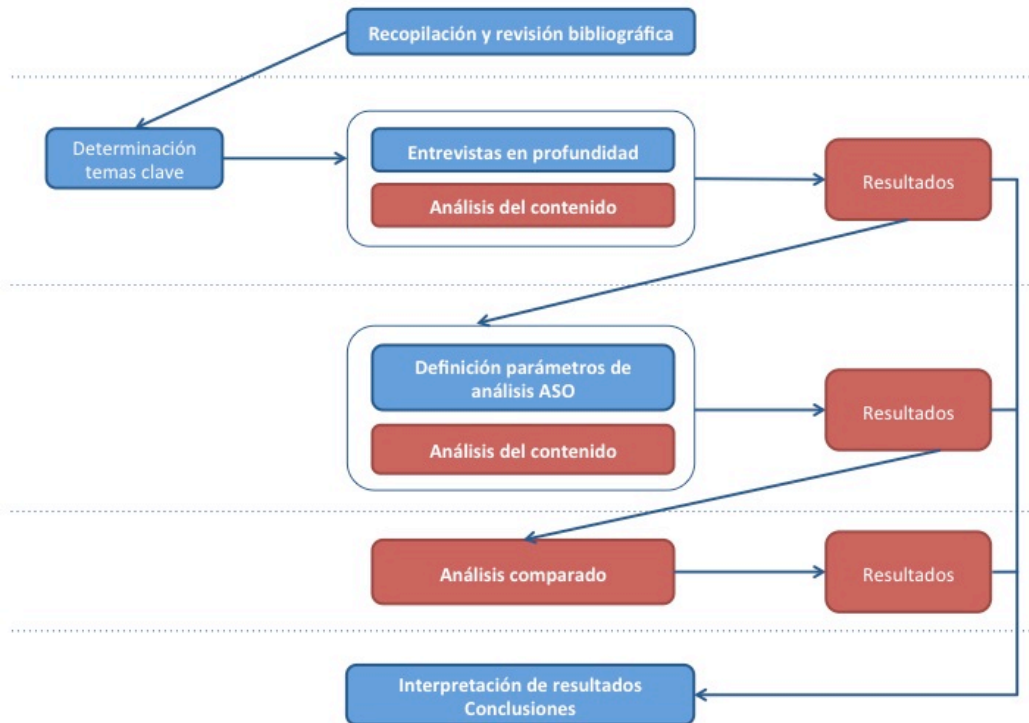
Además, este seguimiento nos ha servido para ver qué aplicaciones eran coincidentes en ambas plataformas y cómo se habían gestionado, es decir, qué elementos tenían en común y en cuáles se diferenciaban. Posteriormente se han extraído los resultados y conclusiones del análisis de contenido realizado y que ha servido de base para la siguiente etapa.

**d) La cuarta fase**, muy ligada a la anterior, se basa en el análisis comparado de los resultados del análisis de contenido.

**e) Finalmente, en una quinta fase**, se extraen las conclusiones de la investigación a partir de los resultados obtenidos en las fases anteriores.

Las técnicas de investigación que se han aplicado en la presente investigación serán reseñadas en el capítulo sobre metodología de la Fase III del trabajo de campo. En el siguiente gráfico se puede observar la estructura metodológica seguida.

**Gráfico 4. Estructura metodológica**



Fuente: elaboración propia



**PARTE II**  
**MARCO TEÓRICO**





## Capítulo 3. El ecosistema móvil

### 3.1 Los dispositivos móviles: movilidad y nuevos medios

“La construcción de una teoría de los medios móviles –entendida como una teoría específica dentro de una teoría más general de los medios– es un objetivo estimulante para los estudios contemporáneos de los medios. Por segunda vez en veinte años tenemos la oportunidad de analizar la emergencia de una nueva ‘especie’ en la ecología mediática (la primera fue la World Wide Web en los noventa). Comprender este proceso y desarrollar una teoría de los medios móviles no es solo un objetivo que está de moda: es una necesidad vital de los estudios de los medios” (Scolari, Aguado y Feijóo, 2012: 29).

La rápida evolución de los sistemas de telecomunicación ha permitido que los dispositivos móviles se hayan convertido en instrumentos imprescindibles para la sociedad, ya que permiten a los usuarios estar conectados con total movilidad. “(...) mientras en sus inicios la comunicación inalámbrica se erigió en un sustituto de la línea telefónica fija cuando la gente se desplazaba, actualmente la comunicación móvil representa la capacidad para acceder a la red de comunicación local/global desde cualquier lugar y en cualquier momento de forma individual y generalizada” (Castells, 2006: 381).

La evolución de los dispositivos y las nuevas formas de consumo de contenidos ha propiciado que se reabra el debate en torno al concepto de movilidad. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2005) acepta la definición de la Open Mobile Alliance (OMA), que define como móviles a los “servicios que pueden ser recibidos, utilizados y adquiridos con terminales de mano tanto en el interior como en el exterior” (OMA, 2005: 8).

“Una cuestión crucial para la discusión del medio móvil implica a los entes que se mueven y a las dimensiones de la movilidad. La primera diferenciación determina qué parte de la oferta mediática y del proceso de consumo es móvil: la información, el dispositivo o el usuario” (Feldman, 2005: 4).

Además, dependiendo del grado de movilidad de la información, el dispositivo o la persona, distingue cuatro tipos diferentes de entornos tal y como se puede ver en la tabla 9.

**Tabla 9. Dimensiones de la movilidad y entes móviles**

	Inalámbrico estacionario	Inalámbrico nómada	Móvil transportable	Móvil portátil
Información	**	**	**	**
Dispositivo		*	*	**
Persona			*	**

Fuente: Feldmann, 2005

El entorno inalámbrico estacionario hace referencia a un contexto de uso en el que la información se transfiere sin hilos, pero tanto el dispositivo como las personas son estacionarias. Un ejemplo podría ser un receptor de Internet por ondas de radio.

En el entorno inalámbrico nómada, la localización del dispositivo puede estar en diferentes lugares, pero debe mantenerse estacionario durante su uso. La utilización de redes *wifi* sería un ejemplo de este tipo de entornos.

En el entorno de móvil transportable los usuarios no se están desplazando pero sí están siendo transportados por vía terrestre, aérea o marítima. Un claro ejemplo serían los coches que incorporan conectividad *wifi*, por lo que los usuarios pueden estar conectados al mismo tiempo que están desplazándose.

Por último, el concepto de móvil portátil hace referencia a dispositivos que están siendo llevados por personas en movimiento, como por ejemplo un iPod.

Para Gruber y Verhoven la cuestión de la conectividad es clave: “en una red de comunicación móvil, la transmisión radioeléctrica sustituye la conexión física entre el usuario y la estación base, la antena constituye el primer nexo de unión físico con la red” (Gruber y Verhoven, 2001: 580, en Castellet, 2012).

En este sentido, Feldman también comenta que “en el caso del móvil celular, los usuarios pueden moverse ubicuamente sin estar desconectados del acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, porque el celular móvil provee cobertura ubicua, contrariamente a los sistemas de acceso nomádico inalámbrico” (Feldman, 2005: 5).

Con la evolución de los dispositivos móviles, no todos ellos asociados al servicio de telefonía por voz, Aguado y Martínez indican en que “(...) la conectividad no depende ya del lugar, sino de la persona, y donde la accesibilidad deja de ser discontinua a ser continua (conectividad *always on*)” (Aguado y Martínez, 2006: 322).

A partir de todo lo expuesto, Castellet (2012) complementa en su tesis las dimensiones de la movilidad en el ecosistema móvil aportadas por Feldmann con los conceptos de conectividad, conectividad ubicua, y las nuevas experiencias de movilidad.

**Tabla 10. Dimensiones de la movilidad extendidas por Castellet**

	Inalámbrico estacionario	Inalámbrico nómada	Móvil transportable	Móvil portátil	<i>Always on</i>
Información	**	**	**	**	**
Dispositivo		*	*	**	**
Persona			*	**	**
Conectividad					**
Conectividad ubicua					**

Fuente: Castellet, 2012

La creación de nuevos tipos de dispositivos móviles, junto con las nuevas tarifas ofertadas por las operadoras de telefonía móvil basadas en la conectividad compartida o multidispositivo, permiten hablar de una cobertura ubicua multidispositivo *always on*.

Un ejemplo de ello está en el uso de los llamados relojes inteligentes, que permiten recibir las notificaciones seleccionadas al mismo tiempo que se reciben en el *smartphone*; de esta forma, los usuarios pueden escoger con qué dispositivo responder.

**Tabla 11. Dimensiones de la movilidad ampliada**

	Inalámbrico estacionario	Inalámbrico nómada	Móvil transportable	Móvil portátil	<i>Always on</i>	<i>Always on</i> multidispositivo
Información	**	**	**	**	**	**
Dispositivo		*	*	**	**	**
Persona			*	**	**	**
Conectividad					**	**
Conectividad ubicua					**	**
Conectividad ubicua compartida						**

Fuente: elaboración propia

La conectividad permanente en movimiento es, en definitiva, la clave en la evolución de los dispositivos móviles. Éstos, entendidos como nuevos medios, han tenido una evolución más acelerada si se comparan con el resto de medios. Así pues, para poder alcanzar una audiencia de más de 40 millones, la radio necesitó más de 30 años, la televisión en torno a 35 e, Internet, poco más de tres años; sin embargo, a principios del siglo XXI, “el primer *smartphone* de masas necesitó poco más de dos años para vender 50 millones de unidades” (Leber, 2012: 32).

Desde hace unos años, a los dispositivos móviles se los ha denominado como “la cuarta pantalla”, sin embargo, los datos demuestran que pueden ser

perfectamente la primera por tiempo de consumo. Según la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), un consumidor estándar dedica una media de casi ocho horas al día al consumo de medios, e invierte casi 200 minutos al uso de dispositivos móviles. En este sentido, Aguado, Feijóo y Martínez (2013) comentan que no se trata, ante todo, de una pantalla excluyente, ya que los usuarios pueden consumir varios medios al mismo tiempo; sino que se trata de un nuevo medio dotado de un ecosistema propio, con actores definidos y relaciones características entre esos actores.

Siguiendo estos mismos autores, destacan que McQuail (2006) plantea que toda herramienta con una condición mediática posee tres dimensiones: la institucional, la tecnológica y la cultural. En el proceso de definición de la cadena de valor del contenido móvil estarían interrelacionadas estas tres dimensiones, ya que la dimensión tecnológica afecta tanto a la dimensión institucional (a través de los cambios en las estructuras de producción y distribución) como a la cultural (cambios en los procesos de consumo). De forma inversa, también se puede observar que las dimensiones institucionales y culturales pueden afectar a la dimensión tecnológica a través de las nuevas formas de consumo y su impacto en el uso de la tecnología.

La consolidación de las tiendas de contenido y aplicaciones como canal de distribución puede constituir un claro ejemplo de la interconexión comentada. Desarrollado en un contexto de crisis mundial, y siendo un mercado que prácticamente no tenía mucha repercusión a principios del 2000, la potencia de la irrupción del medio móvil ha crecido a un ritmo muy acelerado, ya que, tal y como informa IAB (2016) las aplicaciones en la *App Store* de Apple han generado en torno a los 100 billones de dólares en el tercer trimestre de 2015, y las aplicaciones de Android en torno a los 55 billones.

### 3.2 Evolución de las comunicaciones móviles

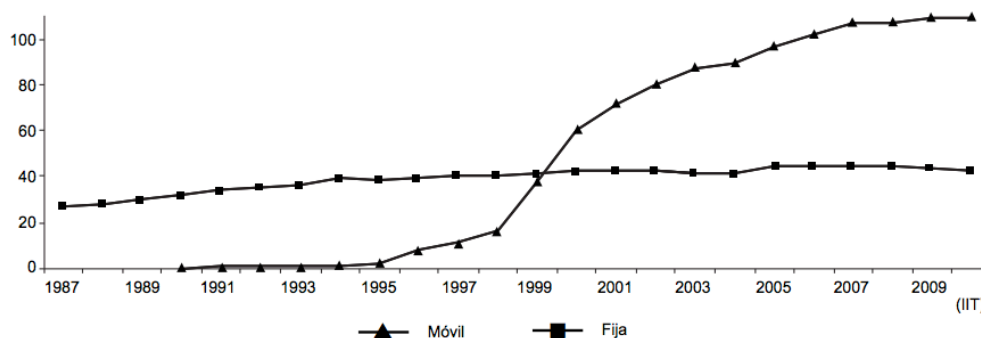
La telefonía móvil, en sus orígenes, fue concebida como un complemento de la telefonía fija; sin embargo, la universalización de la telefonía móvil cambió el panorama de las comunicaciones y la forma de relacionarse de las personas. La rápida evolución del sector se vio favorecida por la innovación tecnológica, la gestión del espectro y la aparición de nuevos operadores.

Feijóo, Gómez y Mochón (2011) indican en la importancia que ha tenido la gestión del espectro y cómo ha influido en la penetración de la tecnología móvil. En este sentido, definen la comercialización del espectro como:

“(…) la subrogación, total o parcial, de los derechos que le han sido otorgados a un agente para hacer uso de un segmento del dominio público radioeléctrico. Las compañías interesadas pueden conseguir los derechos de uso bien a través de la asignación primaria, si son seleccionados por la autoridad competente en materia de asignación de espectro, bien a través del mercado secundario, adquiriendo los derechos de uso a otro agente” (Feijóo, Gómez y Mochón, 2011: 180).

La penetración de la telefonía móvil tuvo un claro despegue a partir de 1999, tal y como destacan Calzada y Estruch (2011), con la evolución de las diferentes generaciones móviles.

**Gráfico 5. Penetración de la telefonía fija y móvil en España**



Fuente: Calzada y Estruch, 2011

### 3.2.1 Primera generación (1G)

La primera generación de comunicación móviles, también llamada telefonía móvil analógica o 1G; surgió en los años ochenta como un servicio para un grupo reducido del mercado y, más tarde, con una clara vocación hacia el consumo generalista. En ese escenario, las grandes compañías de telefonía que existían en cada uno de los mercados nacionales iniciaron una carrera en cuanto a inversión en infraestructuras y prestación de servicios, aprovechando la existencia de una competencia muy limitada y poca regulación legislativa.

A pesar de que sus prestaciones eran bastante limitadas, ofrecía una característica revolucionaria en ese contexto: la movilidad. La principal característica de estos sistemas era su capacidad para ofrecer servicios de comunicación de voz sobre conmutación de circuitos.

Este tipo de sistemas telefónicos dividían el espacio geográfico en una red de celdas de tal forma que aquellas que fueran adyacentes no usaban nunca las mismas frecuencias, de esta forma se evitaban las posibles interferencias que se pudieran producir. La transmisión de datos se realizaba a través de módems analógicos convencionales, aunque con una capacidad muy limitada (no superaban los 4800 bps –bit por segundo-).

Los principales estándares de esta primera generación fueron:

- **AMPS** (*Advanced Mobile Phone System*) fue un sistema ampliamente utilizado en Estados Unidos, Canadá, y varios países de Australia, China, Europa del Este, África, Rusia y Sudamérica. Este estándar fue desarrollado por los laboratorios Bell y, el ancho de banda en el que operaba estaba en torno a los 800 MHz.

Una de sus principales novedades es que tenía la capacidad para alternar entre radiobases en zonas distantes sin perder la conexión. Para ello empleaba la técnica FDMA (*Frequency Division Multiple Access*) con una separación dúplex que permitió conseguir 666 canales, de los cuales 624 se utilizaban para conversación y 42 para control.

En este sistema, también conocido como Acceso Múltiple por división de frecuencia, se divide el espectro disponible en canales para

poder acceder al medio. Estos canales, a su vez, corresponden a distintos rangos de frecuencia y se asignan a los diversos usuarios y comunicaciones a realizar; de esta forma se lleva a cabo todo el proceso sin interferirse entre sí ya que cada llamada en una célula utiliza una banda de frecuencias para transmitir y otra para recibir. Se establece así una conexión bidireccional.

Más tarde, su capacidad se aumentó hasta los 832 canales (790 para conversación y 42 para control), lo que se conoció como E-AMPS (*Extended Advanced Mobile Phone System*).

- **TACS** (*Total Access Communications System*) y **(E)TACS** (*Extended Total Access Communications System*). El sistema TACS fue una variante del estándar AMPS desarrollada por Motorola y era un sistema analógico multiplexado en frecuencia. A diferencia del anterior, utilizaba la banda de los 900MHz y cada MHz se subdividía en 40 semicanales, dando un total de más de mil canales, lo que permitía cubrir grandes zonas urbanas. Una de sus principales virtudes es que ofrecía una mejor calidad del audio a un precio más reducido.

La extensión (E), que fue una evolución del mismo sistema, solamente implicaba una extensión en el rango de frecuencias que se utilizaba. Este sistema se utilizó principalmente en Europa.

Cabe destacar que España fue uno de los países pioneros en el uso de TACS, ya que fue el estándar utilizado por Telefónica. Este sistema, explotado en régimen de monopolio, recibió el nombre de *MoviLine* y alcanzó casi una cobertura del 100% de la población.

- **NMT** (*Nordic Mobile Telephone*) fue un sistema de telefonía móvil que operaba en los países escandinavos a finales de los años setenta y principios de los ochenta.



Se desarrolló principalmente por los problemas de congestión en las redes de telefonía móvil que existían: ARP (operaba en la frecuencia de los 150 MHz) y MTD (operaba en la frecuencia de los 450 MHz). En función de las frecuencias de banda mencionadas, existieron dos variantes: NMT-450 y NMT-900, ofreciendo ambas unas características muy similares, aunque la segunda ofrecía un mayor número de canales.

El éxito de NMT significó para Mobira (anterior a Nokia) y Ericsson el arranque como empresas de la rama de las telecomunicaciones. El NMT-450 MHz se utilizó en la telefonía móvil pública de España y, en 1983, se estableció en Vizcaya la empresa Indelec, un fabricante de terminales y estaciones base que produjo equipos NMT hasta que fue adquirido por Ericsson.

En la tabla 12 se puede observar un resumen sobre los principales estándares dentro de los sistemas 1G, diferenciando entre los enlaces ascendentes y descendentes de la estación móvil a la BTS (*Base Transceiver Station* o Estaciones base, comúnmente conocidas como repetidores de telefonía).

**Tabla 12. Bandas de frecuencia utilizadas por los principales sistemas analógicos**

<b>Sistema</b>	<b>Enlace ascendente Estación Móvil a BTS</b>	<b>Enlace descendente BTS a Estación Móvil</b>
<b>NMT 450</b>	453 – 457,5 MHz	463 – 467,5 MHz
<b>NMT 900</b>	890 – 915 MHz	935 – 960 MHz
<b>AMPS</b>	869 – 894 MHz	824 – 849 MHz
<b>TACS</b>	935 – 950/960 MHz	890 – 905/915 MHz
<b>(E)TACS</b>	915/925 – 935 MHz + banda TACS	870/880 – 890 MHz + banda TACS

Fuente: Huidobro, 2002

### **3.2.2 Segunda generación (2G)**

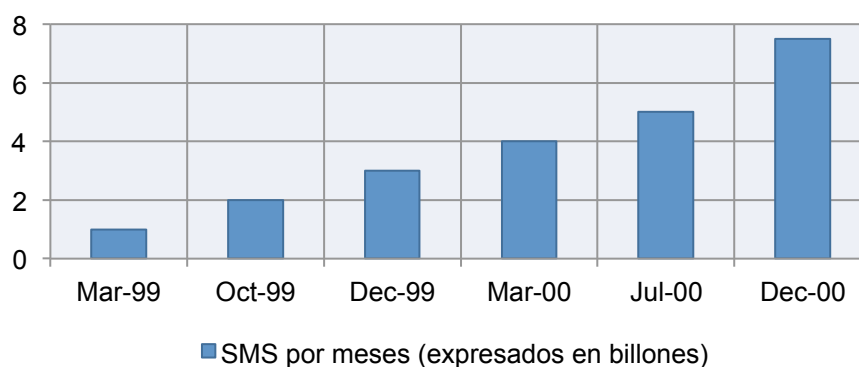
Se sitúa a principios de la década de los noventa, cuando empiezan las primeras privatizaciones en el sector público y surge una ligera competencia en el sector de las telecomunicaciones, aunque los monopolios existentes todavía seguían dominando gran parte de la cuota de mercado. Es en este contexto es cuando surgen las primeras empresas sin ningún tipo de vinculación o pasado con los mercados tradicionales de las telecomunicaciones.

Esta segunda generación todavía tenía como foco principal de actividad los servicios de voz, aunque se introdujo una novedad significativa: envío y recepción de mensajes cortos de texto (*Short Messaging Service – SMS*).

El primer SMS que se envió fue el 3 de diciembre de 1992, cuando el ingeniero Neil Papworth envió “*MERRY CHRISTMAS*” a sus compañeros de Vodafone. En un principio, los mensajes cortos estaban destinados para establecer un canal de intercambio de información de control pero, aprovechando la incipiente digitalización de esta generación, los operadores de telefonía lo pusieron a disposición de los usuarios y se convirtió en un verdadero éxito.

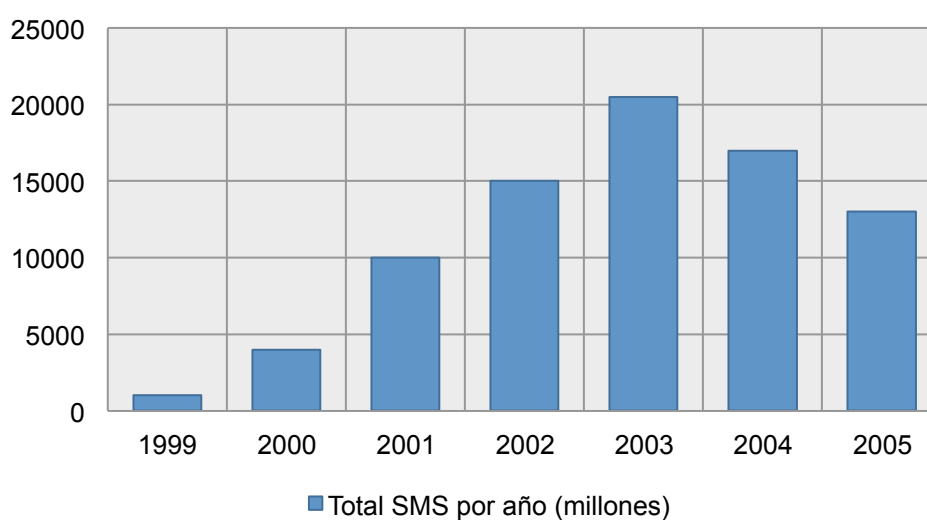
La principal característica de este nuevo sistema se basaba en el uso de un Centro de Servicios de Mensajes Cortos (SMSC –*Short Message Service Center*-) y se introdujeron los conceptos de “*store and forward service*” (almacén y reenviar) para el envío de mensajes hasta y desde móviles. El mensaje, después de ser enviado desde el móvil de origen se almacenaba en una central de mensajes cortos, que enseguida lo enviaba al móvil de destino. En caso de que el receptor no estuviera disponible, el mensaje era guardado para ser enviado más tarde. (Mint, 2013).

Desde su lanzamiento, los SMS fueron creciendo de forma acelerada, consiguiendo a finales de 1999 los tres billones de mensajes mensuales en toda Europa, tal y como se puede ver en el gráfico 6.

**Gráfico 6. Evolución del SMS en Europa**

Fuente: Mint, 2013

En España, la evolución de los SMS como un servicio de masas tardaría un poco más a llegar, teniendo su punto álgido en cuando al uso en 2003. Posteriormente, con la llegada de nuevas generaciones de dispositivos móviles y nuevas prestaciones, el uso del SMS empezó a descender tal y pronosticó Huidobro.

**Gráfico 7. Previsión del tráfico de SMS en España (1999 – 2005)**

Fuente: Huidobro, 2002

Ante la gran proliferación de los SMS se desarrollaron posteriormente los SMS Flash, que permitían su lectura sin que los usuarios hicieran nada en sus terminales, ya que se recibían directamente en la pantalla del móvil. Este nuevo formato estaba pensado para que el contacto con los usuarios fuera más fluido y se aumentara el porcentaje de impacto efectivo.

Durante esta segunda generación de telefonía móvil se estableció el estándar conocido como GSM. En 1982, en el seno de la CEPT (*Coferece Européenne des Postes et Telecommunications*) se creó un grupo de trabajo llamado GSM (*Groupe Spécial Mobile*) con el objetivo de especificar un sistema de telefonía móvil celular que tuviera una gran capacidad y que pudiera evolucionar para añadir nuevas tecnologías, servicios y aplicaciones conforme se fuera innovando en el campo de las telecomunicaciones. En definitiva, lo que se planteaba era la creación de un sistema multioperador, es decir, se barajaba la posibilidad de que varios operadores pudieran compartir el espectro.

En 1991 concluyó la primera fase del GSM y, tan solo tres años más tarde, ya se había extendido fuera del ámbito europeo y superado todas las expectativas previstas, por lo que se convirtió en un estándar internacional llamado “Sistema Global de Comunicaciones Móviles”. Se creó para establecer las bases y especificaciones del Sistema Celular Paneuropeo, introduciéndose el concepto de *roaming*<sup>3</sup> entre países. “Motorola, Ericsson y Nokia desarrollaron las patentes más importantes para este estándar, y acabaron dominando el mercado junto con otras empresas europeas como Siemens y Alcatel” (Calzada y Estruch, 2011).

La gran novedad del servicio de *roaming* es que permitía que los usuarios, cuando se desplazaran fuera de su país, pudieran tener cobertura en el

---

<sup>3</sup> Gabriel Maciá-Fernández (2008) define *roaming* como “(...) la capacidad de los abonados de una red inalámbrica para realizar o recibir llamadas de voz, enviar o recibir datos, o acceder a otros servicios cuando se encuentran fuera de la zona geográfica de cobertura de su red propietaria, por medio del uso de los recursos de una red visitada” (2008: 1).

Además, este autor comenta que “(...) intervienen tres agentes: el abonado, que es quien utiliza los servicios, la red propietaria o HPMN, que es la que posee la suscripción del abonado, y la red visitada o VPMN, en cuya zona geográfica de cobertura el abonado accede a los servicios contratados con la HPMN” (Maciá-Fernández, 2008: 1)

extranjero y su línea móvil siguiera operativa, pudiendo realizar y recibir llamadas de voz, enviar mensajes de texto y navegar por Internet.

La implementación de esta primera fase de GSM permitió dar cobertura principalmente a las grandes ciudades y los aeropuertos. En un primer momento se reservó la banda de 900 MHz, aunque posteriormente se amplió. Además, con la telefonía celular GSM, la longitud de los SMS se amplió hasta los 160 caracteres alfanuméricos (espacios en blanco incluidos) para textos latinos, y hasta los 70 caracteres para los no latinos.

Centrándonos en España, a finales de 1994 se aprobó el Reglamento de prestación del servicio de telefonía móvil por el cual se establecía que la modalidad GSM se debía ofrecer en régimen de competencia. Con las bases fijadas en el Real Decreto 1486/94 de 1 de julio, se conseguía equiparar a España con los mercados europeos más competitivos como eran Alemania, Dinamarca, Francia, Grecia, Italia, Portugal y el Reino Unido (Calzada y Estruch, 2011).

Se realizó un concurso que fue ganado por Airtel (posteriormente se convertiría en Vodafone) y empezó su actividad comercial en 1995 a través de la red de Retevisión. La estrategia que empezó a utilizar era mixta, es decir, estaba orientada a la prestación de servicios y a la venta de terminales móviles.

Tal y como resalta Sanz (1999), posteriormente se concedería una tercera licencia GSM que se adjudicó a Retevisión móviles, que empezó a operar bajo el nombre de Amena. Retevisión móviles (Telecom Italia) y Alas (France Télécom, Banco Santander y Ferrovial), dos empresas con tradición en telefonía fija, se enfrentaron para conseguir una licencia que les permitiera convertirse en operadores globales para competir en igualdad de condiciones con Telefónica.

En este sentido, España llevaba un considerable retraso con respecto a sus vecinos europeos, ya que mientras en España se concedía esta tercera licencia, en Europa ya se estaban dando los pasos necesarios para la implantación de la tercera generación de terminales móviles.

A modo de resumen, se puede ver la evolución de la interfaz de radio de GSM implementada en la siguiente tabla.

**Tabla 13. Evolución bandas de frecuencia GSM**

<b>Banda</b>	<b>Nombre</b>	<b>Canales</b>	<b>Subida a BTS (MHz)</b>	<b>Bajada desde BTS (MHz)</b>	<b>Uso geográfico</b>
GSM 850	GSM 850	128 – 251	824 – 849	869 – 894	Estados Unidos, Sudamérica y Asia
GSM 900	P-GSM 900	0 – 124	890 – 915	935 – 960	Europa, Oriente Medio, África, Oceanía y Asia
	E-GSM 900 / GSM extendida	974 – 1023	880 – 890	925 – 935	Europa, Oriente Medio, África, Oceanía y Asia
	R-GSM 900 / GSM Ferroviaria	955 – 1023	876 – 915	921 – 960	Personal de los ferrocarriles
GSM 1800	GSM 1800 / DCS (Reino Unido) / PCS (Hong Kong)	512 – 885	1710 – 1785	1805 – 1880	Europa, Asia, Sudamérica, África, Oriente Medio
GSM 1900	GSM 1900	512 – 810	1850 – 1910	1930 – 1990	Norteamérica

Fuente: Elaboración propia a partir de Huidobro (2002); Calzada y Estruch (2011).

### **3.2.3 Generación intermedia (2,5G)**

El cambio de la primera a la segunda generación supuso el paso de un sistema analógico a otro digital, lo que provocó el cambio de las redes y los dispositivos móviles. Sin embargo, el paso de la segunda a la tercera generación supuso un cambio todavía más profundo ya que implicó un cambio en el modelo

de negocio que se conocía hasta ese momento, donde los servicios de voz empezaban a ceder parte de su protagonismo.

El nacimiento de esta generación vino de la mano con la entrada del GPRS (General Packet Radio Service), que consiguió combinar el interés de los usuarios y desarrolladores de servicios y contenidos. El GPRS ofrecía una velocidad de datos que podía ir desde los 56 Kilobits por segundo (Kbps) hasta los 115, lo que otorgaba una mejoría con respecto a generaciones anteriores. Esta unidad de medida permitía calcular la velocidad de transferencia de información a través de las redes de telecomunicaciones.

En este contexto surge el acceso al protocolo de aplicaciones inalámbricas (WAP – *Wireless Application Protocol*). Con el protocolo WAP, la convergencia Internet/móvil empezó a hacerse realidad y los terminales móviles empezaron a presentar pantallas de un tamaño mayor para facilitar la navegación, aunque todavía presentaban severas limitaciones en cuanto a la forma de navegación, el número de líneas que se podían visualizar y la capacidad de almacenamiento. Como resultado de ello, los desarrolladores de contenido tuvieron que empezar a adaptar dicho contenido de Internet en función de las capacidades de presentación que poseían los terminales.

Para el desarrollo de aplicaciones WAP, fabricantes como Nokia y Ericsson desarrollaron entornos de programación basados en tecnologías JAVA; de esta forma, se podía emular un teléfono móvil y crear las aplicaciones.

Algunos de los servicios que se ofrecían con los terminales WAP eran:

- Acceso a Internet
- Correo electrónico
- Noticias breves
- Directorios
- Banca y comercio electrónico
- Localización geográfica

- Juegos
- Servicios de comunicación por Internet
- Servicio de mensajes cortos (SMS): se amplió el número de caracteres alfanuméricos disponibles hasta los 250.
- Servicio de mensajería mejorado (EMS – *Enhanced Messaging Service*): permitía enviar y recibir una combinación de imágenes, melodías, animaciones y texto en un mismo mensaje.
- Compartía con los servicios de mensajes cortos la utilización de centros de mensajería.
- Sistema de mensajería multimedia (MMS – *Multimedia Messaging Service*). Aunque este tipo de mensajes se desarrollaron más en la tercera generación, permitía transmitir mensajes con texto, imágenes, gráficos, sonido y videos.

Los terminales con MMS tenían un editor que permitía crear y editar los contenidos de los mensajes multimedia. Además, se podían enviar este tipo de mensajes a buzones de correos en Internet y viceversa.

### **3.2.4 Tercera Generación (3G)**

El primer intento de tercera generación de comunicación móvil se produjo a principios del 2000. Las compañías telefónicas invirtieron gran cantidad de dinero en la adquisición de espectro radioeléctrico y en la puesta en funcionamiento de nuevas redes que permitían ir más allá de los servicios de voz.

Ramos (2014), en este sentido, indica que se facilitó la movilidad dentro de la zona de cobertura de un operador de telefonía móvil, pero también entre distintos operadores y países, ampliándose el *roaming* de voz y mensajes para incluir la transferencia de datos.



Los móviles funcionaban con tarjetas SIM mediante UMTS (Servicio Universal de Telecomunicaciones Móviles). De esta forma, los servicios que se podían ofrecer permitían la transmisión tanto de voz como datos (llamadas o videollamadas – con la inclusión de una segunda cámara en los dispositivos móviles) y datos no-voz (descarga de aplicaciones, correo electrónico y mensajería instantánea). En este contexto se realizaron mejoras en la potencia de las antenas, permitiendo más conexiones, mayor calidad de voz y mayor velocidad para transferir datos (se podían alcanzar hasta 2 Megabit por segundo).

Las redes 3G, frente a sus antecesoras, ofrecían mayor grado de seguridad en sus comunicaciones. Desde la Unión Europea se permitió la autenticación de la red a la que cada usuario estaba conectado, de forma que éste pudiera asegurarse que la red era la correcta y no una imitación.

Según Aguado, Feijóo y Martínez (2013), el principal problema que provocó el fracaso de este primer intento de tercera generación de telefonía móvil, fue el no contar con dispositivos móviles lo suficientemente desarrollados, la ausencia de aplicaciones que provocaran mayor interés en los usuarios, la pérdida momentánea o total de cobertura en determinadas zonas geográficas, y los precios impuestos para el acceso a Internet y redes móviles.

En este contexto, en España, el Ministerio de Ciencia y Tecnología realizó varios intentos para aumentar la competencia en el mercado móvil. En 2001 se crearon los primeros operadores móviles virtuales (OMV), es decir, compañías de telefonía móvil que no poseían una infraestructura propia de antenas ya que no tenían una concesión de espectro de frecuencia. A causa de ello, debían alquilar la red a una de los operadores móviles con red (OMR). Es por ello que su principal ventaja estribaba en facilitar a los operadores de telefonía fija y de cable la posibilidad de convertirse en operadores duales capaces de vender servicios móviles a través de la redes de los operadores ya existentes. Este primer intento fracasó al dejar libre la negociación desde el Gobierno y no fijarse los precios de interconexión.

Aprovechando el cierre en 2005 de Moviline y de la telefonía rural celular (TRAC), se crearon tres nuevas licencias GSM-900 para intentar reactivar la competencia. De esta forma, lo que se intentaba era ampliar el rango de

cobertura hacia las zonas rurales, autovías y proximidades a redes eléctricas. Era una excelente oportunidad para la creación de un cuarto operador y aproximarse más a la situación del resto de Europa en el sector de las telecomunicaciones; sin embargo, las licencias acabaron adjudicándose a Telefónica y Amena.

A nivel global, un punto de inflexión fue la aparición del iPhone en 2007, que ayudó para que el 3G se convirtiera en un verdadero éxito masivo. Con unos pocos meses de diferencia, tanto Apple con el iPhone como Google con su sistema Android, pusieron las bases necesarias para la construcción del modelo de plataformas que ha dado forma al ecosistema del contenido móvil actual y del que ya hablaba Feldmann un año antes.

“El concepto de movilidad ha sido importante para la transmisión de voz telefónica, ya que se ha convertido en un fenómeno mundial. Pero el objetivo de las comunicaciones móviles es ir más allá de la voz individual y avanzar hacia un territorio más complejo: contenidos masivos —texto, voz, sonido, imagen y también video—. Un nuevo medio puede estar emergiendo. Si llega a desarrollarse, creará un nuevo tipo de contenido, generará nuevas tecnologías, permitirá a los usuarios interactuar de nuevas formas, desarrollará nuevas oportunidades de negocio y dará lugar a una nueva agenda de temas políticos.” (Groebel, Noam i Feldmann, 2006: ix)

### **3.2.5 Generación avanzada (3,5G)**

El masivo éxito que fueron cosechando los diversos dispositivos móviles propició la evolución de la tercera generación, mejorando sobre todo la velocidad en las conectividades (pudiendo llegar hasta los 3,6 Megabit por segundo). Esta generación, junto con la 3G, todavía está en funcionamiento en determinadas zonas geográficas donde la cobertura es más limitada.

Una de sus principales ventajas en cuanto a la velocidad de transmisión de datos es que permite la visualización de productos de carácter audiovisual en

tiempo real (*videostreaming*), mejorando la calidad y claridad de los contenidos de este tipo.

La tecnología HSDPA (*High Speed Downlink Packet Access*) utilizada es la mejora de la tecnología UMTS y consiste en un nuevo canal compartido en el enlace descendente. La principal mejora de este servicio es el acceso a Internet con un mayor ancho de banda y una menor latencia.

El 2006 fue un año clave en la implantación de esta tecnología en España. Orange España se convirtió en el primer operador en ofrecer este tipo de servicio en Madrid, Barcelona, Zaragoza, Burgos y Pamplona. A la vez, MoviStar y Amena empezaron a hacer pruebas en Barcelona durante la conferencia 3GSM World Congress, celebrada en febrero de ese mismo año. Por su parte, Vodafone comenzó pruebas preliminares en la ciudad de Salamanca y posteriormente lanzó el servicio en Madrid, Barcelona, Zaragoza, Valencia, Sevilla, Bilbao, Málaga y Albacete.

Calzada y Estruch (2010) comentan que viendo que los operadores móviles virtuales no acaban de implantarse, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) fijó unos precios, los plazos y los aspectos técnicos necesarios para la interconexión. Así pues, en 2008 Yoigo acordó con Telefónica el uso de su red 2G y 3G, Happy y Carrefour hicieron lo mismo con Orange, y Euskaltel con Vodafone.

A partir de esta fecha, el resto de operadores móviles virtuales empezaron a ofrecer este tipo de servicios a través de la red de Movistar, Orange y Vodafone.

### **3.2.6 Cuarta generación (4G)**

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) creó un comité para definir las especificaciones y los requisitos necesarios para que un estándar pudiera ser considerado como parte de esta cuarta generación.

Se debe destacar que, a diferencia de las generaciones anteriores, ésta se basa en el protocolo IP (Protocolo de Internet) que puede ser utilizado por módems inalámbricos y otros dispositivos móviles (*smartphones, tablets, wearables*), apoyándose en:

- Las tecnologías LTE (*Long Term Evolution* o Evolución a Largo Plazo). Es una tecnología de transmisión de datos para banda ancha inalámbrica que se diseñó para dar soporte al constante acceso por parte de los usuarios de los dispositivos móviles a Internet.
- Mobile WiMax (*Worldwide Interoperability for Microwave Access* o Interoperabilidad Mundial para Acceso por Microondas). Es una especie de red wifi por microondas con alcance superior a los 70km y velocidades de hasta 124Mbps. Su desarrollo se ha frenado en los últimos años por los riesgos de seguridad que presenta.

Para el funcionamiento de esta cuarta generación es necesario que tanto los dispositivos móviles como la tarjeta SIM sean compatibles con esta nueva tecnología, ya que la principal diferencia estriba en las velocidades de acceso, que son mayores (hasta 100 Mbit/s y 1Gbit/s en reposo).

Vodafone fue el primer operador móvil en ofrecer 4G en España a partir de mayo de 2013, pudiendo alcanzar velocidades de hasta 150 Mbit/s.

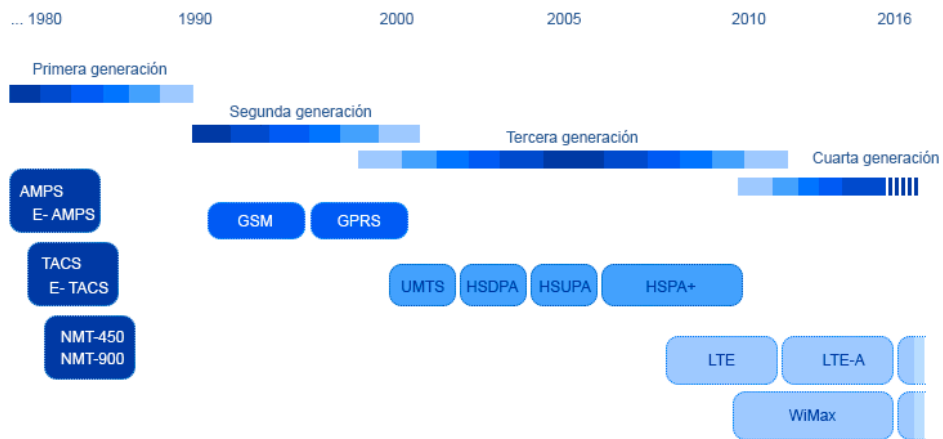
Una de las principales características de esta generación móvil es el poder acceder de forma más fluida al contenido online, mejorando las calidades de las videollamadas y los servicios de *streaming*<sup>4</sup>, y permitiendo utilizar juegos con una mayor carga gráfica de forma más rápida.

---

<sup>4</sup> Las tecnologías *streaming* hacen referencia a la distribución de audio o video por Internet sin la necesidad de descargar el contenido previamente. "La palabra *Streaming* se refiere a una corriente continua sin interrupción, (...) antes de que la tecnología Streaming apareciera en abril de 1995 con el lanzamiento de Real Audio 1.0, la reproducción de contenido multimedia a través de Internet necesariamente implicaba tener que descargar completamente el "archivo contenedor" al disco duro local" (Loja, 2012: 11).

A modo de resumen, podemos ver la evolución de las diferentes generaciones presentadas en el siguiente gráfico.

**Gráfico 8. Evolución de las tecnologías móviles**



Fuente: elaboración propia

### 3.3 Actores del ecosistema móvil

El ecosistema móvil se puede definir como “(...) el conjunto de actores necesarios para poder tener los dispositivos móviles y a las aplicaciones móviles para los mismos” (Ramírez, 2013: 9). Para este autor, los actores del ecosistema móvil serían los servicios, las aplicaciones, el *framework* de las aplicaciones, los sistemas operativos, las plataformas, los propios dispositivos, las redes y las operadoras.

Además, plantea una serie de retos y oportunidades que puede ofrecer el ecosistema móvil:

**1. Fragmentación.** Cuando se está desarrollando una aplicación, los desarrolladores intentan que el código sea lo más sencillo posible para reducir los errores y que el mantenimiento sea lo menos complejo.

En este contexto, la fragmentación se puede definir como aquellas situaciones en las que no es posible compartir una misma aplicación entre diversos ecosistemas, lo que provoca que el objetivo de conseguir un código sencillo, tal y como antes se ha mencionado, presente algunas dificultades.

Dicha fragmentación puede estar ocasionada por el uso de distintos *hardwares*, por las propias preferencias de los usuarios, y las variaciones en las funcionalidades de las versiones de las aplicaciones cargadas en las tiendas de aplicaciones.

Además, hay que tener presente que una mala gestión de la fragmentación puede ocasionar una reducción de la calidad del producto final, alargar las fases del proyecto de desarrollo de la aplicación y, por tanto, encarecer los costes.

**2. Contexto.** Que hace referencia al conjunto de circunstancias que envuelven a un situación, y que en este caso serían los propios usuarios, la información de los dispositivos que manejan los usuarios, y la información

del resto de aplicaciones que maneja el usuario en un periodo de tiempo determinado.

Por su parte, Scolari (2008), comenta que a la hora de clasificar los actores del ecosistema hay que tener en cuenta la actividad que desarrollan:

- Operadoras de telefonía
- Productores de hardware y de software
- Productores de contenido
- Productores de servicios
- Instituciones que producen o distribuyen contenidos o utilizan plataformas para la comunicación móvil

Otro tipo de clasificación, en cuanto a los actores que conforman el ecosistema, la podemos encontrar en Castellet (2012). Siguiendo la línea marcada por Scolari, plantea también la organización de los agentes participantes en el ecosistema móvil en función de su actividad; aportando una visión más amplia del mismo. A continuación se muestra una síntesis conceptual del modelo defendido por este autor.

**Tabla 14. Organización del ecosistema móvil**

<b>Funcionalidad</b>	<b>Actores del ecosistema móvil</b>
Creación y producción de contenidos y servicios	a) Desarrolladores b) Industrias culturales
Entrega, distribución y acceso	a) Operadores b) Agregadores
Uso, consumo e interacción	a) Proveedores de dispositivos b) Sistemas operativos
Actores no productivos	a) Actividades de regulación b) Agencias de publicidad y anunciantes c) Usuario final

Fuente: Castellet (2012)

### **1. Creación y producción de contenidos y servicios:**

Esta categoría estaría integrada por los desarrolladores y las industrias culturales.

- a. Desarrolladores: es uno de los actores más heterogéneos del ecosistema móvil ya que cualquiera puede ser un desarrollador de contenido móvil; es suficiente con tener los medios y los conocimientos necesarios.
- b. Industrias culturales convencionales: generan contenido asociado a los medios tradicionales (prensa, suplementos, revistas, radio, televisión y cine). En su mayoría, el contenido ofrecido es el mismo, pero se ha adaptado a las especificidades que la tecnología ofrece en los dispositivos móviles consultados.



## **2. Entrega, distribución y acceso:**

En esta categoría estarían integrados los operadores y los agregadores de contenidos y servicios.

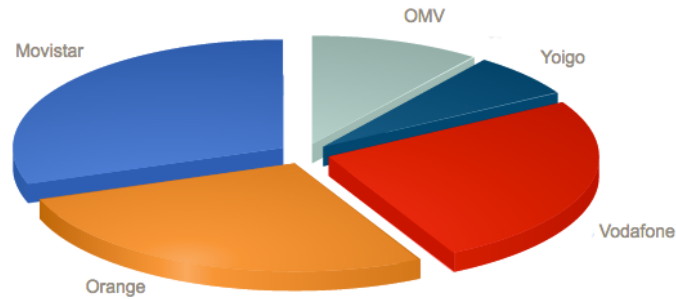
- a. Operadores: son los actores principales dentro del ecosistema móvil, ya que permiten su funcionamiento mediante la gestión del espectro radioeléctrico y el desarrollo de las infraestructuras sobre las que se erige la comunicación móvil.

Los operadores permiten articular las relaciones entre cada uno de los actores presentes en el ecosistema. Tal y como se ha comentado anteriormente, existen varios tipos de operadores móviles: se puede diferenciar entre operadores móviles en red (OMR), como es el caso de Movistar, Vodafone, y Orange; operadores móviles de carácter híbrido (OMH), como es el caso de Yoigo; y operadores móviles virtuales (OMV), que conformarían una amplia mayoría.

En el caso de los operadores móviles de red, además, también se debe destacar que cuentan con operadores *low cost* para acercarse a determinados públicos. El objetivo que persiguen los operadores de red con esta estrategia *low cost* es el de competir de forma efectiva en el mercado de bajo coste con marcas de su propiedad. De esta forma, se pueden dirigir hacia un sector de la población con un poder adquisitivo medio-bajo o bajo y, generalmente, más joven.

Según el último informe del Centro Nacional de los Mercados y la Competencia (2016), los tres principales operadores manejan casi el 84% del mercado, tal y como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

**Gráfico 9. Cuota de mercado Marzo'16 en España**



Fuente: CNMC

De esta forma, en cuanto a los operadores móviles de red, Movistar seguiría siendo el gran referente de la telefonía móvil con un 30,37%, seguido de Orange con un 27,33% y, por último, Vodafone con un 25,62%. En cuanto a Yoigo, como operador móvil híbrido, contaba con un 6,46% del mercado, y el resto (10,23%) serían los operadores móviles virtuales.

Los operadores móviles que operan en la actualidad en España según el Centro Nacional de los Mercados y Competencia se pueden observar en la tabla 15.

**Tabla 15. Operadores móviles en España**

Adamo	Amena	BestMovil
Cable Móvil	Carrefour Movil	DIGI Mobil
Eroski Movil	Euskaltel	GT Mobile
Happy Movil	Hits Mobile	ION Mobile
Jazztel	Knet	LCRcom
Lebara móvil	LlamaYA Móvil	Lowi
Lycamobile	MovilDIA	Movistar
MÁSMÓVIL	Móvil R	Oceans
ONO	Orange	PepePhone
RACC Móvil	RedMovil	República Móvil
Simyo	SUOP	TeleCable
Tuenti	UppMobile	Vodafone
Yoigo	You Mobile	

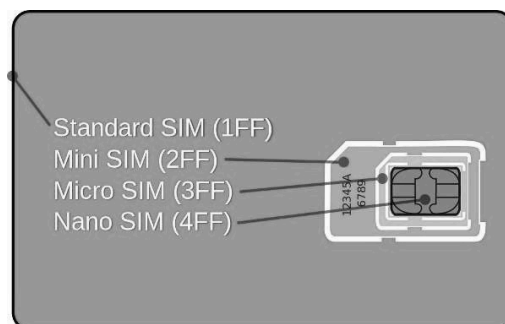
Fuente: elaboración propia a partir de CNMC

Sus vínculos con los clientes mediante sus sistemas de facturación han evolucionado desde la primera generación hasta la actualidad. Los operadores, en sus estrategias de captación de clientes, ofrecen una gran variedad de posibilidades de tarifas y sistemas de facturación.

Durante muchos años, una de las principales estrategias utilizadas se basaba en la subvención de determinados teléfonos móviles a cambio de que el usuario permaneciera durante un periodo de tiempo en dicho operador a través del contrato seleccionado. Actualmente permiten financiar la compra de terminales móviles y basan sus estrategias de captación y expansión en el mercado combinando la compra de servicios entre distintos medios, es decir, ofertas donde se incluyan servicios de llamadas y datos de Internet, llamadas y televisión, televisión y datos de Internet, etc.

Además, dicho vínculo se realiza de forma conjunta con el registro de los usuarios a través de las tarjetas SIM (acrónimo de *Subscriber Identity Module* o módulo de identificador de abonado). Se trata de una tarjeta inteligente desmontable con un chip que permite poder usar un terminal móvil. Está protegida por un código llamado PIN (*Personal Identification Number* o Número de Identificación Personal) que permite desbloquear el dispositivo.

Imagen 1. Tipología de tarjeta SIM



Fuente: Google

Actualmente, las tarjetas SIM tienen un triple troquel, es decir, puede tener cuatro tipos de tamaño diferente en función del tipo de dispositivo móvil que se vaya a utilizar: SIM, Mini SIM, Micro SIM y Nano SIM. Esto les colocan en una posición privilegiada en la relación con los usuarios, ya que pueden pasar de una a otra a través de adaptadores.

- **La tarjeta SIM**, también llamada 1FF, se empezó a utilizar cuando se estandarizó el sistema GSM, y se caracterizaba por poseer un chip cuya función principal era la de almacenar de forma segura la información del usuario del dispositivo móvil para poder identificarse en la red, es decir, almacenaba datos para poder hacer llamadas, enviar SMS, y otros servicios. Sin ella, el dispositivo móvil no funcionaba.

- **La tarjeta Mini Sim (2FF)** contiene un chip del mismo tamaño y grosor que la anterior; en lo único que se diferencia es en el tamaño del plástico que la rodea.
- **La tarjeta Micro Sim (3FF)**, es muy parecida a la anterior, pero con un tamaño inferior. Este tipo de tarjetas se caracterizan por poseer una mayor capacidad de almacenamiento.
- **La tarjeta Nano Sim (4FF)** aparece junto con el iPhone 5, y es un 30% más pequeña que la anterior.

Podemos ver las principales características de las tarjetas SIM y sus evoluciones en la siguiente tabla.

**Tabla 16. Características tarjetas SIM**

Tarjeta	Protocolo	Largo (mm)	Ancho (mm)	Grosor (mm)	Capacidad
SIM Estándar/ Tamaño completo	ISO/IEC 7810:2003, ID-1	85,6	53,98	0,76	2KB – 128KB
Mini SIM	ISO/IEC 7810:2003, ID-000	25	15	0,76	2KB-16 ó 32KB
Micro SIM	ETSI TS 102 221 V9.0.0	15	12	0,76	32KB – 128KB
Nano SIM	ETSI TS 102 221 V11.0.0	12,3	8,8	0,67	128KB

Fuente: elaboración propia a partir de Rankia

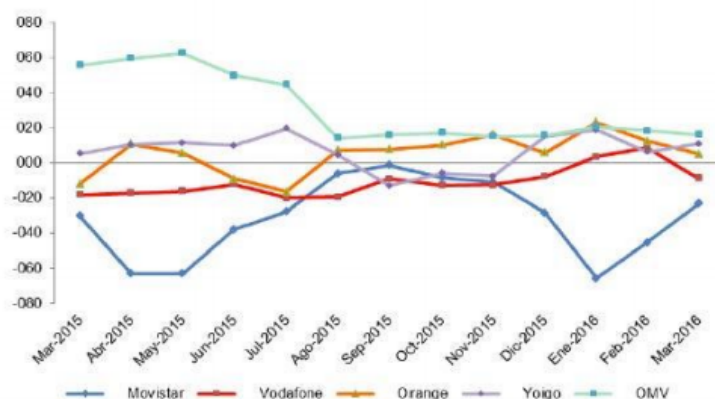
Los usuarios, en este contexto, pueden cambiar de un operador a otro con facilidad a través del sistema de portabilidad, que es un proceso por el cual un usuario puede cambiarse entre dos operadores diferentes sin tener que cambiar de número de teléfono. Todos los operadores

pertenecen a un nodo central de portabilidad, lo que facilita el cambio de uno a otro por parte del usuario. Si el usuario tiene en vigor un contrato de permanencia y desea realizar la portabilidad a otro operador, deberá pagar una penalización según lo establecido en artículo 48.4.e).1ª de la Ley 32/2003.

Aunque 2015 fue un año donde la portabilidad móvil creció, según los datos del Centro Nacional de los Mercados y la Competencia, en marzo de 2016 cambiaron de operador casi 450 mil números móviles, lo que supone en torno al 10% menos que en el mismo mes de 2015.

En el gráfico 10, se puede apreciar la evolución del saldo neto de la portabilidad por operadores entre marzo de 2015 y el mismo mes de 2016. Así pues, se puede apreciar que el periodo de tiempo comprendido entre los meses de agosto y noviembre son los más equilibrados, ya que no se producen tantas portabilidades. Movistar es el gran perjudicado en favor de los operadores móviles virtuales, ya que es el operador que más clientes pierde.

**Gráfico 10. Evolución del saldo neto de portabilidad por operador (en miles)**



Fuente: CNMC

Desde finales de 2015, los principales operadores de telefonía, junto con los fabricantes de terminales móviles están desarrollando y evolucionando una nueva mejora con respecto a las tarjetas SIM descritas anteriormente. Esta nueva tarjeta se llama **eSIM** y su principal característica es que es virtual. En este sentido, Samsung y Orange han sido los primeros en introducir este nuevo formato en España a través del Samsung Gear S2 3G Classic.

La principal ventaja, según describió la compañía Orange en la nota de prensa enviada a los medios, es que permite compartir un mismo número entre dispositivos móviles e, incluso, tener distintos números de diferentes operadoras y utilizarlos desde un mismo dispositivo.

- b. Agregadores de contenidos y servicios: estos actores ya fueron importantes en los inicios de la web 2.0 con su función de mediación entre los contenidos y los usuarios.

Ante la gran cantidad de información existente y el limitado tiempo que tienen los usuarios para prestar una atención eficiente, los agregadores móviles permiten poder acceder a la información deseada en cualquier momento, ya que los usuarios filtraran los contenidos que realmente le interesen.

Existen dos modelos diferenciados de agregadores en cuanto al servicio ofrecido:

- Aquellos que ofrecen contenidos que ya poseen
- Los que ofrecen enlaces a información

Además, también se pueden clasificar en función del precio, donde podremos encontrar:

- agregadores gratuitos: no suponen ningún coste económico para el usuario
- agregadores de pago: si el usuario quiere instalarse este tipo de agregadores deberá pagar la tarifa establecida por el desarrollador
- agregadores *freemium* (es una contracción en inglés de las palabras “free” y “premium”): determina un modelo de negocio en que se ofrecen una serie de características básicas de forma gratuita y, además, se ofrece la posibilidad de optar a características más avanzadas de pago. De esta forma, el usuario podrá probar el agregador y, si quiere poseer opciones más avanzadas, pagará la tarifa establecida por el desarrollador.

### **3. Uso, consumo e interacción**

Esta formado por los proveedores de dispositivos y los sistemas operativos.

1. Proveedores de dispositivos: la relación que los usuarios mantienen con sus dispositivos móviles tiene un carácter muy personal. “(...) el propio aparato, así como sus atributos tecnológicos, tiene un significado para el usuario. Esto es parte del proceso de expresión individual y de la construcción de la identidad.” (Castells, Fernández-Ardévol, Linchuan y Sey, 2007: 389).

En la actualidad, los *smartphones*, también llamados teléfonos inteligentes, se han transformado en líderes en el mercado frente a otros dispositivos móviles ya que, tal y como se indica en el informe de IDC *Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker*, “en el tercer trimestre de 2015 se vendieron 355,2 millones de unidades, un 6,8% más que en el mismo



período de 2014” (IDC, 2015); lo que le sitúa a una gran distancia frente al resto de dispositivos.

A lo largo de las diferentes generaciones de dispositivos móviles, los terminales han ido evolucionado. De igual modo, los proveedores de terminales también han tenido que evolucionar para no perder su nicho de mercado.

En este sentido, los fabricantes de dispositivos móviles han tenido que realizar un doble ejercicio de posicionamiento, es decir, han tenido que llevar a cabo estrategias de posicionamiento enfocadas al consumidor y a los operadores, teniendo que llegar a acuerdos comerciales con estos últimos para que los puedan ofrecer a sus clientes.

A continuación, se muestran en la tabla 17 las principales marcas de proveedores de dispositivos móviles.

**Tabla 17. Marcas dispositivos móviles**

Acer	Alcatel	Apple
Asus	BlackBerry	Bq
Elephone	Energy Sistem	HTC
Huawei	Leagoo	Lenovo
LG	Meizu	Microsoft
Motorola	Mpie	MyWigo
Nokia	Samsung	Sony
Wiko	Woxter	Xiaomi
Zopo	ZTE	

Fuente: elaboración propia a partir de datos del CNMC

b. Sistemas operativos: “(...) delimitan el terreno por el que puede transcurrir la experiencia de usuario” (Castellet y Feijóo, 2013).

### **b.1 ¿Qué es un sistema operativo?**

Un programa que tiene encargadas toda una serie de funciones para simplificar el manejo y la utilización de los dispositivos (ordenador, *tablet*, móvil, etc.) de forma segura y eficiente. Las funciones clásicas de todo sistema operativo se pueden aglutinar en tres categorías:

1. Gestión de los recursos del dispositivo
2. Desempeño de los servicios para los programas que se están ejecutando
3. Cumplimiento de las peticiones de los usuarios. Se considera usuario una persona autorizada a utilizar un sistema informático, el cual se autentifica mediante su nombre de cuenta y su contraseña. Los sistemas operativos no asocian el concepto de usuario con el de persona física, sino con un nombre de cuenta.

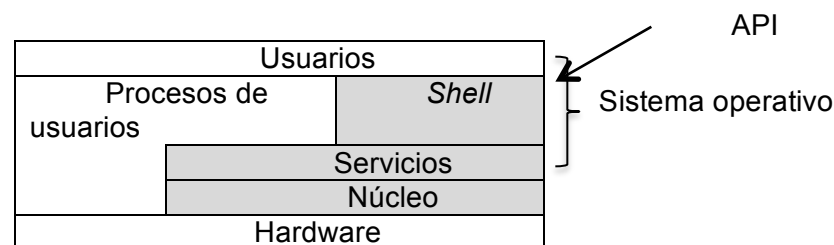
El objetivo principal de cualquier dispositivo es el de ejecutar programas y, por tanto, el objetivo de todo sistema operativo será facilitar la ejecución de dichos programas. Dicha ejecución dará lugar al concepto de proceso, que podemos definir como un programa en ejecución (Carretero, García, De Miguel y Pérez, 2007: 35).

De forma conceptual, todo sistema operativo está formado por tres capas:

1. **Kernel o núcleo**, que es la capa más próxima al hardware (conjunto de elementos físicos o materiales que conforman un sistema informático), y que suministra la funcionalidad básica de cualquier sistema operativo.

2. **Servicios o de llamadas al sistema**, que ofrece a los procesos unos servicios a través de una interfaz de programación o API (*Application Programming Interface*).
3. **Intérprete de mandatos o *Shell***, que suministra una interfaz a través de la cual los usuarios puede dialogar de forma interactiva con el dispositivo. El Shell recibe las órdenes de los usuarios, las interpreta y, si puede, las ejecuta.

Imagen 2. Niveles del sistema operativo



Fuente: Carretero, García, De Miguel y Pérez, 2007

## b.2 El sistema operativo como gestor de recursos

Carretero, García, De Miguel y Pérez (2007) definen recurso como todo medio o bien que sirve para conseguir lo que se pretende. En cualquier dispositivo, la memoria y el procesador son recursos físicos y un temporizador o un puerto de comunicaciones son ejemplos de recursos lógicos. Los recursos son limitados y reutilizados una vez que el proceso que los disfruta ya no los necesita.

En un dispositivo actual suelen coexistir varios procesos ejecutándose de forma simultánea. Estos procesos compiten por los recursos, siendo el sistema operativo el encargado de arbitrar su asignación y uso. El sistema operativo debe asegurar que no se produzcan violaciones de seguridad, evitando que los procesos accedan a

recursos a los que no tienen derecho. Además, ha de suministrar información sobre el uso que se hace de los recursos.

Para asignar los recursos a los procesos, el sistema operativo ha de mantener una estructuras que le permiten saber qué recursos están libres y cuáles están asignados a otros procesos; ya que la asignación de dichos recursos se realiza según la disponibilidad de los mismos y la prioridad de los procesos, debiéndose resolver los conflictos causados por la peticiones coincidentes. Las políticas de gestión de recursos determinarán los criterios seguidos para la asignación de recursos.

La recuperación de los éstos, una vez los procesos ya no los necesitan, se puede realizar de dos formas:

1. El proceso que tiene asignado el recurso le comunica al sistema operativo que ya no lo necesita
2. El proceso haya terminado

### **b.3 El sistema operativo como máquina extendida**

El sistema operativo ofrece a los programas un conjunto de servicios, o llamadas al sistema, proporcionándoles una visión de máquina extendida. El modelo de programación que ofrece el hardware se completa con los servicios de software, que permiten ejecutar de forma cómoda y protegida ciertas operaciones complejas.

Las funciones de máquina extendida se pueden agrupar en:

1. Ejecución de programas: bajo la petición de un usuario, el sistema operativo leerá un ejecutable, para lo cual deberá conocer su estructura, lo cargará en memoria y lo pondrá en ejecución.
2. Órdenes de E/S: los servicios de E/S ofrecen una gran comodidad y protección al proveer a los programas de operaciones de lectura, escritura y modificación del estado de los periféricos.

3. Operaciones sobre ficheros, permitiendo la creación, borrado, renombrado, apertura, escritura y lectura de dichos ficheros.
4. Detección y tratamiento de errores. Además de analizar detalladamente todas las órdenes que recibe, para comprobar que se pueden realizar, el sistema operativo se encarga de tratar todas las condiciones de error que detecte el hardware.

#### **b.4 El sistema operativo como interfaz de usuario**

El módulo del sistema operativo que permite que los usuarios dialoguen de forma interactiva con él es el intérprete de mandatos *hell*, que se va a comportar como un bucle infinito que está repitiendo constantemente la misma secuencia:

1. Espera una orden del usuario
2. Analiza la orden y, en caso de ser correcta, la ejecuta, para lo cual emplea los servicios del sistema operativo
3. Concluida la orden, muestra un aviso o *prompt* y vuelve a la espera.

#### **b.5 Tipos de sistemas operativos**

Para cubrir las necesidades de los diferentes dispositivos existe una gran diversidad de sistemas operativos y versiones de los mismos. Dependiendo de sus características pueden ser:

- Monotarea o monoproceso y multitarea o multiproceso: según el número de procesos simultáneos que permita ejecutar
- Interactivos o por lotes: según la forma de interacción con el usuario

- Monousuario o personal y multiusuario o de tiempo compartido: según el número de usuarios compartido
- Monoprocesador y multiprocesador: según el número de procesadores que pueda atender
- Cliente, servidor, empotrado, de comunicación o de tiempo real: según el uso
- Fijos o móviles: según la movilidad

A continuación se muestra un resumen de los sistemas operativos vigentes hasta diciembre de 2015.

- **Android:** Es el líder del mercado. Es de código abierto, es decir, se puede modificar. Ofrece la posibilidad al usuario de poder personalizar las diferentes pantallas con los *widgets* o aplicaciones que mejor definan sus necesidades. Introduce una extensión de su ecosistema hacia los *wearables* (tecnologías que se llevan puestas) y el Internet de las Cosas <sup>5</sup> (red de objetos cotidianos interconectados).
- **BlackBerry OS:** Sistema cerrado, aunque con algunos rasgos de compatibilidad con Android. Ofrece la posibilidad de multitareas, y está orientado hacia un uso profesional.
- **Firefox OS:** Sistema operativo de código abierto. La principal diferencia con respecto al resto, es que las Apps de servidor son

---

<sup>5</sup> También conocido como Internet de los objetos, “en un sentido más técnico, consiste en la integración de sensores y dispositivos en objetos cotidianos que quedan conectados a Internet a través de redes fijas e inalámbricas” (Fundación Bankinter, 2011: 6).

El Internet de las cosas (IoC o IoT en inglés – *Internet of Things*), ha podido empezar a desarrollarse gracias a tres factores: la evolución en la tecnología móvil, la miniaturización de los componentes electrónicos de los ordenadores y la proliferación de aplicaciones adaptadas. No obstante, tal y como se reconoce desde IAB (2015), España todavía va retrasada frente a otros países de la Unión Europea.

vía web, es decir son páginas webs con la apariencia de una aplicación y no es posible acceder a ella sin conexión a Internet.

- **iOS:** Sistema operativo cerrado, es decir, no se puede modificar. Solamente se incluyen en los dispositivos propios de Apple, ya que no cede su sistema a terceros. Al igual que en el sistema operativo Android, hay una extensión de iOS hacia los *wearables* y el Internet de las Cosas.
- **Tizen:** Auspiciado por Samsung, surgió como un sistema operativo de código abierto. Su versión 2.0 trabaja con un sistema de licencias no abiertas.
- **Ubuntu:** Plataforma de código abierto que utiliza las mismas tecnologías que la versión de escritorio, por lo que ambas comparten *Apps* sin problemas de compatibilidad. En este sentido comparte muchas similitudes con Windows Phone.
- **Windows Phone:** Diseñado para tener una interfaz parecida a la versión de escritorio de Windows. También ofrece la posibilidad al usuario de poder personalizar las diferentes la pantalla con las notificaciones de las *Apps* que mejor satisfagan sus necesidades.

A nivel mundial, tal y como se podía observar en el capítulo introductorio, la tendencia de los últimos cuatro años está marcada por el crecimiento del sistema operativo Android, que es el gran dominador del mercado; y el duopolio que conforma junto con el sistema operativo de Apple (iOS).

Las fabricantes de los dispositivos móviles, a través de sus relaciones con los diferentes sistemas operativos, generan cierta obsolescencia programada. Es decir, son ellos los que determinan qué dispositivos reciben determinadas actualizaciones y cuándo las van a recibir y poder instalar.

Una vez está disponible una nueva versión del sistema operativo, si no lo pueden instalar, los usuarios se ven privados de las nuevas características e, incluso, algunas de las aplicaciones móviles tampoco se pueden actualizar o dejan de funcionar. Es por ello que los desarrolladores de contenido informan sobre la compatibilidad de las aplicaciones móviles con las diferentes versiones de los sistemas operativos.

#### **4. Actores no productivos**

En este grupo entrarían los reguladores, las agencias de publicidad y el usuario final.

a. Los reguladores. Están formados por todos los marcos legales aplicables. “(...) lo primero que hay que señalar es que estas leyes no se formularon pensando en el dispositivo móvil tal y como ha evolucionado tecnológicamente en ese proceso de convergencia de plataformas (internet, telefonía, mensajería, fotografía y video, etc...), por lo que su aplicación, en muchos casos, resulta difícil” (De Salas, 2013: 8)

Se tendrá que tener en cuenta dentro de la normativa legal, los siguientes aspectos:

- Ley de competencia desleal y ley general de publicidad (ley 29/2009 de 30 de diciembre)
- La ley de consumidores y usuarios. En particular: la integración contractual de la publicidad
- El código Penal
- La legislación de comercio
- La Ley de Protección del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen



- La ley de propiedad intelectual
- La ley de Marcas
- La legislación sectorial sobre diferentes servicios o productos (por ejemplo, alimentación, limpieza, automoción).

En relación a la regulación de las comunicaciones por vía electrónica, hay que tener presente también:

- Ley 34/2002 de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI). Especial atención al artículo 22.2 donde se hace referencia al almacenamiento y recuperación de datos en los equipos de los usuarios.
- Ley 32/2003 General de Telecomunicaciones
- Ley 59/2003 de firma electrónica
- Ley 25/2007 de conservación de datos relativos a las comunicaciones electrónicas y a las redes públicas de telecomunicaciones
- Ley 56/2007 de medidas de impulso a la Sociedad de la Información
- Ley General de Telecomunicaciones (2014)

Además, desde YeePLY (2014) se destaca que en función del tipo de producto y del usuario al que va a ir dirigido, los puntos clave en referencia a los reguladores son: el uso de las aplicaciones por parte de los usuarios que son menores de edad, las licencias y las condiciones de uso, y la información y los permisos que la aplicación requiera.

**a) Menores de edad.** Hay que tener especial cuidado con las aplicaciones que tienen como público objetivo a usuarios que son menores de 14 años, como por ejemplo las aplicaciones clasificadas como juegos, en familia, o las que son educativas.

Cuando se va a desarrollar este tipo de aplicaciones es necesario tener en cuenta la legislación sobre consumidores y usuarios, especialmente en la protección de datos.

**b) Licencias y condiciones de uso.** Es importante incluir un apartado sobre las licencias de la aplicación y cuáles son las condiciones de uso asociadas para que el usuario las acepte antes de interactuar con la aplicación.

**c) Permisos.** Una vez el desarrollador conoce cuáles son las necesidades de información que la aplicación va a requerir a los usuarios, es muy importante solicitar los permisos necesarios al usuario de forma clara y sencilla. Se debe ofrecer al usuario la posibilidad de revocar los permisos concedidos.

En este sentido, es necesario estudiar cómo se va a requerir el consentimiento de los usuarios, y es que “el reducido tamaño de la pantalla hace que sea poco realista incluir una primera capa de información que dé cuenta de lo esencial. Por poco que se escriba se llenará toda la superficie disponible del móvil con texto” (MMA, 2013: 26).

Por su parte, desde Emprendedores (2015) se indica que el bufete de abogados Ad&Law ha elaborado un listado de requisitos legales sobre los que se debe informar en relación a las aplicaciones móviles:

- Permisos, licencia y condiciones de uso
- Derechos propios y de terceros
- Menores
- Funcionalidades lícitas
- Privacidad y geolocalización
- Información y *cookies*
- *Markets*
- Uso de publicidad

Según la Guía de privacidad en el móvil realizada por la MMA (2013), los usuarios son cada vez más conscientes y manifiestan una mayor preocupación en torno a su privacidad. En este sentido, “ciudadanos, políticos y organizaciones de consumidores, entre otros, han puesto de manifiesto la necesidad de que se garantice la efectiva tutela de la privacidad” (AGPD, 2013: 2).

En esta misma línea, se ha llevado a cabo una revisión en torno al uso de las *cookies*, “(...) esos pequeños archivos de texto que permanecen en el disco duro de los ordenadores y en los dispositivos móviles mientras se realiza una navegación por Internet almacenando información del usuario” (De Salas, 2013: 12).

En el artículo 22 de la LSSI, apartado 2 se indica que:

“Los prestadores de servicios podrán utilizar dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en equipos terminales de los destinatarios, a condición de que los mismos hayan dado su consentimiento después de que se les haya facilitado información clara y completa sobre su utilización, en particular, sobre los fines del tratamiento de los datos, con arreglo a lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal” (IAB, 2013: 4).

Desde la MMA (2013) se proponen distintas fórmulas para informar al usuario y obtener su consentimiento en torno al almacenamiento de datos:

- Cuando se trata de una aplicación móvil:
  - a. **Antes de descargarse la aplicación**, incluyendo un enlace a la política de privacidad para que los usuarios puedan consultarla. Esta opción es utilizada por los *stores*, que incluyen un enlace al final de la ficha de producto.
  - b. **Al abrir la aplicación por primera vez**, mostrar un *pop-up*<sup>6</sup> con la información sobre el uso de las *cookies*, incluyendo la posibilidad de que los usuarios puedan excluir el uso de las *cookies*.
  
- Cuando el usuario está consultando una página web desde el móvil:
  - a. **Utilizar un pop-up al abrir la página web por primera vez.**
  - b. **Incluir un aviso en la zona superior o inferior sobre el uso de las *cookies*.** Tal y como se comentaba antes, el principal problema de esta fórmula es el tamaño de los dispositivos.
  - c. **Incluir un *widget***<sup>7</sup>, para que el usuario pueda estar informado e indicar su consentimiento o rechazo hacia las mismas.

Tal y como se puede apreciar en la imagen 7, el texto redactado para el aviso de la utilización de *cookies* ocupa un tercio de la pantalla disponible, poniendo de manifiesto la problemática indicada anteriormente.

---

<sup>6</sup> IAB, en el glosario publicado en su página web define el *pop-up* como un formato publicitario que aparece como una ventana emergente encima de la ventana abierta en el navegador de Internet.

<sup>7</sup> Se puede definir como “pequeñas ventanas que encierran pequeñas aplicaciones interactivas (normalmente escritas en *javascript*) que permiten consultar información y utilizar herramientas y servicios” (Castañeda y Adell, 2013: 79).

**Imagen 3. Ejemplo de advertencia sobre el uso de cookies**

Fuente: IAB (2013)

b. Agencias de publicidad y usuario. Orientados hacia la generación y consumo de campañas. Sobre las posibilidades publicitarias y las características del usuario *mobile* hablaremos en el siguiente capítulo.

## Capítulo 4. Marketing móvil

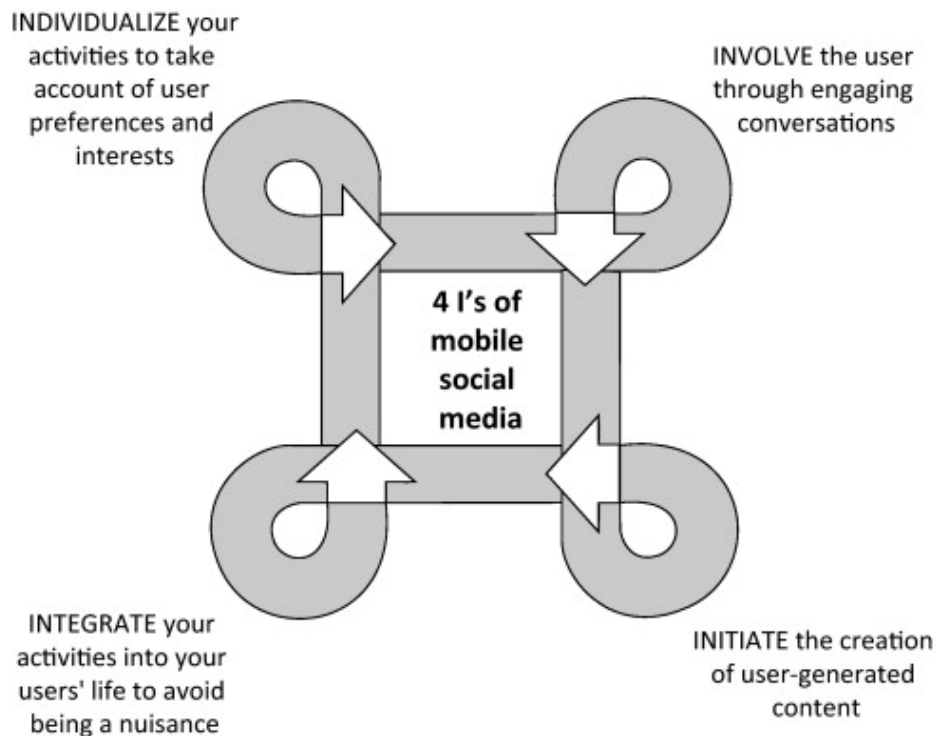
“La técnica de comunicación y promoción denominada Marketing móvil se desarrolla a partir del inicio del siglo XXI para adaptar las necesidades de los anunciantes a unos soportes de telefonía móvil con características físicas y tecnológicas muy determinantes” (De Salas, 2013: 3).

Por su parte, la Asociación del Marketing Móvil (MMA) delimita el Marketing Móvil como “el conjunto de acciones que permite a las empresas comunicarse y relacionarse con su audiencia de una forma relevante e interactiva a través de cualquier dispositivo móvil” (MMA, 2013: 6).

Andreas Kaplan (2012) lo define como “cualquier actividad de marketing llevada a cabo a través de una red ubicua a la que los consumidores están constantemente conectados mediante un dispositivo móvil personal”. Además, propone las 4 “I” de la *mobile social media*: *Individualize, Involve, Integrate, Initiate*.

- Individualizar las acciones de marketing considerando aquello que le interesa al usuario.
- Involucrar al usuario generando conversaciones que le generen curiosidad.
- Integrar las actividades de marketing en el día a día de los usuarios para no ser una molestia.
- Iniciar la creación de contenidos generados por los propios usuarios.

Imagen 4. Las 4 “I” propuestas por Kaplan



Fuente: Kaplan (2013)

A partir de lo expuesto, se puede concluir que el marketing móvil (también llamado *mobile marketing*) consiste en el uso de las plataformas móviles para desarrollar acciones interactivas; ya que "(...) permite interactuar con el consumidor final de una forma rápida, eficaz y medible, ideal para cualquier tipo de acción de marketing *one to one*" (IAB, 2012: 5).

## 4.1 Antecedentes del Marketing móvil

A partir de las características propias del marketing móvil, se puede apreciar como éste comparte y se nutre de las singularidades del marketing directo y, por tanto, de la filosofía del marketing relacional<sup>8</sup>. Marc y Picard (1992) destacan que los principios por los que se rige este último son:

- **Principio de pertenencia:** permite a los individuos reconocerse como interlocutores potenciales.
- **Principio de contra-actualización:** marca el tránsito de una situación potencialmente comunicativa a una comunicación real y efectiva.
- **Principio de reciprocidad:** en el que cada cual reconoce al otro como interlocutor válido.
- **Principio de influencia:** por el que ambas partes buscan obtener un beneficio.

Para Kotler y Armstrong, el marketing directo "consiste en las conexiones directas con consumidores individuales seleccionados cuidadosamente, a fin de obtener una respuesta inmediata y de cultivar relaciones duraderas con los clientes" (2003: 533).

Además, estos autores destacan que la realización de una acción de marketing directo que se pueda considerar como eficaz se inicia con una base de datos que permita identificar grupos pequeños de clientes para poder ajustar la comunicación a sus necesidades específicas.

Drayton Bird (1991) comenta en este sentido que el nacimiento como una nueva forma de comunicar una marca a partir de la generación y mantenimiento

---

<sup>8</sup> El marketing relacional se puede definir como "(...) el proceso social y directivo de establecer y cultivar relaciones con los clientes, creando vínculos con beneficios para cada una de las partes, incluyendo a vendedores, prescriptores, distribuidores, y cada uno de los interlocutores fundamentales para el mantenimiento y explotación de la relación" (Alet, 1994: 17).



de bases de datos, con la especificidad de buscar la interactividad con el consumidor para alcanzar una respuesta directa, se debió principalmente a dos variables:

- a) el auge del individualismo
- b) el descenso del coste de la manipulación de datos<sup>9</sup>

En la misma línea, Priede y Martín (2007) identifican las características del marketing directo:

- **Es personalizable**, ya que facilita la creación de mensajes individualizados, permitiendo una toma de contacto más inmediata con el público objetivo.
- **Es interactivo**, permitiendo generar una respuesta más rápida.
- **Rápido de implantar y de adaptar** a cada contexto.
- **Es medible**, obteniendo resultados cuantitativos de forma directa e inmediata, y permitiendo llevar a cabo una evaluación de la rentabilidad de cada acción realizada.
- **Permite generar acciones de retención y fidelización de los cliente.**

Además, estos autores comentan que “estas características son las que han hecho del marketing directo una realidad. Con la llegada de Internet y del teléfono móvil, se ha iniciado una verdadera revolución” (Priede y Martín, 2007: 18).

---

<sup>9</sup> Enrique Dans (2001) habla sobre la tendencia de consolidar las bases de datos corporativas en una única base de datos, centralizada, llamada *data mart* o *data warehouse*. En ella estará toda la información sobre los clientes, evitando que ésta esté dispersa en diferentes departamentos y aplicaciones y, sobre todo, abaratando los costes.

Por su parte, Chantal y Patrick Ochs (1992) consideran que el marketing directo se basa en tomar en cuenta la importancia de la interactividad de entre todas las variables que lo definen para obtener resultados y conclusiones tangibles, concretas, realistas, y movilizando al público que se busca movilizar.

En este contexto, el concepto de interacción cobra fuerza en la conexión con los públicos objetivos a los que dirigir las acciones de marketing directo. “La interacción construye espacios sociales donde la marca se asocia a las experiencias de la vida cotidiana y donde el cambio y la hibridación de los formatos convierten la comunicación publicitaria en un proceso que cuestiona siempre su propio retorno al anunciante” (Benavides, Villagra, Alameda y Fernández, 2010: 172).

“El desarrollo explosivo de Internet ha acentuado el énfasis en la interactividad hasta el punto de que el adjetivo “interactivo” se ha unido al de “directo”, que en realidad ya contenía ese componente desde sus orígenes” (Alet, 2007: 27).

Este autor define el marketing directo como:

“un sistema interactivo de comunicación que utiliza uno o más medios, dirigido a crear y explotar una relación directa entre una empresa y su público objetivo, ya sean clientes, clientes potenciales, canales de distribución u otras personas de interés, tratándoles como individuos y generando tanto respuestas medibles como transaccionales en cualquier punto” (Alet, 2007: 29-39).

Además, considera que las principales características del marketing directo son:

- a. **Público objetivo preciso:** solamente nos dirigimos a aquellas personas que nos interesa a través de una base de datos interna o externa (alquilada o comprada).

- b. Crea clientes al mismo tiempo que consigue ventas:** se establece una comunicación que permite conocer mejor sus necesidades y deseos.
- c. Medición clara y directa de los resultados:** existe un control de las variables que asegura el análisis diferencial de los resultados y la clarificación de su origen.

Permite valorar la eficacia comercial y saber cuál es la mejor oferta, el mejor producto, el mejor medio o soporte publicitario, el mejor grupo de personas o el mejor sistema de distribución. **En el caso de Internet se puede incluso tener medición en tiempo real.**

- d. Creación y mantenimiento de una base de datos:** es el corazón del negocio. En ella se lleva a cabo la segmentación e identificación de los perfiles definidos como estratégicos y las previsiones de ventas. Además, a partir de ella se puede comprobar el resultado de las acciones desarrolladas.
- e. Control de la estrategia comercial:** el marketing directo facilita tanto un canal controlado de comunicación como un canal controlado de distribución.
- f. Tácticas o estrategias invisibles:** los test y distintos planes pasan desapercibidos por los competidores al utilizar medios individualizados.

Todas estas características, tal y como comenta Buenfil, son aplicables al marketing móvil.

“las actividades de marketing a través de dispositivos móviles tienen un amplio potencial para la personalización debido a que sus herramientas de transmisión usualmente cuentan con una identidad asignada al usuario. De esta forma, es posible utilizar la retroalimentación para personalizar mensajes y ofertas, así como para recolectar información sobre preferencias y ofrecer nuevos productos y servicios. Gracias a lo anterior, es posible llegar a los usuarios de forma individual para mejorar la relación con ellos, pues son más receptivos a la publicidad personalizada y relevante para su estilo de vida” (Buenfil, 2009: 21).

Por su parte, Best (en Araceli, 2011: 15) sugiere cuatro pasos para conseguir el éxito cuando se quiere aplicar un programa de gestión de relaciones individualizadas con los clientes:

- Calificar a los clientes potenciales en base a sus expectativas de valor y el valor para la compañía.
- Comprender las necesidades individuales de cada cliente, sus preferencias y comportamientos de compra.
- Construir soluciones individualizadas para cada cliente, de acuerdo con sus necesidades individuales, y establecer puntos de contacto para desarrollar estas relaciones.
- Realizar un seguimiento de las experiencias de los clientes en todos los aspectos de valor, para asegurar la consecución de altos niveles de satisfacción y lealtad.

Por último, Cuesta y Alonso (2010) indican que la personalización y el control son los dos puntos fuertes del nuevo marketing directo digital, que

permiten llevar los conceptos de *one-to-one* y CRM<sup>10</sup> a un nuevo nivel. En este contexto, surge el e-CRM o CRM electrónico, que nace de la suma del CRM tradicional y el VRM (*Visitor Relationship Management*)<sup>11</sup>.

## 4.2 La comunicación móvil

El móvil se ha convertido en un plazo de tiempo relativamente corto en el medio con mayor cobertura y penetración del mercado. En concreto, los *smartphones*, según datos de IAB (2015), han alcanzado una penetración cercana al 95% en España.

A principios de 2015, España ya contaba con casi 30 millones de usuarios que consumían Internet a través de sus dispositivos móviles. Además, dicho consumo se situaba en cifras cercanas a las tres horas de media, superando su tiempo al del resto de medios. Scolari (2008), para explicar el fenómeno de la comunicación móvil, destaca que tiene una serie de propiedades que lo hacen indispensable para los usuarios:

- Ubicuidad y portabilidad (comunicación *anyone - anywhere - anytime*)

---

<sup>10</sup> Starkey and Woodcock (2002) definen el CRM (Customer Relationships Management) como un tipo de filosofía empresarial, “CRM is an IT enhanced value process, wich identities, develops, integrates and focuses the various competencies of the firm to the “voice” of the customers in order to deliver long-term superior customer value, at a profit, to well identified existing and potential customer segments” (2002: 268).

También se puede definir como “la integración de tecnologías y los procesos de negocios para satisfacer las necesidades de los clientes durante cualquier interacción con los mismos” (Bose, 2002: 89).

En este sentido, Ros (2006) destaca que el uso del CRM permite obtener datos sobre los diferentes perfiles de los usuarios, sus preferencias y sus hábitos de compra.

<sup>11</sup> Cuesta y Alonso comentan al respecto que “(...) solo con la visita, estamos obteniendo un retorno en forma de valiosa información, por cuanto agregar los comportamientos anónimos de navegación nos permitirá enriquecer nuestras bases de datos y rediseñar nuestra oferta” (Cuesta y Alonso, 2010: 133).

- Convergencia de funciones, medios y lenguajes (*metamedium*)
- Integración de modelos comunicativos (*broadcasting, unicasting, multicasting*)
- Contenidos y servicios diseñados en función de la localización de los usuarios
- Bidireccionalidad (consumo y producción de contenidos)

Según los datos ofrecidos por Fundación telefónica (2015) se indica que, aunque los usuarios más activos siguen siendo los comprendidos entre los 18 y los 35 años, en la franja de edad de entre los 55 y los 64 años ha aumentado significativamente el uso de Internet a través de dispositivos móviles. En este sentido, “el dispositivo que más utilizan es el teléfono móvil (81%) y la mayoría lo usa por comodidad (62%) y por hábito (32%)” (González, Fanjul y Cabezuelo, 2015: 25).

En este contexto se han desarrollado estrategias de marketing móvil que permiten a las marcas acercarse a los usuarios a través de canales complementarios a los tradicionales. El reto que tienen las marcas, por tanto, consiste en:

- generar contenidos que se puedan adaptar a las especificidades propias de los dispositivos móviles
- crear contactos efectivos con los usuarios a través de herramientas fáciles de usar y que tengan una utilidad real para ellos
- ofrecer soluciones que estén optimizadas para estos dispositivos
- captar la atención del usuario
- personalizar los mensajes en un medio privado, donde usuario y dispositivo comparten muchos momentos al día
- fidelizar al usuario en un entorno único de relación personal

En este sentido, Ramírez (2013) y De Luca (2014) comentan que las marcas pueden optar por cuatro tipos de presencia móvil:

**1. Web móvil.** Se crea un diseño específico para los dispositivos móviles, adaptándose para que puedan ser visualizadas en los dispositivos móviles. De esta forma, la marca tiene dos webs diferentes y cada una de ellas tiene su propia URL (*Uniform Resource Locator*).

Para el desarrollo de este tipo de producto, normalmente se utilizan estándares como XHTML, WML, XHTML-MP o HTML. La web móvil está pensada para poder visualizarse en todo tipo de dispositivos móviles, por lo que no suele utilizar objetos dinámicos como JavaScript.

Entre las principales ventajas que posee el desarrollo de la web móvil se puede encontrar según Ramírez (2013):

- Implementación, testeo y actualización fácil de realizar, ya que necesita poco recursos.
- Uso de lenguajes de programación estándar.
- Dan soporte a una gran variedad de dispositivos a través de un único código fuente.

A su vez, también presenta una serie de inconvenientes:

- La experiencia de usuario puede presentar problemas en función del navegador que se utilice.
- Presenta limitaciones en el diseño.
- La imagen que ofrece al usuario es que la marca está anticuada.

**2. Responsive Web Design (RWD).** La marca apuesta por tener una única página web con una única URL, pero en este caso el diseño se adapta mediante el uso de estilos en cascada (CSS<sup>12</sup>) a los diferentes dispositivos móviles (tamaños y orientaciones de pantalla).

Con este tipo de presencia, la marca no necesita programar para la identificación del tipo de dispositivo móvil, sino ajustar los parámetros del CSS de forma adecuada. De esta forma, si se redimensiona el tamaño del navegador y la ventana del mismo es más grande o más pequeña, el contenido se adaptará comportándose de forma flexible.

El RWD “no sólo involucra aspectos relativos al diseño, sino que también apunta a que la UX<sup>13</sup> pueda ser igualmente satisfactoria indistintamente del dispositivo del que se acceda a la página web” (Marcotte, 2010; en González y Marcos, 2013: 2).

Las principales ventajas que ofrece el *responsive design* son:

- El sitio web tiene una carga más veloz en los dispositivos móviles
- Facilita la lectura, con el tamaño de letra adecuado para una lectura cómoda.
- Presenta una mejor experiencia en la navegación móvil, más adaptada para el uso táctil del dispositivo.

---

<sup>12</sup> Es un lenguaje basado en hojas de estilo que se crea para manejar el aspecto de las páginas electrónicas desarrolladas en HTML. “(...) CSS se incorpora a los estándares que nuclea el W3C desde mediados de los noventa. Sus características apuntan principalmente a trabajo con texto, fuentes, colores, dimensiones y alineación. También permite trabajar con imágenes y las opciones básicas de las cajas” (De Luca, 2014: 83).

Su última versión es el CSS3, que permite a los desarrolladores de páginas web y aplicaciones un mayor control de los elementos que integran el documento electrónico. En este sentido, una de sus principales ventajas es que “(...) sus características básicas tienen muy buen soporte en los navegadores de los dispositivos móviles” (De Luca, 2014: 85).

<sup>13</sup> Hace referencia a la experiencia de usuario (*user experience*). Allanwood y Beare (2015) indican que el diseño de experiencias de usuario (UX) tiene como objetivo mejorar la calidad de dichas experiencias interactivas, ya que si no se satisfacen las expectativas generadas, los productos o servicios serán reemplazados.



- Permite ahorro en los costes ya que no es necesario desarrollar múltiples versiones.

Frente a ello, su principal inconveniente es que presenta un rendimiento peor que una aplicación móvil nativa, pues necesita ejecutarse mediante los sistemas de JavaScript del navegador móvil, cuya potencia es siempre inferior.

**3. Responsive y web móvil.** En este caso, la marca apuesta por tener una página web *responsive* cuando los usuarios acceden desde el ordenador (*desktop*) y desde las tabletas, mientras que opta por una web móvil cuando los usuarios acceden a la página web de la marca desde un *smartphone*.

De esta forma, la marca opta por tener dos páginas web diferentes en función del origen de acceso con dos URL's diferentes.

El uso de este tipo de presencia conlleva las ventajas y los inconvenientes analizados anteriormente.

**4. Aplicación móvil.** “Una aplicación móvil consiste en un software que funciona en un dispositivo móvil (teléfonos y tabletas) y ejecuta ciertas tareas para el usuario” (MMA, 2011). Además, se puede optar por aplicaciones nativas, *web apps*, y *web apps* nativas.

- a. Aplicaciones nativas. Son las aplicaciones propias de cada sistema operativo. Cada una de las plataformas tiene un sistema diferente, por lo que si se quiere que la aplicación esté disponible en todas las plataformas será necesario crear varias aplicaciones con el lenguaje del sistema operativo seleccionado:
  - Las aplicaciones nativas para iOS se desarrollan con lenguaje Objective-C.

- Las aplicaciones nativas para Android se desarrollan con lenguaje Java.

Las principales ventajas de este tipo de aplicaciones son:

- Están diseñadas e implementadas para el contexto de ejecución y, por tanto, pueden aprovechar todas las funcionalidades de los dispositivos móviles en las que se utilizan, pudiendo ofrecer una mejor experiencia de usuario.
- Se distribuyen a través de los canales propios de las plataformas, por lo que el acceso a los usuarios es más sencillo.
- Las novedades de los sistemas operativos llegan antes a este tipo de aplicaciones, pues es en ellas donde se prueban.

En cuanto a los inconvenientes, se pueden destacar:

- Aumento de los costes iniciales.
- Requiere que el usuario la instale en su dispositivo.
- Dependiendo del sistema operativo escogido, el desarrollador puede encontrarse fragmentación dentro de cada plataforma debido a los diferentes tipos de fabricantes, dispositivos y versiones de las plataformas.
- Es necesario tener una licencia de pago y, las ganancias obtenidas por la aplicación se reparten entre el desarrollador y la plataforma de distribución. El porcentaje de reparto de las ganancias dependerá de la plataforma escogida.

- b. Web app o aplicación web. Son aplicaciones que no necesitan instalarse en los dispositivos móviles para poder ejecutarse, y tienen como objetivo interactuar con los usuarios y sus dispositivos.

Se pueden encontrar aplicaciones de este tipo desarrolladas con HTML, CSS y JavaScript, aunque la tendencia actual es el desarrollo con HTML5<sup>14</sup> y CSS3, que permiten tener una apariencia y potencial más parecidos a las aplicaciones nativas.

Algunas de sus ventajas son:

- El mismo código puede reutilizarse para múltiples plataformas.
- No necesitan de ningún tipo de aprobación externa para publicarse.
- Los costes son más reducidos, ya que pueden reutilizarse sitios web *responsive* diseñados con anterioridad.

Entre los inconvenientes, se puede resaltar:

- Necesita de conexión a Internet siempre.
- El tiempo de respuesta y la experiencia de usuario suele ser inferior a las aplicaciones nativas.
- Es necesario pagar la licencia para el entorno de desarrollo y la licencia propia de cada plataforma.

---

<sup>14</sup> Es la quinta versión del estándar *HyperText Markup Language* (HTML). Según De Luca (2014), sus principales características giran en torno a la semántica, nuevas características de estilos, animaciones, multimedia, acceso a *hardware*, geolocalización, almacenamiento local, funcionamiento offline, conectividad en tiempo real cliente-servidor, y capacidad para generar contenidos 3D.

c. Web app nativa, también llamada aplicación web móvil nativa; y está a mitad camino entre las aplicaciones nativas y las aplicaciones web ya comentadas.

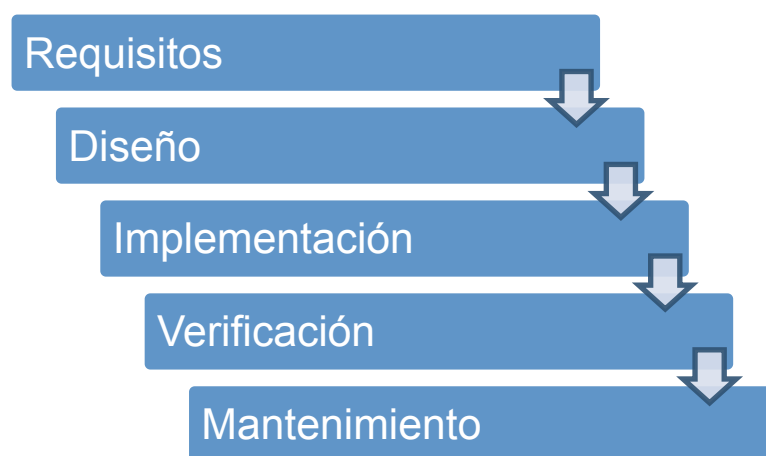
Su principal características es que utiliza componentes nativas que delegan en los navegadores para poder utilizarse, es decir, ejecutan parte de su código en un navegador embebido.

Además, este tipo de aplicaciones pueden instalarse en los dispositivos móviles o ejecutarse como un acceso directo.

Ramírez (2013) indica que cada uno de los tipos de aplicación móvil presentados tiene unos tiempos de creación y ejecución, por lo que es necesario conocer qué método se va a utilizar en el desarrollo de las mismas.

a. Modelo *waterfull*. Se caracteriza por ser estático y tener un carácter predictivo, utilizándose principalmente en aquellos proyectos controlados y previsibles en los que los parámetros ya están fijados y no van a ser susceptibles de cambio durante el ciclo de desarrollo de la aplicación.

**Gráfico 11. Fases de un proyecto con el método *waterfall***



Fuente: elaboración propia a partir de Ramírez (2013)

- b. Desarrollo rápido de aplicaciones. Con este tipo de desarrollo, lo que se pretende es obtener prototipos lo más rápido posible que ir mejorándolos posteriormente. Suele utilizarse en proyecto con tiempo de ejecución y entrega muy reducidos.
  
- c. Desarrollo ágil. Este tipo de desarrollo se basa en la realización de iteraciones, y en cada iteración se desarrollan todas las fases del ciclo de desarrollo de la aplicación.

Se puede utilizar proyectos de gran o de pequeña envergadura, y su finalidad es conseguir entregar los proyectos lo antes posible para evitar problemas debido a cambios de requisitos. Para ello, muchas veces se automatizan las pruebas de la aplicación.

- d. Mobile-D. Con este método el fin que se persigue es obtener ciclos de desarrollos rápidos con equipos pequeños. que trabajan en un mismo espacio físico. Las fases que lo integran son: exploración, inicialización, fase de producto, fase de estabilización, y fase de pruebas y reparación.

Tal y como se puede ver en el gráfico 13, cada fase tiene siempre un día de planificación y otro de entrega, exceptuando la fase inicial.

**Gráfico 12. Ciclo de desarrollo en Mobile-D**



Fuente: Ramírez (2012: 42)

Por último, también será necesario conocer las tiendas de aplicaciones móviles donde se va a distribuir las aplicaciones móviles. Las principales son:

- **Play Store (Google Play)**, antes conocido como Android Market. Fue desarrollada por Google en 2008 y se caracteriza por ser un sistema abierto para la distribución de contenidos en dispositivos cuyo sistema operativo es Android.

Para poder cargar aplicaciones en sus sistema, es necesario pagar una licencia de desarrollador Android, cuyo coste es de 25 dólares y se realiza a través de Google Wallet<sup>15</sup>. Una vez obtenida la licencia, que se adquiere entre 24 y 48 horas después de realizar el pago, es necesario descargarse el SDK propio de Google para poder subir la aplicación y rellenar la ficha de producto.

Por otra parte, el sistema Android “retribuye a los desarrolladores el 70% del precio de su aplicación” (Molina y Gallardo, 2012: 449).

<sup>15</sup> Es el sistema de pago desarrollado por Google. Permite utilizar los *smartphones* como tarjetas para realizar pagos y funciona gracias al sistema NFC (*Near Field Communication*), que es un tipo de tecnología que permite, de forma inalámbrica, la comunicación entre dispositivos.

- **App Store.** Fue creado por Apple en 2008, y permite buscar y descargar aplicaciones para los dispositivos propios de la marca, es decir, iPhone, iPad, iPod, iWatch y sistemas Mac OS.

Al igual que en el caso anterior, el desarrollador de la aplicación recibe el 70% de la venta de sus aplicaciones móviles, quedándose Apple el 30% restante. Sin embargo, al contrario que Google, su política de admisión de las aplicaciones es más restrictiva.

Para poder subir una aplicación, es necesario tener un ID de Apple y conectarse a través de iTunes Connect<sup>16</sup>. Para obtener la licencia de desarrollador de iOS, se debe pagar una cuota de 99 dólares renovable de forma anual.

“Un aspecto importante a tener en cuenta es que si el período como miembros en el *iOS Developer Program* concluye y no renovamos la suscripción, nuestras aplicaciones dejarán de estar disponibles” (De Luca, 2014: 223).

- **Windows 10 Mobile**, anteriormente conocida como Windows Phone Marketplace o Windows Mobile. Desarrollada por Windows, permite navegar y descargar aplicaciones de terceros.

Los honorarios de esta plataforma suponen el 30 % de los ingresos netos, por lo que mantiene el mismo equilibrio que Google y Apple.

Para poder subir aplicaciones en este *market*, es necesario pagar la tarifa de la cuenta que es de 19 dólares, y se renueva de forma anual. “En el Windows Phone Dev Center (...) es posible obtener los SDK para desarrollar apps para Windows” (De Luca, 2014: 237).

---

<sup>16</sup> Es la plataforma creada por Apple para los desarrolladores de aplicaciones de su sistema operativo.

- **Tiendas de aplicaciones alternativas**, donde se puede encontrar Amazon Appstore (tienda propia de Amazon), Galaxy Apps (pertenece a Samsung), Open Store (para instalar aplicaciones de Ubuntu) y tiendas de aplicaciones propias de las operadoras de telefonía.

### 4.3 El usuario *mobile*

Tal y como ya se ha comentado, la evolución del ecosistema móvil ha traído numerosos cambios sociales, así como la forma en la que los usuarios se relacionan con su entorno más inmediato. Todo ello ha suscitado la aparición de nuevos conceptos en torno a las fobias y las actitudes frente a los dispositivos móviles:

- **Nomofobia**. El término proviene de la expresión inglesa “*no mobile phone phobia*” y hace referencia a la dependencia que muchos usuarios tienen frente a sus dispositivos móviles, mostrando un miedo extremo por estar sin móvil.

Está considerada como la nueva enfermedad del siglo XXI, y los primeros estudios sobre ella se llevaron a cabo en 2011 en Reino Unido, a través de la investigación llevada a cabo por la Oficina de Correos de Reino Unido y el Instituto Demoscópico YouGo.

- **Phubbing**. Es un término originado en Australia y que parte de la unión de las palabras *phone* (teléfono) y *snubbing* (despreciar). Se puede definir como el acto realizado por las personas que, estando en compañía de otras, prefieren ignorarlas y centrarse en el uso de sus dispositivos móviles (móvil, tableta, etc.)
- **Vibr anxiety/ringxiety**, que también se conoce como **síndrome de la llamada imaginaria o de la vibración fantasma**. Es un término que surge de la combinación de las palabras inglesas *vibrate*



(vibración) y *anxiety* (ansiedad), y de las palabras *ring* (llamada) y *anxiety* (ansiedad).

Esta dolencia hace que el usuario crea que su dispositivo móvil le ha informado de una alerta mediante una vibración o un tono que no se ha producido.

- **FOMO (*Fear of Missing Out*)**. Es el miedo que sufren algunas personas perderse lo que sucede en las redes sociales o a quedarse excluido de un evento.

La ubicuidad e inmediatez asociada a los dispositivos móviles han impulsado estas dolencias tan comunes hoy en día. Según Nakamura (2010; en Islas-Carmona, 2008: 33), hay tres factores que han potenciado la llamada sociedad de la ubicuidad: una infraestructura de redes muy sólida, dispositivos móviles cada vez más eficientes, y el desarrollo de los servicios de contenidos.

“La importancia de las comunicaciones digitales móviles se encuentra implícita en el lema de la sociedad de la ubicuidad: “anyone, anywhere, anytime” (cualquier persona, en cualquier lugar, en todo momento)” (Islas-Carmona, 2008: 33). Esto ha propiciado, como comentábamos antes, que la media de horas de consumo de los dispositivos móviles supere ya al resto de medios.

En relación a ello, desde Fundación Telefónica (2015) se indica que España es el país de la Unión Europea con mayor penetración de los llamados *early adopters*<sup>17</sup>, que se caracterizan porque “disponen de *smartphone*, no consideran la tecnología como algo complicado, disfrutan usando nuevas tecnologías, son los primeros entre el grupo de amigos y familiares que compran nuevos dispositivos o contratan servicios tecnológicos, y los amigos y familia recurren a ellos cuando les toca a ellos comprar o contratar” (Fundación

---

<sup>17</sup> En este sentido, Everett Rogers fue uno de los precursores de la Teoría de la Difusión de las Innovaciones, que plantea un modelo sobre los ciclos que puede sufrir cualquier producto o servicio cuando se innova y se lanza al mercado. Los perfiles que se pueden encontrar serían: los innovadores, los primeros seguidores o *early adopters*, los pragmáticos (configuran una mayoría precoz), los conservadores (configuran una mayoría tardía) y los escépticos o *laggards*.

Telefónica, 2015: 74). Frente a ellos, se ubicaría el segmento de los *laggards*<sup>18</sup>, que conformarían una minoría y serían reacios a las nuevas innovaciones.

Según IAB (2016), las principales actividades que suelen realizar los usuarios con sus dispositivos móviles son sociales, lúdicas, consultivas y funcionales.

**Gráfico 13. Tipos de actividades realizadas en smartphones**



Fuente: IAB (2016)

En este contexto, Google ha acuñado el término de los micromomentos, que son espacios de tiempo donde los usuarios consultan sus dispositivos móviles de forma espontánea para satisfacer una necesidad de forma instantánea, ya sea para buscar información, consultar dónde se encuentra una determinada calle, o realizar una compra.

Es un momento clave en la relación de las marcas con sus usuarios ya que éstos son muy exigentes en sus demandas de información, queriendo que se muestre de forma inmediata aquello que se está buscando en el momento exacto en el que lo necesitan.

<sup>18</sup> Según el diccionario LID de Marketing Directo e Interactivo, es un anglicismo utilizado para definir un segmento de consumidores que es muy reservado en torno a la implantación de determinados productos.

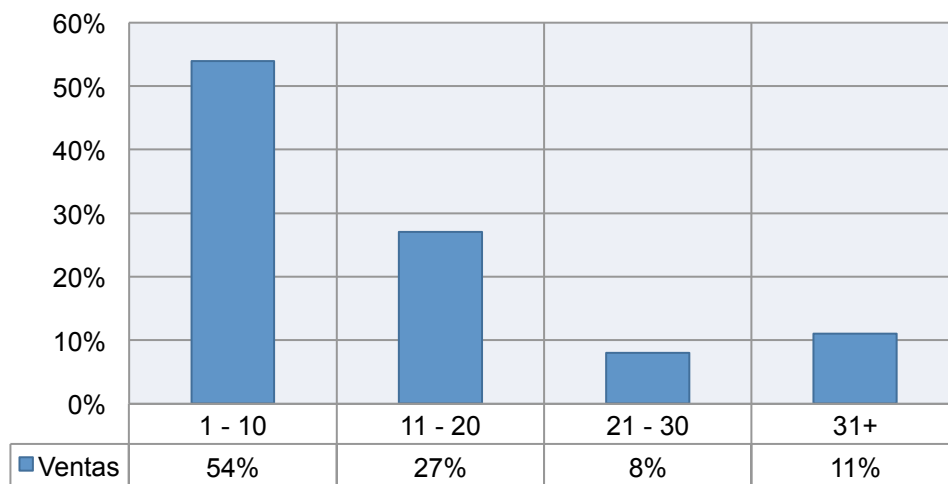
Google (2015) confirma a través de sus informes de mercado que, en la era de las conexiones ultrarrápidas, los usuarios no quieren perder tiempo esperando que se carguen todos los elementos de un contenido móvil cuando navegan en Internet a través de los dispositivos móviles. Algunos datos a destacar serían:

- El 53% de los usuarios abandona una web móvil si tarda más de tres segundos en cargar
- El 77% de las webs móviles tardan más de 10 segundos en redes 3G
- 19 Segundos es el tiempo medio de carga de webs móviles en redes 3G
- El 46% de los usuarios afirman que el tiempo de carga es lo que más les disgusta al abrir una web móvil.

Javier Pérez (2016) comenta que cuando los usuarios están navegando en Internet a través de los dispositivos móviles, en contraposición con los dispositivos de sobremesa, hay una particularidad que se debe destacar, y es que los usuarios no utilizan tanto los navegadores (Safari, Chrome, Firefox, Opera, etc.) y pasan menos tiempo en versiones móviles de las páginas web. En general, los usuarios prefieren utilizar las aplicaciones móviles, por lo que es necesario que éstas estén bien posicionadas dentro de las *stores*.

Según el último estudio de la IAB (2015), el promedio de aplicaciones instaladas en los *smartphones* de los usuarios residentes en España es de 14. El 54% de los usuarios, además, declara tener entre 1 y 20 aplicaciones descargadas en su dispositivo móvil.

**Gráfico 14. Porcentaje de aplicaciones instaladas en smartphones**

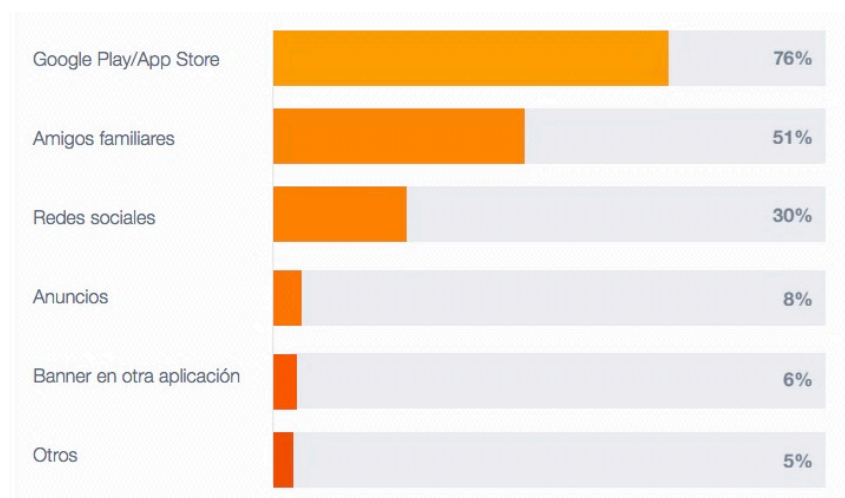


Fuente: elaboración propia a partir de IAB (2015)

“Uno de los principales beneficios de las Apps es la habilidad de transformar un dispositivo en algo más que para lo que fue creado. Un teléfono celular se convierte en una consola de videojuegos, un recetario, o una revista” (Dubravac, 2011).

Martínez y Cabezuelo (2010) indican que hay dos factores que suscitan el interés de los usuarios hacia las aplicaciones: la facilidad de uso y un diseño atractivo. “En muchas ocasiones, en un formato atractivo radica el peso de una aplicación para implicar al usuario y por tanto favorecer y/o fomentar la interactividad” (Martínez y Cabezuelo, 2010: 16).

Por su parte, los usuarios tienen a su disposición varios canales para poder descubrir nuevas aplicaciones. El descubrimiento de éstas se realiza principalmente a través de los buscadores internos de Play Store y App Store, que se convierten en los principales canales de conocimiento de éstas. No hay que descartar las consejos de amigos y familiares, que pueden recomendar la descarga e instalaciones de determinadas aplicaciones; así como tampoco el poder de las redes sociales, donde se integran cada vez más aplicaciones de juegos.

**Gráfico 15. Canales para conocer nuevas aplicaciones según encuesta de IAB**

Fuente: IAB (2015)

Con todo ello, las marcas han empezado a replantearse sus estrategias de marketing móvil. En este sentido, desde IAB (2014), identifican cinco fases clave para llevar a cabo una estrategia de *App Marketing*, es decir, una estrategia basada en las aplicaciones móviles.

**FASE 1: Establecer los objetivos a los que responderá la aplicación.** De forma genérica se pueden establecer cuatro objetivos generales:

- a. **Fidelización de los clientes**, para lo que se deberá desarrollar acciones destinadas a la retención de los usuarios.

Para la consecución de este objetivo será clave que la tasa de desinstalaciones y la velocidad de las mismas sean lo más reducidas posible.

- b. **e-Branding**, es decir, generar marca a través de Internet. Inma García (2011) destaca que hay tres cuestiones clave en la gestión de marca a través de las aplicaciones móviles:

- i. Las marcas deben centrarse en los usuarios y sus necesidades, elaborando planes de integración y desarrollando acciones multicanal.
- ii. La experiencia de usuario será un valor fundamental, pero ésta debe ser coherencia con la identidad de la marca.
- iii. Las aplicaciones deben estar integradas en la estrategia de la marca.

Scolari (2008), por su parte, también define *branded applications* como aquellas aplicaciones que se desarrollan bajo el paraguas de una marca y que aportan información relevante para el usuario.

- c. **Aportar un valor añadido.** De esta forma se pretende solucionar aquellas necesidades que tengan los usuarios en un momento determinado. En el caso de los juegos, por ejemplo, ese objetivo sería entretener.
- d. **Llevar tráfico al punto de venta,** o constituirse como un canal de venta añadido para la empresa.

## **FASE 2: Definir cuál va a ser el modelo de negocio que se llevará a cabo.**

- a. **De *branding*.** Es el modelo más utilizado y tiene por finalidad la de mejorar la imagen de marca.
- b. **Modelo *freemium*,** con posibilidad de compras integradas (también conocido como *In App Purchase*). La aplicación es gratis en este tipo de modelo, pero se ofrece la posibilidad de poder realizar compras dentro de la propia aplicación; como por ejemplo, desbloquear niveles, activar funciones avanzadas, o poder eliminar la publicidad incrustada en la aplicación.

Según Gallardo (2016), en las aplicaciones de juegos los desarrolladores suelen decantarse por este tipo de modelo.

- c. **Insertar formatos publicitarios dentro de la aplicación.** Es un modelo de negocio que genera cierta controversia entre los usuarios, ya que muchas veces consideran que los anuncios son demasiado intrusivos.
- d. **De afiliación.** La aplicación suele ser gratuita, generando los beneficios a través de comisiones. El factor clave en este tipo de negocio será generar el suficiente tráfico para cumplir los objetivos fijados.
- e. **Por precio.** Este modelo de negocio permite una primera clasificación entre aplicaciones gratuitas y de pago. Además, en este última se puede hablar de aplicaciones con precio altos y aplicaciones con precios bajos.
  - En el primer caso, el objetivo que el desarrollador persigue es el de tener un volumen de ventas lo suficientemente amplio para poder empezar a tener beneficios a medio y largo plazo.
  - En el segundo caso, sin embargo, generalmente el volumen de usuarios es inferior al anterior, por lo que es necesario llevar a cabo un análisis de mercado para detectar posibles nichos de mercado que puedan interesarse por este tipo de aplicaciones.
- f. **Por suscripción,** el tipo de producto o servicio que se va a ofrecer va a fijar el precio de la aplicación.

**FASE 3: Revisión de las instalaciones.** Vamos a poder distinguir dos tipos de instalaciones: las orgánicas y las no orgánicas.

- a. **Instalaciones orgánicas.** Son aquellas que tienen fuentes no *trackeadas*, es decir, que no se lleva un seguimiento.

Para poder seguir este tipo de instalaciones, podremos dirigirnos hacia: las tiendas de aplicaciones, los buscadores, el propio contenido, los factores de proximidad y otras no directas.

- Las instalaciones que se efectúan dentro de las **tiendas de aplicaciones móviles** son las más populares. Puede realizarse mediante las búsquedas que realizan los usuarios a través de

palabras clave, o porque éstos han visualizado la aplicación en la categoría de destacados o en la de éxitos (ya sea en el listado general o por categorías), o por alguno de los factores de conversión,

- A través de los propios **buscadores**, indexando el contenido de las aplicaciones en el buscador de Google y dirigiendo el tráfico hacia las aplicaciones preferidas por los usuarios.

En esta categoría se incluiría *App Indexing (API)*<sup>19</sup>, que sirve para indexar las aplicaciones en los buscadores, y que es válido tanto para Android como para Apple.

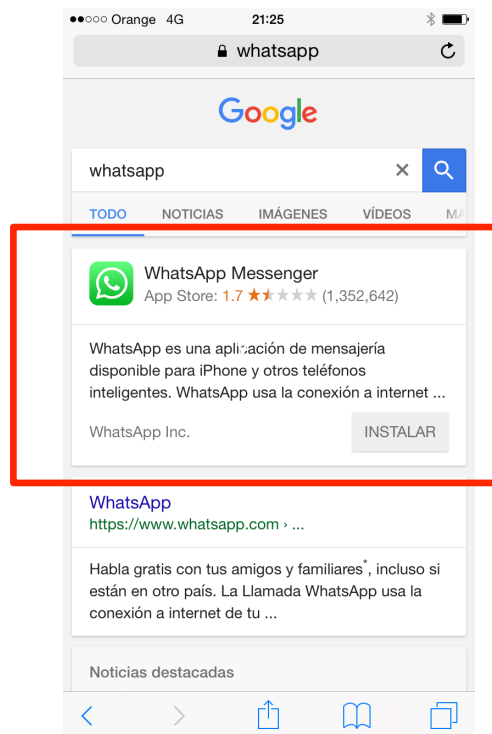
Existen dos formatos:

- Estándar. Se integra en los resultados de búsqueda, mostrando el icono, el nombre de la aplicación, el rating, una breve descripción, y un botón para que el usuario pueda instalarse la aplicación.

---

<sup>19</sup> ABC realizó un reportaje en 2015, en su sección de Tecnología, sobre las API's. En él, las definió como "(...) un conjunto de comandos, funciones y protocolos informáticos que permiten a los desarrolladores crear programas específicos para ciertos sistemas operativos. Las API simplifican en gran medida el trabajo de un creador de programas, ya que no tiene que «escribir» códigos desde cero. Estas permiten al informático usar funciones predefinidas para interactuar con el sistema operativo o con otro programa" (ABC, 2015)



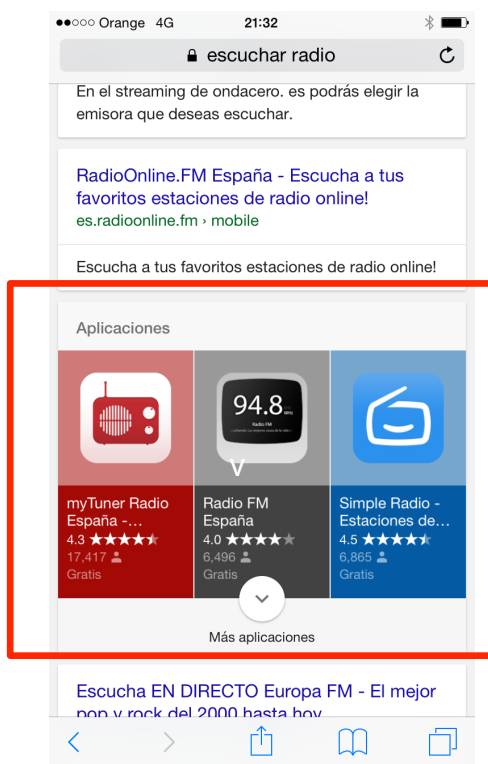
**Imagen 5. Ejemplo de indexación de WhatsApp**

Fuente: Google

- Carrusel. Este formato se sitúa en la zona central de los resultados de búsquedas. Permite visualizar varias aplicaciones, destacando el icono, el nombre de la aplicación, el rating, el número de usuarios que valorado la aplicación y el precio de la misma.

Al hacer clic en el enlace, éste redirige directamente a la tienda de aplicaciones móviles para que el usuario pueda instalarse la aplicación.

Imagen 6. Ejemplo de formato carrusel



Fuente: Google

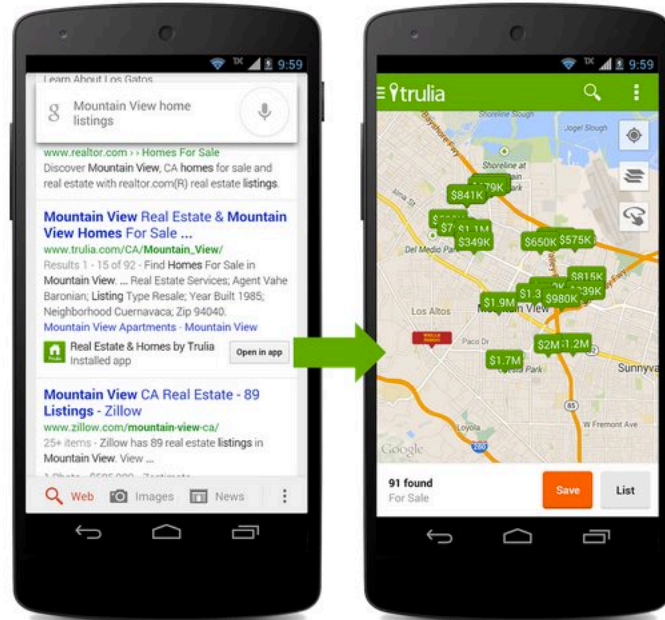
- Se puede **indexar el contenido de la aplicación** y que éste aparezca entre los resultados de búsqueda.

Es el SEO<sup>20</sup> de las aplicaciones móviles. Permite tener resultados con un botón para ejecutar una acción específica dentro del contenido de una aplicación de las que tenga instalada en su dispositivo móvil un usuario.

---

<sup>20</sup> SEO son las siglas utilizadas para referirse a *Search Engine Optimization*, es decir, la optimización del posicionamiento en buscadores. “En un plano empresarial, el posicionamiento en buscadores trata de obtener y mantener a largo plazo, para una Web concreta, los primeros puestos en los resultados que se obtienen de los buscadores más utilizados por sus clientes potenciales, cuando éstos introducen en ellos conceptos de búsqueda relacionados con las actividades, productos o servicios que dicho sitio Web ofrece” (Maciá y Gosende, 2010: 46).

Imagen 7. Ejemplo de indexación de contenido



Fuente: Google

- **Pack App.** Son una conjunto de aplicaciones de una misma área temática o de un mismo desarrollador que se pueden conseguir de forma conjunta con descuentos interesantes para los usuarios si se compara con las compra individual e cada una de las aplicaciones presentes en el pack.
- **Knowledge Graph** o gráfico de conocimiento. Creado por Google, el objetivo es conseguir una base de conocimiento a través de diferentes fuentes de información como pueden ser Wikipedia, Freebase y CIA Wordl Fatcbook.

Google está intentado emular cómo funciona el cerebro humano, que es capaz de, no sólo almacenar inputs de conocimiento muy diversos, sino de relacionarlos entre sí para lograr comprender qué están buscando los usuarios y mostrar unos resultados más precisos.

- Por proximidad. El uso de la geolocalización permite a las marcas conocer mejor a los usuarios y tener una mayor cercanía con ellos. Con este tipo de acciones, se puede fomentar las descargas de aquellas aplicaciones que son más populares en la zona geográfica donde está ubicado el usuario.
- Otras no directas, basadas en las sugerencias que el usuario puede recibir y, si consigue captar su atención, instalar las aplicaciones sugeridas.

b. Frente a este tipo de instalaciones, también podemos encontrar las **instalaciones no orgánicas** que provienen de enlaces *trackeados*, es decir, se lleva a cabo un seguimiento puntual de los pasos realizados por el usuario durante la trayectoria que ha seguido hasta la instalación. Este tipo de usuario se considera de baja calidad, ya que necesita un incentivo para descargarse la aplicación.

Según IAB (2014) las instalaciones no orgánicas pueden venir de los canales propios (*own-channels*) o por canales de pago (*paid-channels*).

Como canales propios se situarían las redes sociales, el blog, la *landing page*<sup>21</sup> de la aplicación, es decir, la página de aterrizaje creada; los e-mails enviados, e incluso, la propia aplicación al realizar apadrinamiento o *share the app*, es decir, cuando se premia la función de los usuarios como embajadores de la marca cada vez que recomiendan una aplicación y un amigo o conocido de él completa un registro o se la descarga.

---

<sup>21</sup> Ash (2008) define las *landing page* como páginas de aterrizaje a las que los usuarios llegan después de haber hecho clic en un anuncio (en formato de texto o gráfico) en Internet. La *landing page* es la continuación del mensaje en el que ha hecho clic anteriormente y donde el usuario puede ampliar la información que ha suscitado su interés.

Este autor subraya la gran importancia que tiene el optimizarlas para poder alcanzar el máximo número de conversiones posibles entre el público objetivo.

A continuación, se puede observar en las imágenes 7 y 8 un ejemplo de *landing page* y de apadrinamiento, respectivamente.

**Imagen 8. Ejemplo del uso de canales propios (*landing page* de Tinder)**



Fuente: Tinder

**Imagen 9. Ejemplo de apadrinamiento en Farm Heroes Saga**



Fuente: Facebook

También destacaríamos los *kits* de prensa, ya que ayudan a dar a conocer la aplicación a los medios. Los elementos que se incluyen en el mismo son:

- a) **Guía sobre la aplicación.** En ella se incluye toda la información básica sobre la aplicación, es decir, el nombre, una breve descripción sobre sus principales funcionalidades, los precios, información sobre la última versión, las preguntas más frecuentes, los requisitos del sistema operativo, y los datos de contacto.
- b) **Conjunto de imágenes.** Se debe incluir un conjunto de imágenes sobre la aplicación que sean de buena calidad para su publicación en los distintos medios de comunicación. Estas imágenes no deben ser las mismas que se utilizan en el apartado de *screenshots* de la aplicación en los *market*, sino que es necesario aportar piezas nuevas; un ejemplo de ello sería mostrar el contexto de uso de la aplicación.
- c) También es necesario incluir **diferentes versiones del icono de la aplicación.** Es recomendable incluir distintos tamaños, varias versiones (sobre fondo blanco y sobre fondo de color) y una guía de buenas prácticas para la correcta reproducción del icono (por ejemplo, evitar degradados).

En cuanto al formato, generalmente se incluye en .PNG para su reproducción en medios digitales, ya que permite las transparencias. También se puede añadir el formato .EPS, que evitará la pérdida de calidad en el intercambio entre programas de maquetación cuando se vaya a reproducir en formatos impresos. Por último, el formato .JPG es conveniente que también se incluya, ya que es un formato estándar donde se comprime la información de la imagen, es decir, se reduce el tamaño del archivo; y no se aprecia la pérdida de calidad.

Imagen 10. Ejemplo de *landing page* con el *kit de prensa*

**Amovens** Alquilar Compartir Renting Registrarse Inicia sesión

Logo Colores Blog

**Kit de prensa**

Amovens es una compañía española pionera en movilidad colaborativa que integra en su app tres innovadoras soluciones de transporte: viaje en coche compartido, alquiler de coches particulares y renting para particulares con el objetivo de revolucionar el acceso al coche en España. Esta plataforma, amovens.com, lidera la revolución social permitiendo un transporte más eficiente, siendo la única que integra estos servicios en una misma app. Si estás interesado en recibir el kit de prensa escríbenos a: aiyana@amovens.com

Contacto para medios:  
**Aiyana Scully**  
 Social Marketing  
 aiyana@amovens.com  
 Teléfono: +34 651 109 089

**Logo**  
 Gracias por no añadir a nuestro logo sombras o degradados :)

**Standard**  
 Para fondos blancos

**Icono**  
 Espacio de maletero limitado.

**Blanco**  
 Para fondos de color.

Fuente: Amovens

Por otra parte, en cuanto a los canales de pago, tienen como objetivo principal aumentar el número de usuarios. Cuando se utiliza este tipo de canales es puede diferenciar entre instalaciones incentivadas, donde los usuarios reciben una recompensa por descargar una aplicación en concreto; y las instalaciones no incentivadas, donde los usuarios no reciben esa recompensa por descargarse la aplicación.

En este segundo caso podríamos encontrar acciones con Google Adwords<sup>22</sup>, campañas de *display*<sup>23</sup>, o *Social Ads*<sup>24</sup>.

<sup>22</sup> Servicio de Google para ofrecer publicidad patrocinada a los anunciantes.

<sup>23</sup> Formato publicitario online que puede estar formado por imágenes, texto, audio y video.

<sup>24</sup> Publicidad en medios sociales.

Imagen 11. Anuncio de Google Adwords de la aplicación Fotocasa



Fuente: Google

Cuando se realiza una campaña a través de medios pagados, los modelos de compra que se van a tener en cuenta son:

- a) **Coste por clic (CPC).** La marca únicamente realizado los pagos cuando los usuarios hacen clic en los anuncio.
- b) **Coste por mil impresiones (CPM).** En este modelo de compra, la marca paga lo que le cuesta obtener mil impresiones publicitarias.
- c) **Coste por descarga (CPD) o coste por instalación (CPI).** Se utilizan ambas nomenclaturas de forma indistinta y, el



coste está vinculado a la consecución del objetivo marcado, que son las instalaciones a través de las diversas *stores*.

- d) **Coste por instalación efectiva (eCPI).** Aquí se tienen en cuenta los dos tipos de instalaciones mencionadas. La forma de calcular este modelo de precio sería dividir el total de la inversión entre el total de las instalaciones.
- e) **Coste por adquisición (CPA).** En este caso, el coste publicitario se basa en la realización de una acción específicamente definida por el usuario en respuesta a un anuncio. Las acciones incluyen la captación de clientes, transacciones de venta, etc.
- f) **Coste por lead (CPL).** Es un modelo de precio según el cual el anunciante paga una cantidad fija cada vez que se le envía un contacto cualificado.

**FASE 4: Diseñar e implantar una estrategia de comunicación.** Los principales pasos que se deberán tener en cuenta serán:

- a. **Realizar un análisis previo**, definiendo los objetivos que se quieren conseguir a corto y medio plazo.
- b. **Definir la campaña que se va a desarrollar.**
- c. **Establecer los KPI's se van a medir**, es decir, qué métricas será importante monitorizar.
- d. **Llevar a cabo la campaña de comunicación.**
- e. **Analizar los resultados** para implementar las mejoras en la optimización y subsanar aquellos errores que se hayan podido cometer.

**FASE 5: Diseñar una estrategia de captación y retención de los usuarios.** Es un fase muy ligada al anterior, ya que es importante que la tasa de

instalaciones de la aplicación sea amplia y la tasa de permanencia también sea alta. Al mismo tiempo, la tasa de desinstalaciones deberá ser lo más reducida posible.

Será muy importante llevar a cabo un estudio previo sobre el público objetivo al que va a ir dirigida la aplicación, el idioma de los mismos, qué competencia tiene, qué tipo de aplicación se va a lanzar al mercado y en qué países se va a lanzar.

Después de que los usuarios se hayan descargado una aplicación, será necesario diseñar una estrategia de retención para conseguir usuarios activos. Los puntos a tener en cuenta serán:

1. **Posicionamiento ASO.** Tendrá su propio capítulo en el trabajo de investigación, por lo que no vamos a desarrollarlo todavía. Será necesario llevar a cabo un análisis de *benchmark* de las aplicaciones de la competencia para poder conocer las mejores prácticas que están realizando.
2. **Tráfico App.** Para producir un volumen eficiente de tráfico hacia la aplicación móvil, se pueden llevar a cabo campañas de *branding* y campañas de conversión.

- Campañas de *branding* orientadas a ganar notoriedad.

- a. **Campañas de *branding app* (generación de marca para la aplicación móvil).** Lo más usual es utilizar formatos de *display* con los que se intentará llevar al público objetivo marcado. Este tipo de campañas se compran a coste por mil impresiones (CPM), y será fundamental conocer cuál es la audiencia y la frecuencia.
- b. **Campañas de *reviews* en soportes especializados según la categoría de la aplicación móvil.** En este tipo de campañas se generan instalaciones a través de la descripción de los productos en páginas web o blogs que sean afines. Un concepto creativo

que permita dinamizar el producto será fundamental para poder alcanzar una mayor notoriedad.

En este tipo de campañas se suelen planificar acciones en redes sociales, con *influencers*<sup>25</sup>, *posts* patrocinados en blogs de referencia y *social ads*.

De todas las redes sociales, según PickAso (2015) Facebook es muy importante en la captación de usuarios para generar instalaciones gracias a su gran capacidad de segmentación. Es un elemento clave para coste por instalación (CPI).

- Campañas de conversión, por lo que destacaremos:

**c. Campañas de performance.** Aquí podemos encontrar campañas orientadas a la conversión desde redes sociales en móvil, redirigiendo siempre el clic de la creatividad hacia la plataforma correspondiente para la descarga de la aplicación.

El coste por clic (CPC) y el volumen de descargas serán las dos métricas a tener en cuenta en este tipo de campañas.

También se pueden llevar a cabo campañas basadas en conversión a CPI. Al igual que comentábamos antes, es obligatorio redirigir siempre el clic de la creatividad hacia la plataforma correspondiente para la instalación de la aplicación en el dispositivo móvil del usuario.

Para poder llevar a cabo campañas de performance es imprescindible implementar un SDK (Kit de Desarrollo de Software).

---

<sup>25</sup> Se puede definir influencer como "(...) personas influyentes a los que las marcas dirigen sus esfuerzos comunicativos para, a través de ellos, llegar a más consumidores potenciales" (Castelló y Del Pino, 2015: 27).

En relación a la medición de resultados, es recomendable utilizar herramientas de *App Tracker*, como por ejemplo Appsflyer o Kochava; para ver desde el primer momento de dónde viene la descarga y si es un usuario que utiliza la aplicación siendo activo y recurrente.

- d. **Campañas de *re-targeting*.** “Las acciones de *re-targeting* sobre usuarios con app instalada son claves para fomentar el recuerdo de uso” (Esteban, 2012: 14). En este tipo de campañas, centrándonos en las aplicaciones móviles, el seguimiento de los usuarios se lleva a cabo en función de los identificadores móviles (ID); por lo general se utiliza el Apple ID y el identificador de Publicidad Android.

Si hablamos de web móvil, aquí se coloca un **píxel de seguimiento** en un sitio web móvil para identificar a los visitantes del sitio web.

Según Hidalgo (2016) un píxel de seguimiento es un código de HTML que se inserta en una creatividad, y que realiza una llamada al servidor y devuelve una imagen de 1 x 1 transparente (generalmente se trata de un archivo con formato .gif). “Tiene como objetivo contabilizar que un banner o una creatividad ha sido mostrada” (Hidalgo, 2016: 126).

El formato genérico es el que se muestra a continuación:

```

```

Este autor, además, establece que también se pueden utilizar **píxeles de segmentación**, que almacenan información sobre qué tipos de campañas interesan a los usuarios; y **píxeles de conversión**, que permiten al anunciante conocer a través de qué palabras clave o anuncios ha llegado a la fase final del proceso de conversión (una venta, un registro, o una compra, entre otros).

- 3. Reporting App y Rethinking.** Será imprescindible medir las acciones de marketing móvil para conocer la eficacia de cada campaña, grupo de anuncios, red o soporte en términos de campaña (CPM, CPC, CPI) o en términos de usuarios (venta).

En este sentido, Polo (2009) indica que es igual de importante utilizar las herramientas de medición que se tengan al alcance, como identificar qué objetivos es preciso medir, e interpretar en función de éstos los resultados obtenidos.

La relevancia de los datos radica en que te permiten conocer cómo están funcionando las campañas llevadas a cabo, cómo interactúan los usuarios con tu aplicación, y poder adelantar posibles acontecimientos para futuras campañas.

Hay que tener en cuenta además que, según informa Google en su informe anual de 2015, aproximadamente el 60% de usuarios, durante el primer mes tras la adquisición de la aplicación, se la ha desinstalado de su *smartphone*. Es decir, 6 de cada 10 aplicaciones no han conseguido retener la atención y el interés de sus usuarios.

Los consumidores piden aplicaciones que se abran casi instantáneamente, sean seguras, ofrezcan opciones para resolver los problemas de forma rápida y que sean intuitivas. Es por ello que la medición de resultados será fundamental para la implementación de mejoras.

## 4.4 Medición de resultados

“Cuando llega Internet, el medio interactivo por excelencia, los mecanismos clásicos de vertebración de un sistema de medición ya no funcionan como en el pasado” (Lamas, 2010: 95). En este sentido, Hidalgo (2016) destaca que en el marketing tradicional las ventas eran la principal métrica, sin embargo, con el marketing online la información devuelta ya no es unidireccional (de empresa a cliente) y “(...) el usuario es capaz de ofrecer respuestas de diferente naturaleza” (Hidalgo, 2016: 112).

Muñoz y Elósegui (2011) definen la medición como el primer paso para poder alcanzar los objetivos que se han fijado en una acción de comunicación. Además, estos autores destacan que es importante decidir cómo se va a llevar a cabo la medición de cada uno de los objetivos fijados, qué métricas se van a utilizar en la medición de los resultados y, por último, cómo se pueden conseguir los objetivos fijados.

La llegada del primer iPhone al mercado en 2007 y, el desarrollo de los primeros *smartphones* con tecnología Android, permitieron en su momento mejorar la experiencia móvil. Ante este panorama, los tradicionales sistemas de medición necesitaron reinventarse.

“El mayor reto que plantean los móviles es cómo recopilar los datos con exactitud” (Avinash, 2011: 295). Este autor establece que, en sus inicios, habían tres opciones diferentes para llevar a cabo el seguimiento de las campañas:

- a. **Soluciones basadas en registros (weblogs).** Según Avinash, ya era en 2011 una opción antigua y heredada, “los archivos de registro del servidor web de su sitio contienen información, tanto en las cabeceras como en la cadena de la URL, que podrían ayudar a identificar el tráfico de los móviles” (Avinash, 2011: 295).
- b. **Soluciones basadas en la técnica de análisis de paquetes (*packet-sniffing*).** Este tipo de soluciones se basaba en metodologías de *hardware* para la obtención de los datos.

Su principal ventaja era que no había que añadir código nuevo en las páginas, ya que se trabajaba con las empresas de telecomunicaciones para conseguir los datos clave.

- c. Soluciones basadas en etiquetas (tags): Javascript<sup>26</sup> o imágenes.** Es un sistema que se sigue utilizando en la actualidad, ya que la herramienta Google Analytics está diseñada en torno a este sistema<sup>27</sup>. Este sistema se basa en la utilización de “(...) etiquetas de código que se insertan en una página para recoger datos sobre tráfico y audiencia” (Ros, 2008: 105).

Godoy (2009), Polo (2009) y, Martínez y Lara (2014), indican que el mayor protagonismo que han adquirido los usuarios junto con los cambios sociales derivados de la revolución en el intercambio de información y publicación de contenidos, han contribuido en la generación de un contexto donde el volumen de información y datos que se puede obtener cada vez es mayor.

Villars, Olofson y Eastwood (2011) comentan que estamos inmersos en la sociedad del *big data*, que se podría definir como “volúmenes masivos de información tanto estructurada como no estructurada que es dinámica por naturaleza que es recogida durante cierto periodo de tiempo y que requiere de métodos computacionales para extraer conocimiento de ella” (Verbeke, 2014: 2; en Cabezuelo, Bonete y Sánchez, 2016: 104).

---

<sup>26</sup> “JavaScript se presenta como un lenguaje desarrollo de aplicaciones cliente/servidor a través de Internet” (Maza, 2012: 9). Además, según Pérez (2014), permite que se reproduzcan animaciones, transiciones y efectos visuales, ya que su principal ventaja es que es soportado por la mayoría de los navegadores.

<sup>27</sup> Para el seguimiento de las aplicaciones móviles, Google ofrece dos soluciones diferenciadas: Google Tag Manager y el propio SDK de Google Analytics. En ambos casos es necesario insertar en el código fuente de la aplicación un fragmento de texto para poder llevar a cabo el seguimiento.

Por otra parte, Google también posibilita la utilización de Firebase, que es una plataforma en la nube que permite utilizar los servicios de Google Analytics (si se conectan) al crear aplicaciones para iOS y Android. Recopila la información solicitada a través de la creación de eventos.

En este sentido, hay que tener en cuenta que “los datos por sí mismos pueden no aportar nada o incluso generar ruido, especialmente si se encuentran en volúmenes elevados, por lo que su procesado se hace indispensable” (Martínez y Lara, 2014: 576).

Godoy (2009), por su parte, también incide en la importancia de diferenciar los conceptos de *reporting* y analítica, ya que en la medición de resultados será importante la interpretación de los mismos<sup>28</sup>.

“Para hacer *reporting* es necesario tener claras las métricas de negocio con las que vamos a medir el *performance* de nuestra empresa (en marketing, particularmente. El análisis es una exploración, una búsqueda mediante técnicas muy diferentes de un conocimiento que todavía no tenemos, pero que esperamos adquirir” (Godoy, 2009: 179)

“En el mundo online todo lo que hacemos puede quedar registrado” (Acera: 2014: 25). Es por ello que durante el ciclo de vida de una aplicación es importante realizar un seguimiento de la misma para poder conocer mejor a los usuarios que la utilizan y cómo la utilizan, de esta forma se puede planificar el lanzamiento de nuevas actualizaciones y versiones.

Algunas de la métricas que se deberán tener en cuenta según Sánchez (2015) son:

**1) Número de usuarios únicos:** es el número de usuarios diferentes que se instalan una aplicación durante un periodo de tiempo fijado, y “(...) es un indicador a través del cual se mide la audiencia” (Ros, 2008: 238).

---

<sup>28</sup> De forma implícita, este autor habla del *data mining* o minería de datos, cuyo objetivo es “extraer conocimiento a partir de datos masivos y de las relaciones subyacentes que puede existir entre ellos” (Arcila, Barbosa y Cabezuelo, 2016: 627).



En una campaña, es muy importante conocer y monitorizar la actividad de los usuarios que se han instalado la aplicación, ya que una vez se han identificado a aquellos que realmente son activos, se pueden llevar a cabo acciones para aumentar el *engagement*<sup>29</sup> con ellos.

Además, también se pueden mejorar las acciones para conseguir aumentar el número de usuarios que forman parte del público objetivo de la aplicación pero que todavía no se la han instalado en sus dispositivos móviles.

En un contexto donde los usuarios pueden tener instalada una misma aplicación en diferentes dispositivos, “conviene estar pendiente de algunos matices y trampas al examinar el indicador de visitantes únicos. En primer lugar, es probable, aunque no siempre sea cierto, que cada visitante único no sea una única persona” (Avinash, 2011: 61).

Los usuarios activos suelen analizarse por meses (MAU – *Monthly Active Users*) o diariamente (DAU – *Daily active users*).

**2) Duración de sesión<sup>30</sup>:** mide el período de tiempo que pasa desde que un usuario abre una aplicación hasta que la cierra. La única manera que tiene la herramienta de análisis de saber cuánto tiempo ha estado alguien “(...) es consultar las dos marcas horarias” (Avinash, 2011: 69).

Esta métrica es importante ya que proporciona información sobre cuánto tiempo están dedicando los usuarios a la aplicación en cada una de sus sesiones individuales iniciadas.

Además, también se tendrá que tener en cuenta cuando la aplicación directamente se cierra después de unos 15 segundos porque el usuario

---

<sup>29</sup> Se puede definir *engagement* como “Vinculación. Relación de un usuario con una marca” (Polo y Polo, 2011: 390)

<sup>30</sup> En analítica web, también se le conoce como visita, y “(...) corresponde al número de veces que se ha consultado el sitio” (Chardonneau, 2014: 348).

no ha llevado a cabo ningún tipo de actividad. Si hablamos de web móvil, “se contabiliza una nueva visita tras 30 minutos de inactividad en el sitio o si se cierra el navegador” (Chardonneau, 2014: 348).

**3) Intervalo entre sesiones:** con esta métrica se mide el periodo de tiempo que transcurre entre la primera sesión iniciada por el usuario y la siguiente que realiza; de esta forma, se puede obtener datos sobre la frecuencia media con la que el usuario abre e interactúa con los contenidos de la aplicación.

**4) Tiempo *in-app*:** calcula cuánto tiempo ha estado el usuario dentro de la aplicación durante un período de tiempo determinado; como por ejemplo, durante las últimas 24 ó 48 horas, durante la última semana, o durante el último mes.

Es una métrica que aporta datos sobre la frecuencia de utilización de la aplicación y, a su vez, proporciona información sobre la importancia que tiene dicha aplicación para los usuarios.

**5) Atribución:** hace referencia al número de usuarios que han instalado una aplicación desde una fuente de tráfico determinada.

Esta métrica será fundamental para conocer qué instalaciones son orgánicas y cuáles no, ya que proporciona información sobre cuáles son las fuentes y cómo están funcionando.

Con respecto a los canales pagados, los *reports* sobre la atribución permiten observar cuánto dinero se está invirtiendo en conseguir nuevos usuarios y qué es lo que hacen éstos al manejar la aplicación.

**6) Segmentos.** Segmentar implica “(...) aplicar filtros para conseguir analizar una parte específica de los datos” (Acera, 2014: 48). Permite reconocer y registrar los grupos de usuarios que realizan, o no, unas acciones concretas dentro de la aplicación o una secuencia de acciones. A esas acciones, también se les puede llamar eventos.

**7) Eventos:** son las interacciones de los usuarios con contenido de la aplicación, y “sirven para rastrear las acciones realizadas por los usuarios” (Chardonneau, 2014: 25). Ejemplos de acciones que se pueden medir como eventos podrían ser: las descargas, los clics en anuncios para móviles, los elementos Flash y las reproducciones de vídeo.

Los eventos están formados por:

- **Categorías:** es el nombre con el que se va a llamar el conjunto de objetos a los que se va a monitorizar. Ejemplos de categorías podrían ser: video, música, descargas, etc.
- **Acciones:** hace referencia al nombre del tipo de evento que se va a medir. Cuando se lleva a cabo el seguimiento de las acciones, generalmente éstas se miden de forma independiente a las categorías; de esta forma, se puede llevar a cabo una mayor segmentación en los informes de seguimiento.

Siguiendo el ejemplo anterior, se podrían definir las acciones tal y como vemos en la tabla 18.

**Tabla 18. Ejemplo de categorías y acciones en eventos**

<b>Categorías</b>	<b>Acciones</b>
Videos / Música	a) Clic en reproducir b) Clic en detener c) Clic en pausa d) Hora de la reproducción e) Intervalos entre la reproducción y la pausa
Descargas	a) .doc b) .pdf c) .xls d) ppt

Fuente: Google Analytics

- Etiqueta (*tag*): permite aportar información adicional sobre los eventos. Al igual que en el caso anterior, si las etiquetas se siguen de forma independiente de las categorías y de las acciones, la capacidad de segmentación todavía será mayor.

Si seguimos con el ejemplo anterior, para la categoría de “Descargas” y la acción “.doc”, se podría añadir por ejemplo la etiqueta “Informe económico”.

- Valor: implica asignar un valor numérico a un objeto de la página que se está monitorizando, siendo siempre este valor numérico superior a 0. Está relacionado con las categorías, por lo que se puede medir el valor medio para cada una de las categorías asignadas.

Siguiendo el mismo ejemplo mencionado, con la categoría “Descargas”, la acción “.doc” y la etiqueta “Informe económico”; el valor sería “*downloadTime*”.

Cuando se va a registrar un evento de una aplicación móvil es importante conocer la herramienta de medición. Según Polo (2009), una de las herramientas más utilizadas es Google Analytics; sin embargo, también se pueden utilizar otras como por ejemplo Appsflyer, Flurry, Mixpanel y Localytics.

En caso de manejar Google Analytics, será necesario utilizar su SDK y diferenciar el código de seguimiento en función de si la aplicación se va a medir en iOS o en Android; tal y como puede verse a continuación.

**Imagen 12. Ejemplo de código de seguimiento del SDK de Google Analytics para iOS**

```
// May return nil if a tracker has not already been initialized with a property
// ID.
id<GAITracker> tracker = [[GAI sharedInstance] defaultTracker];

[tracker send:[[GAIDictionaryBuilder createEventWithCategory:@"ui_action"
                                     action:@"button_press"
                                     label:@"play"
                                     value:nil] build]];
```

Fuente: Google Analytics

**Imagen 13. Ejemplo de código de seguimiento del SDK de Google Analytics para Android**

```
// Get tracker.
Tracker t = ((AnalyticsSampleApp) getActivity()).getApplication().getTracker(
    TrackerName.APP_TRACKER);
// Build and send an Event.
t.send(new HitBuilders.EventBuilder()
    .setCategory(getString(categoryId))
    .setAction(getString(actionId))
    .setLabel(getString(labelId))
    .build());
```

Fuente: Google Analytics

Por último, también será necesario fijar la medición de los eventos sin interacción, ya que los usuarios pueden entrar en una pantalla de la aplicación, pero no interactuar tal y como se ha definido el evento.

**8) Flujos:** nos permiten visualizar los pasos reales que han seguido los usuarios. Chardonneau (2014) indica que se puede distinguir entre flujo de pantallas o de tráfico, flujo de objetivos y flujo de eventos.

**8.1) Flujo de pantallas o flujo de tráfico.** Muestra el camino que han seguido los usuarios a través de la navegación que han realizado por las diferentes pantallas. Además, también registra el número total de visitas que ha tenido cada pantalla.

Este tipo de métrica permite registrar cuáles son las interacciones más características que los usuarios realizan en dentro de la aplicación y, si existe algún problema concreto con el contenido generado.

**8.2) Flujo de objetivos.** Muestra el camino que ha recorrido el tráfico hacia una conversión de objetivo a través de un embudo de conversión. Poder tener datos sobre la navegación que los usuarios llevan a cabo permite llevar a cabo acciones para mejorar la conversión.

**8.3) Flujo de eventos o *event flow*.** “El orden en el que se ejecutan los eventos asignados a cada elemento de la página es lo que constituye el flujo de eventos” (Eguíluz, 2008: 96)

**9) *Funnels* o embudos multicanal.** Es el proceso a través del cual, tanto el desarrollador de la aplicación como la empresa responsable de la misma; quieren que los usuarios realicen la conversión fijada.

“La idea es que a medida que avanzamos hacia el objetivo hay menos usuarios en cada paso y si cada paso lo representamos gráficamente con un tamaño en relación al número de usuario que hay en él,

obtenemos una imagen similar a un embudo. Y de ahí viene el uso del término embudo” (Acera, 2014: 129).

Los usuarios pueden llevar a cabo el proceso de conversión por diversos canales, por lo que es muy importante definir bien cómo va a ser dicho proceso y, también, definir de la forma más precisa posible los eventos, ya que ayudará a identificar cuándo los usuarios abandonan el proceso de conversión y la razón por la que lo abandonan.

Para ello, se deberán fijar tres parámetros:

**9.1) Las rutas de conversión**, es decir, los caminos para realizar la conversión. Chardonneau (2014) diferencia entre rutas principales y secundarias.

**9.2) El periodo de tiempo** que transcurre entre la primera interacción del usuario con la aplicación hasta que realiza la conversión.

**9.3) Longitud de la ruta de conversión**, que hace referencia al número de fuentes utilizadas por el usuario antes de llevar a cabo la conversión.

**10) Retención.** Con esta métrica se puede conocer el número de usuarios que, desde la primera interacción con la aplicación, han vuelto otra vez. Normalmente se expresa en porcentaje y, a su vez, nos proporciona información de forma indirecta sobre el número de usuarios que ya no han vuelto a interactuar con la aplicación.

En este sentido, Muñoz y Elósegui (2011) comentan que, de forma genérica e independientemente de la estrategia escogida, interesará que el porcentaje de usuarios que se retienen sea superior al porcentaje de nuevos usuarios.

Medir el nivel y la calidad de la retención de los usuarios proporciona información sobre el *engagement* de los usuarios, por lo que es importante

conocer su comportamiento y cuándo utilizan la aplicación; de esta forma se podrán mejorar todos los procesos internos de la misma.

**11) Lifetime Value (LTV).** Los primeros investigadores que llevaron a cabo investigaciones sobre el impacto económico que podía generar la retención de los clientes se encuentran Reichheld y Sasser (1990). “(...) para tratar a los clientes como activos económicos, es necesario cuantificar y predecir la duración o permanencia del cliente con la empresa y el ciclo de flujo de fondos del cliente” (Gil y Ortigosa, 2009: 91)

El LTV proporciona información sobre cuánto dinero genera cada usuario durante el tiempo de vida en la aplicación. No solamente se entiende en términos financieros, sino también de fidelización de los usuarios.

Es el resultado de multiplicar los ingresos medios por usuario por la vida media que se espera que tenga dicho usuario. Con esta métrica se podrán realizar previsiones sobre lanzamientos de ofertas y necesidades de capital de la aplicación.

Además, en las campañas de comunicación también se tienen en cuenta los siguientes parámetros:

- 1) **Audiencia:** Ros (2008) lo define como el número de usuarios únicos que han entrado en contacto con un anuncio durante un periodo de tiempo establecido. Por su parte, González y Carrero (2002) indican que es necesario marcar un límite temporal para poder delimitar una audiencia.
- 2) **Impresión:** hace referencia a la visualización del anuncio por parte del usuario.
- 3) **Frecuencia:** es el número de veces que un usuario es impactado por la campaña publicitaria. “Como no todas las personas resultan impactadas igual número de veces, se puede calcular la frecuencia media (dividiendo el número total de



impactos por el número de personas impactadas) o la distribución de frecuencias (porcentaje de personas que han recibido un impacto, dos impactos, tres, etc.)” (González y Carrero, 2002: 515).

- 4) **Clic:** “es el registro de la pulsación del usuario sobre la pieza publicitaria” (Hidalgo, 2016: 129).
- 5) **CTR (*Click Through Rate*).** Es el porcentaje de impresiones publicitarias sobre las que un usuario ha hecho clic. “(...) cuanto mayor sea el CTR, mayor relevancia tendrá el anuncio” (Ros, 2008: 253).

La fórmula para calcular el CTR es la siguiente:

$$(\text{N}^\circ \text{ de clics} / \text{n}^\circ \text{ de impresiones}) \times 100$$

- 6) **Descargas o instalaciones:** hace referencia a la descarga de aplicaciones en los dispositivos móviles a través de las *stores*, ya sea a través de campañas o de forma orgánica.
- 7) **Share of Voice (SOV).** Es un indicador que expresa porcentualmente la exposición y visibilidad de una campaña publicitaria online en comparación con sus competidores o con la totalidad de su sector.

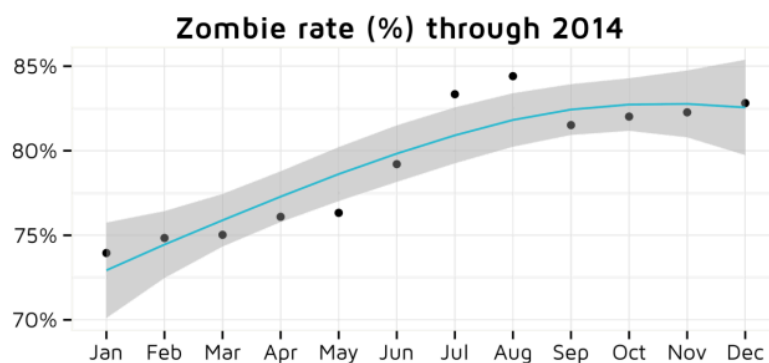
“Su cálculo resulta útil para analizar la situación de marcas con actividad publicitaria fuerte y constante y tiene significado en mercados muy estables, no siendo conveniente su utilización en situaciones cambiantes” (González y Carrero, 2002: 543).

## 4.5 App Store Optimization (ASO)

Cada día surgen miles de nuevas aplicaciones en las tiendas de aplicaciones móviles. Según los datos aportados por IAB (2015), actualmente hay más de 3 millones de aplicaciones: 1,6 millones en Google Play, 1,5 millones en App Store.

A pesar de estos datos, hay que tener en cuenta que muchas de ellas pueden ser aplicaciones que ya no se utilizan, es decir, en su momento se subieron a una determinada tienda y algunos usuarios las descargaron, pero no las volvieron a utilizar o las desinstalaron al poco tiempo. Es lo que se conoce como aplicación *zombie*. En este sentido, desde Adjust (2015) se indica que el 83% de las aplicaciones del catálogo de App Store pertenecen a esta categoría tal y como se puede observar en la siguiente gráfica.

Gráfico 16. Ratio de aplicaciones *zombie* en App Store en 2014



Fuente: Adjust (2015)

Como mencionábamos antes, para que una aplicación pueda tener éxito debe potenciar el posicionamiento orgánico para conseguir una visibilidad efectiva en las diferentes tiendas de aplicaciones escogidas, es decir, será necesario llevar a cabo acciones de ASO (*App Store Optimization*); “(...) la

nueva tendencia en el universo del posicionamiento de contenidos” (De Luca, 2014: 238).

Según IAB (2014) ASO son las siglas con las que se refiere al proceso de optimización de la ficha de una aplicación móvil con el fin de obtener una visibilidad lo más efectiva posible que posibilite un gran volumen de instalaciones. Hay que tener en cuenta que es necesario generar un contenido de calidad que consiga generar interés en el usuario, dar a conocer y hacer publicidad sobre la aplicación, para intentar que ello derive en la instalación de la misma.

La organización de los elementos en la ficha de las plataformas no es casual, sino que está orientada hacia la conversión. A continuación se muestra un ejemplo del recorrido que hace un usuario en los 3 primeros segundos cuando abre la ficha de la aplicación WhatsApp en Play Store, donde se puede apreciar como la imagen destacada, el nombre aplicación, la valoración de la edad, la información sobre el volumen de instalaciones y, las categorías, son los elementos que guían dicho recorrido.

En el caso de App Store, con la ficha de la misma aplicación, destaca especialmente el icono y las capturas de pantalla presentadas. Es decir, los elementos icónicos predominan frente a los textuales.

Imagen 14. Ejemplo del recorrido visual en Whatsapp



Fuente: Feng-GUI

Gallardo (2016) indica que este proceso de optimización se lleva cabo para mejorar el posicionamiento de una aplicación en las tiendas de aplicaciones, tanto a nivel de búsquedas como, también, de lista de éxitos (*Top Charts*), de destacados y de conversión.

Los principales objetivos del ASO, según IAB (2014) son:

- Incrementar el volumen de instalaciones, reduciendo al mismo tiempo el coste por adquisición de usuarios.
- Investigar qué es lo que el público objetivo necesita y busca para poder utilizar esa información y ser encontrado.
- Aparecer por encima de la competencia en los resultados de búsqueda.

- Conseguir una visibilidad más efectiva, es decir, aumentar las posibilidades de *rankear*<sup>31</sup> más alto por las principales palabras clave de un proyecto de aplicación móvil, intentando mejorar la posición en Top Charts y buscar la oportunidad para que las tiendas de aplicaciones móviles destaquen dicha aplicación en el apartado de “Destacados”.
- Maximizar los ingresos que se pueden obtener a través de una aplicación móvil. Como ya se ha comentado antes, el ASO permite aumentar las instalaciones orgánicas lo que faculta el desarrollo de una estrategia de adquisición de usuarios sostenible en el tiempo y, sobre todo, reduce los costes de captación.

“El 46% de los usuarios ha pagado en alguna ocasión por una *app*. De ese 46%, el 30% declara haberlo hecho por WhatsApp y el resto (16%) por otras aplicaciones” (IAB, 2014: 5).

#### **4.5.1 Factores del ASO**

Peris y Peláez (2014), y Gallardo (2016) posteriormente, distinguen dos tipos de factores a tener en cuenta en ASO: los *on-metadata* y los *off-metadata*. En nuestra investigación nos vamos a centrar solamente en aquellos que afectan a las plataformas de Android y de iOS, que forman parte de nuestro objeto de estudio.

**1. ASO On-metadata**, que estaría conformado por todos aquellos parámetros que se pueden dirigir desde las consolas del desarrollador y, por tanto, se podrá incidir de forma directa sobre ellos.

---

<sup>31</sup> Anglicismo que proviene de la palabra “ranking”.

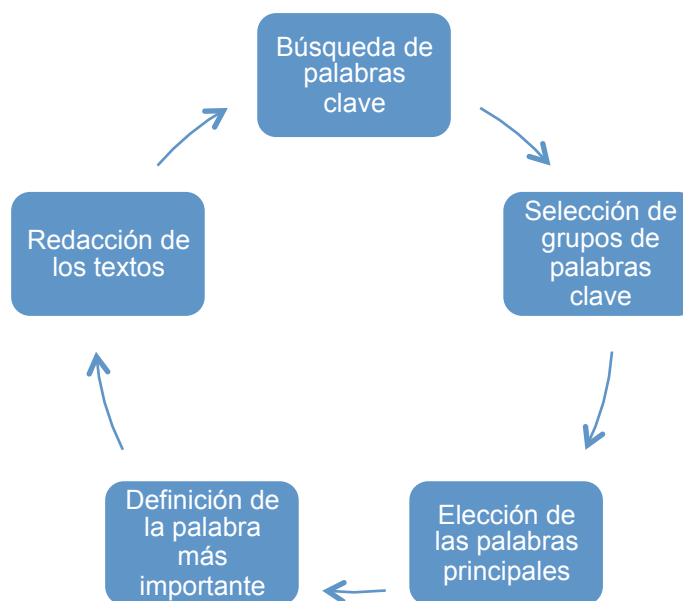
Según IAB (2014), cuando se realiza un proceso de optimización on-metadata, lo primero que se debe realizar es la elección de las palabras clave con las que se va a posicionar la aplicación. Maciá (2010) indica que las palabras clave, también denominadas conceptos clave o *keywords*, con utilizadas por los algoritmos de los buscadores para categorizar un contenido en sus bases de datos.

En este contexto, Gallardo (2016) indica que las *keywords* determinan los textos que se crean para un buen posicionamiento ASO.

Al igual que ocurre en SEO, la clave está en utilizar términos tal y como lo harían los usuarios interesados en descargar una determinada aplicación, adaptando el lenguaje que se va a utilizar.

Peris y Peláez (2014) inciden en que realizar un estudio periódico de palabras clave es muy importante para saber a través de qué *keywords* los usuarios van a encontrar una aplicación y, cómo se deben potenciar dichas *keywords* para conseguir aumentar el número de instalaciones.

**Gráfico 17. Proceso en el desarrollo de los textos de las aplicaciones móviles**



Fuente: IAB (2016)

IAB (2014), Peris y Peláez (2014), y Esteban (2016) indican que los factores *on-metadata* que podemos encontrar son:

- **App Name (App Store – Apple) o Título (Play Store – Android).** Es el primer sitio donde se deben agregar las palabras clave escogidas, ya que junto con el icono supone la primera toma de contacto entre la aplicación y el usuario.

Gallardo (2016) resalta que, de forma general, las aplicaciones *rankean* más alto para las palabras clave que tiene en su título, por lo que es necesario incluir el nombre de la marca junto con aquellas palabras clave más relevantes y que posicionen mejor la aplicación. Por su parte, Esteban (2016) advierte que no se debe utilizar el nombre de la marca de la competencia para evitar entrar en las *blacklist* o listas negras de las tiendas de aplicaciones móviles y que ello pueda afectar al posicionamiento de la aplicación móvil.

La redacción del *app name* o título se debe realizar de forma natural, ya que una saturación de palabras clave o *keyword stuffing* puede penalizar la aplicación. IAB (2016) indica que App Store te permite utilizar hasta 255 caracteres en este apartado, aunque es recomendable no superar los 25 caracteres para evitar problemas de visualización.

En Play Store, sin embargo, solamente se pueden incluir 30 caracteres, por lo que el texto deberá ser breve y, al mismo tiempo, captar la atención del usuario. Además, Google permite la inclusión de *emojis*<sup>32</sup> e implementar un nombre traducido por idioma.

---

<sup>32</sup>Los *emojis* se pueden definir como “(...) pequeñas imágenes prediseñadas. Un consorcio internacional denominado Unicode (Lebduska, 2014) se encarga actualmente del diseño y estandarización de los emojis, proporcionando un amplio abanico de emoticonos que representan no solo expresiones faciales, sino también gestos, animales, objetos, elementos naturales, edificios y un largo etcétera (The Unicode Consortium, 2015). Este conjunto, disponible hoy en día en soportes como Twitter o la notoria aplicación de mensajería para teléfonos inteligentes WhatsApp, se ha popularizado mucho, a tal punto que el prestigioso diccionario Oxford eligió un emoji como “palabra del año” 2015 (Oxford Dictionaries, 2015)” (Sampietro, 2016: 273).

• **Campo Keyword o Palabras Clave.** Solamente está disponible en la ficha de App Store (Apple) y es uno de los factores más importantes junto con el título. Se deben incluir las principales palabras clave con las que se quiere posicionar una aplicación.

Gallardo (2016) establece una serie de recomendaciones con respecto a la descripción: que guarde una coherencia con el título y la descripción aportadas, no siendo superior a los 100 caracteres y sin repeticiones. También, que es mejor no utilizar espacios después de las comas entre las palabras para aprovechar al máximo los caracteres disponibles.

Además, si se han de utilizar cifras numéricas, es mejor no expresarlos en forma de texto para evitar usar caracteres extra, es decir, será mejor utilizar el número 3 antes que indicar “tres”.

Por otra parte, se debe evitar el uso de palabras “vacías”, es decir, es aconsejable no utilizar términos como “el”, “la”, “los”, “las”, “en”.

Sánchez (2015) apostilla que al elegir las palabras clave se deben tener en cuenta parámetros como:

- Volumen de búsqueda, que sea el mayor posible.
- Competencia, que sea lo más reducida posible.
- Tendencias y modas actuales.
- *Short Tail* (cola corta) vs. *Long Tail* (cola larga)<sup>33</sup>. Los dos conceptos hacen referencia a la posición de las palabras claves en los gráficos de análisis de popularidad. En el primero, de carácter más genérico, la competencia de las

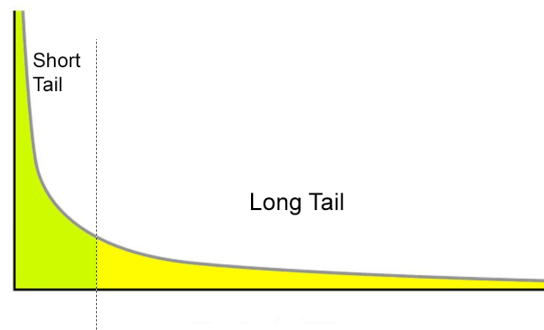
---

<sup>33</sup> Expresión acuñada por Chris Anderson en 2004 en un artículo para la revista Wired. Con esta fórmula, Anderson quería describir los nuevos modelos de negocio, como por ejemplo Amazon. “Las nuevas tecnologías hacen que no sea ya necesario focalizar el negocio en producto superventas. Existen dos mercados: uno centrado en el alto rendimiento de pocos productos y otro, nuevo, basado en la suma de todas las pequeñas ventas de muchos productos. Son el antiguo mercados de masas y los nuevos nichos de mercado” (Ros, 2008: 29).



palabras clave es más amplia; sin embargo, en el segundo que es más específico, no tienen tanta competencia.

**Imagen 15. Short Tail y Long Tail**



Fuente: Chris Anderson

Es recomendable emplear aquellas palabras que sean más importantes para el posicionamiento de la aplicación, es decir, que puedan provocar un mayor volumen de tráfico y, a su vez, que tengan menos competencia en el uso. En definitiva, son las palabras clave con las que se quiere que los usuarios encuentren una aplicación en las tiendas de aplicaciones móviles.

“El secreto de la cola larga se puede resumir en dos pasos: hacer que todo esté disponible y ayudar al cliente a encontrarlo” (Cuesta y Alonso, 2010: 109).

Para poder decidir qué palabras clave conviene más, es útil usar herramientas para medir palabras claves, ver cuáles utiliza la competencia y también cuáles se usan en los *reviews* que dejan los usuarios.

Al igual que en el título, no se deben utilizar los nombres de las marcas que son competencia para evitar que Apple imponga restricciones (*banear*) o introduzca las palabras clave en su *blacklist*.

• **Descripción (App Store y Play Store).** Su importancia es desigual para Apple y Google. En el caso de Play Store es uno de los factores más importantes, sin embargo, en App Store no ayuda a mejorar el posicionamiento, aunque sí puede considerarse como un factor que ayuda en la conversión, ya que es el lugar al que acudirá el usuario para tener más información sobre las características y la utilidad de la aplicación. Es decir, ayudará a que el usuario se instale la aplicación.

Gallardo (2016) expresa que en las dos plataformas se puede escribir hasta 4.000 caracteres y, al igual que en los dos parámetros anteriores (nombre de la aplicación y palabras clave), se debe evitar la repetición continuada de palabras clave para evitar penalizaciones por parte de las plataformas.

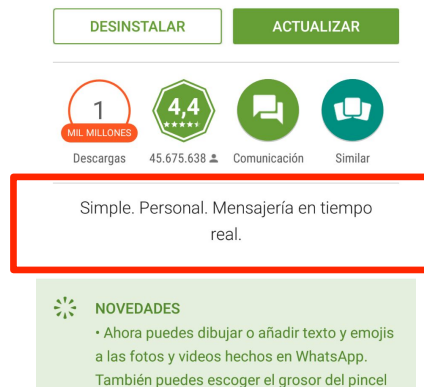
Además, Play Store, a diferencia de App Store, sí que permite incluir etiquetas en HTML, por ejemplo para introducir caracteres en negrita (se debe insertar las etiquetas `<b>` y `</b>` al inicio y al final de el fragmento de texto que se quiera destacar), cursiva (en este caso se utilizan las etiquetas `<i>` y `</i>`), enlaces (incluyendo la siguiente estructura: `a href="URL de destino" </a>`) y *emojis*.

Cabe resaltar que en esta plataforma también se puede realizar un Test A/B, es decir, se puede experimentar con dos variantes para identificar cuál tiene un mejor rendimiento.

• **Descripción breve.** Solamente está disponible en Play Store. Esteban (2016) indica que la plataforma permite un máximo de 80 caracteres, por lo que debe ser corta, clara, atractiva y describiendo los principales beneficios que aporta la aplicación para el usuario.

IAB (2016) incide en que la descripción corta ayuda a mejorar el posicionamiento y la conversión, ya que el usuario se guía por micromomentos, por lo que el índice de atención y lectura de una descripción corta frente a otra larga, es mayor.

Imagen 16. Ejemplo de descripción breve



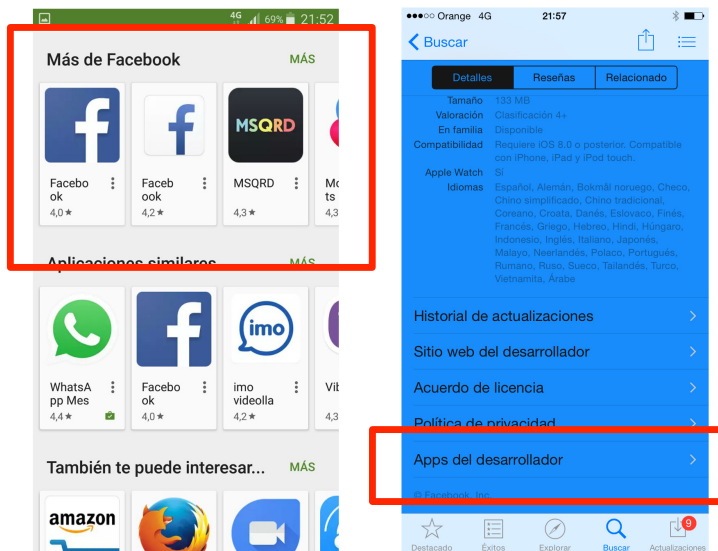
Fuente: Play Store

Al igual que en la descripción, se pueden incluir *emojis* y realizar un test A/B.

• **Desarrollador e histórico del desarrollador.** Está disponible en las dos plataformas y en este campo se incluye información sobre el autor de la aplicación. Es un factor de posicionamiento y de conversión, ya que aquellos desarrolladores con un historial positivo de desarrollo de aplicaciones son mejor posicionados por ambas plataformas.

La visualización de este parámetro en las fichas de ambas plataformas es diferente, mientras que en App Store se muestra un enlace a otra página con las aplicaciones del desarrollador, en Play Store se muestra una previsualización de las más destacadas y, si el usuario está interesado, tendrá que hacer clic en el enlace y podrá ver todas las aplicaciones del desarrollador.

Imagen 17. Ejemplo de visualización del campo desarrollador en la aplicación Messenger en Play Store y App Store



Fuente: Play Store y App Store

• **Categoría.** Es necesario clasificar la aplicación para llegar al público objetivo. Este apartado actúa de filtro ayudando a los usuarios a encontrar las aplicaciones que buscan, es decir, ayuda en dar visibilidad a la aplicación.

Peris y Peláez (2014) remarcan que las categorías ejercen un efecto multiplicador, ya que cada descarga de pago genera instalaciones orgánicas adicionales.

Cada *store* tiene sus propias categorías:

- a. En App Store habrá que definir cuál es la categoría principal y, en el caso de los juegos, se puede añadir una o dos subcategorías secundarias. Las categorías que se pueden encontrar son:

- Catálogos
- Comida y bebida

- Compras
- Deportes
- Economía y empresa
- Educación
- Entretenimiento
- Estilo de vida
- Finanzas
- Foto y video
- Juegos
  - Estrategia
  - Simulación
  - Acción
  - Aventura
  - Arcade
  - Música
  - Familiar
  - Juegos de mesa
  - Juegos de rol
  - Carreras
  - Cartas
  - Casino
  - Dados
  - Deportes
  - Educación
  - Palabras
  - Puzle
  - Trivia
- Libros
- Medicina
- Música
- Navegación
- Niños
- Noticias
- Productividad
- Referencia

- Redes Sociales
- Revistas y periódicos
  - Aire libre/naturaleza
  - Animales domésticos
  - Arte y fotografía
  - Artesanía y aficiones
  - Automoción
  - Ciencia
  - Cine y música
  - Cocina, comida y bebida
  - Deportes y ocio
  - Entretenimiento
  - Hogar y jardín
  - Moda y estilo
  - Negocios e inversiones
  - Noticias y política
  - Novias y bodas
  - Padres y familia
  - Para mujeres
  - Profesional y comercio
- Salud y forma física
- Tiempo
- Utilidades
- Viajes

b. En *Play Store* podemos encontrar tres categorías principales en torno a las que se identificarán al resto: aplicaciones, juegos, y en familia.

- Aplicaciones
  - Arte y diseño
  - Automoción
  - Belleza
  - Bibliotecas y demos
  - Casa y hogar

- Citas
- Comer y beber
- Cómicos
- Compras
- Comunicación
- Deportes
- Educación
- Empresa
- Entradas a eventos
- Entretenimiento
- Estilo de vida
- Finanzas
- Fotografía
- Herramientas
- Libros y obras de consulta
- Mapas y navegación
- Medicina
- Música y audio
- Noticias y revistas
- Personalización
- Productividad
- Multimedia y video
- Salud y bienestar
- Ser padres
- Social
- Tiempo
- Viajes y guías
- Juegos
  - Acción
  - Arcade
  - Aventura
  - Carreras
  - Cartas
  - Casino
  - Casual
  - Educativo

- Estrategia
- Deportes
- Juegos de mesa
- Juegos de rol
- Música
- Simulación
- Palabras
- Puzles
- Preguntas y respuestas
- En familia
  - Hasta 5 años
  - Entre 6 y 8 años
  - Para más de 9 años
  - Acción y aventura
  - Creatividad
  - Educación
  - Juegos mentales
  - Juegos simulados
  - Música y video

• **Icono.** Como ya hemos mencionado antes, suele ser el primer elemento en el que se fijan los usuarios. Su impacto en el CTR (*Click Through Rate*) y en el DTR (*Download Through Rate*) es alto, por lo que se puede considerar que su impacto a nivel de conversión es notable, ya que su objetivo va a ser llamar la atención del usuario intentando diferenciarse de la competencia.

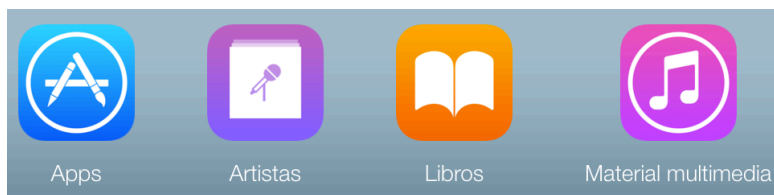
Esteban (2016) menciona que el diseño del icono debe ser coherente con la finalidad de la aplicación, identificando de forma creativa la funcionalidad de la aplicación.

Gallardo (2016) además, recomienda que cuando se diseña el icono hay que evitar poner mucha información, ya que cuando los usuarios lo ven en un formato pequeño en sus dispositivos móviles puede



quedar ilegible y no aportar ningún valor diferencial frente al resto de aplicaciones que compiten con ella en el mismo ranking.

**Imagen 18. Ejemplos de icono en App Store**



Fuente: iTunnes Connect

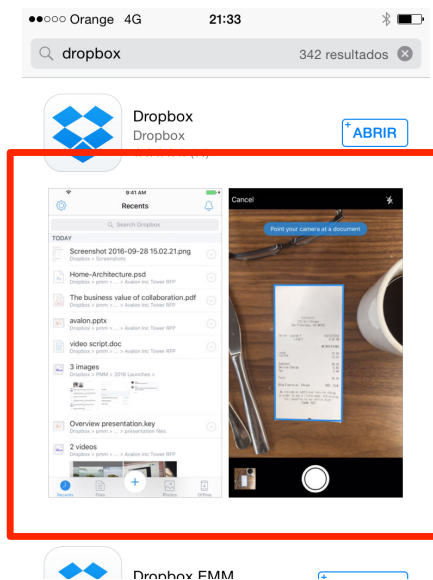
Play Store ofrece la posibilidad de realizar un test A/B y probar con diferentes iconos para ver cuál funciona mejor. Las recomendaciones para implementar un icono en esta plataforma son: subir un archivo en .PNG de 32 bits (*alpha*), con un tamaño de 512 x 512 píxeles, y un peso máximo de 1024 KB.

Para los iconos de las aplicaciones en App Store, Apple establece los siguientes requisitos: tener un tamaño de 1024 x 1024 píxeles y 72 píxeles por pulgada, en modo RGB, sin transparencias y sin las esquinas redondeadas. El formato del archivo tiene que ser .JPEG o .PNG de alta calidad.

- **Screenshots / Capturas de pantalla.** Gallardo (2016) indica que junto con el icono es un gran reclamo visual, ya que puede influir en el usuario para que realice la instalación de la aplicación; por lo que su función de conversión es mayor que la de posicionamiento.

Cabe destacar que desde que se lanzó al mercado iOS 6, el primer *screenshot* está incluido en los resultados de búsqueda, por lo que en App Store adquiere una gran relevancia.

**Imagen 19. Ejemplo de la previsualización de las capturas de pantalla en las búsquedas por palabras clave**



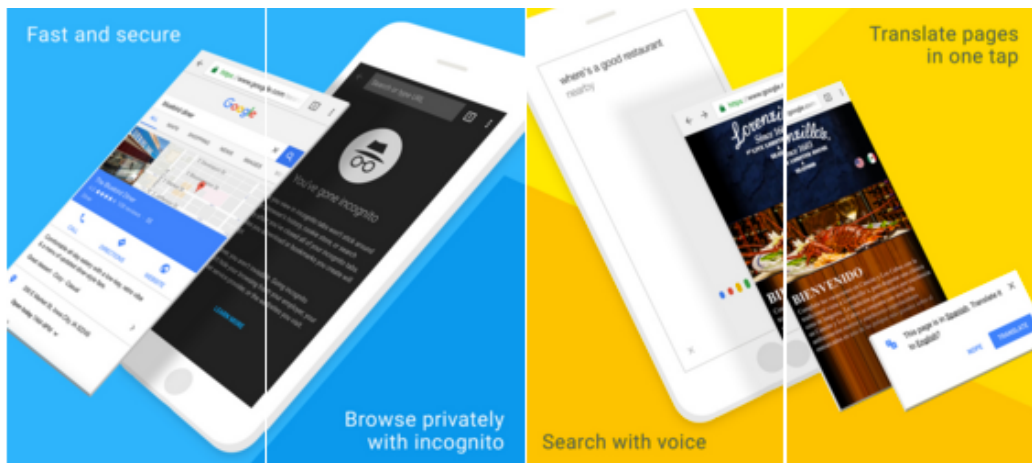
Fuente: App Store

Peris y Peláez (2014) indican que la información que aportan sobre la aplicación debe ser clara y atractiva para el usuario, expresando visualmente las ventajas y funcionalidades que ofrece la aplicación.

“Ambas plataformas permiten entrelazar las capturas de pantalla, de forma que se puede generar un relato visual, a través de la combinación de imágenes y texto” (Gallardo, 2016).

Es conveniente traducir el texto utilizado en las capturas a todos los idiomas en los que esté disponible la aplicación para poder *engagement* con el usuario.

Imagen 20. Ejemplo de capturas de pantalla entrelazadas



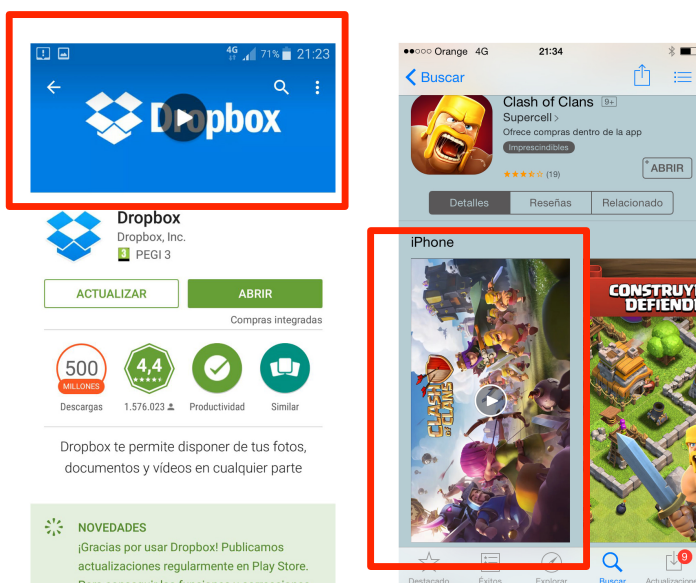
Fuente: AppAnnie

En el caso de Play Store se pueden subir hasta ocho capturas y realizar un test A/B, mientras que en App Store se pueden subir hasta cinco capturas y no hay posibilidad de realizar un test entre variables.

• **Video Preview.** Permite ver una demostración audiovisual de lo que el usuario va a encontrarse dentro de la aplicación.

Su ubicación varía en función de la tienda de aplicaciones, ya que en App Store se sitúa al inicio de la zona destinada a las capturas de pantalla, mientras que en Play Store está en la cabecera, donde se sitúa la imagen destacada.

Imagen 21. Ejemplo de video en App Store y en Play Store



Fuente: App Store y Play Store

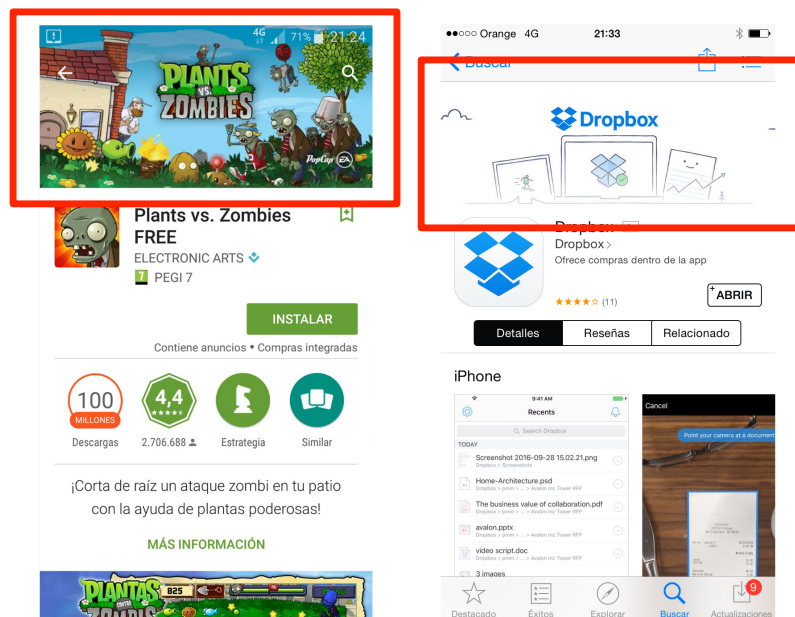
Esta no es la única diferencia entre ambas tiendas, ya que Apple no permite subir en su plataforma videos de carácter comercial, sino descriptivos y funcionales; mientras que las posibilidades narrativas en Google son más flexibles, permitiendo subir en Youtube mensajes de carácter más comercial y pudiendo realizar test A/B.

Gallardo (2016) recomienda que debe tener una duración corta, preferiblemente alrededor de un minuto; y ser atractivo para retener la atención del usuario, ya que es un argumento más para convencer al usuario de que instale la aplicación. Es por ello que puede influir sobre el ratio de conversión.

- **Imagen destacada.** Está ubicada en la zona superior de la ficha de la aplicación en ambas plataformas, y se puede utilizar imágenes y textos que llamen la atención del usuario.

Según IAB (2014) es un elemento de conversión, ya que al entrar en la ficha de la aplicación es el primer impacto visual que recibe.

Imagen 22. Ejemplo de imágenes destacadas en Play Store y App Store



Fuente: Play Store y App Store

- **Tamaño de la App:** como tal no es un elemento que influya en el posicionamiento de una aplicación, ya que su función es indicar el peso relativo que va a ocupar ésta en el dispositivo móvil. Se puede expresar en *bytes*, *kilobytes* o *megabytes*.

Se ha incluido en este parámetro ya que es un factor de conversión importante sobre el que el desarrollador puede influir de manera directa desde su consola.

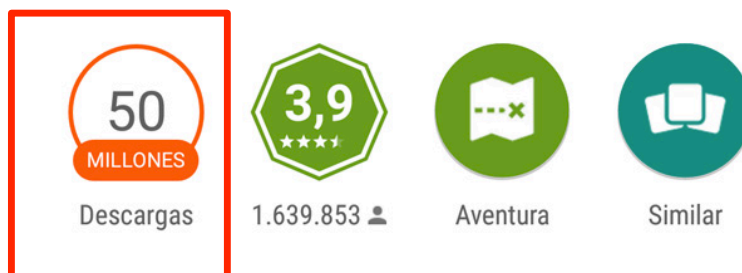
Peris y Peláez (2014) indican que si la aplicación tiene un tamaño grande, y no es imprescindible para el usuario, se reducirán las opciones de que éste la instale en su dispositivo móvil.

**2. ASO Off-metadata,** que estaría formado por todos aquellos parámetros que no se pueden dirigir desde las consolas del desarrollador pero sobre los que él intentará influir de forma indirecta.

• **Volumen de instalaciones.** Para IAB (2016) es uno de los parámetros más importante para mejorar el posicionamiento orgánico de una aplicación. Las dos plataformas líderes del mercado consideran que cuantas más instalaciones tenga una aplicación mejor posicionamiento podrá tener tanto en las búsquedas como en los *Top Charts*.

En el caso de Play Store se visualiza dicho volumen de forma destacada.

Imagen 23. Ejemplo de visualización de volumen de instalaciones



Fuente: Play Store

• **Velocidad de las instalaciones.** Esteban (2016) remarca que además de tener un gran volumen de instalaciones, en el algoritmo de posicionamiento que utilizan tanto Google como Apple, es muy importante que la velocidad a la que se producen esas instalaciones sea lo más reducida posible.

Por su parte, desde IAB (2016) se menciona que las aplicaciones que cumplan estos dos requisitos, es decir, volumen y velocidad de instalaciones; tendrán más posibilidades de aparecer en la zona de destacados de las *stores*, en la lista de éxitos general y por categoría.

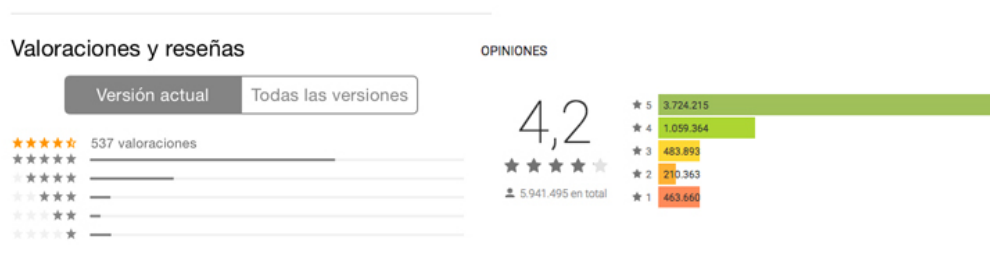
• **Menciones en sitios web.** Es un factor más relacionado con la conversión. Gallardo (2016) destaca que si mencionan de forma positiva una aplicación en páginas web o blogs de que sean referencia en su sector, se generará una imagen positiva que podrá influir sobre el número de instalaciones.

• **Rating o valoraciones.** IAB (2014) lo define como la puntuación media que tiene la aplicación en función de las valoraciones que hacen los usuarios, que pueden puntuar la aplicación desde una a cinco estrellas (de menor a mayor valoración).

Gallardo (2016) indica que es un parámetro que influye en la conversión ya que el usuario, generalmente, si tiene que decidir entre dos aplicaciones similares y con valoraciones totalmente opuestas, optará por la mejor valorada.

En App Store se muestra la valoración media y la acumulada, mientras que en Google Play se muestra la acumulada para todos los países.

**Imagen 24. Ejemplos de rating en App Store y Play Store**



Fuente: App Store y Play Store

• **Los comentarios de los usuarios.** Al igual que el parámetro anterior, afecta principalmente a la conversión. No obstante, hay dos diferencias notables entre App Store y Play Store, ya que en esta

segunda los comentarios también afectan en el posicionamiento de las búsquedas realizadas ya que el algoritmo propio de Google mide la intensidad de la repetición de las palabras clave. Además, el desarrollador también dispone de herramientas para poder contestar los comentarios realizados por los usuarios en Play Store, mientras que en App Store no se puede.

• **Engagement.** Este parámetro hace referencia a la recurrencia con la que los usuarios acceden a una aplicación móvil. Permite aparecer en la sección de destacados, ya que tanto Google como Apple premian un *engagement* positivo.

Peris y Peláez (2014) comentan que aparecer en la sección de destacados permite mejorar la visibilidad de la aplicación e, indirectamente, en el volumen de instalaciones. Es por ello que se considera un factor muy importante de conversión.

A continuación se presenta una síntesis sobre los conceptos desarrollados y sus principales características.



Tabla 19. Resumen de los factores *on-metadata* en App Store y Play Store

	App Store	Play Store
<i>App name</i> / Título	255 caracteres	30 caracteres
Descripción	4.000 caracteres como máximo	
Descripción breve	No se ofrece	80 caracteres
Palabras clave	100 caracteres	No se ofrece
Categoría	1 principal y 2 secundarias	
Desarrollador e historial	Público, aquellos con historial positivo mejor posicionamiento	
Icono	1 como máximo	
<i>Screenshots</i>	5 como máximo	8 como máximo
Video demostrativo	1 y en App Store	1 y en Youtube
Tamaño	Obligatorio	Opcional

Fuente: elaboración propia

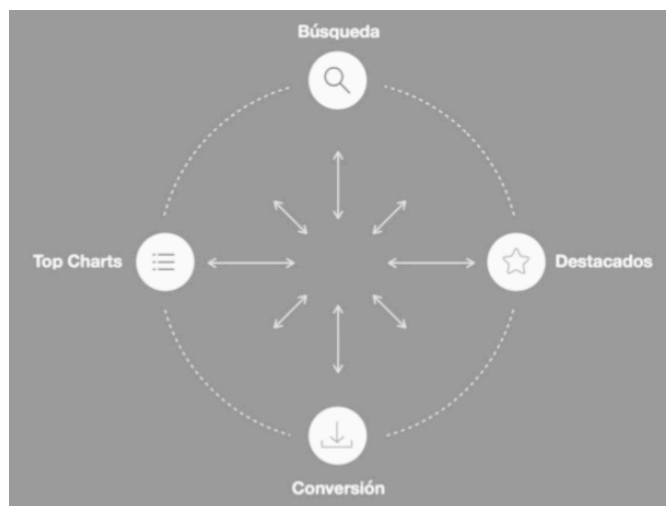
Tabla 20. Resumen de los factores *off-metadata* en App Store y Play Store

	App Store	Play Store
Volumen de instalaciones	No es público	Franja de instalaciones pública
Velocidad de instalaciones	No es público	No es público
Valoraciones	Valoración media de la versión actual y acumulada	Acumulada
Comentarios	No se pueden contestar en la ficha	Se pueden contestar en la ficha
<i>Engagement</i>	No es público	No es público
Menciones en web	Puede ayudar a mejora la imagen percibida	

Fuente: elaboración propia

Al definir el ASO, comentábamos que es un proceso de optimización que se lleva cabo para mejorar el posicionamiento a nivel de búsquedas, de lista de éxitos (*Top Charts*) y de destacados. Además, como hemos visto, también hay factores que pueden influir en la conversión de los usuarios. IAB (2016) destaca que en una primera etapa los factores *on-metadata* y *off-metadata* influirán en ellos, para posteriormente retroalimentarse entre ellos y potenciarse.

Imagen 25. Los cuatro pilares del ASO



Fuente: IAB (2016)

No todos los factores explicados anteriormente van a influir de igual manera en cada uno de estos parámetros; en las siguientes tablas se presenta una síntesis visual al respecto.

**Tabla 21. Factores que afectan en las búsquedas**

<b>App Store</b>	<b>Play Store</b>
App Name	Título de la aplicación
Palabras clave	Descripción
Nombre del desarrollador	Descripción corta
Volumen de instalaciones	Nombre del desarrollador
	Volumen de instalaciones
	Comentarios

Fuente: IAB (2016)

**Tabla 22. Factores que afectan en las listas de éxitos (Top Charts)**

<b>App Store</b>	<b>Play Store</b>
Categoría	Categoría
Volumen de instalaciones	Volumen de instalaciones
Velocidad de instalaciones	Velocidad de instalaciones

Fuente: IAB (2016)

**Tabla 23. Factores que afectan en destacados**

<b>App Store</b>	<b>Play Store</b>
Histórico del desarrollador	Histórico del desarrollador
Volumen de instalaciones	Volumen de instalaciones
Velocidad de instalaciones	Velocidad de instalaciones
<i>Engagement</i>	<i>Engagement</i>
Valoraciones	Valoraciones
Menciones en sitios web	Menciones en sitios web

Fuente: IAB (2016)

**Tabla 24. Factores que afectan en la conversión**

<b>App Store</b>	<b>Play Store</b>
App name	Título de la aplicación
Descripción	Descripción
Nombre del desarrollador	Descripción breve
Histórico del desarrollador	Nombre del desarrollador
Icono	Histórico del desarrollador
<i>Screenshots</i>	Icono
Video demostrativo	<i>Screenshots</i>
Valoraciones	Imagen destacada
Comentarios	Video demostrativo
Menciones en sitios web	Volumen de instalaciones
	Valoraciones
	Comentarios
	Menciones en sitios web

Fuente: IAB (2016)

#### **4.5.2 Fases en el proceso de implementación del ASO**

Como se ha podido apreciar, la implementación de una estrategia de ASO no algo puntual que se vaya a realizar de forma aislada, sino que tiene que continuar en el tiempo durante el ciclo de vida de una aplicación móvil.

En este sentido, IAB (2016) destaca tres fases que se deben tener en cuenta:

1. Análisis (research). Tal y como comentábamos antes, el primer paso es delimitar las palabras clave con las que se quiere posicionar la

aplicación, así como analizar su nivel de competencia en el uso de las mismas.

Los pasos que se deben seguir en esta fase según Peris y Peláez (2014) son:

- Elección de las palabras clave (*keywords*) con las que se quiere posicionar la aplicación.
- Estudio del volumen y la intensidad competitiva, es decir, qué aplicaciones de la competencia están *rankeando* con esas mismas palabras.
- Estudio y elección de palabras clave con menor competencia que pueden ayudar a posicionar mejor la aplicación utilizando herramientas ASO.
- Si la aplicación se va a posicionar en varios países también se deberá elegir las palabras clave para cada *market*.
- Realizar un análisis de benchmarking en torno al icono, las capturas de pantalla, la categoría, el video demostrativo, las valoraciones y los comentarios de la competencia.

2. Optimización. En esta fase se debe optimizar la ficha de la aplicación, consiguiendo una densidad coherente de las palabras clave que se han seleccionado en la fase anterior, y para cada una de las tiendas de aplicaciones en las que se haya decidido subir la *app*.

3. Monitorización, donde se llevará a cabo un seguimiento del ranking de la propia aplicación y de la competencia, tanto en las búsquedas como en el listado de éxitos. Además, en esta fase es muy importante analizar los comentarios realizados por los usuarios para conocer cuáles son los puntos mejor valorados y cuáles las quejas.

**Imagen 26. Fases del ASO**



Fuente: IAB (2016)

**PARTE III**  
**TRABAJO DE CAMPO**





## Capítulo 5. Trabajo de campo

### 5.1 Justificación del trabajo de campo

La delimitación conceptual tiene su propio apartado dentro de la presente tesis doctoral, pero ésta no es suficiente para llevar a cabo la concreción del problema de investigación. Para definir el problema es necesario entrar en contacto con él y adentrarse en él a través de las publicaciones y de las investigaciones previas realizadas, así como **observando y analizando los pasos que llevan a cabo los perfiles profesionales que se encargan de la gestión del posicionamiento de las aplicaciones móviles.**

“El tercer elemento clave en el planteamiento del problema de la investigación lo constituye la justificación del mismo” (Del Río y Velázquez, 2005: 47).

Para estas autoras, hay cinco criterios que permiten justificar una investigación científica, teniendo en cuenta que cualquier investigación puede responder a uno o varios criterios de los descritos a continuación:

- La **conveniencia** de estar vinculada a diversos aspectos.
- La **proyección social** al responder a las demandas de una determinada sociedad, grupo, instituciones públicas y/o privadas, o sus conclusiones puedan ser de utilidad para ellas.
- Las **implicaciones prácticas** de una investigación que permitan dar soluciones a determinados problemas presentes en los grupos o instituciones públicas y/o privadas que existen en la sociedad.
- El **aporte teórico** cuando el investigación pretende contribuir al desarrollo de las teorías existentes o presentar aportes nuevos. Dichos aportes podrán ser interesantes para futuras líneas de investigación.
- El **aporte metodológico**, que estará muy presente en la fase de la planificación y diseño de la metodología. El investigador podrá presentar nuevas maneras de aproximarse al objeto de estudio desde los diferentes instrumentos metodológicos que tiene a su alcance para solventar el problema de investigación.

Siguiendo pues los criterios que establecen estas dos autoras, vamos a pasar a justificar el trabajo de campo que nos ocupa.

Al realizar la revisión bibliográfica de los trabajos realizados anteriormente sobre el problema de investigación, se detectó que existía una carencia de investigaciones sobre el posicionamiento orgánico de las aplicaciones en las tiendas de aplicaciones móviles desde el ámbito de la comunicación, siendo una realidad que precisa llevar a cabo una exploración que permita ampliar el conocimiento en esta área concreta de conocimiento.

El ámbito de las tecnologías móviles se desarrolla a una gran velocidad y es por ello que hemos decidido focalizar la investigación descriptiva y exploratoria de nuestro trabajo en **cómo se realiza la gestión del contenido generado en los factores que influyen en el posicionamiento orgánico de las aplicaciones móviles una vez éstas se suben en las tiendas de aplicaciones móviles.**

A través del trabajo de campo de la presente Tesis Doctoral, se tratará de conocer cómo los diferentes perfiles profesionales asociados al ecosistema móvil perciben **al usuario móvil, cuáles son los actores del ecosistema móvil, las ventajas de los dispositivos móviles frente al resto de medios, las tendencias en marketing móvil, la conceptualización y gestión de las aplicaciones móviles, los tipos de aplicaciones móviles existentes, la conceptualización del ASO, los factores que influyen en el posicionamiento orgánico de las mismas, la forma de promocionar una aplicación móvil, y cuál es la relaciones entre los agentes que participan en el proceso de desarrollo y comercialización de una aplicación.**

Para poder llevarlo a cabo, el primer paso realizado ha sido la observación documental de la literatura existente, y que tiene su propio apartado en esta investigación. Esta revisión documental ha permitido extraer los temas que son necesarios analizar, contrastar y verificar con los perfiles profesionales asociados a la gestión del posicionamiento orgánico mediante la producción primaria de datos que se obtienen a través de las entrevistas en profundidad.

Para ello se han delimitado los perfiles profesionales a tener en cuenta, como son los desarrolladores de aplicaciones móviles, los directores de cuentas

o planificadores de medios, analistas y expertos en ASO. Una vez seleccionada la muestra y la posterior puesta en contacto con ella, se han realizado las entrevistas de forma escalonada. Posteriormente, se ha procedido a realizar un análisis de contenido para extraer los datos y las conclusiones claves para la investigación que nos ocupa.

Posteriormente se ha realizado un seguimiento de las aplicaciones mejor posicionadas durante el periodo de tiempo seleccionado para poder ver cómo gestionan los factores de posicionamiento orgánico. Se ha procedido a realizar un análisis de contenido y, por último, se ha llevado a cabo un análisis comparado de los resultados obtenidos en el análisis anterior.

## **5.2 Metodología aplicada en el trabajo de campo**

Hernández, Fernández y Baptista (2010) indican que “una buena investigación debe ser novedosa, lo que puede lograrse ya sea tratando un tema no estudiado, profundizando en uno poco o medianamente conocido, o dándole un enfoque diferente o un enfoque innovador a un problema aunque ya se haya examinado repetidamente” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010: 3).

Tal y como se mencionaba en la Parte I del trabajo de investigación, existe una carencia de investigaciones de carácter científico que aúnen los tres ámbitos de actuación que se proponen. Tal y como comenta Bunge, “el conocimiento científico es, por definición, el resultado de la investigación científica, es decir, de la investigación realizada con el método y el objetivo de la ciencia” (Bunge, 1989: 189)

Siguiendo esta línea, Cubo, Martín y García (2011) hablan sobre las características del método científico:

- 1) Las teorías deben originarse a partir de la verificación empírica de las hipótesis planteadas.
- 2) El método científico se desarrolla siguiendo estos pasos:

- a. Observación: puede ser natural, sistemática, a través de entrevistas, entre otros.
- b. Inducción: es un proceso de carácter teórico a través del cual deducimos una relación funcional entre varios fenómenos.
- c. Deducción: es un proceso en el que los conocimientos establecidos en el paso anterior se relacionan con los conocimientos establecidos en un área de conocimiento determinada. Es el proceso donde se expone la hipótesis.
- d. Verificación: en este paso se comprueba si se cumplen las deducciones formuladas.

Una vez el investigador ya ha elegido el método y las técnicas que se van a aplicar, es necesario establecer cuál es el diseño del trabajo de la investigación. Al respecto, Martínez Selva (2002) comenta que éste va a ser un paso fundamental donde se introducirá el esquema teórico que se va a realizar, el tipo de muestra que se escogerá, el sistema de códigos que se empleará, el registro de calidad que se va a utilizar y la comprobación final previa antes de empezar la investigación.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) citan dos tipos de diseños:

- 1) Experimentales: en ellos se manipulan de forma intencional uno o varias variables independientes (las causas o antecedentes) para analizar las repercusiones que dicha manipulación tiene sobre una o varias variables dependientes (efectos o consecuencias) en una situación controlada por el investigador del trabajo.
- 2) No experimentales: en ellos no se manipulan de forma intencional las variables independientes, sino que se observa tal y como se suceden en su contexto natural para poder analizarlas posteriormente.

Estos mismos autores también ofrecen una clasificación sobre los estudios de investigación:

- 1) Exploratorios: su finalidad es analizar un tema poco estudiado, desconocido o novedoso.
- 2) Descriptivos: se utilizan para examinar cómo es un fenómeno y las partes que lo componen.
- 3) Correlacionales: consisten en observar si varios fenómenos se relacionan entre sí o no.
- 4) Explicativos: su finalidad es hallar las causas que provocan los fenómenos.

En función de los objetivos marcados por el investigador en su trabajo, una misma investigación puede incluir uno o varios de los tipos que acabamos de mencionar.

A continuación se van a explicar las técnicas que se han utilizado durante el desarrollo del trabajo de campo y que ya se avanzaban en el capítulo 2 de la Parte I.

## **5.2.1 Entrevistas en profundidad**

### ***5.2.1.1 Marco teórico de las entrevistas en profundidad***

En las investigaciones de carácter cualitativo destacan tres técnicas fundamentales que nos permiten recoger datos: la observación, la lectura de textos y la entrevista en profundidad.

Las entrevistas se pueden definir como un “(...) proceso de comunicación, en el transcurso del cual, ambos actores, entrevistador y entrevistado, pueden influir mutuamente, tanto consciente como inconscientemente” (Ruiz Olabuénaga, 2012: 165).

Por su parte, Bailey defiende que la entrevista en profundidad permite que “(...) el entrevistador adquiera la capacidad de profundizar en áreas o temáticas

no previstas y se adentre en la subjetividad del entrevistado, en sus sentimientos, actitudes, pensamientos y motivaciones reales” (Bailey, 2007: 17).

Otros investigadores, como Pavlik (1999), indican que las entrevistas pueden tener dos finalidades:

- 1) Descriptivo: desarrollan una imagen de una situación, por lo que tienen muy bien definido el momento temporal concreto que se va a investigar.
- 2) Analítico: su finalidad es ayudar a describir y explicar la causa por la que se da una situación.

Por su parte, Grinell (1997) plantea que existen varios tipos de preguntas a tener en cuenta:

- Preguntas generales, donde los planteamiento de carácter general guían hacia el objeto de investigación.
- Preguntas para ejemplificar, donde se pide al entrevistado que aporte un ejemplo de una situación. Este tipo de preguntas sirven de orientación para abordar temas más profundos.
- Preguntas estructurales, donde el entrevistador le pide al entrevistado un listado de ítems o categorías sobre un fenómeno.
- Preguntas de contraste, donde el entrevistador le pide al entrevistado que explore las semejanzas y diferencias respecto a una situación o fenómeno en particular.

Gaitán y Piñuel (1998) diferencian dos tipos de tácticas sobre las preguntas que se formulan en las entrevistas:

- 1) Las que hacen referencia al acto de preguntar y qué se va a preguntar, planificando y escogiendo el momento más apropiado.

- 2) Las que hacen referencia a cómo se han formulado las preguntas, buscando que éstas sean lo más comprensibles posible para evitar una actitud reactiva.

Otros autores como Vallés (1992), también aportan otros tipos de clasificaciones en cuanto a las tácticas de las entrevistas:

- 1) **Las que pueden avanzarse en el guión de la entrevista.** Esta táctica consiste en preparar un esquema en el que se planifique cómo se tratará el tema central y los temas secundarios, anticipándose a las posibles situaciones que se puedan producir en el desarrollo de la entrevista.

No obstante, este autor apunta que el guión de una entrevista debe ser pensado como un esquema con los temas a tratar, pero no es un guión cerrado y su orden puede alterarse.

- 2) **Las propias del entrevistador en la situación de la entrevista.** Es una clase de táctica que depende del propio entrevistador, ya que las tendrá que improvisar durante el desarrollo de la entrevista. Muchos autores exploran este tipo de tácticas, pero siguiendo la síntesis de Vallés, podemos encontrar:

- a. Táctica del silencio, utilizada principalmente para que el entrevistado organice su discurso.
- b. Táctica de animación y elaboración, como realizar gestos o realizar preguntas que inviten al entrevistado a profundizar en un tema.
- c. Táctica de recapitulación, para que la persona que está siendo entrevistada puede añadir más datos sobre un tema.
- d. Táctica de aclaración, pidiendo detalles sobre aquellos aspectos que no se han entendido o están confusos.

- e. Táctica de cambio de tema, pasando a aquellos que realmente interesan en la investigación y que todavía no han sido tratados por el entrevistado.
- f. Encadenamiento o reafirmación, para unir diversos temas entre sí. Se pueden utilizar expresiones como “en relación con lo mencionado antes...”.
- g. Táctica de post-entrevista, para intentar extender un poco más la entrevista y obtener algún dato más.

Las principales ventajas que ofrecen las entrevistas en profundidad son:

1. Se consigue una mayor flexibilidad, ya que las preguntas son más abiertas y, por tanto, permite obtener respuestas no anticipadas.
2. La improvisación será un factor clave, pudiendo hacer preguntas que nos permitan adentrarnos en la subjetividad de los entrevistados, descubrir sus definiciones y, captar detalles y matices expresados con sus propias palabras. De esta forma, se prima lo subjetivo de su comportamiento sobre las características objetivas.
3. Permite obtener hipótesis alternativas no contempladas hasta el momento.
4. Sirve como contrapunto cualitativo de los resultados que se pueden obtener con técnicas de carácter cuantitativo.

Entre las limitaciones, podemos encontrar las siguientes:

1. Si lo comparamos con otras técnicas, la entrevista en profundidad consume más tiempo tanto en su realización como en su tratamiento (Valles, 2009).
2. No se produce una observación directa o participada, ya que la información se obtiene a través del entrevistado.



3. El contexto que rodea la entrevista puede influir en la información obtenida.
4. Frente a las dinámicas de grupo, se pierde la creación de sinergias.

Por otra parte, Corbetta (2010) clasifica las entrevistas cualitativas según el grado de estandarización de la misma. En este sentido, las entrevistas se pueden clasificar en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas.

- **Entrevistas estructuradas:** se caracteriza porque se hacen “las mismas preguntas a todos los entrevistados con la misma formulación y en el mismo orden” (Corbetta, 2010: 350). En este caso, el entrevistador transcribe las respuestas de los sujetos que han sido entrevistados conforma a la hoja de ruta marcada en el trabajo de campo.
- **Entrevistas semiestructuradas:** el entrevistador tiene un guión con los temas que se van a tratar durante la entrevista, pero las preguntas pueden realizarse en el orden que el entrevistador considera más oportuno. En este tipo de entrevistas hay un grado de libertad mayor con respecto a las entrevistas estructuradas, pudiendo incidir en aquellas cuestiones que generan dudas durante la realización de la entrevista.
- **Entrevista no estructurada:** no se fija el contenido de la misma antes de la realización de la entrevista; no obstante, el entrevistador tendrá una función de control o regulación para evitar que el entrevistado divague de forma excesiva hacia temas que no están relacionados con el objeto de estudio. En este sentido, la duración de la entrevista vendrá marcada por el propio entrevistador.

En general, la elección del tipo de entrevista depende del objeto estudiado. En nuestra investigación hemos optado por entrevistas semiestructuradas, partiendo de unos temas establecidos a raíz de las hipótesis planteadas y de la literatura existente, pero permitiendo una mayor libertad durante la realización de

las entrevistas para poder incidir en aquellas cuestiones en que nos permitan comprender los puntos de vista de los entrevistados.

Se ha escogido realizar entrevistas en profundidad para poder conocer la realidad estudiada desde la perspectiva de los profesionales que desarrollan su trabajo en los tres ámbitos que configuran la investigación, es decir, las tecnologías de la información y la comunicación, la arquitectura de la información y, la comunicación y la satisfacción del usuario. Esta técnica nos permite conocer, describir y comprender mejor su punto de vista y así poder explorar los significados que de él se derivan.

#### **5.2.1.2. Selección de la muestra**

En toda investigación se debe diferenciar entre universo (el grupo mayor de participantes) y muestra (un grupo reducido escogido a partir del universo y cuyos resultados y conclusiones se extrapolaran al resto del universo). En este sentido, el principal desafío es seleccionar una muestra que pueda representar al conjunto del universo.

“Si no es posible someter a prueba a todos los miembros de la población, la única opción es seleccionar una muestra, un subconjunto de la población. Una población es un grupo de posibles participantes al cual usted desea generalizar los resultados del estudio. Para que los resultados de una investigación tengan algún significado más allá de la situación limitada en la que se obtuvieron originalmente es necesario que se puedan generalizar desde una muestra a una población” (Salkind, 1997: 96)

En la misma línea, Pavlik comenta que “uno no necesita entrevistar a todos los miembros de una población para determinar la opinión mayoritaria sobre algún tema, la clave es obtener una muestra verdaderamente representativa” (Pavlik, 2000: 45-46). En este sentido, se pueden optar por dos tipos de muestras:

1. **Muestra probabilística**, cuando cada elemento que la constituye se extrae de un universo con una probabilidad conocida y diferente de cero. En este contexto, los conceptos de probabilístico y aleatorio tienen el mismo significado.

En base a la revisión documental realizada, se puede subdividir en:

1. Muestreo aleatorio simple. En él, todas las unidades que conforman el universo tienen las mismas posibilidades de formar parte de la muestra. Es por ello que el investigador debe tener un listado de todas las unidades que existen.
2. Muestreo sistemático. Difiere del muestreo aleatorio simple en la forma en la que se elijen las unidades de la muestra, ya que se escogen de forma sistemática cada cierto intervalo.
3. Muestreo estratificado. Se utiliza cuando el fenómeno que es objeto de estudio presenta características homogéneas. Lo primero será dividir el universo en estratos lo más homogéneos posibles, después se extrae una muestra de cada uno de los estratos confeccionados y, por último, se unen las muestras seleccionadas.
4. Muestreo a estadios múltiples. Se lleva a cabo cuando no se conoce el listado completo de los miembros del universo o, cuando éstos son tan heterogéneos que no es posible utilizar los dos muestreos anteriores.
5. Muestreo por conglomerados. Es similar al anterior, y se utiliza cuando el universo se divide de forma natural en conjuntos de unidades.
6. Muestreo por áreas. Es una variante del muestreo a estadios múltiples. Se utiliza cuando no se tiene el listado de los miembros del universo o cuando estas listas están incompletas.

2. **Muestra no probabilística**, que se utiliza cuando el investigador sabe o intuye que no podrá realizar un muestreo probabilístico.

Este tipo de muestreo se puede subdividir en:

- a. Muestreo por cuotas. Es similar al muestreo estratificado, pero aquí el entrevistador es libre de seleccionar a los miembros que va a entrevistar.
- b. Muestreo de “bola de nieve”, que consiste en incluir a sujetos dentro de la muestra a partir de las sugerencias de las personas entrevistadas.
- c. Muestreo subjetivo por decisión razonada. Se elige la muestra en función de las características de la población. Suele utilizarse cuando el volumen de la muestra es limitado.
- d. Muestreo compensado o equilibrado. En este tipo de muestreo, se seleccionan las unidades de tal manera que la media de la muestra coincida con la media del universo.

Ruiz Olabuénaga (2003) habla sobre la representatividad de la muestra elegida y, en este sentido, distingue dos grandes bloques: las leyes probabilísticas del azar, y las intencionales; que a su vez las subdivide entre el muestreo opinático y el muestreo teórico.

Siguiendo esta línea, González Río (1997) distingue tres formas de muestreo no probabilístico:

1. **Muestreo por conveniencia**, donde el investigador escoge aquellos casos que están más disponibles. Solamente si la investigación se halla en una fase exploratoria es justificable la elección de este tipo de muestreo.
2. **Muestreo por cuotas**, donde se seleccionan características de control para estratificar el universo y definir la proporción de universo que contiene cada estrato.

En este tipo de muestreo se representa en miniatura el universo de acuerdo con las características que se hayan definido como controles para delimitar dicha estratificación.

Una de las grandes ventajas de este tipo de muestreo es que su coste es reducido, así como salvaguardar la proporcionalidad y heterogeneidad de la muestra.

3. **Muestreo intencional**, que suele utilizarse para muestras reducidas y con un carácter muy específico. Cuando el investigador se decanta por este tipo de muestreo es fundamental que los casos escogidos aporten un valor añadido en información para poder estudiarlos en profundidad.

A su vez, el muestreo intencional se puede clasificar en:

- a. **Muestreo de subgrupos homogéneos**, que estará formado por un grupo de individuos con unas condiciones sociales y unas experiencias que sean semejantes. La entrevista en grupo se sustenta en este tipo de muestreo.
- b. **Muestreo con informantes estratégicos**, que está formado por aquellos individuos que tienen más conocimiento sobre un fenómeno.

“La ventaja de una muestra no probabilística es su utilidad para determinado diseño de estudio que requiere no tanto una representatividad de elementos de población, sino una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características específicas” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010: 167).

Para Gorden “hay al menos cuatro preguntas criterio básicas que deben responderse en la selección de los entrevistados” (Gorden, 1975: 196-200). Estas preguntas criterio son:

- i. ¿Quiénes tienen la información relevante?
- ii. ¿Quiénes son más accesibles físicamente y socialmente? (de los que tienen esa información relevante)

- iii. ¿Quiénes están más dispuestos a informar? (de los que tienen esa información relevante y además son accesibles)
- iv. ¿Quiénes son más capaces de comunicar la información con precisión? (de los que tienen esa información relevante, son accesibles y están dispuestos a informar)

Además, este autor también destaca que se pueden encontrar con cuatro inhibidores que pueden frenar la disposición la muestra seleccionada para ser entrevistada o, incluso, para dar determinada información durante el transcurso de la entrevista. Son:

- a) La falta de tiempo
- b) La amenaza al ego o el temor a que cierta información pueda volverse en su contra con el paso del tiempo
- c) La etiqueta o autocensura psicosocial
- d) El trauma asociado al recordar determinados sucesos

A ellos, sería necesario agregarles:

- e) El olvido
- f) El exceso de generalización o falta de concreción en las respuestas

Con los análisis cualitativos lo que se pretende es profundizar en un aspecto determinado, estudiando un individuo o una situación, unos pocos individuos o unas pocas situaciones. Para poder determinar qué perfiles profesionales eran los más adecuados, se tuvo en cuenta los ámbitos en los que se integra nuestra investigación, así como el estudio de interés y los agentes que formaban parte del ecosistema móvil.

Con ello, se llegó a la conclusión que era necesario entrevistar a **desarrolladores de aplicaciones móviles**, los cuales conocen muy bien los sistemas operativos en los que se van a integrar los productos que desarrollan y las tiendas de aplicaciones asociadas; **expertos en posicionamiento orgánico (ASO)**, que se encargan de desarrollar las estrategias más eficientes para conseguir posicionar mejor las aplicaciones móviles y lograr contactos más efectivos con los públicos objetivos; y **directores de cuenta y/o planificadores de medios**, que son los que están en contacto con los dos perfiles anteriores, desarrollan las estrategias de marketing móvil, y actúan de enlace con los clientes.

A continuación se presenta una síntesis conceptual de lo expuesto.

**Tabla 25. Ámbito, estudio de interés y perfil del entrevistado**

Ámbito	Estudio de interés	Perfil del entrevistado
Tecnologías de la información y comunicación	Evolución del ecosistema móvil y los actores que lo conforman	Desarrolladores de aplicaciones móviles  Expertos en ASO
Arquitectura de la información	Gestión de la información proporcionada por las tiendas de aplicaciones móviles	
Comunicación móvil y satisfacción del usuario	Relación entre el usuario y el contenido	Directores de cuentas y/o Planificadores de medios

Fuente: elaboración propia

Así pues, los criterios que se fijaron para la elección de los entrevistados fueron:

- a) El ámbito donde desarrolla su trabajo está fijado preferentemente en España. La elección de este criterio fue para que todos los entrevistados tuvieran una visión más homogénea de la situación objeto de estudio.
- b) Con una experiencia de trabajo que cumpla con unos requisitos mínimos:
  - I. **Para los directores de cuentas y/o planificadores de medios**, al menos 5 años trabajando con proyectos de carácter digital donde se realicen campañas de marketing móvil y tengan conocimientos avanzados sobre posicionamiento orgánico de aplicaciones móviles (ASO).
  - II. **Para los desarrolladores**, al menos 5 años de experiencia en el desarrollo de aplicaciones móviles para iOS y/o Android. Además, deben trabajar con equipos multidisciplinares que desarrollen desde las fases iniciales de conceptualización de una aplicación hasta su comercialización o gestión con clientes empresariales.
  - III. **Para los expertos en posicionamiento orgánico de las aplicaciones móviles**, al menos 2 años de experiencia ó 5 años de experiencia en posicionamiento orgánico en buscadores tradicionales y que actualmente lleven a cabo algún proyecto de ASO.  
Se incluyen aquellos expertos en ASO que son, al mismo tiempo, directores de cuentas y/o planificadores de medios, y desarrolladores de aplicaciones.

La elección de estos criterios condicionó el tamaño de la muestra, ya que los sujetos a entrevistar son profesionales en activo con agendas muy ocupadas y escaso tiempo para dedicarnos, con un nivel de exigencia y responsabilidad



elevados, y que, en ocasiones, mostraron cierta desconfianza hacia este tipo de investigaciones. Además, el ASO es una disciplina relativamente nueva y no existen muchos perfiles especializados.

Hay que señalar también que la muestra inicial seleccionada, conformada por veinticinco profesionales, se fue reduciendo debido a ello. De ahí la cantidad de entrevistados finales y la imposibilidad de realizar una prueba piloto inicial al uso.

Además, llegó un momento en el que nos percatamos que la inclusión de más unidades no aportaba más novedades en nuestra investigación, siendo la información que aportaban repetitiva y escasamente novedosa.

La representatividad de la muestra se justifica en la medida en que no nos interesaban conseguir un gran número de testimonios, sino que éstas tuvieran la calidad suficiente para nuestra investigación aportando un valor añadido.

La muestra final está constituida por las siguientes entrevistas, estructuradas en base al orden de su realización:

- **José Vicente Sancho Escrivá.** *Connection Team + Director de cuentas – Specialised Brands.* Havas Media.  
Cuenta con más de 16 años de experiencia en su propia agencia de Publicidad y Marketing desarrollando estrategias de comunicación y branding digital.  
Desde hace cinco años trabaja en el desarrollo de estrategias digitales y *Mobile Marketing* desde la Agencia Multinacional Havas Media.  
Posee el certificado de Google *Adwords* y Google *Mobile App Analytics*.
- **Fernando Maciá Domene.** Socio fundador y director general. Human Level Communications. Consultora especializada en posicionamiento en buscadores y marketing online de ámbito internacional.  
Ha escrito casi diez libros sobre marketing digital y posicionamiento orgánico. Desarrolla de forma simultánea su experiencia profesional

y docente, impartiendo clases de marketing digital en universidades públicas y privadas de España y Latinoamérica.

Aunque está más especializado en el SEO (*Search Engine Optimization*), también imparte docencia sobre ASO y ha llevado a cabo proyectos profesionales relacionados con ello.

- **David Cortinas Monedero.** *Digital Marketing Manager.* MissConversion.

Más de 8 años de experiencia profesional en marketing digital, desarrollando de forma simultánea su experiencia profesional y docente en diversos posgrados sobre comunicación digital y centrándose en la gestión y análisis de resultados.

Durante más de 3 años estuvo trabajando en Hofmann, planificando campañas online (*Search, Mobile, etc.*) por línea de producto para la captación de clientes y consecución de objetivos. En su etapa en Searchmedia se especializó en marketing de contenidos.

- **Iván Lausuch Sales.** Co-Fundador y Dirección Técnica. QR Sensations.

Además de sus múltiples proyectos como emprendedor, Iván trabaja como analista programador desde hace casi 10 años en la Universidad CEU Cardenal Herrera.

Tiene numerosos proyectos ligados al mundo móvil, pudiendo destacar su labor como Director Técnico en el desarrollo y posicionamiento de las aplicaciones Cuzz App, Alertia, y QR Sensations.

- **Victoria García-Barroso.** *Marketing Assistant.* Soluciones CuatroOchenta S.L.

Empresa seleccionada por el Spain Tech Center (STC) para participar en su Programa de Inmersión en Silicon Valley. Cuatroochenta está especializada en el desarrollo integral de aplicaciones para dispositivos móviles.

Algunas de las aplicaciones desarrolladas son Plan 21 días – Corazones Contentos de Puleva, Moviltik, TodoYecla, Aquarama, CNT (Adidas), Helados Nestlé, Assa Compañía de Seguros, EMT

Valencia, Hoteles con encanto, Villarreal CF, *Arenal Sound*, entre otros.

- **Pablo M<sup>a</sup> Romeu Guallart.** *iOS Team Lead & 🍏 Developer.* Develapps.  
Se encarga de la dirección del equipo iOS de Develapps, gestionando proyectos, tiempos, *deadlines* y entregas. Gestiona requerimientos, despliegue y desarrollo de aplicaciones en iOS para clientes. Develapps está especializada en ofrecer soluciones multiplataforma y son especialistas en marketing móvil, teniendo sede en Valencia, Madrid y Londres.  
Es programador en iOS desde hace casi 6 años.
- **Juan José Llull Noguera.** Project Manager. Develapps.  
Desde hace más de 6 años su actividad está ligada a dirigir proyectos relacionados con las aplicaciones móviles. Experto en ASO, una de sus funciones es la de posicionar las aplicaciones que desarrollan los equipos de programadores en Develapps.  
Defendió su tesis doctoral en 2008 en la Universidad Politécnica de Valencia.
- **Javier Campos Berga.** *Co-Founder & CEO.* Mobilendo. En 2009 le otorgaron una Beca de Excelencia y una Beca de Especialización en el instituto i3M (UPV), donde se dedicó al desarrollo de software específico para el cálculo de estructuras, terremotos y proyecto europeo VENUS-C de *cloud computing*. En 2010 fundó Mobilendo, empresa especializada en el desarrollo de aplicaciones móviles, y ha realizado proyectos para empresas como Movistar, Correos, Iberdrola, Banco Santander, Eroski, Nivea, Roche, Grupo Planeta, Taxo, Bentley, entre otras. Ha recibido varios premios nacionales de empresas como Microsoft y Vodafone.
- **Marta Fernández de la Vega.** *Managing Partner.* Made in Möbile.  
Ligada al sector de las agencias desde hace más de 6 años, ha trabajado en HavasDigital, Genetsis, y desde hace 2 años en Made

in Mobile. Es experta en *Internet of Things*, *Artificial Intelligence*, *vertical Social Networks*, *M-commerce*, *Big Data* y *Mobile Marketing*.

- **Juan Antonio Muñoz Gallego.** *Strategy and Business Development*. Unidad Editorial.

Desde hace más de 15 años ha desarrollado su trayectoria profesional en el ámbito de la movilidad y el emprendimiento, especializándose en Marketing Móvil y *Advergaming*. Fue Presidente de la Asociación de Marketing Móvil en España en 2010, participó en el comité técnico de Infoadex, es miembro de la Directiva Europea de la MMA (*Mobile Marketing Association*), y de la Asociación Española de Desarrolladores de Videojuegos (DEV).

En 2013 empieza con Ubiqua y Stelapps a madurar el concepto de las *Discovery Apps*, el posicionamiento orgánico en las tiendas de aplicaciones (ASO) y el marketing de proximidad a través de *iBeacons*.

Actualmente, en otros muchos proyectos dentro de Unidad Editorial, dirige LaLiga Fantasy Marca.

- **Inmaculada Mairena.** *Digital Strategy and Mobile Specialist*. Zenithbr, The Roy Agency.

Desde hace más de 6 años trabaja en Zenithbr España, estando vinculada a proyectos de planificación digital: ha trabajado en campañas para Liberty Seguros, Jazztel, Iberdrola, Campofrío, y Central Lechera Asturiana, entre otros. Entre las funciones que desarrolla están la puesta en marcha de estrategias, desarrollo de planes de medios, control y optimización de campañas tanto de *branding*, *performance*, SEM, *Social Media*, Programática, *Mobile Marketing*.

- **Nuria Pérez Payno.** Head of Mobext Spain.

Especializada desde hace 6 años en marketing móvil, dirige la sección de Mobext en España, que fue la primera agencia y consultora estratégica en prestar servicios de asesoramiento dentro del ámbito del marketing móvil en exclusiva a nivel internacional.

Algunos de los clientes para los que Mobext ha desarrollado acciones son: Atrapalo.com, Grupo Prisa, Grupo Leche Pascual, Llao Llao, Pikolin, Barclays, entre otros.

### 5.2.1.3 Realización de las entrevistas

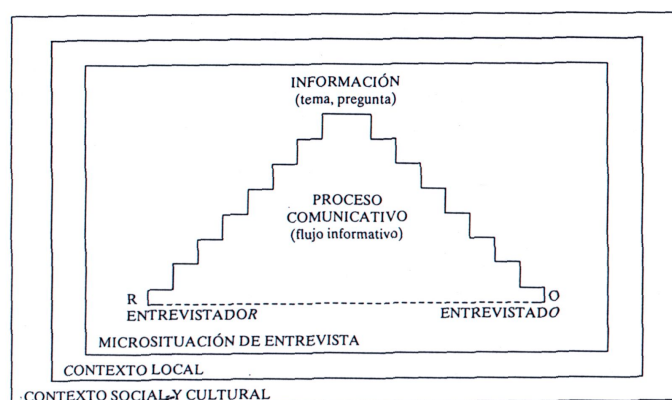
Durante la realización de las entrevistas se deben de tener en cuenta los cuatro procesos que se interrelacionan e influyen en las entrevistas:

- La interacción interpersonal entre el entrevistador y el entrevistado (proceso de carácter social-comunicativo)
- La recogida de información (proceso de carácter técnico)
- La conservación de la conversación, mediante la grabación de la misma o a través de la toma de notas (proceso instrumental).
- La transcripción de la entrevista (proceso técnico e instrumental).

Con respecto a este tema, Gorden (1975) contempla un modelo contextual de comunicación para obtener la información en una entrevista, indicando que existen una serie de factores que van a influir:

- La combinación de los elementos internos de un entrevista: entrevistador, entrevistado y el tema a tratar
- Los elementos externos, es decir, aquellos factores que relacionan la entrevista con la sociedad, la comunidad o la cultura.

**Imagen 27. Modelo contextual de la entrevista de investigación**



Fuente: Gorden (1975) en Valles (2009: 191)

Heyl (2001), por su parte, también hizo hincapié al definir el concepto de entrevista en el *rapport* que se debía generar entre el entrevistado y el entrevistador. Este concepto se puede traducir como la generación de un clima de confianza en el contexto donde se desarrolla la entrevista. Este autor destaca que es muy importante conseguir un *rapport* efectivo que permita alcanzar con éxito los objetivos fijados en el trabajo de investigación.

En este sentido, es necesario que el entrevistador se gane la confianza mediante una escucha activa hacia el entrevistado, facilitando el diálogo para el correcto tratamiento de los temas que se han fijado. “Nunca hay que interrumpir al entrevistado, sino guiarlo con discreción” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010: 223).

El proceso que se ha seguido para la realización de la entrevistas en profundidad ha sido el siguiente:

#### **FASE 1:**

1. Elaboración de un esquema básico sobre los temas a tratar en base a los objetivos e hipótesis planteadas, tomando como referencia la literatura existente sobre el objeto de estudio.
2. Mediante llamadas de teléfono o por e-mail se ha contactado con los potenciales entrevistados en función de los perfiles asociados a los ámbitos de estudiado planteados.

Se les ha explicado la finalidad de la entrevista y el uso que se va a hacer de la información obtenida. Además, se ha planteado la posibilidad de realizar la entrevista de forma presencial o a través de herramientas digitales (videollamada a través de Skype).

3. Envío de los temas a tratar a los profesionales que aceptan realizar la entrevista para obtener *feedback* por su parte, solicitando que aporten sugerencias sobre el guión y las preguntas enviadas en base a su experiencia.
4. Una vez recogidas todas las sugerencias, se realizó un filtrado de las mismas para incorporarlas en el guión de la entrevista. El resultado de

este proceso condujo al diseño final de las preguntas que se iban a realizar en las entrevistas en profundidad.

- a. Se fijaron las preguntas que se iban a realizar y su longitud.
- b. Se revisa la formulación de las mismas para poder obtener respuestas de carácter explicativo y que aporten un valor añadido en la investigación.

## **FASE 2:**

1. Una vez iniciada la entrevista, las cuestiones tratadas se han planteado desde lo más general hasta lo particular para poder dotar una coherencia al conjunto de respuestas obtenidas.
  - a. Durante el transcurso de las entrevistas, si surgían algunas dudas o algunas respuestas no eran lo suficientemente claras, se introdujeron algunas preguntas de apoyo que permitían una mejor aclaración del tema tratado.
2. Transcripción de las entrevistas realizadas.
3. Análisis de los datos recogidos y elaboración de conclusiones.

Tal y como hemos mencionado, en la fase 1 se enviaron 5 preguntas de carácter genérico a los profesionales que se iba a entrevistar para que nos aportaran sugerencias sobre la formulación de las mismas y, así poder filtrarlas de forma más eficaz para obtener respuestas explicativas más eficaces.

De estas preguntas iniciales surgieron nuevos matices que nos permitieron formular nuevas preguntas que hasta ese momento no se habían contemplado. A continuación podemos ver una tabla resumen sobre las preguntas y sus valoraciones.

**Tabla 26. Preguntas y valoraciones previas a las entrevistas en profundidad.**

<b>Preguntas</b>	<b>Valoraciones</b>
1. ¿Cuáles serían las ventajas que ofrecen los dispositivos móviles frente al resto de medios?	Adecuada
2. ¿Cuál es la fórmula para que una aplicación móvil destaque frente al resto?	Muy genérica, en algunos casos no relacionaban la pregunta con el ASO y los factores que lo conforman.
3. ¿Qué actores forman el universo móvil?	Adecuada, aunque en función del perfil del profesional entrevistado es posible que sea necesario matizar la pregunta.
4. ¿Cómo se puede promocionar una aplicación móvil?	Adecuada
5. ¿Qué tipos de aplicaciones móviles podemos encontrar?	Adecuada, aunque en función del perfil del profesional entrevistado es posible que sea necesario matizar la pregunta.

Fuente: elaboración propia

La duración de las entrevistas ha sido dispar de un entrevistado a otro, dependiendo del grado de participación e implicación que se ha conseguido con los entrevistados, por lo que rondaron entre los 45 minutos y las 2 horas.

Por otra parte, según el propio perfil del entrevistado, en cada entrevista se pudo introducir alguna pequeña modificación o matización en alguna pregunta; además, en algunas de ellas se produjo alguna alteración en el orden de las preguntas, bien porque el entrevistado ya las había respondido con anterioridad en otra de las preguntas realizadas, o bien porque se realizaron otras preguntas para aclarar algún término o explicación aportada por el profesional entrevistado. Algunas preguntas se eliminaron si el entrevistado no sabía responderlas.



El guión definitivo estaba conformado por los siguientes puntos:

1. Introducción sobre los objetivos e hipótesis de la investigación.
2. Explicación sobre el tratamiento de los datos y explicaciones que aportarían los profesionales entrevistados, ofreciendo la posibilidad del anonimato.
3. Guión con las preguntas a realizar:

#### **Percepción del usuario móvil**

- a. ¿Cómo definirías al usuario móvil actual?

- La pregunta también se formuló de la siguiente forma para los perfiles profesionales que vienen del sector de las agencias: *¿Cómo definirías al consumidor móvil de hoy en día?*

Algunos perfiles profesionales entendían que no es lo mismo el concepto de *usuario* que el concepto de *consumidor*.

- Si el entrevistado no concretaba la respuesta se incorporaba la siguiente pregunta: *¿Podemos considerarnos como dispositivos móviles andantes?*

De esta forma introducíamos el concepto de movilidad.

#### **Actores del ecosistema móvil**

- b. En tu opinión, ¿cuáles serían los actores principales dentro del ecosistema móvil?

#### **Ventajas de los dispositivos móviles frente al resto de medios**

- c. ¿Qué ventajas ofrecen los dispositivos móviles frente al resto de medios?

- La pregunta también se complementó y, en algunos casos, se sustituyó por: *¿Cómo influye la experiencia móvil en la relación marca/empresa con sus consumidores?*

## **Tendencias en marketing móvil**

- d. ¿Cuáles podrían ser las tendencias en marketing móvil?

## **Las aplicaciones móviles**

- e. ¿Por qué necesita una marca una aplicación móvil?  
- También se ha formulado de la siguiente manera:  
*¿Cuál es el valor diferencial de una aplicación móvil?*
- f. Tipos de aplicaciones móviles
- g. ¿Cómo han afectados las aplicaciones nuestra forma de consumir contenidos y de relacionarnos con nuestro entorno?
- h. ¿Cómo se puede promocionar una *app* para conseguir descargas?
- i. ¿Cómo y quién decide el modelo de negocio?
- j. Influencia de la arquitectura de la información del *market* para la consecución de descargas de las aplicaciones móviles.  
- En el caso de no obtener una respuesta concreta sino una de carácter más general se incide preguntando sobre la disposición del contenido en las fichas de las aplicaciones móviles en los *markets*.

## **Posicionamiento Orgánico de las Aplicaciones Móviles (ASO)**

- k. ¿Cuáles serían los factores que conforman el ASO?  
- Dependiendo del perfil profesional también se ha indagado sobre:  
○ La relación entre el SEO y el ASO.

- También se ha preguntado sobre las diferencias y/o semejanzas entre el ASO en iOS y Android.
  - ¿Cómo debe ser el contenido generado?
  - ¿Errores a evitar cuando se realiza ASO por primera vez?
  - Influencia de las marcas en el ASO
- I. ¿Cuál sería la relación entre un director de cuentas, un planificador de medios, un experto en ASO y el propio desarrollador de la *app* dentro de lo que es la estrategia?

### **Big Data y marketing móvil**

- m. En un contexto de *Big Data*, ¿cuáles son las principales métricas a tener en cuenta?

El guión de las entrevistas ha servido para guiar el discurso, en ningún caso se ha entendido como una forma de delimitarlo.

Las entrevistas se han grabado (o tomado notas) para, posteriormente, poder transcribirlas (se puede consultar la transcripción de las mismas en la Parte IV – Anexos). Esto es necesario para poder analizarlas e interpretarlas, y redactar el informe de la investigación. En algunos casos, los entrevistados prefirieron que no se les grabara, por lo que solamente se tomó notas.

#### **5.2.1.4 Resultados de las entrevistas en profundidad**

Se presentan a continuación los principales resultados obtenidos con las entrevistas en profundidad de carácter semiestructurado que se han realizado.

Las unidades de análisis, ya mencionadas con anterioridad serían:

## 1. Percepción del usuario móvil

Para analizar cómo percibe la muestra seleccionada de profesionales al usuario (o consumidor) móvil actual, se utilizaron tres preguntas diferentes en función del perfil seleccionado y del grado de concreción obtenido en las respuestas.

- ¿Cómo definirías al usuario móvil actual?
- ¿Cómo definirías al consumidor móvil actual?
- ¿Podemos considerarnos dispositivos móviles andantes?

En base a las respuestas obtenidas, todos los entrevistados coinciden en que no se puede discriminar al usuario móvil actual en función de unas categorías sociodemográficas, ya que la penetración de los dispositivos móviles es muy elevada (entre el 85% y el 90% según nos indican los entrevistados 1 y 9, respectivamente).

El 60% de la muestra lo define como un individuo que está conectado a uno o varios dispositivos móviles casi las 24 horas del día (hiperconectado e hiperdependiente), por lo que tiene una gran poder de acceso a la información y una gran capacidad para la generación de contenidos.

Cuatro de los doce entrevistados perciben a este usuario móvil como exigente y con poca paciencia, que quiere poder tener acceso a los contenidos en el momento que ellos lo precisen y de forma inmediata, sin esperas. Este contexto permite la generación de micromomentos, es decir, tal y como se ha explicado en el capítulo 4 del marco teórico, son momentos del día en los que los usuarios recurren de forma espontánea a sus dispositivos móviles para responder a una necesidad puntual (búsqueda de información, realizar una compra, actualizar el estado en las redes sociales, entre otros), cambiando la relación de los usuarios con las marcas.

Los entrevistados 4 y 5 lo describen como un usuario de carácter tecnológico, sin embargo, el entrevistado 7 indica que no necesariamente tienen que tener aficiones de carácter tecnológico.

Por último, un tercio de los profesionales entrevistados indican que sí se puede considerar al usuario móvil actual como un dispositivo móvil andante.

Tabla 27. Percepción del usuario móvil

Nombre del entrevistado	Respuesta resumida
Entrevistado 1	Es prácticamente el 90% de la población. Tiene dependencia de su móvil y de la conexión a Internet inmediata, en cualquier punto y en cualquier momento. Es un consumidor de micro-momentos pero siempre conectado, que busca constantemente información.
Entrevistado 2	Es prácticamente todo el mundo, ya que España es uno de los países con mayor penetración móvil. El universo de gente que tiene acceso a Internet coincidiría con el universo de gente que accede a través de móviles.  Somos dispositivos móviles andantes.
Entrevistado 3	Son los mismos usuarios de <i>desktop</i> , pero ahora en el móvil. Se caracteriza por tener poca paciencia. Va todo el día con su móvil, generando micro-momentos.  Somos dispositivos móviles andantes.
Entrevistado 4	Usuario de carácter tecnológico, conectado a un dispositivo móvil o a varios vaya donde vaya.  Somos dispositivos móviles andantes.
Entrevistado 5	Es alguien de carácter tecnológico, impaciente y exigente.
Entrevistado 6	No se puede clasificar, ya que todo el mundo tiene.
Entrevistado 7	Es todo el mundo, ya no responde a un público joven con un carácter tecnológico. Ya no lleva un único dispositivo, sino varios sincronizados para no perderse nada. Somos dispositivos móviles andantes.
Entrevistado 8	Siempre conectados e impacientes. Están preocupados por la privacidad de sus dispositivos
Entrevistado 9	Hiperconectado, con gran poder y acceso a la información. La penetración móvil es del 85%.
Entrevistado 10	Es una persona que nada más levantarse ya está consultando el móvil, que realiza consultas de forma constante a lo largo del día.
Entrevistado 11	Hiperactivo, hiperconectado e hiperdependiente.
Entrevistado 12	Somos todos, nos caracterizamos por ser exigentes, sin tiempo, con mucha desatención. Utiliza el móvil para tener todo al alcance de la mano.

Fuente: elaboración propia

## 2. Actores del ecosistema móvil

En este apartado, a los entrevistados se les formuló la siguiente pregunta:

- En tu opinión, ¿cuáles serían los actores principales dentro del ecosistema móvil?

Todos los entrevistados estuvieron de acuerdo en situar al usuario como eje principal y sobre el que se articulan el resto de actores del ecosistema móvil. Tras él, ocho de los doce entrevistados estuvieron de acuerdo en destacar a los desarrolladores de aplicaciones, los fabricantes de software y hardware, y las agencias.

En este sentido, y yendo un paso más, un 25% de los entrevistados destacaron a Google y Facebook como dos actores importantes dentro del ecosistema. Sin nombrar de forma directa al primero, el entrevistado 2 también destacó el papel de los buscadores, que ayudan al usuario a encontrar la información que precisa. Los entrevistados 3 y 9, por su parte, mencionaron las redes sociales de forma genérica, sin centrarse solamente en Facebook.

Por otra parte, un 25% de los profesionales entrevistados incorporan a las operadoras de telefonía y proveedoras de servicios de Internet como un factor a tener en cuenta.

El posicionamiento es mencionado por los entrevistados 1 y 4 como un agente.

Tabla 28. Actores del ecosistema móvil

Nombre del entrevistado	Respuesta resumida
Entrevistado 1	El usuario (todo gira y evoluciona en torno a él), las grandes firmas digitales (Google, Facebook, Twitter, etc.), los desarrolladores de apps, los expertos en analítica, expertos en ASO, agencias de comunicación, diseñadores
Entrevistado 2	Los usuarios (uno de los principales actores), operadoras de telecomunicaciones, las plataformas, los sistemas operativos, los grandes fabricantes de terminales, buscadores, anunciantes, y redes sociales.
Entrevistado 3	Agencias, clientes/usuarios (son el centro del ecosistema), redes sociales, buscadores.
Entrevistado 4	Principalmente el usuario final, el desarrollador de apps, las empresas. Diseñadores, marketing, posicionamiento.
Entrevistado 6	Fabricantes, desarrolladores, agencias, y el usuario.
Entrevistado 7	Desarrolladores, fabricantes (hardware y software), agencias, plataformas y usuarios.
Entrevistado 8	Fabricantes de terminales móviles, las operadoras, los desarrolladores de apps/juegos, las marcas, las agencias y los usuarios.
Entrevistado 9	Marcas, agencias, soportes, desarrolladores, redes sociales y los usuarios.
Entrevistado 10	El usuario es el centro, también hay operadoras, fabricantes, etc.
Entrevistado 11	Grandes fabricantes (Apple y Samsung), prestadores de servicios (Google y Facebook), proveedores de acceso a Internet, sector publicitario.
Entrevistado 12	Desarrolladores de aplicaciones, a los grandes gigantes como son Google, Apple y Facebook, el usuario y el ámbito publicitario.

Fuente: elaboración propia

### **3. Ventajas de los dispositivos móviles frente al resto de medios**

Se les preguntó directamente a los entrevistados sobre las ventajas que podían ofrecer los dispositivos móviles. La mitad de ellos destacó la ubicuidad que proporciona este medio, ya que está siempre a disposición del usuario y permite satisfacer sus necesidades.

Al respecto, también se formuló a algunos de los entrevistados la pregunta de “¿Cómo influye la experiencia móvil en la relación marca/empresa con sus consumidores?”. Los entrevistado 1, 2 y 12 realzan la posibilidad de la inmediatez y la geolocalización para ofrecer servicios personalizados adaptándose al escenario de uso.

En este sentido, un 25% de los profesionales entrevistados destacan que si no se cuida la experiencia móvil del usuario, éste seguramente romperá sus vínculos con la marca eliminando la aplicación del móvil.

Por su parte, el entrevistado 11 destaca que el móvil puede actuar como refuerzo en las campañas en televisión. Por el contrario, el entrevistado 9 destaca que es importante generar estrategias omnicanal aprovechando las características de los dispositivos móviles.



**Tabla 29. Ventajas de los dispositivos móviles frente al resto de medios**

<b>Nombre del entrevistado</b>	<b>Respuesta resumida</b>
Entrevistado 1	La geolocalización para poder ofrecer lo que el usuario necesita. La ubicuidad y la inmediatez.
Entrevistado 2	La geolocalización y la adaptación al momento de uso.
Entrevistado 3	La información que proporciona al usuario y al revés.
Entrevistado 4	Siempre está contigo.
Entrevistado 5	La ubicuidad.
Entrevistado 6	La capacidad para la interacción con el usuario.
Entrevistado 7	La inmediatez, poder tenerlo a mano en cualquier momento. La movilidad y los servicios que ofrece.
Entrevistado 8	Con respecto a medio off line: a capacidad de comunicar con el usuario y obtener métricas en tiempo real. Con respecto a medios online: la inmediatez y comodidad para el usuario.
Entrevistado 9	Los servicios que ofrece al usuario. Estrategias omnicanal.
Entrevistado 10	Está siempre a nuestro lado y es muy personal.
Entrevistado 11	La omnipresencia que poseen, llegan a ser una extensión de los usuarios. Su ubicuidad permite conectar con el usuario en cualquier momento y lugar (micro-momentos). La geolocalización.
Entrevistado 12	La contextualización, poder conocer al usuario a través del DATA.

Fuente: elaboración propia

#### **4. Tendencias en marketing móvil**

Este apartado ha sido el más disperso en cuanto a resultados. Se pueden destacar dos aspectos: la realidad virtual y/o aumentada, y el video 360°.

Más del 40% de los profesionales entrevistados hablan de la realidad virtual y/o aumentada como la tendencia que más se desarrollará en un plazo corto de tiempo.

No obstante, el video 360° también es una tendencia importante y así lo han comentado un 25% de los entrevistados.

Por último, los entrevistados 2 y 9 hablan de la geolocalización como herramienta para el desarrollo de un marketing predictivo y contextual.

**Tabla 30. Tendencias en marketing móvil**

Nombre del entrevistado	Respuesta resumida
Entrevistado 1	El Internet de las Cosas.
Entrevistado 2	Video, mejora de la geolocalización.
Entrevistado 3	Asistentes de voz, las AMP (aceleración de las páginas web en dispositivos móviles).
Entrevistado 5	Realidad virtual, uso de contenido interactivo, experiencia de usuario e integración del m-commerce.
Entrevistado 6	Mejora de los servicios ofrecidos
Entrevistado 7	Mejora de la movilidad.
Entrevistado 8	Apps de video 360°, realidad virtual, <i>chatbots</i> .
Entrevistado 9	Marketing predictivo y contextual. Realidad aumentada y realidad virtual. Adblocking
Entrevistado 10	Incorporación de emociones.
Entrevistado 11	Videos (360° y verticales), realidad aumentada y virtual.
Entrevistado 12	Todo lo relacionado con la recogida de datos.

Fuente: elaboración propia

## 5. Las aplicaciones móviles

En este apartado se incluirían las siguientes preguntas formuladas en las entrevistas:

- ¿Por qué necesita una marca una aplicación móvil?

- ¿Tipos de aplicaciones móviles?
- ¿Cómo han afectado las aplicaciones a nuestra forma de consumir contenidos y de relacionarnos con nuestro entorno?
- ¿Cómo se pueden promocionar las aplicaciones móviles?
- ¿Cómo y quién decide el modelo de negocio?
- Influencia de la arquitectura de información del *market*.

La mitad de los profesionales entrevistados opinan que no siempre es necesario que una empresa o una marca tengan una aplicación móvil, dependerá de la estrategia fijada y siempre que aporten un valor al usuario.

Además, en un 25% de las entrevistas, los entrevistados realizan una primera distinción entre aplicaciones internas para uso corporativo (a veces no están disponibles en los *market*) y aplicaciones para el público en general.

Si atendemos a criterios de carácter tecnológico, casi el 70% de los entrevistados distinguen entre aplicaciones nativas, aplicaciones híbridas, *web mobile* y/o *web responsive*.

En esta misma línea, en el 25% de las entrevistas se destaca que las aplicaciones nativas permiten obtener un mayor rendimiento del sistema operativo y, aunque con las aplicaciones híbridas tienes un rendimiento inferior, el tiempo empleado y el coste suele ser inferior.

Además, un tercio de los profesionales entrevistados también diferencian y clasifican las aplicaciones en función de los objetivos marcados por la empresa y las categorías que se pueden encontrar en los *stores*.

En el 30% de las entrevistas se indica que las aplicaciones han cambiado nuestra forma de consumir contenidos y la forma de entrar en contacto con la realidad, formando a veces barreras con lo que nos rodea.

En referencia a las formas de promocionar una aplicación móvil, por orden de relevancia, las redes sociales y la televisión son los medios idóneos.

Por último, 6 de los 12 entrevistados inciden en que la arquitectura de información influye para la consecución de descargas.

Tabla 31 - A. Las aplicaciones móviles

Nombre del entrevistado	Respuesta resumida
Entrevistado 1	<p>Podemos encontrarnos con <i>apps</i> de fidelización, de <i>engagement</i> con los juegos, de <i>data</i> para monitorización, <i>apps</i> de compras,... El objetivo fijado marcará el tipo de aplicación.</p> <p>Para promocionar una app se utiliza las redes sociales y la televisión.</p> <p>La arquitectura de información sí influye.</p>
Entrevistado 2	<p>Tener una aplicación hoy en día ya no es una ventaja diferencial, sino que se mantenga en el tiempo. Tenemos app nativas, apps híbridas, web mobile. También podemos clasificarlas en función del uso: juegos, compras, etc.</p> <p>Los enlaces patrocinados y los enlaces desde una página web sirven para promocionar una aplicación.</p>
Entrevistado 3	<p>Las aplicaciones solamente sirven si aportan un valor diferencial. Podemos encontrar web <i>responsive</i>, app nativa y app híbrida. Las aplicaciones se promocionan a través de la televisión, redes sociales, redes de afiliación, envío a bases de datos y uso de <i>influencers</i>.</p> <p>La arquitectura de información influye.</p>
Entrevistado 4	<p>Las aplicaciones deben ser útiles o virales. Te permiten estar informado en todo momento. El tipo de aplicaciones que podemos encontrar son nativas e híbridas.</p> <p>Las redes sociales ayudan a promocionar una aplicación. El tipo de negocio de una aplicación viene determinada por la misma.</p>
Entrevistado 5	<p>Para las aplicaciones externas es un nuevo canal para comunicarse con los clientes. Podemos encontrar aplicaciones de <i>content marketing</i>, juegos, etc. En cierta forma, el móvil ha condicionado la forma de relacionarnos con nuestro entorno, formando a veces una especie de barrera.</p>
Entrevistado 6	<p>Las aplicaciones forman parte de la estrategia de una empresa. Hay muchos tipos de aplicaciones, en función del tipo de desarrollo se puede hablar de híbridas y nativas. Luego también se pueden diferenciar en función de las categorías asignadas en el <i>stores</i>.</p>

Fuente: elaboración propia

Tabla 31 - B. Las aplicaciones móviles

Nombre del entrevistado	Respuesta resumida
Entrevistado 7	<p>Hay muchos tipos de aplicaciones, internas y externas. También encontramos aplicaciones híbridas y nativas.</p> <p>Las redes sociales y las campañas virales a través de Youtube ayudan a promocionar una aplicación.</p> <p>La arquitectura de información sí influye.</p>
Entrevistado 8	<p>Nosotros las clasificamos en <i>apps</i> de uso interno para empresa y <i>apps</i> para usuarios finales. Las primeras pasan más desapercibidas porque a veces no pasan por los <i>markets</i>.</p>
Entrevistado 9	<p>No todas las marcas necesitan una <i>app</i>, depende del modelo de negocio. No obstante, son beneficios porque es un canal de comunicación directa entre la marca y sus clientes (notificaciones push), permiten potenciar las ventas, la imagen de la empresa,...</p> <p>La televisión, las redes sociales, las redes de afiliación, y el envío a bases de datos sirven para promocionar una aplicación.</p>
Entrevistado 10	<p>Los tipos de aplicaciones que podemos encontrar son nativas, web apps y las híbridas. Su principal finalidad es fidelizar</p> <p>La televisión, las redes sociales, los destacados en el <i>market</i>, los <i>discovery apps</i> y la viralización a través de tus propios usuarios sirven para promocionar una aplicación.</p>
Entrevistado 11	<p>No siempre son necesarias, deben aportar un valor añadido. Es necesario plantearse una estrategia. Los tipos de aplicaciones móviles que podemos encontrar son: nativas, híbridas y <i>webapps</i>.</p> <p>Televisión y acciones de <i>performance</i> sirven para promocionar una aplicación.</p>
Entrevistado 12	<p>Las marcas necesitan las <i>apps</i> para fidelizar, primero debe haber una estrategia para ver si son realmente necesarias. Podemos clasificar las aplicaciones, desde un punto de vista tecnológico, como híbridas y nativas. Las aplicaciones han cambiado nuestra forma de consumir contenidos y la forma de entrar en contacto con la realidad.</p> <p>La arquitectura de información influye.</p>

Fuente: elaboración propia

## 6. Posicionamiento Orgánico de las Aplicaciones Móviles (ASO)

Las preguntas que se han realizado para esta categoría en concreto han sido:

- ¿Cuáles serían los factores que conforman el ASO?
- Opcionalmente, en algunas entrevistas también se ha indagado sobre:
  - La relación entre el SEO (posicionamiento orgánico en buscadores) y el ASO (posicionamiento orgánico de las aplicaciones móviles)
  - La relación de contraste (semejanzas y diferencias) entre campañas en iOS y Android
  - ¿Cómo debe ser el contenido generado?
  - ¿Errores a evitar cuando se realiza ASO por primera vez?
  - Influencia de las marcas en el ASO

Los entrevistas 5, 6 y 9 son los únicos que no han identificado los parámetros del ASO, sin embargo, el resto sí que ha mencionado la mayor parte de los factores *on-metadata* y *off-metadata*.

Los factores más mencionados serían, por orden de mayor a menor repetición: título de la aplicación y las palabras clave (mencionadas 9 veces), la descripción y las valoraciones y/o comentarios de los usuarios (mencionadas 8 veces), las capturas de pantalla (mencionada 7 veces), el icono y las descargas y/o instalaciones (mencionados 5 veces), la categoría del *store* (mencionada 4 veces), el video demostrativo y el nombre de la compañía (mencionados 3 veces), las actualizaciones, el tamaño de la aplicación y la puntuación de los usuarios (mencionados 2 veces); el total de descargas, el diseño de la propia página de la aplicación en el *market*, el idioma, las desinstalaciones, el acceso recurrente por parte de los usuarios, y los enlaces de descarga a la aplicación (mencionados todos ellos 1 vez).

Por su parte, en un 25% de las entrevistas se menciona que hay diferencias en los factores que influyen en el posicionamiento orgánico de las aplicaciones,

ya que tienen algoritmos diferentes ambos sistemas operativos, siendo el de Google más parecido al que se utiliza en las búsquedas web.

Antes de llevar a cabo una estrategia de ASO, según el entrevistado 1 es necesario realizar un análisis de *benchmarking* para investigar qué hace la competencia. En esta misma línea, el entrevistado 7 marca, como segunda pauta influyente en la redacción de los contenidos de los factores que conforman el ASO, los objetivos marcados por la propia empresa.

Además, los entrevistados 1 y 11 destacan que, muchas veces, las empresas delegan la implementación del ASO en los programadores o desarrolladores de las aplicaciones. Por su parte, 3 de las 12 profesionales entrevistados destacan que es poco frecuente que la marca participe o se involucre en la implementación del ASO, ya que suelen tener escasos conocimientos sobre ello. No obstante, tanto el entrevistado 3 como el entrevistado 10 también destacan que, si todo el proceso de mejora del posicionamiento orgánico se hiciera de forma correcta, lo ideal sería que la marca se involucrara mucho más. En esta misma línea también se posicionan los profesionales entrevistados 2 y 7.

Por último, el entrevistado 5 comenta que, más que errores a evitar, habría que hablar de falta de experiencia cuando se intenta por primera vez mejorar el posicionamiento de una aplicación móvil. Por su parte, el entrevistado 7 recomienda utilizar herramientas de optimización de búsquedas y de textos si la aplicación que se quiere posicionar es parecida a otras que ya existen en el mercado; por el contrario, si no hay ninguna aplicación parecida en los *market*, el método del test A/B o prueba y error es lo más común para poder mejorar el posicionamiento.

**Tabla 32 - A. Posicionamiento Orgánico de las Aplicaciones Móviles**

Nombre del entrevistado	Respuesta resumida
Entrevistado 1	<p>El ASO está compuesto por factores <i>on metadata</i> y <i>off metadata</i>. Lo ideal sería hacer un <i>benchmark</i> de las aplicaciones de la competencia antes de empezar la estrategia.</p> <p>Hay diferencias entre el SEO y el ASO. Muchas veces se delega el ASO en los desarrolladores.</p>
Entrevistado 2	<p>Los factores principales del ASO serían el título, las palabras clave, valoraciones y comentarios, el ritmo de las actualizaciones, el video demostrativo, las capturas de pantalla y el icono.</p> <p>El objetivo que persiguen el ASO y el SEO es parecido, aunque la metodología de trabajo es diferente.</p> <p>La marca influye en el ASO en el sentido que conoce mejor al mercado y a la competencia.</p>
Entrevistado 3	<p>La relación entre el SEO y el ASO es compleja, si entendemos que ambos sirven para estar en los primeros puestos, no sería lo mismo; en el ASO se da un paso más de profundización.</p> <p>Título, descripción, palabras clave, icono , capturas de pantalla, valoraciones de los usuarios,... Hay diferencias entre Android e iOS. Cuando se redacta el contenido, tiene que estar a mitad camino entre lo informativo y lo publicitario.</p> <p>Si se hace bien, la marca debería influir mucho en el ASO.</p>
Entrevistado 5	<p>Sí se puede definir el ASO como el SEO de las aplicaciones. Las reglas en iOS y Android tienen diferencias, pero también puntos en común.</p>
Entrevistado 6	<p>El factor más relevante para mí es el <i>feedback</i> de los usuarios.</p>

Fuente: elaboración propia



Tabla 32 - B. Posicionamiento Orgánico de las Aplicaciones Móviles

Nombre del entrevistado	Respuesta resumida
Entrevistado 7	<p>El ASO es similar al SEO. En Android y en iOS funciona de forma muy distintas en cuanto al sistema de búsqueda. Las variables que influyen en iOS son el título, palabras clave y el nombre de la compañía. En Google se basa en las descargas que tenemos ya.</p> <p>Al redactar el contenido hay que fijarse en lo que hace la competencia, y sino, en función de los objetivos marcados.</p> <p>La empresa o la marca puede ayudar en tareas sencillas en el ASO, aunque generalmente tiene un conocimiento escaso sobre la materia.</p>
Entrevistado 8	<p>La estrategia ASO empieza a definirse durante el desarrollo. Google y Apple tienen algoritmos diferentes para posicionar las aplicaciones, lo que más influye son los parámetros de las fichas, instalaciones y desinstalaciones, etc.</p> <p>En cuanto a la relación con el SEO, sirve de símil para entender el concepto.</p>
Entrevistado 9	El ASO es el SEO de las aplicaciones.
Entrevistado 10	<p>ASO y SEO tienen similitudes, pero son distintas y complementarias en el mundo de las aplicaciones. Los factores del ASO son los <i>on-data</i> y <i>off-data</i>.</p> <p>Lo ideal es que la marca participara, pero no es lo común. Hay diferencias entre Android e iOS.</p>
Entrevistado 11	<p>Asemejar el ASO al SEO ayuda a entender el concepto, aunque hay diferencias. Los factores a tener en cuenta en el ASO son los <i>on-metadata</i> y los <i>off-metadata</i>.</p> <p>Muchas veces se delega el ASO a los programadores.</p>
Entrevistado 12	<p>En el posicionamiento influye el título, el tipo de imágenes, el tipo de descripción, las <i>reviews</i>, muchas cosas.</p> <p>Hay SEO y hay ASO, yo lo llamaría el SEO dentro de las <i>stores</i>, no de los buscadores.</p>

Fuente: elaboración propia

## 7. Big Data y marketing móvil

En este apartado se reflexiona en torno a la importancia de la medición de los resultados y el *reporting* para las estrategias asociadas a la comunicación móvil y, en concreto, con las aplicaciones móviles.

Todos los entrevistados que han respondido a esta pregunta (10 de los 12 entrevistados), consideran que es muy importante la medición de resultados para las estrategias de marketing móvil en general y, las aplicaciones móviles, no son una excepción.

Alrededor de un 20% de los profesionales entrevistados destacan que las empresas quieren conocer a sus usuarios, los actuales y los potenciales, para poder precisar mejor las actuaciones que se quieren llevar a cabo, corregir posibles errores, minimizar o controlar las pérdidas de ROI (retorno de la inversión). Los entrevistados 3 y 12 comentan que el objetivo marcará las métricas que se vayan a precisar en un proyecto o campaña.

Por último, un 25% de los entrevistados destacan una serie de métricas que hay que tener en cuenta, siendo el elemento común el número de descargas o instalaciones.

Tabla 33-A. Big Data y marketing móvil

Nombre del entrevistado	Respuesta resumida
Entrevistado 1	Cada vez es más necesario saber qué pasa con nuestra app, descargas, cómo interactúan tus usuarios, qué recurrencia y fidelidad hacia la app tienen y en qué secciones,...
Entrevistado 2	El <i>reporting</i> es muy importante, las empresas cada vez quieren conocer más datos sobre los usuarios. Éstos, cada vez están más concienciados sobre temas de seguridad y el uso que se va a hacer con sus datos.
Entrevistado 3	Las métricas más importantes son aquellas que nos ayuden a conseguir el objetivo fijado. El número de descargas es importante, pero no podemos centrarnos solamente en ello, también hay que conocer las desinstalaciones.

Fuente: elaboración propia

Tabla 33-B. Big Data y marketing móvil

Nombre del entrevistado	Respuesta resumida
Entrevistado 4	La recogida de datos es muy importante, nos permite llevar a cabo planificaciones sobre los pasos a seguir en un proyecto.
Entrevistado 6	El Big Data no es algo externo al ASO, gracias a él puedes sintetizar la información para mejorar el posicionamiento.
Entrevistado 8	Necesitamos métricas para cuantificar las aplicaciones. Las principales unidades son: número de descargas, número de usuarios activos, tasa de retención, recurrencia, tiempo medio por usuario, coste por adquisición, ingreso medio por usuario.
Entrevistado 9	En cualquier estrategia de marketing móvil se necesita un <i>reporting</i> lo más completo posible para poder hacer un seguimiento exhaustivo de qué ha funcionado bien y qué no, para corregir errores y evitar pérdida de ROI.
Entrevistado 10	Las principales métricas serían: instalaciones, <i>keywords rating</i> , ranking en categoría/general, valoración media, conversión visita a tienda/instalación.
Entrevistado 11	El <i>reporting</i> es siempre protagonista, ya que es la herramienta a través de la cual podemos controlar el ROI. Lo importante del Big Data es recoger los datos y generar códigos que nos permitan conocer mejor al cliente (CRM). Las métricas dependen de objetivo.
Entrevistado 12	Los datos son muy importante, ya no solamente para una campaña en activo, sino para futuras campañas. Las métricas a destacar dependen del objetivo marcado

Fuente: elaboración propia

## 9. Relación entre los perfiles a estudiar

Sobre esta cuestión, todos los entrevistados se muestran de acuerdo en que los perfiles por los que se pregunta deben trabajar en equipo, aunque no siempre se consigue.

**Tabla 34. Relación entre los perfiles a estudiar**

<b>Nombre del entrevistado</b>	<b>Respuesta resumida</b>
Entrevistado 1	El director de cuentas es el contacto y coordinador general del proyecto entre el cliente y el desarrollador (si así lo decide el cliente) y el experto en ASO (técnico).
Entrevistado 2	Hay muchas labores de coordinación que es importante conjuntar.
Entrevistado 8	La estrategia ASO comienza a definirse durante el desarrollo. El equipo de desarrollo y el equipo de marketing deben conocer perfectamente el producto y su calendario de actualizaciones. El desarrollador incluirá en la app las herramientas necesarias para que marketing pueda editar contenidos y analizar las métricas que necesita.
Entrevistado 9	<p>El director de cuentas es el interlocutor entre el cliente y el resto de perfiles. El director de cuenta determinará las necesidades del cliente, el planificador de medios identificará el mejor canal o combinación de medios para que el mensaje se dirija al público adecuado con la mayor difusión posible y al menor coste. El desarrollador de la app deberá tener en cuenta las estrategias de optimización determinadas por un experto en ASO para que la app obtenga más descargas.</p> <p>Todos deben ir en la misma línea.</p>
Entrevistado 10	En muchos casos no van de la mano, pero la única forma de lograr estar arriba es trabajar en equipo.
Entrevistado 12	El que finalmente decide todo es el director de cuentas, pero todos tienen que aportar información e inteligencia a la campaña.

Fuente: elaboración propia

## 5.2.2 Análisis del contenido

### 5.2.2.1 Marco teórico del análisis de contenido

El análisis de contenido tiene como punto de inicio las investigaciones realizadas por Lasswell en 1915, centrándose en la prensa y en la propaganda de la época. Desde el punto de vista metodológico, es Berelson quien define entre los años 40 y 50 las pautas del análisis de contenido, al que define como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson, 1952: 18).

Los años 60 se caracterizaron por la extensión del análisis de contenido hacia otras disciplinas. Es en ese mismo contexto donde empiezan las primeras discusiones sobre el carácter cualitativo o cuantitativo de esta técnica, ya que para el primero lo importante es la frecuencia de la aparición de las características definidas dentro del contenido y, para el segundo, lo importante es que una determinadas característica o un conjunto de características están presentes o no en el fragmento de contenido seleccionado para el análisis.

Bardin describió esta técnica como “un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendente a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (variables inferidas) de estos mensajes” (Bardin, 1986: 32).

Tal y como resalta este autor, no existen plantillas únicas que permitan generalizar el uso del análisis de contenido, sino que es necesario establecer los patrones aplicables al objetivo de la investigación. En este contexto, el análisis de contenido tendría dos fases a considerar: una de carácter descriptivo y otra interpretativa. La inferencia, en este sentido, sería el proceso intermedio que posibilita el paso de una fase a otra y que permite contestar a dos tipos de cuestiones: las causas y los efectos del mensaje.

La tipología clásica del análisis de contenido establecida por Bardin diferencia entre:

- **Análisis categorial.** Es el más antiguo y, a su vez, el más utilizado en investigaciones de carácter científico. En este tipo de análisis se

descompone el texto en unidades, posteriormente se clasifican esas unidades en categorías mediante la creación de grupos análogos. En este sentido, el análisis temático entraría dentro de esta sección cuando se aplica a discursos directos y simples.

- **Análisis de la evaluación.** Este tipo de análisis tiene como fin medir las actitudes del sujeto que habla respecto de los objetos sobre los que se expresa. Aquí, el lenguaje permite conocer a quien lo usa.
- **Análisis de la enunciación.** A diferencia del resto de técnicas de análisis de contenido, considera la comunicación como un proceso y no como datos. Este tipo de análisis suele aplicarse a las entrevistas no directas.
- **Análisis de la expresión.** En él, los indicadores que se utilizan son de carácter formal, no semántico. Se utiliza principalmente para el análisis de los discursos políticos y en el ámbito de la psicología clínica.
- **Análisis de las relaciones.** Se fundamenta en las relaciones que existen entre los elementos que forman un texto o discurso. Hay dos tipos de análisis a destacar: estructural y de contingencia.
- **Análisis del discurso.** Este tipo de análisis busca fijar conexiones entre la situación en la que se halla el sujeto y las manifestaciones semántico-sintácticas del plano discursivo.

Por su parte, Krippendorff prefiere abordarlo como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff 1990: 28).

Más recientemente, podemos encontrar una definición más amplia donde se indica que es “(...) una técnica para leer e interpretar el contenido de toda clase de documentos” (Ruiz Olabuénaga 2003: 192).

Para Williams, Rice y Rogers, el análisis de contenido es:

“la codificación sistemática y fiable del contenido de la comunicación en una serie de categorías mutuamente exclusivas y exhaustivas. El contenido del mensaje que se pretende estudiar puede proceder de programas de televisión (como el contenido verbal, técnicas visuales y auditivas, o ajustes de escena), discursos de radio transcritos, y textos escritos (como las historias de un periódico o un diálogo que se lleva a cabo a través del correo electrónico). El contenido puede ser analizado cualitativamente (para el desarrollo y la comprensión del uso y la forma de diversos contenidos); o cuantitativamente (para determinar las frecuencias o porcentajes de una categoría, o para establecer la fiabilidad de la codificación” (Williams, Rice y Rogers, 1988: 37).

La categorización a la que hacen referencia estos autores implica la clasificación de una serie de elementos a partir de unos criterios que se han establecido previamente en la investigación. De esta forma, lo que estamos haciendo es dividir el conjunto del contenido en una sucesión de partes que van a ser tratadas de forma individualizada por el investigador.

Piñuel (2002), en la misma línea, indica que el análisis de contenido es una técnica cualitativa y cuantitativa. Define esta técnica como un conjunto de procesos interpretativos de los mensajes que se originan en procesos de comunicación que ya han sido registrados, y que, fundamentados en técnicas de medida, unas veces cualitativas (lógicas fundamentadas en la combinación de categorías), y otras cuantitativas (estadísticas fundamentadas en el recuento de unidades) tiene como finalidad elaborar y procesar datos importantes sobre las condiciones en las que se han realizado esos mensajes.

Este autor también presenta una categorización del análisis de contenido en base a los objetivos de la investigación:

- Análisis de contenido exploratorio, también denominados pre-test, se suelen desarrollar para verificar por primera vez un material de estudio. De esta forma se puede definir la selección del corpus de documentos de que se dispone para proponer un problema de análisis en torno a las situaciones que han creado esos mensajes o textos.

Este tipo de análisis se enfocan a solucionar problemas relativos a la creación de las categorías más pertinentes que han de configurar un protocolo de análisis y su posterior articulación para poder explotar los datos.

- Análisis de contenido descriptivos. Su finalidad es la identificación y catalogación de la realidad empírica de los mensajes, textos o documentos; a través de la fijación de una serie de categorías. Uno de los más utilizados es el análisis documental.
- Análisis de contenido verificativos y/o explicativos. Este tipo de análisis pueden informar de inferencias (inductivas o deductivas) sobre la naturaleza, funcionamiento y efectos de los productos de comunicación.

Este mismo autor, en función del corpus objeto de estudio, también diferencia entre análisis horizontales, verticales, transversales, longitudinales y triangulares; que pasamos a explicar a continuación:

- Análisis de contenido horizontal, cuyo corpus documental es bastante amplio. Son típicos de los análisis de contenido cuantitativos, que aplican mecanismos de carácter estadístico a partir de la muestra seleccionada.
- Análisis de contenido vertical, cuyo corpus documental es muy limitado, llegando incluso a tener un solo caso; pero cuyo desarrollo puede ser más amplio que el propio texto que se analiza. Generalmente no se tratan de análisis de carácter cuantitativo.
- Análisis de contenido transversal, que se caracterizan porque las muestras seleccionadas tienen posturas diferenciadas sobre un fenómeno.
- Análisis de contenido longitudinal, que se caracteriza porque analiza el corpus documental en diversos momentos de su trayectoria, ya



sea mediante mecanismos de repetición o utilizando muestras independientes.

- Análisis de contenido triangular, que se caracteriza por la recogida y comparación de varias perspectivas sobre un mismo fenómeno de comunicación.

Por su parte, otros autores como Martín (2008), también señalan que el análisis de contenido es una técnica de investigación cuyo fin es la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa de un mensaje y pretende transformar las situaciones registradas en bruto en datos que puedan ser analizados de forma científica. Además, también destaca que es una técnica cualitativa cuya finalidad es transformar fenómenos simbólicos de conducta en datos de carácter científico que sean objetivos y reproducibles, capaces de ser medidos y cuantificados.

Sin embargo, hay otros investigadores que diferencian al análisis de contenido cualitativo y el cuantitativo. En este contexto, Andréu Abela (1998) diferencia:

### **1) Análisis de contenido cuantitativo**, donde diferencia entre:

- a. Análisis de contenido temático. En él solamente tiene en consideración la presencia de conceptos, sin importar las posibles relaciones que existan entre ellos; es por ello que las técnicas más empleadas son la búsqueda de conceptos en contexto, las listas de frecuencias, la identificación y clasificación por temas.
- b. Análisis de contenido semántico. Este tipo de análisis tienen como finalidad estudiar las relaciones entre los temas abordados en un mensaje o texto.
- c. Análisis de contenido de redes. Está enfocado en la colocación relativa de ciertas unidades. La colocación de las unidades léxicas en un mensaje conlleva su propia historia

textual y que explicita el contexto en el que se inserta dicha unidad.

**2) Análisis de contenido cualitativo.** Este tipo de análisis ahondan en la interacción de los mensajes y textos clasificados previamente. En los últimos años se han extendido numerosos procedimientos de análisis en base al desarrollo de categorías inductivas y en la aplicación de categorías deductivas.

Para poder comprender las implicaciones de una análisis de contenido es necesario llevar a cabo una aproximación terminológica:

- Los tipos de categorías que nos podemos encontrar son: **formales** (comprendería categorías como características gramaticales, partes del discurso, longitud de un artículo, etc.) **y de contenido** (significados, connotaciones, tendencias, etc.).
- El conjunto de categorías empleadas en la investigación se denomina **código**. Para la elaboración de dicho código, Berelson estableció que las categorías debían poseer una serie de características:
  - **Homogéneas:** los diversos grupos que forman el código han de estar asentados en función de los criterios establecidos.
  - **Exclusivas:** un mismo elemento no puede ser clasificado en varias categorías. Las categorías deben ser de exclusión mutua, es decir, no deben generar dudas cuando el investigador está realizando el proceso de categorización.
  - **Pertinencia:** las categorías deben de adaptarse al contenido y los objetivos establecidos al inicio de la investigación.
  - **Claridad y objetividad:** varias personas diferentes deben de ser capaces de llegar a las mismas conclusiones.
  - **Exhaustivas:** se debe analizar todo el contenido.

- **Unidad de registro** sería “el cuerpo de contenido más pequeño en que se cuenta la aparición de una referencia, ya sean palabras o afirmaciones que nos interesa localizar y contar” (Berganza y Ruiz, 2005: 221)
- La base sobre la que clasificaría el contenido conformaría la **unidad de clasificación**. En nuestra investigación serían las fichas de producto (entendiendo producto como la *App*) que ofrecen las tiendas de aplicaciones móviles.
- La **unidad de enumeración** sería la unidad sobre la que se clasifica el contenido (píxeles, centímetros, caracteres, etc.).

Un análisis de contenido, según Piñuel (2002), tendrá las siguientes etapas:

- a) Elección de la comunicación a estudio
- b) Elección de las categorías a usar
- c) Elección de las unidades de análisis
- d) Elección del sistema de medida

#### **5.2.2.2 Mecánica del análisis de contenido**

Las fases que se han determinado en nuestra investigación son:

##### **FASE 1: Concreción del planteamiento**

En este trabajo de investigación, el universo de estudio es el conjunto de aplicaciones móviles existentes en el *Apple Store* (iOS) y en la *Play Store* (Android), tanto gratuitas como de pago.

El muestreo realizado tiene como fin la selección de aquellas unidades que permitan garantizar la mejor calidad (riqueza) y cantidad (saturación) de la información.

En la Parte I, en el capítulo de Introducción, ya comentamos que la investigación se iba a orientar en los ámbitos de las tecnologías de la información y la comunicación, la arquitectura de la información, la comunicación móvil y la satisfacción del usuario. Como puntos comunes entre ellos, se situaba:

- La gestión del conocimiento
- La gestión de intangibles

Daniel Peris y Miriam Peláez (2014) destacan que estas dos áreas comunes se pueden analizar a través de los factores de posicionamiento (ASO).

## **FASE 2. Seguimiento diario**

En esta segunda fase lo primero que se hizo fue delimitar el tiempo de estudio, fijándolo de septiembre a diciembre de 2015. La elección de ese periodo de tiempo respondía a dos criterios:

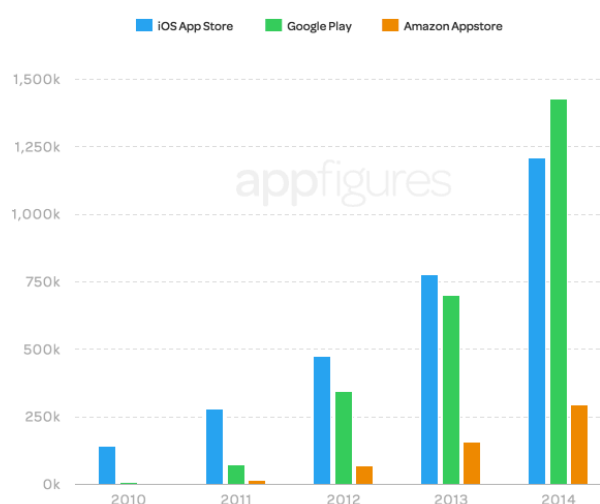
- a. Es el periodo de tiempo en el que según el INE (Instituto Nacional de Estadística) más terminales móviles se venden.
- b. En los *Annual Report*, que es un documento con información económica para inversores de Apple y de Google; es cuando más ingresos se obtienen en sus *stores* a través de las cuentas de los usuarios.

Una vez delimitado el periodo de tiempo, se realizó la selección de la muestra. Para ello, se siguieron criterios no probabilísticos, en concreto se llevó a cabo un muestreo intencional.

La principal razón para llevar a cabo este tipo de muestreo es que no conocíamos con anterioridad a la elección de la muestra el tamaño del universo, ya que el crecimiento del número de aplicaciones y, por tiendas de aplicaciones móviles, no es exponencial.

Tal y como puede observarse a continuación, Google ha tenido un crecimiento cercano al 50% cada año, mientras que Apple, de media, ha crecido un entre un 10% y un 20%. No se podía conocer, por tanto, el tamaño del universo objeto de estudio.

**Gráfico 18. Total number of apps by App Store**



Fuente: appfigures (2014)

### **FASE 3. Fijar los filtros, las categorías y los códigos que se van a tener en cuenta**

Las listas de aplicaciones de éxitos de las tiendas de aplicaciones móviles se subdividen de forma natural en gratuitas, de pago y por ingresos.

En esta última categoría se incluyen tanto aplicaciones gratuitas como de pago, por lo que no se decidió no incluirlas en la selección de la muestra, ya que se producirían duplicidades y los resultados no se considerarían válidos.

Una vez establecido el periodo de tiempo y las subdivisiones a analizar, se procedió a realizar un seguimiento diario de las cien aplicaciones con más éxito en cada subdivisión.

La elección de 100 aplicaciones no fue casual, ya que si el tamaño del universo se hubiera mantenido estable y sin variaciones, realizando un muestreo probabilístico con un porcentaje de error del 9% y un nivel de confianza del 95%, la muestra hubiera sido de 100 aplicaciones.

Cada día del periodo establecido fueron apareciendo nuevas aplicaciones en este listado de éxitos, por lo que se fueron incluyendo en la muestra. A través de la aplicación App Annie se consiguieron los registros anteriores a sus apariciones entre las cien primeras.

De esta forma, al finalizar el periodo seleccionado se había llevado a cabo un seguimiento de:

- 585 Aplicaciones en *App Store* (iOS) gratuitas
- 1120 Aplicaciones en *App Store* (iOS) de pago
- 365 Aplicaciones en *Play Store* (Android) gratuitas
- 371 Aplicaciones en *Play Store* (Android) de pago

El seguimiento diario y la posición promedio de las aplicaciones se puede consultar en la Parte III, capítulo de Anexos.

Una vez ya teníamos una primera muestra seleccionada, se aplicó el siguiente filtro:

- **La aplicación podía desaparecer del listado de éxito un máximo de 7 días durante todo el periodo de análisis.**

La razón de escoger esta cifra es porque las tiendas de aplicaciones móviles, cuando se carga una aplicación nueva o una actualización en el servidor, pueden tardar entre 24 y 72 horas en revisarla. Además, una vez está disponible en el *market*, hasta que no alcanza un número mínimo de descargas, no aparece en el listado de éxitos.

Del total de aplicaciones nuevas registradas durante el periodo de tiempo, la mayoría tardaron entre 5 y 10 días en aparecer en el listado de éxitos.

Tal y como se ha mencionado anteriormente, la lectura de bibliografía especializada y el análisis de las entrevistas en profundidad han permitido delimitar las categorías del análisis de contenido.

En la primera fase de la investigación (revisión bibliográfica), los autores consultados indicaban que habían dos tipos de factores ASO: *on-metadata* y *off-metadata*.

**Tabla 35. Factores del ASO según revisión bibliográfica**

<b>Factores on-metadata</b>	<b>Factores off-metadata</b>
App Name (App Store) / Título de la App (Play Store)	Volumen de instalaciones
Descripción (App Store y Play Store) y descripción breve (Play Store)	Velocidad de instalaciones
Campo de palabras clave (App Store)	<i>Engagement</i> con usuarios
Categoría de la App	Rating: nota media y número de valoraciones
Nombre e historial del desarrollador	Comentarios
Icono	Menciones en paginas web
<i>Screenshots</i>	
<i>Video Preview</i>	
Tamaño de la aplicación	

Fuente: elaboración propia

Los resultados de las entrevistas también permitieron ver cuáles eran los factores del ASO según los entrevistados.

**Tabla 36. Factores ASO mencionados en las entrevistas en profundidad**

<b>Factores ASO</b>	<b>Nº Menciones</b>
<i>Keywords</i>	10
Título	9
Descripción	8
Valoraciones de los usuarios/comentarios positivos	8
Capturas de pantalla	7
Icono	5
Descargas/instalaciones	5
Categoría en la <i>store</i>	4
Video demostrativo	3
Nombre de la compañía/nombre del desarrollador	3
Tamaño	2
Puntuación de los usuarios	2
Actualizaciones	2
Velocidad de las instalaciones	1
Desinstalaciones	1
Acceso recurrente por parte de los usuarios	1
Enlaces de descarga a la aplicación	1
Diseño de la propia página de descarga	1
Idioma	1
Total de descargas	1
Edad	1

Fuente: elaboración propia



Realizando un análisis comparativo de los resultados extraídos y representados en ambas tablas, podemos encontrar una serie de elementos comunes que nos han permitido una primera delimitación de las categorías a seleccionar para el análisis de contenido.

Los elementos comunes son:

- Título de la aplicación
- Descripción
- Palabras clave
- Categoría de la aplicación en la *store*
- Nombre del desarrollador
- Icono
- Capturas de pantalla
- Video
- Tamaño de la aplicación
- Total Descargas / Velocidad de las instalaciones
- *Rating*
- Comentarios
- Acceso recurrente por parte de los usuarios (*engagement*)

Por el contrario, los elementos no comunes son:

- **Actualizaciones.** Al igual que en el caso anterior, las actualizaciones se consideran un elemento de *engagement* con los usuarios, ya que muchas veces satisfacen necesidades que éstos han expresado a través de sus comentarios.
- **Desinstalaciones.** Un volumen elevado de descargas es un indicador muy positivo, pero habrá que conseguir que el volumen de desinstalaciones sea reducido.

Como tal, no está recogido como un factor ASO, aunque los algoritmos de las *stores* lo penalizan, ya que indica que la aplicación no gusta a los usuarios o no satisface sus necesidades.

Cuando se realizan campañas incentivadas de descargas hay que tener en cuenta este factor.

- **Diseño de la propia página de descarga.** Es un elemento de *engagement*. La arquitectura de información y el diseño influyen en la conversión, pero no en el posicionamiento.

El usuario está acostumbrado a una determinada disposición de los elementos en las fichas de las aplicaciones y, cuando no lo encuentra, se genera una sensación de frustración.

En el caso contrario, una presentación cuidada o que aporte un valor añadido puede ayudar en la toma de decisión de la instalación.

- **Idioma.** Los usuarios quieren saber en qué idiomas está disponible la aplicación, por lo que interactúa como elemento de *engagement* con los usuarios. En la ficha de Apple Store es un campo obligatorio cuando se está cargando la aplicación en el *market*. Por el contrario, en Play Store no existe tal campo, por lo que los desarrolladores pueden incluirlo en el campo de la descripción.
- **Valoración de la edad.** Con este parámetro, el usuario puede conocer a qué tipo de público va dirigida la aplicación. Es un factor de conversión que puede ayudar a decidirse al usuario a instalar o no la aplicación.

Google y Apple no utilizan el mismo criterio de clasificación de la edad. A continuación se muestran las clasificaciones de cada uno.

**Tabla 37. Valoración de edad en Play Store**

<b>Clasificación</b>	<b>Descripción</b>
<b>PEGI 3</b>	Las aplicaciones con esta clasificación son aptas para todos los grupos de edades.
<b>PEGI 7</b>	A diferencia del anterior, aquí las aplicaciones pueden contener escenas o sonidos que pueden asustar a los niños, con violencia implícita o que no parezca real.
<b>PEGI 12</b>	En esta categoría pueden incluirse aplicaciones con escenas violentas más gráficas, desnudos y juegos de azar simulados. El lenguaje soez debe ser suave y no contener improperios de carácter sexual.
<b>PEGI 16</b>	Las aplicaciones representan la violencia o la actividad sexual de forma parecida a la vida real, conteniendo un lenguaje más soez, promoviendo el consumo de tabaco y drogas, y representar actividades delictivas.
<b>PEGI 18</b>	Esta clasificación se aplica cuando se representan escenas de violencia brutal, contenido sexual gráfico, discriminación o idealización del uso de drogas ilegales.
<b>Control Parental</b>	Ciertas aplicaciones funcionan como ventanas hacia una gran variedad de contenidos que los usuarios pueden filtrar. Con esta valoración se indica a los padres que la aplicación puede proporcionar acceso a contenidos que no sean adecuados para sus hijos.

Fuente: elaboración propia a partir de Play Store.

**Tabla 38. Valoración de edad en App Store**

<b>Clasificación</b>	<b>Definición</b>
4+	Las aplicaciones son aptas para todos los usuarios.
9+	Las aplicaciones de esta categoría pueden contener elementos no adecuados para los niños menores de 9 años en materia de violencia leve o moderada y lenguaje malsonante.
12+	Las aplicaciones de esta categoría pueden contener elementos no adecuados para los niños menores de 12 años en materia de violencia intensa, lenguaje malsonante, apuestas, o contenidos de carácter sexual.
17+	Las aplicaciones de esta categoría pueden contener elementos no adecuados para los niños menores de 17 años en materia de contenidos para adultos y de carácter sexual, juegos de azar, y drogas (como por ejemplo alcohol).

Fuente: elaboración propia a partir de iTunnes Connect

#### **FASE 4. Creación de una plantilla para la introducción de los datos y su posterior análisis**

De forma genérica, hay dos tipos de guías de procedimiento en el protocolo a seguir para el análisis de contenido. Una de ellas es el libro de códigos, que es la guía para la segmentación e interpretación del corpus, y la segunda guía es la ficha de análisis, que se utiliza para el registro de los datos.

“(…) gracias a la existencia y manejo adecuado de un protocolo de análisis, suficientemente objetivo, si el mismo o diferentes investigadores estudian corpus diferentes pero igualmente representativos de diferente procesos y sistemas de comunicación, podrán llegar a conclusiones válidas tanto para comprar los procesos por su naturaleza, como por su evolución temporal” (Gaitán, 2002: 18-20).

Para la realización del estudio de las aplicaciones móviles que son objeto de estudio se han propuesto 19 variables de análisis. En la elección de las categorías de análisis se ha tenido en cuenta la bibliografía especializada consultada y los resultados de las entrevistas, seleccionando tanto los factores de posicionamiento como los de conversión y, utilizando como filtro único la capacidad de acceso. Es decir, se ha descartado el “acceso recurrente por parte de los usuarios” y las “desinstalaciones” porque son categorías de análisis a las que no podemos tener acceso por ser propiedad de los desarrolladores de las aplicaciones.

Las categorías seleccionadas son:

1. Nombre de la aplicación
2. Nombre del desarrollador
3. Características del título
4. Historial del desarrollador
5. Icono
6. Descripción
7. Categoría de la aplicación
8. Capturas de pantalla
9. Video demostrativo
10. Valoraciones
11. Comentarios
12. Idiomas
13. Valoración de edad
14. Tamaño de la aplicación
15. Compras integradas
16. Precio
17. Diseño de la ficha de la aplicación
18. Número de actualizaciones
19. La aplicación sigue vigente

A continuación se muestra el sistema de categorización diseñado *ad hoc* para el análisis de contenido categorial aplicado en esta fase de la investigación:

## I. Datos técnicos de las aplicaciones

1. Nombre de la aplicación
2. Nombre del desarrollador

## II. Factores *on-metadata*

3. Título
  - a. Tipología del título
    - Marca
    - Marca+ Descriptivo
    - Descriptivo
  - b. Visualización
    - Se visualiza entero
    - No se visualiza entero
  - c. Idioma
    - Español
    - Español + Inglés
    - Inglés
  - d. Cambio de título
    - No
    - Sí
      - 1
      - 2
      - 3
      - 4
      - >4
      - Se alarga
      - Se acorta
  - e. El cambio de título afecta al posicionamiento
    - No
    - Sí
      - Sube
      - Baja
      - Sube + Baja

#### 4. Descripción

- a. Informativa/Descriptiva
- b. Emocional
- c. Técnica
- d. Idioma
  - Español
  - Inglés
  - Español + Inglés

#### 5. Categoría de la aplicación

- a. Para *App Store* se han seleccionado las siguientes categorías de análisis:

- Catálogos
- Comida y bebida
- Compras
- Deportes
- Economía y empresa
- Educación
- Entretenimiento
- Estilo de vida
- Finanzas
- Foto y video
- Juegos
  - Estrategia
  - Simulación
  - Acción
  - Aventura
  - Arcade
  - Música
  - Familiar
  - Juegos de mesa
  - Juegos de rol
  - Carreras
  - Cartas
  - Casino
  - Dados

- Deportes
- Educación
- Palabras
- Puzle
- Trivia
- Libros
- Medicina
- Música
- Navegación
- Niños
- Noticias
- Productividad
- Referencia
- Redes Sociales
- Revistas y periódicos
  - Aire libre/naturaleza
  - Animales domésticos
  - Arte y fotografía
  - Artesanía y aficiones
  - Automoción
  - Ciencia
  - Cine y música
  - Cocina, comida y bebida
  - Deportes y ocio
  - Entretenimiento
  - Hogar y jardín
  - Moda y estilo
  - Negocios e inversiones
  - Noticias y política
  - Novias y bodas
  - Padres y familia
  - Para mujeres
  - Profesional y comercio
- Salud y forma física
- Tiempo



- Utilidades
- Viajes

b. Para *Play Store* se han seleccionado las siguientes categorías de análisis

- Aplicaciones
  - Arte y diseño
  - Automoción
  - Belleza
  - Bibliotecas y demos
  - Casa y hogar
  - Citas
  - Comer y beber
  - Cómic
  - Compras
  - Comunicación
  - Deportes
  - Educación
  - Empresa
  - Entradas a eventos
  - Entretenimiento
  - Estilo de vida
  - Finanzas
  - Fotografía
  - Herramientas
  - Libros y obras de consulta
  - Mapas y navegación
  - Medicina
  - Música y audio
  - Noticias y revistas
  - Personalización
  - Productividad
  - Multimedia y video
  - Salud y bienestar
  - Ser padres
  - Social

- Tiempo
- Viajes y guías
- Juegos
  - Acción
  - Arcade
  - Aventura
  - Carreras
  - Cartas
  - Casino
  - Casual
  - Educativo
  - Estrategia
  - Deportes
  - Juegos de mesa
  - Juegos de rol
  - Música
  - Simulación
  - Palabras
  - Puzles
  - Preguntas y respuestas
- En familia
  - Hasta 5 años
  - Entre 6 y 8 años
  - Para más de 9 años
  - Acción y aventura
  - Creatividad
  - Educación
  - Juegos mentales
  - Juegos simulados
  - Música y video
- Número de categorías
  - 1
  - 2
  - 3

## 6. Historial del desarrollador

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5
- f. 6
- g. 7
- h. 8
- i. 9
- j. 10
- k. >10

## 7. Icono

- a. Logotipo
- b. Imagotipo
- c. Isologo
- d. Isotipo
- e. Cambio de icono
  - Sí
  - No

## 8. Capturas de pantalla

- a. Sí
  - 0
  - 1
  - 2
  - 3
  - 4
  - 5
  - 6
  - 7
  - 8
- b. No
- c. Entrelazadas
  - Sí
  - No
- d. Orientación

- Vertical
  - Horizontal
  - Vertical + Horizontal
- e. Imagen
- f. Imagen + Texto
- Español + Inglés
  - Español
  - Inglés
9. Video demostrativo
- a. Sí
- Vertical
  - Horizontal
- b. No

### III. Factores *off-metadata*

#### 10. Valoraciones

- a. Negativa (1 – 2)
- b. Buena (3 – 4)
- c. Excelente (5)

#### 11. Comentarios

- a. Más positivos que negativos
- b. Más negativos que positivos
- c. Predominan los neutros

### IV. Elementos que pueden generar *engagement*

#### 12. Idiomas

- a. 1
- b. 2-10
- c. 11-20
- d. 21-30
- e. 31-40
- f. 41-50
- g. >50

h. Sin información

13. Valoración de edad

- a. PEGI 3
- b. PEGI 7
- c. PEGI 12
- d. PEGI 16
- e. PEGI 18
- f. Control Parental

14. Tamaño de la aplicación

- a. 0-10
- b. 11-20
- c. 21-30
- d. 31-40
- e. 41-50
- f. 51-60
- g. 61-70
- h. 71-80
- i. 81-90
- j. 91-100
- k. >100

15. Precio

- a. Gratis
- b. Pagado
  - 0 – 0,99
  - 1 – 1,99
  - 2 – 2,99
  - 3 – 3,99
  - 4 – 4,99
  - 5 – 5,99
  - 6 – 6,99
  - 7 – 7,99
  - 8 – 8,99
  - 9 – 9,99
  - >10
- c. Cambia el precio
  - No

- Sí
  - 1
  - 2
  - 3
  - 4
  - >4

d. El cambio de precio modifica el posicionamiento

1) No

2) Sí

- El precio baja y sube el posicionamiento
- El precio baja y baja el posicionamiento
- El precio sube y sube el posicionamiento
- El precio sube y baja el posicionamiento

16. Diseño de la ficha de la aplicación

a. Sí

- Imagen destacada/Fondo
- Video superior
  - Sí
  - No
- Presencia de marca

b. No

V. Otros elementos a tener en consideración

17. Compras integradas

a. Sí

b. No

18. Número de actualizaciones

a. 0

b. 1

c. 2

d. 3

e. 4

f. 5

g. 6

- h. 7
- i. 8
- j. 9
- k. 10
- l. >10

19. La aplicación sigue vigente

- a. Sí
- b. No

### **FASE 5. Recopilación de los datos**

Como ya se ha mencionado en la fase 2, la muestra resultante del seguimiento diario era la siguiente:

- 585 Aplicaciones en *App Store* (iOS) gratuitas
- 1120 Aplicaciones en *App Store* (iOS) de pago
- 365 Aplicaciones en *Play Store* (Android) gratuitas
- 371 Aplicaciones en *Play Store* (Android) de pago

Posteriormente, y una vez ya definido el criterio que iba a actuar como filtro: la aplicación podía desaparecer del listado de éxito un máximo de 7 días durante todo el periodo de análisis; el resultado final de la muestra fue:

- 100 Aplicaciones en *App Store* (iOS) gratuitas
- 33 Aplicaciones en *App Store* (iOS) de pago
- 100 Aplicaciones en *Play Store* (Android) gratuitas
- 94 Aplicaciones en *Play Store* (Android) de pago

La primera apreciación es que existe una mayor rotación de aplicaciones de pago en App Store. Puede observarse el listado completo de la muestra con sus correspondientes análisis en la Parte III, capítulo de Anexos.

Por último, en un segundo análisis, se comprobó que el 22% de las aplicaciones gratuitas se repetían en ambas plataformas, y el 20,4% en el caso de las aplicaciones de pago.

### **FASE 6: Análisis y presentación de los resultados**

Esta fase se desarrollará en el capítulo de resultados del trabajo de investigación.

### **FASE 7: Interpretación de los resultados**

Al igual que la fase anterior, se desarrollará en el capítulo de interpretación de los resultados de la investigación.

#### ***5.2.2.3. Resultados del análisis de contenido***

A continuación se exponen los resultados del análisis de contenido categorial en base a los parámetros generales que se han establecido: factores *on-metadata*, factores *off-metadata*, elementos que pueden generar *engagement*, y otras cuestiones a tener en consideración.

#### **I. Factores *on-metadata***

**1. Título**, donde se presentan los resultados sobre tipología, visualización, idioma, cambio de título, y si el cambio de título afecta al posicionamiento.

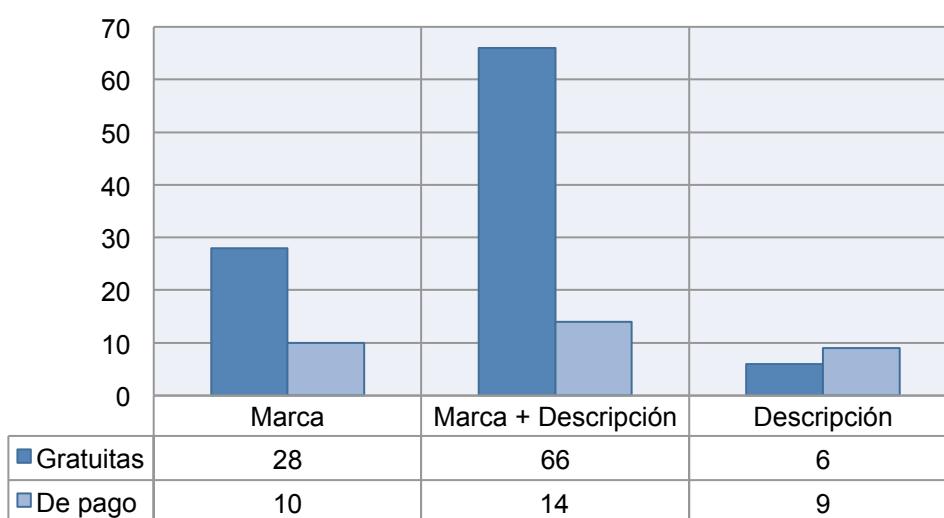


## 1.1 Tipología.

En el caso de App Store, los resultados obtenidos son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 aplicaciones analizadas:
  - 28 tienen únicamente como título el nombre de la marca o empresa desarrolladora,
  - 66 presentan un título donde está presente el nombre de la marca seguido de una o varias palabras que describen la funcionalidad de la aplicación,
  - 6 presentan un título descriptivo.
- En las aplicaciones de pago, de las 33 aplicaciones analizadas:
  - 10 presentan como título el propio nombre de la marca o empresa desarrolladora,
  - 14 tienen como título el nombre de la marca junto con uno o varios términos que describen la aplicación,
  - 9 tienen un título descriptivo.

**Gráfico 19. Tipología del título en App Store**

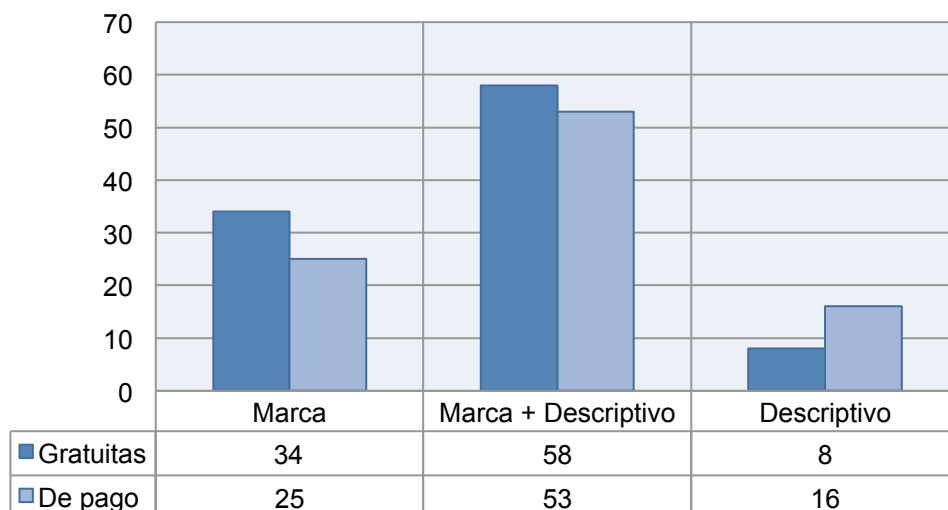


Fuente: elaboración propia

En el caso de Play Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - 34 presentan un título formado únicamente por el nombre de la marca o empresa desarrolladora
  - 58 utilizan el nombre de la marca seguido de una o varias palabras que describan la aplicación
  - 8 tienen un título de carácter descriptivo.
- En las aplicaciones de pago, los resultados de las 94 analizadas son:
  - 25 tienen un título en el que solamente está presente el nombre de la marca o empresa desarrolladora
  - 53 utilizan el nombre de la marca y lo acompañan con uno o varios términos descriptivos
  - 16 solamente utilizan palabras de carácter descriptivo

**Gráfico 20. Tipología del título en Play Store**



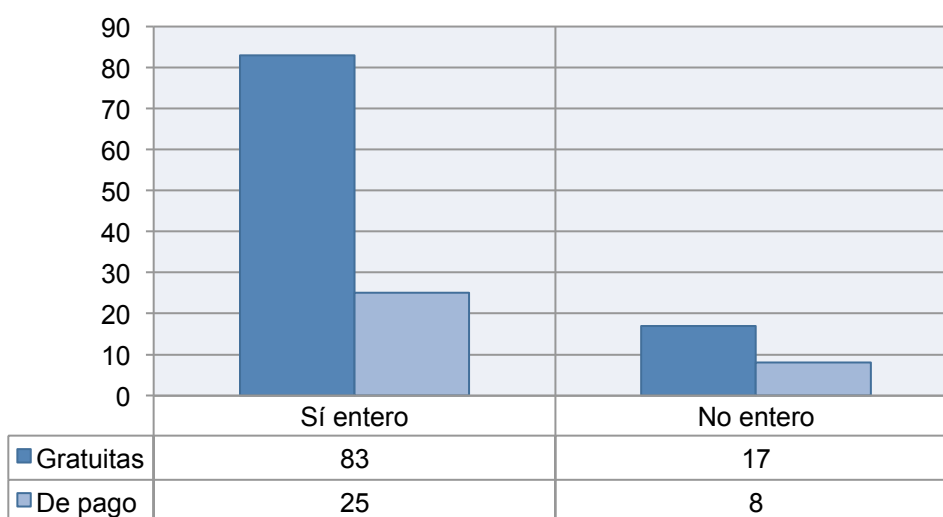
Fuente: elaboración propia

## 1.2 Visualización

En el caso de App Store, los resultados obtenidos son:

- Tanto en las aplicaciones gratuitas como en las de pago, de forma predominante se visualiza el título completamente:
  - 83 aplicaciones gratuitas presentan una visualización completa de su título, mientras que en 17 aplicaciones se puede leer el título completamente.
  - 25 aplicaciones de pago muestran completamente su título, y 8 solamente de forma parcial.

**Gráfico 21. Visualización del título en App Store**



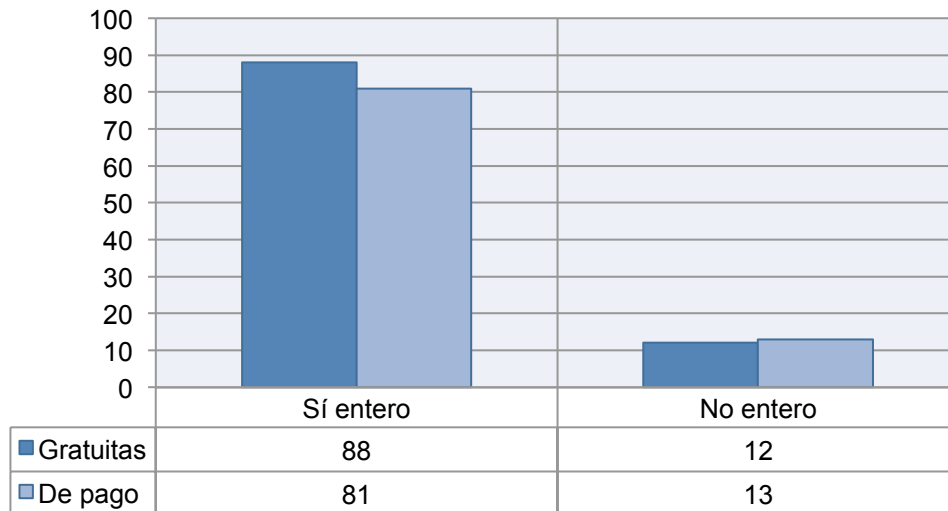
Fuente: elaboración propia

En el caso de Play Store, los resultados obtenidos son:

- Al igual que en el caso anterior, tanto en las aplicaciones gratuitas como en las de pago, la mayoría presentan un título que se visualiza completamente:
  - 88 aplicaciones gratuitas mostraban el título entero, mientras que 12 solamente de forma parcial.

- 81 aplicaciones de pago no presentaban problemas de visualización del título, pero 13 sí ya que no se podía leer completamente.

**Gráfico 22. Visualización del título en Play Store**



Fuente: elaboración propia

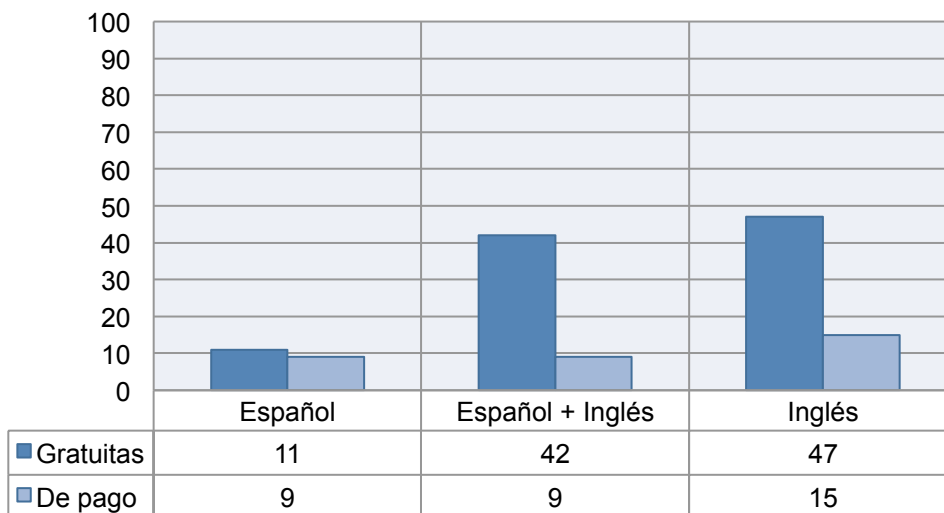
### 1.3 Idioma

En el caso de App Store, los resultados obtenidos son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - 11 tienen el título redactado en español
  - 47 presentan un título en inglés
  - 42 muestran un título con términos en inglés y en español
- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas:
  - 9 presentan el título redactado en español
  - 9 muestran un título en inglés

- 15 tienen un título con términos en inglés y en español

**Gráfico 23. Idioma del título en App Store**

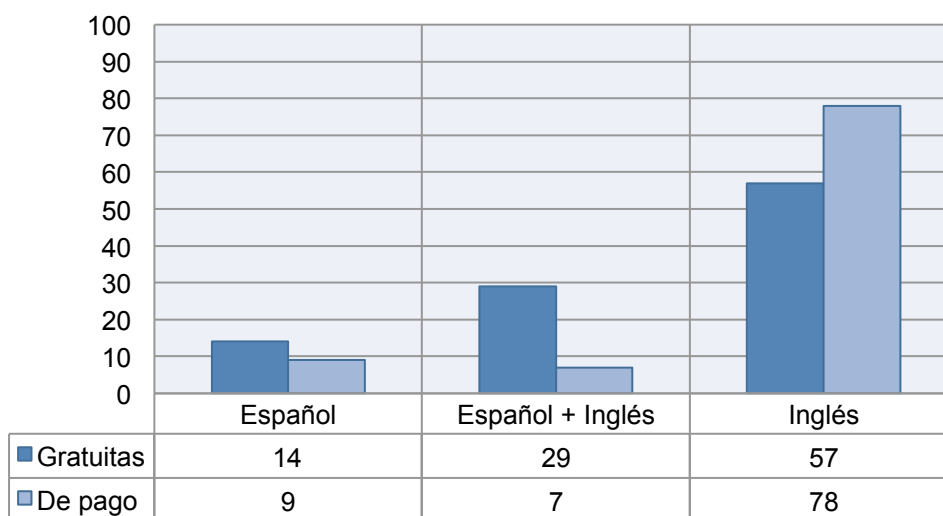


Fuente: elaboración propia

En el caso de Play Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - 14 tienen el título redactado en español
  - 57 presentan un título en inglés
  - 29 muestran un título con términos en inglés y en español
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas:
  - 9 presentan el título redactado en español
  - 78 muestran un título en inglés
  - 7 tienen un título con términos en inglés y en español

**Gráfico 24. Idioma del título en Play Store**



Fuente: elaboración propia

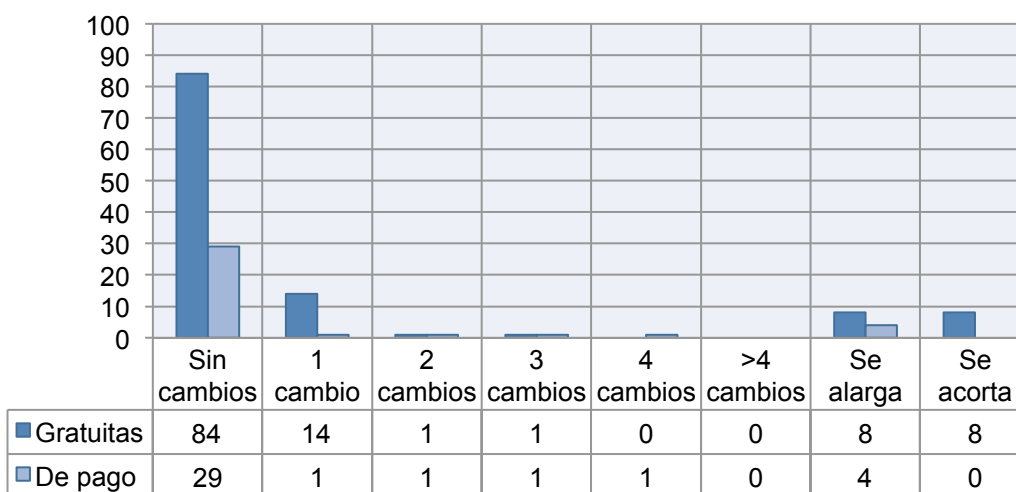
#### 1.4 Cambio de título

Durante el periodo analizado y con la muestra escogida, en Play Store ninguna aplicación cambió de título; sin embargo, sí se han producido cambios en App Store:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas, hay 84 que no cambiaron el nombre de su título ni una sola vez durante el periodo de estudio; sin embargo, 16 sí lo hicieron:
  - de las aplicaciones que sí cambiaron su título, 14 de ellas transformaron solamente una vez el nombre del título, otra lo cambió dos veces y, una última, tres veces.
  - de todas ellas, el 50% hizo los cambios para alargar el título y, el otro 50%, para acortarlo.

- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas, hay 29 que no modificaron su título durante el periodo de tiempo seleccionado; en cambio, 4 aplicaciones sí lo transformaron:
  - una de las aplicaciones realizó solamente un cambio, otra lo transformó dos veces, una tercera aplicación lo cambió tres veces, y la última cuatro veces.

**Gráfico 25. Cambios en el título de las aplicaciones en App Store**



Fuente: elaboración propia

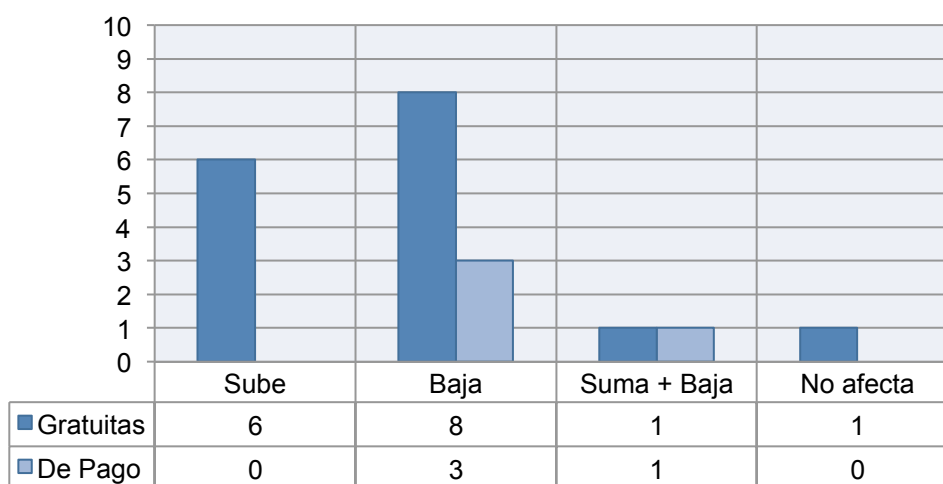
### 1.5 El cambio de título afecta al posicionamiento

Tras los cambios comentados en el apartado anterior en App Store, los resultados obtenidos son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 16 que sí introdujeron algún tipo de modificación en el nombre, los resultados son:
  - 8 de ellas bajaron su posicionamiento,
  - 6 consiguieron mejorar su posicionamiento,

- una de las aplicaciones, al realizar varios cambios durante el periodo seleccionado, primero consiguió mejorar la posición con el primero de los cambios y, con los siguientes, bajarla;
  - también hubo una aplicación a la que los cambios en el título no tubo repercusiones en el posicionamiento.
- En las aplicaciones de pago, de las 4 que sí habían transformado el título, los resultados son:
    - 3 aplicaciones bajaron su posicionamiento,
    - otra aplicación, al realizar varios cambios durante el periodo seleccionado, con el primero de dichos cambios consiguió mejorar el posicionamiento y, con los sucesivos, bajarlo.

**Gráfico 26. Cómo varía el posicionamiento tras cambios en el título de las aplicaciones en App Store**



Fuente: elaboración propia

A continuación mostramos un resumen con los resultados obtenidos en cuanto al título de las aplicaciones móviles, tanto gratuitas como de pago en ambas plataformas.



Tabla 39. Resumen de los resultados del análisis del título

	App Store gratis	Play Store gratis	App Store pago	Play Store pago
<b>Tipología</b>				
- Marca.....	28	34	10	25
- Marca + Descriptivo.....	66	58	14	53
- Descriptivo.....	6	8	9	16
<b>Visualización</b>				
- Se visualiza entero.....	83	88	25	81
- No se visualiza entero.....	17	12	8	13
<b>Idioma</b>				
- Español.....	11	14	9	9
- Español + Inglés.....	42	29	9	7
- Inglés.....	47	57	15	78
<b>Cambio de título</b>				
- No.....	84	100	29	94
- Sí				
*1 .....	14	0	1	0
*2 .....	1	0	1	0
*3 .....	1	0	1	0
*4 .....	0	0	1	0
*>4 .....	0	0	0	0
*Se alarga .....	8	0	4	0
*Se acorta .....	8	0	0	0
<b>El cambio de título afecta al posicionamiento</b>				
- No.....	1	0	0	0
- Sí				
*Sube.....	6	0	0	0
*Baja.....	8	0	3	0
*Sube + Baja.....	1	0	1	0

Fuente: elaboración propia

**2. Descripción,** donde se presentan los resultados sobre su carácter (informativa/descriptiva, emocional y técnica) y el idioma en el que se ha redactado.

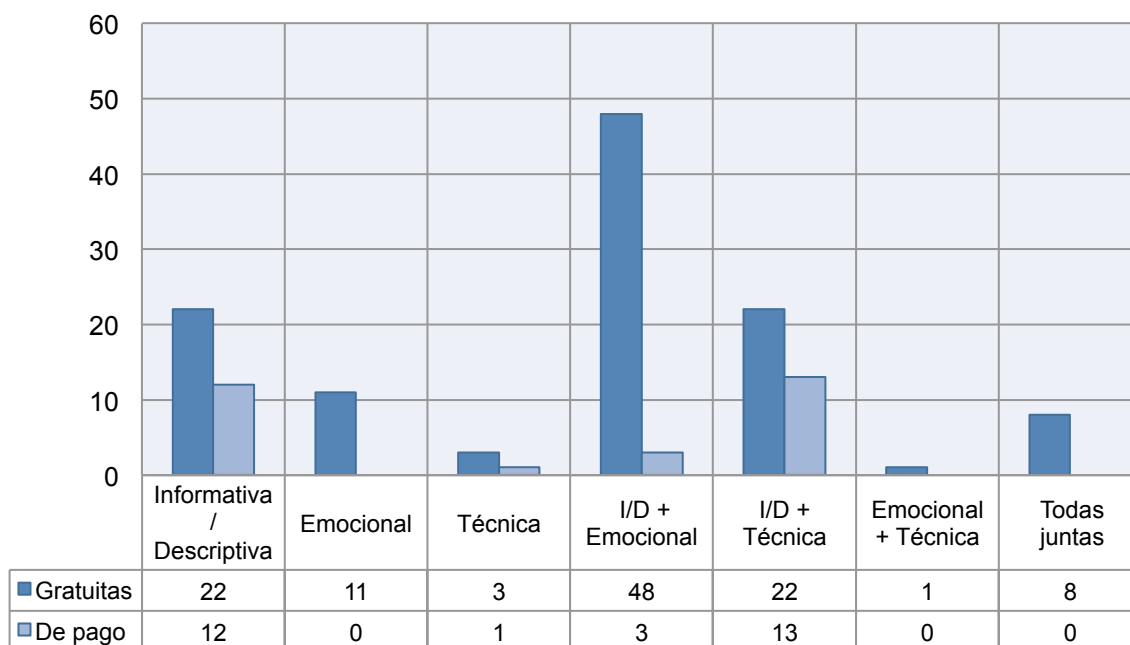
### **2.1. Carácter de la descripción**

En el caso de App Store, los resultados obtenidos son:

- Para las aplicaciones gratuitas, de las 100 aplicaciones analizadas:
  - 22 contenían una descripción exclusivamente de carácter informativo o descriptivo
  - 11 de ellas contenían textos que solamente apelaban a la emoción
  - 3 proporcionaban información de carácter técnico
  - 48 de las aplicaciones combinaban contenidos informativos y emocionales
  - 22 estaban redactadas con fragmentos informativos y otros de carácter más técnico
  - 1 aplicación contenía textos de carácter emocional con otros más técnicos
  - 8 aplicaciones combinaban contenidos informativos, con otros más emocionales y técnicos.
- Para las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas, los resultados son:
  - 12 tenían una descripción de carácter informativo
  - ninguna aplicación tenía una descripción exclusivamente emocional
  - solamente una aplicación proporcionaba una descripción técnica
  - 3 combinaban textos de carácter descriptivo o informativo con fragmentos de carácter emocional

- 13 entrelazaron fragmentos informativos o descriptivos con otros más técnicos
- ninguna aplicación presentó una descripción con fragmentos de texto emocional y técnico

**Gráfico 27. Composición de la descripción de las aplicaciones en App Store**



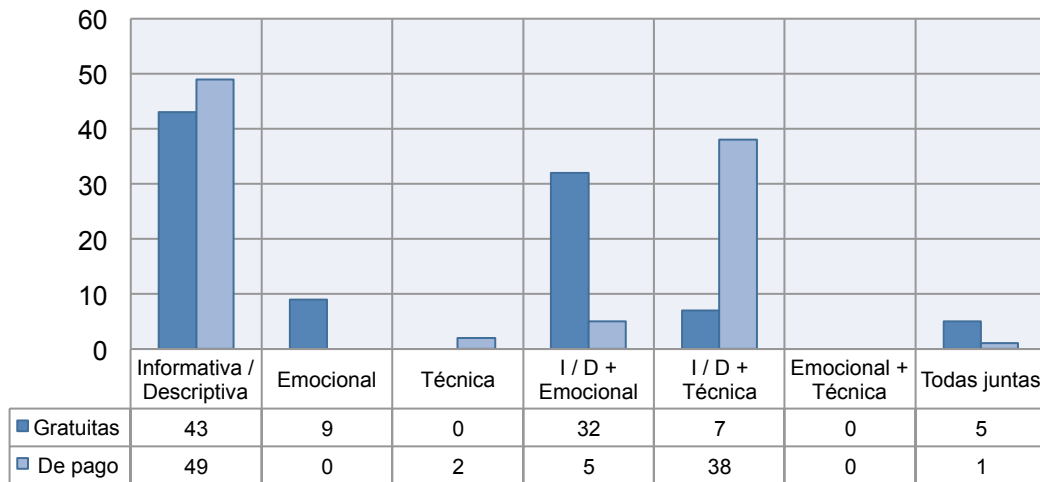
Fuente: elaboración propia

En el caso de Play Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas cabe destacar:
  - 43 presentaban una descripción informativa o descriptiva
  - 9 tenían descripciones que apelaban a la acción, con un carácter emocional
  - ninguna contenía solamente información técnica

- 32 combinaban fragmentos de texto informativo o descriptivo con otros de carácter emocional
  - 7 entrelazaban textos informativos o descriptivo con información técnica
  - ninguna aplicación tenía una descripción con información técnica y emocional
  - 6 aplicaciones tenían una descripción que enlazaba partes del texto informativo, con otros más emocionales e información técnica
- 
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas se pueden observar los siguientes resultados:
    - 49 contienen una descripción informativa o descriptiva
    - ninguna aplicación tiene una descripción exclusivamente emocional
    - 2 aplicaciones proporcionan solamente información técnica
    - 5 combinan fragmentos de texto informativo o descriptivo con fragmentos de carácter emocional
    - 38 proporcionan información descriptiva junto con otra más técnica
    - ninguna aplicación tiene una descripción con fragmentos emocionales y técnicos
    - solamente una aplicación combina todas las variables que se analizan (informativa o descriptiva, emocional y técnica).

**Gráfico 28. Composición de la descripción en las aplicaciones de Play Store**



Fuente: elaboración propia

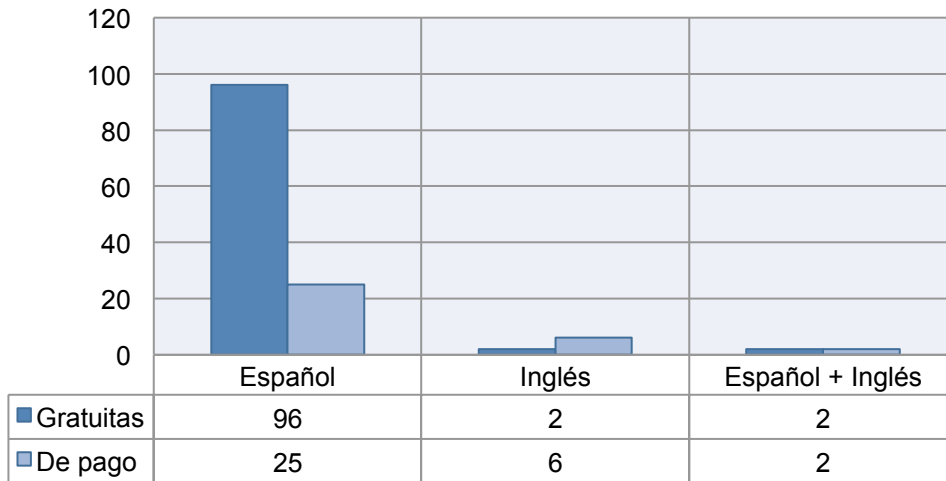
## 2.2 Idioma de la descripción

En este caso se ha analizado en qué idioma, o combinación de idiomas, se ha redactado la descripción de las aplicaciones que son objeto de estudio.

En App Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas hay 96 redactadas en español, 2 en inglés, y otras 2 combinan textos en español con otros en inglés.
- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas encontramos 25 escritas en español, 6 en inglés y 2 presentan fragmentos en español y en inglés.

**Gráfico 29. Idioma utilizado en las descripciones de las aplicaciones de App Store**

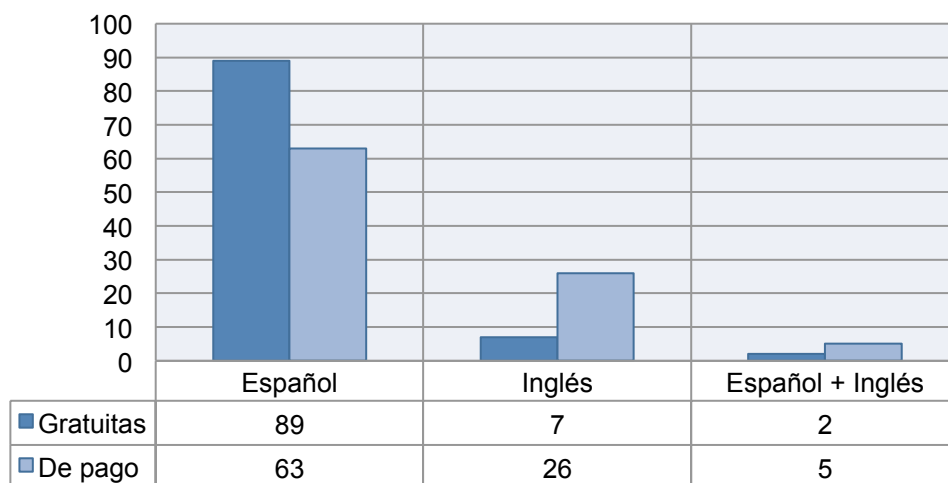


Fuente: elaboración propia

En Play Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas hay 89 que están redactadas en español, 7 en inglés y 2 combinan fragmentos en inglés y en español.
- En las aplicaciones de pago, de las 94 que se han analizado encontramos 63 escritas en español, 26 en inglés y 5 entrelazan textos en español e inglés.

**Gráfico 30. Idioma utilizado en las descripciones de las aplicaciones de Play Store**



Fuente: elaboración propia

A continuación se muestra una síntesis de los resultados presentados sobre la descripción de las aplicaciones analizadas.

**Tabla 40. Resumen de los resultados del análisis de la descripción**

	<b>App Store gratis</b>	<b>Play Store gratis</b>	<b>App Store pago</b>	<b>Play Store pago</b>
Informativa/Descriptiva	22	43	12	49
Emocional	11	9	0	0
Técnica	3	0	1	2
Informativa/Descriptiva + Emocional	48	32	3	5
Informativa/Descriptiva + Técnica	22	7	13	38
Emocional + Técnica	1	0	0	0
Todas juntas	8	6	0	1
<b>Idioma</b>				
- Español.....	96	89	25	63
- Inglés.....	2	7	6	26
- Español + Inglés.....	2	2	2	5

Fuente: elaboración propia

**3. Historial del desarrollador.** Lo que se ha analizado es el número de aplicaciones que tenía el desarrollador de cada aplicación móvil analizada.

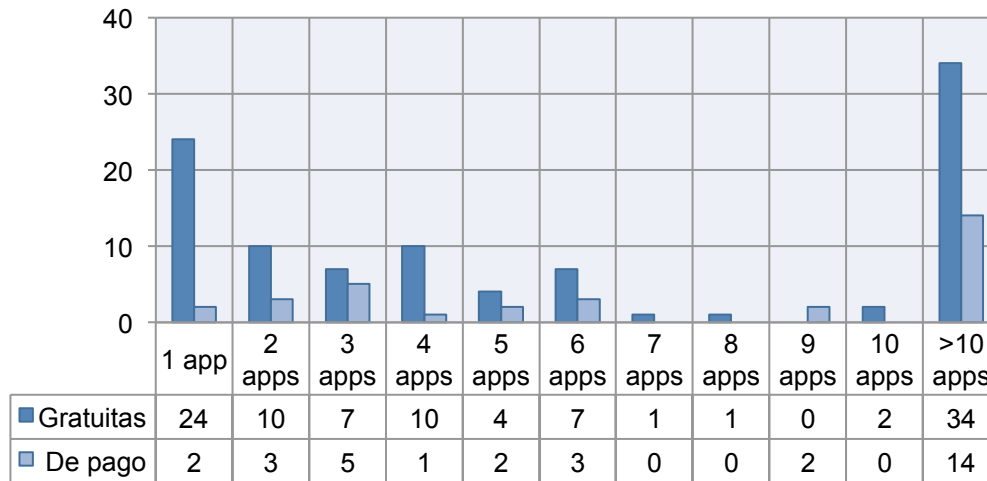
En App Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 que se han analizado, los resultados son:
  - Desarrolladores con 1 aplicación: 24 aplicaciones
  - Desarrolladores con 2 aplicaciones: 10 aplicaciones
  - Desarrolladores con 3 aplicaciones: 7 aplicaciones
  - Desarrolladores con 4 aplicaciones: 10 aplicaciones
  - Desarrolladores con 5 aplicaciones: 4 aplicaciones



- Desarrolladores con 6 aplicaciones: 7 aplicaciones
- Desarrolladores con 7 aplicaciones: 1 aplicaciones
- Desarrolladores con 8 aplicaciones: 1 aplicaciones
- Desarrolladores con 9 aplicaciones: ninguna aplicación
- Desarrolladores con 10 aplicaciones: 2 aplicaciones
- Desarrolladores con más de 10 aplicaciones: 34 aplicaciones
- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas, los resultados son:
  - Desarrolladores con 1 aplicación: 2 aplicaciones
  - Desarrolladores con 2 aplicaciones: 3 aplicaciones
  - Desarrolladores con 3 aplicaciones: 5 aplicaciones
  - Desarrolladores con 4 aplicaciones: 1 aplicaciones
  - Desarrolladores con 5 aplicaciones: 2 aplicaciones
  - Desarrolladores con 6 aplicaciones: 3 aplicaciones
  - Desarrolladores con 7 aplicaciones: ninguna aplicación
  - Desarrolladores con 8 aplicaciones: ninguna aplicación
  - Desarrolladores con 9 aplicaciones: 2 aplicaciones
  - Desarrolladores con 10 aplicaciones: ninguna aplicación
  - Desarrolladores con más de 10 aplicaciones: 14 aplicaciones

**Gráfico 31. Historial del desarrollador de las aplicaciones en App Store**



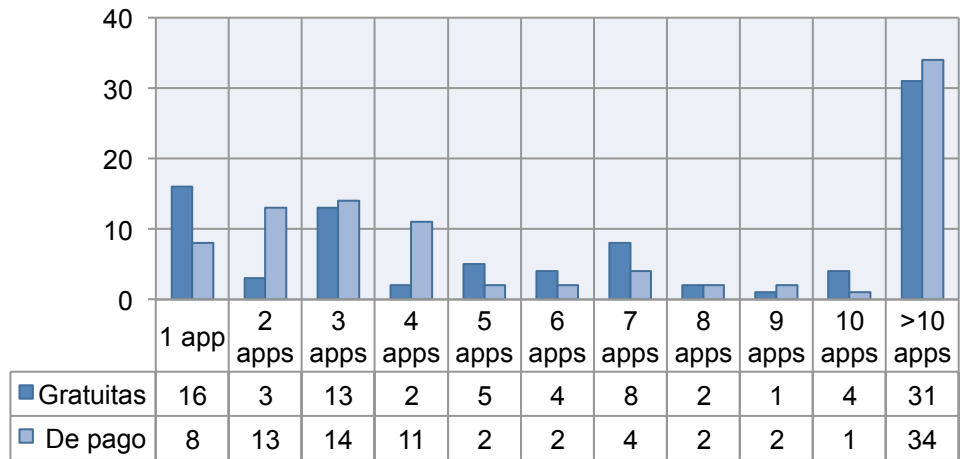
Fuente: elaboración propia

En Play Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 que se han analizado, los resultados son:
  - Desarrolladores con 1 aplicación: 16 aplicaciones
  - Desarrolladores con 2 aplicaciones: 13 aplicaciones
  - Desarrolladores con 3 aplicaciones: 13 aplicaciones
  - Desarrolladores con 4 aplicaciones: 2 aplicaciones
  - Desarrolladores con 5 aplicaciones: 5 aplicaciones
  - Desarrolladores con 6 aplicaciones: 4 aplicaciones
  - Desarrolladores con 7 aplicaciones: 8 aplicaciones
  - Desarrolladores con 8 aplicaciones: 2 aplicaciones

- Desarrolladores con 9 aplicaciones: 1 aplicación
- Desarrolladores con 10 aplicaciones: 4 aplicaciones
- Desarrolladores con más de 10 aplicaciones: 31 aplicaciones
  
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas, los resultados son:
  - Desarrolladores con 1 aplicación: 8 aplicaciones
  - Desarrolladores con 2 aplicaciones: 13 aplicaciones
  - Desarrolladores con 3 aplicaciones: 14 aplicaciones
  - Desarrolladores con 4 aplicaciones: 11 aplicaciones
  - Desarrolladores con 5 aplicaciones: 2 aplicaciones
  - Desarrolladores con 6 aplicaciones: 2 aplicaciones
  - Desarrolladores con 7 aplicaciones: 4 aplicaciones
  - Desarrolladores con 8 aplicaciones: 2 aplicaciones
  - Desarrolladores con 9 aplicaciones: 2 aplicaciones
  - Desarrolladores con 10 aplicaciones: 1 aplicación
  - Desarrolladores con más de 10 aplicaciones: 34 aplicaciones

**Gráfico 32. Historial del desarrollador de las aplicaciones en Play Store**



Fuente: elaboración propia

A continuación se presenta un resumen de los resultados obtenidos en el análisis del historial del desarrollador de las aplicaciones objeto de estudio.

**Tabla 41. Resumen de los resultados del análisis del historial del desarrollador**

	<b>App Store gratis</b>	<b>Play Store gratis</b>	<b>App Store pago</b>	<b>Play Store pago</b>
1 aplicación	24	16	2	8
2 aplicaciones	10	13	3	13
3 aplicaciones	7	13	5	14
4 aplicaciones	10	2	1	11
5 aplicaciones	4	5	2	2
6 aplicaciones	7	4	3	2
7 aplicaciones	1	8	0	4
8 aplicaciones	1	2	0	2
9 aplicaciones	0	1	2	2
10 aplicaciones	2	4	0	1
>10 aplicaciones	34	31	14	34

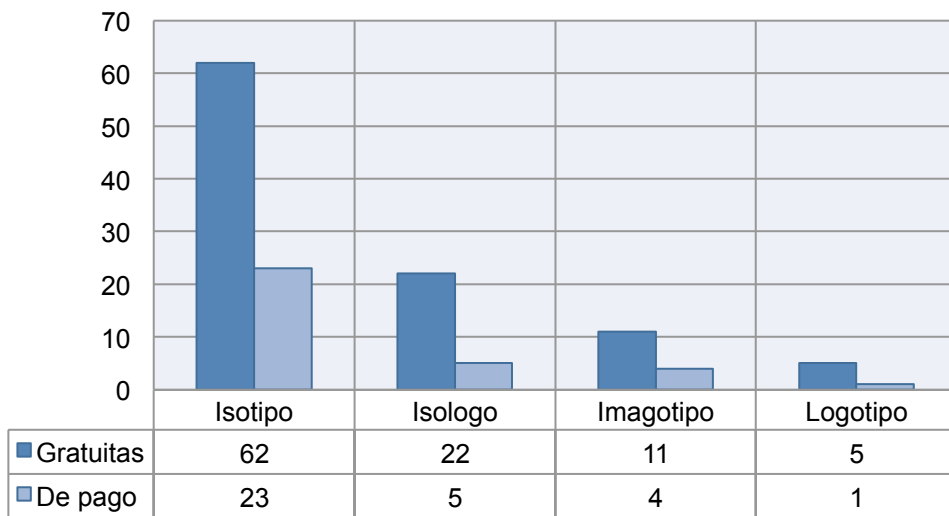
Fuente: elaboración propia

**4. Icono.** En este apartado se analiza la naturaleza o formato del icono de las aplicaciones.

En App Store, los resultado son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas hay 62 que usaron un isotipo para el icono, 22 se decantaron por isologos, 11 por logotipos, y las 5 restantes por imagotipos.
- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas encontramos 23 de las aplicaciones usaron un isotipo para el icono, 5 presentaron isologos, 1 prefirió el uso del logotipo, y las 4 restantes imagotipos.

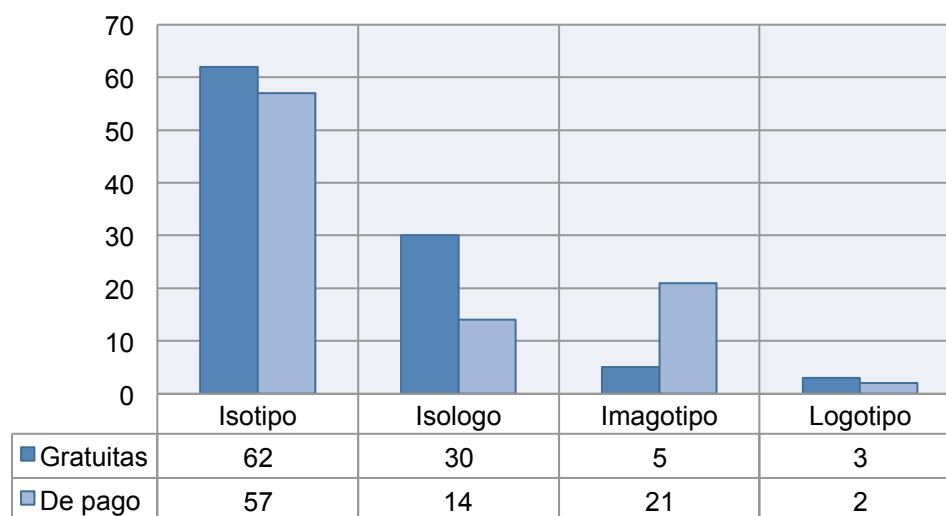
**Gráfico 33. Formato del icono en las aplicaciones de App Store**



Fuente: elaboración propia

En Play Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas hay también 62 que utilizaron isotipos, 30 prefirieron usar isologos, 5 presentaron imagotipos, y 3 se decantaron por logotipos.
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas encontramos 57 que utilizaron un isotipo, 21 un imagotipo, 14 un isologo, y las 2 restantes un logotipo.

**Gráfico 34. Formato del icono en las aplicaciones de Play Store**

Fuente: elaboración propia

Hay que destacar también que ninguna de las aplicaciones, de ambas plataformas, que formaban parte de la muestra cambiaron su icono durante los meses que duró el seguimiento.

Se muestra en la tabla 43 un resumen de los resultados obtenidos en el análisis del icono de las aplicaciones.

**Tabla 42. Resumen de los resultados del análisis del icono**

	App Store gratis	Play Store gratis	App Store pago	Play Store pago
Logotipo	11	3	1	2
Imagotipo	5	5	4	21
Isologo	22	30	5	14
Isotipo	62	62	23	57
<b>Cambio de icono</b>				
- Sí.....	0	0	0	0
- No.....	100	100	33	94

Fuente: elaboración propia

**5. Categoría de la aplicación**, donde se analiza la frecuencia de repetición de las categorías en las que están posicionadas las aplicaciones dentro de las tiendas de aplicaciones.

### **5.1 Categorías**

Para las aplicaciones de App Store podemos destacar los siguientes resultados:

- En las aplicaciones gratuitas:
  - Las categorías que más se repiten son, por orden de mayor a menor: foto y video (13), compras (11), redes sociales (10), viajes (10) y juegos (9).
  - Con 4 aplicaciones asociadas están las categorías de economía y empresa, y estilo de vida.
  - Las categorías de entretenimiento, finanzas y navegación tienen 3 aplicaciones asociadas. La categoría de educación, por su parte, tiene asociada 2 aplicaciones.
  - Formaría parte del grupo que tiene asociada una aplicación las categorías de comida y bebida, deportes, noticias, referencia, salud y forma física.
  - El resto de categorías no tienen asociadas aplicaciones de la muestra escogida (catálogos, libros, medicina, niños, revistas y periódicos, y tiempo).
  - La categoría de juegos se divide a su vez en 18 subcategorías. Las más destacadas, por orden de mayor a menor son: arcade (6), música (3), puzzle (3), acción (2), estrategia (2), familia (1) y juegos de mesa (1). El resto de categorías no tienen aplicaciones de la muestra asociadas.



- En las aplicaciones de pago:
  - La categoría de foto y video, y la categoría de utilidades tienen 5 aplicaciones asociadas cada una de ellas.
  - Con 3 aplicaciones encontramos las categorías de redes sociales y, dentro de los juegos, aquellos que son de simulación.
  - Las categorías con 2 aplicaciones son: navegación, salud y forma física, y productividad. Dentro de la categoría de juegos, también encontramos con 2 aplicaciones aquellos que están asociados a la subcategoría de aventura.
  - Con 1 única aplicación, están las categorías de música, entretenimiento, educación, tiempo, referencia, estilo de vida, economía y empresa, y viajes. Además, en la categoría juegos, también hay subcategorías con 1 sola aplicación, como es el caso de arcade, estrategia, familiar y música.
  - El resto de categorías no tiene posicionada ninguna de las aplicaciones analizadas.

A continuación se presenta un resumen de los resultados obtenidos en App Store.

**Tabla 43. Resumen de las categorías de las aplicaciones en App Store**

	<b>App Store gratis</b>	<b>App Store de pago</b>
Comida y bebida	1	0
Compras	11	0
Deportes	1	0
Economía y empresa	4	1
Educación	2	1
Entretenimiento	3	1
Estilo de vida	4	1
Finanzas	3	0
Foto y video	13	5
<b>Juegos.....</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
- Acción.....	2	0
- Arcade.....	6	1
- Aventura.....	0	2
- Estrategia.....	2	1
- Familiar.....	1	1
- Juegos de mesa.....	1	0
- Música.....	3	1
- Puzle.....	3	0
- Simulación.....	0	3
Música	8	1
Navegación	3	2
Noticias	1	0
Productividad	9	2
Referencia	1	1
Redes Sociales	10	3
Salud y forma física	1	2
Utilidades	6	5
Viajes	10	1

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las categorías de las aplicaciones en Play Store, cabe resaltar:

- En las aplicaciones gratuitas, los resultados son:

- Con 10 aplicaciones, la categoría de Herramientas es la más utilizada.
- Compras y productividad tienen 8 aplicaciones cada una.
- Con 7 aplicaciones se sitúan las categorías de Comunicación y, en Juegos, las subcategorías de Arcade y Casual.
- En las categorías de Social y Fotografía encontramos 6 aplicaciones
- Reproductores y editores de videos tienen 5 aplicaciones.
- La categoría de entretenimiento está asociada a 4 categorías.
- Con 3 aplicaciones aparecen Deportes, Música y audio, y en Juegos, las subcategorías de Carreras y Aventura.
- Con 2 aplicaciones encontramos las categorías de Educación, Estilo de vida, Finanzas, y Tiempo. En Juegos, la subcategoría de estrategia, y En Familia, las subcategorías de Para más de 9 años y Acción y Aventura.
- Con 1 única aplicación estarían las siguientes categorías:
  - en Aplicaciones: citas, mapas y navegación, noticias y revistas, personalización, viajes y guías
  - en Juegos: acción, deportes, simulación, preguntas y respuestas
  - en Familia: creatividad
- En las aplicaciones de pago, los resultados son:
  - Al igual que en el caso anterior, con 10 aplicaciones la categoría de Herramientas es la más demandada. Además, dentro de la categoría En Familia, la subcategoría de para más de 9 años también tendría esa misma representación.

- Con 7 aplicaciones estaría la subcategoría de Arcade, que está integrada dentro de la categoría de Juegos. Las subcategorías de Acción y Simulación tienen 6 aplicaciones.
- Con 5 aplicaciones estarían las categorías de Fotografía, Personalización, Productividad, Salud y Bienestar. En la categoría de Juegos, se encontraría en esta situación la subcategoría de Puzles, y en la categoría de En familia la subcategoría de Acción y Aventura,
- Las categorías de Comunicación, Mapas y Navegación, Viajes y guías, así como las subcategorías de Juegos de Estrategias y de Aventura, tienen 3 aplicaciones cada una de ellas.
- Con 2 aplicaciones se encuentran las categorías de Entretenimiento, Libros y obras de consulta, Música y audio, y Tiempo. También están en esta situación la subcategoría de Juegos de mesa, y la subcategoría de Creatividad y Juegos Mentales.
- Por último, con 1 aplicación están las categorías de Educación, Empresa, Estilo de vida, Finanzas, Noticias y revistas, Multimedia y video, y Social. Además, hay que añadir las subcategorías de Casual, Deportes, Juegos de rol, Palabras, y Educación.
- El resto de categorías no tienen asociadas ninguna aplicación de la muestra analizada.

**Tabla 44 - A. Resumen de las categorías de las aplicaciones en App Store**

	Play Store gratis	Play Store de pago
Citas	1	0
Compras	8	0
Comunicación	7	3
Deportes	3	0
Educación	2	1
Empresa	1	1
En familia:		
- Para más de 9 años.....	2	10
- Acción y aventura.....	2	5
- Creatividad.....	2	2
- Educación.....	0	1
- Juegos mentales.....	0	2
Entretenimiento	4	2
Estilo de vida	2	1
Finanzas	2	1
Fotografía	6	5
Herramientas	10	10
Juegos:		
- Acción.....	1	6
- Arcade.....	7	7
- Aventura.....	3	3
- Casual.....	7	1
- Carreras.....	3	4
- Cartas.....	0	1
- Deportes.....	1	1
- Estrategia.....	2	3
- Juegos de mesa.....	0	2
- Juegos de rol.....	0	1
- Palabras.....	0	1
- Preguntas y respuestas...	1	3
- Puzles.....	0	5
- Simulación.....	1	6
Libros y obras de consulta	0	2
Mapas y navegación	1	3
Multimedia y video	1	5
Música y audio	3	2
Noticias y revistas	1	1
Personalización	1	5

Fuente: elaboración propia

**Tabla 44 - B. Resumen de las categorías de las aplicaciones en App Store**

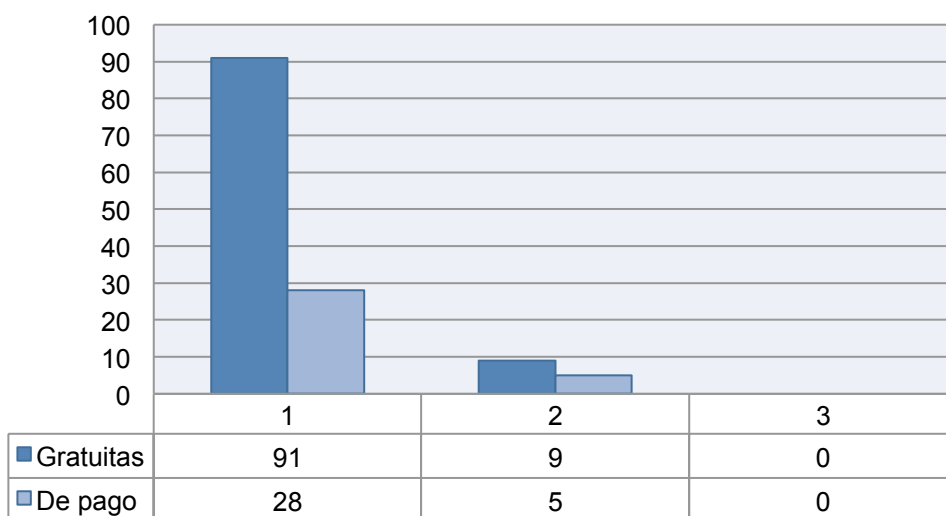
	<b>Play Store gratis</b>	<b>Play Store de pago</b>
Productividad	8	5
Salud y bienestar	0	5
Social	6	1
Tiempo	2	2
Viajes y guías	1	3

Fuente: elaboración propia

**5.2. Número de categorías.** Cada una de las aplicaciones puede pertenecer a una o varias categorías dentro del sistema de organización de la tienda de aplicaciones móviles.

Los resultados en App Store son:

- En las aplicaciones gratuitas, hay 9 que tienen asignadas dos categorías, y el resto solamente una.
- En las aplicaciones de pago, hay 5 aplicaciones que se pueden encontrar en dos categorías, mientras que el resto solamente tiene asignada una categoría.

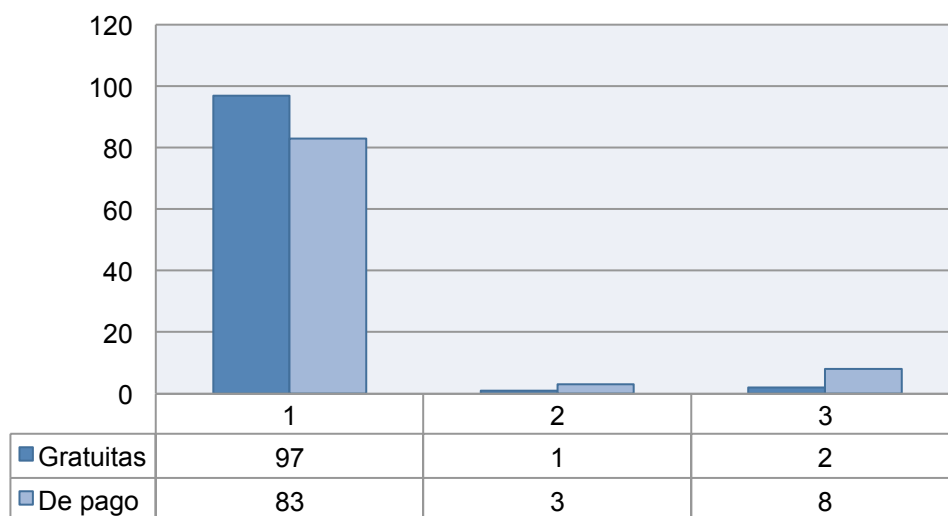
**Gráfico 35. Número de categorías en App Store**

Fuente: elaboración propia

En Play Store podemos encontrar los siguientes resultados:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas destacamos:
  - hay 2 aplicaciones que tienen asignadas 3 categorías,
  - 1 aplicación está enmarcada en 2 categorías,
  - 97 aplicaciones solamente se pueden encontrar en 1 categoría
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas:
  - encontramos 8 aplicaciones que están asignadas en 3 categorías,
  - 3 aplicaciones con 2 categorías
  - 83 aplicaciones con una única categoría

**Gráfico 36. Número de categorías en Play Store**



Fuente: elaboración propia

**6. Capturas de pantalla.** Se va a analizar el número de capturas de pantalla, si están entrelazadas, cuál es la orientación de las capturas, y el tipo de captura presentada.

### 6.1. N° de capturas de pantalla

Para las aplicaciones de App Store, podemos destacar los siguientes resultados:

- En las aplicaciones gratuitas, todas las aplicaciones analizadas tienen capturas de pantalla, teniendo un máximo de 5 capturas.

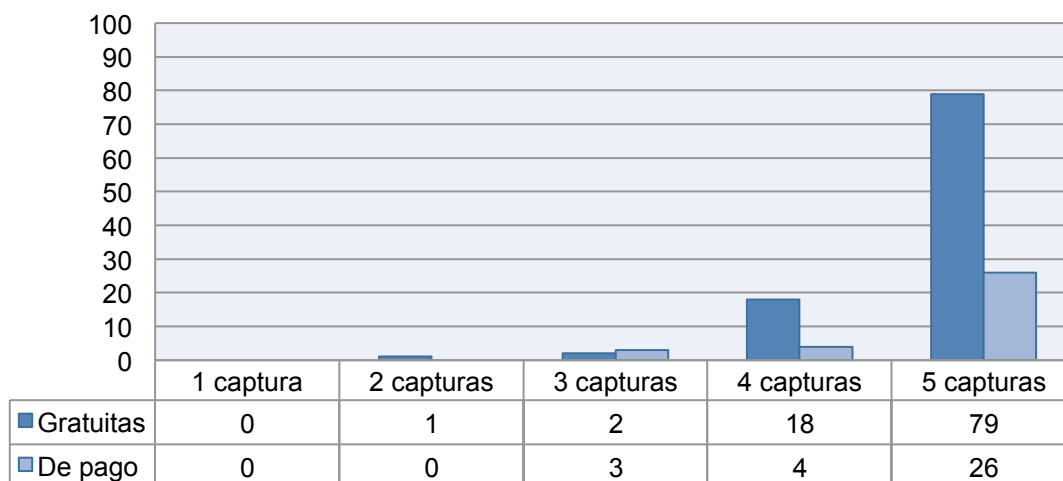
De las 100 aplicaciones analizadas, hay 79 aplicaciones con 5 capturas, 18 aplicaciones con 4 capturas, 2 aplicaciones con 3 capturas, y una aplicación con 2 capturas.

- En las aplicaciones de pago, todas las aplicaciones analizadas presentan capturas de pantalla, teniendo un máximo de 5 capturas.



De las 33 aplicaciones analizadas, hay 26 aplicaciones que presentan 5 capturas, 4 aplicaciones tienen 3 capturas, y 3 aplicaciones cuentan con 3 capturas.

**Gráfico 37. Las capturas de pantalla de las aplicaciones de App Store**



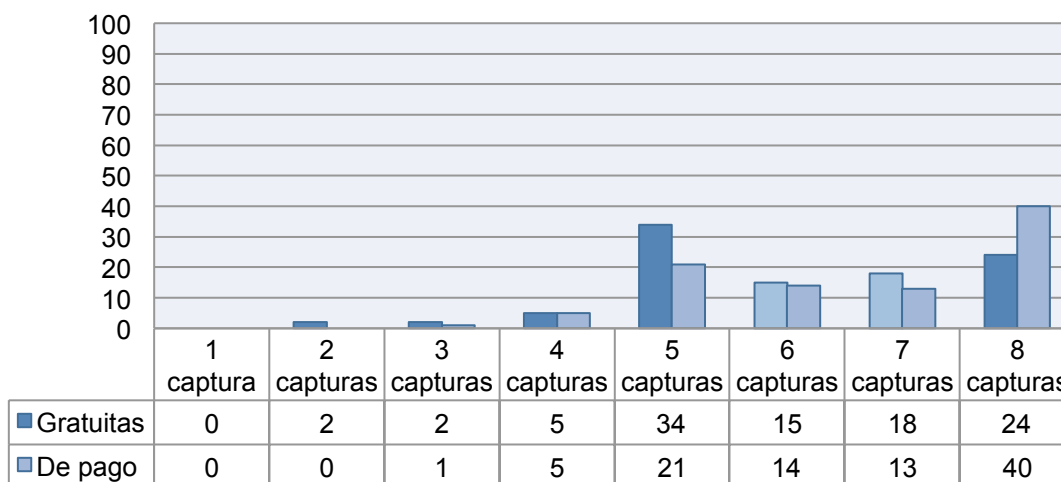
Fuente elaboración propia

Para las aplicaciones de Play Store, los resultados encontrados con:

- En las aplicaciones gratuitas, todas las aplicaciones analizadas presentan capturas de pantalla, teniendo un máximo de 8 capturas.
  - De las 100 aplicaciones analizadas: hay 24 aplicaciones con 8 capturas, 18 aplicaciones con 7 capturas, 15 aplicaciones con 6 capturas, 34 aplicaciones con 5 capturas, 5 aplicaciones con 4 capturas, 2 aplicaciones con 3 capturas, y 2 aplicaciones con 2 capturas.
- En las aplicaciones de pago, todas las aplicaciones analizadas muestran capturas de pantalla, teniendo un máximo de 8 capturas.
  - De las 94 aplicaciones analizadas: hay 40 aplicaciones con 8 capturas, 13 aplicaciones con 7 capturas, 14 aplicaciones con 6 capturas, hay 21 aplicaciones que presentan 5 capturas, 5

aplicaciones tienen 4 capturas, y 1 aplicación cuenta con 3 capturas.

**Gráfico 38. Las capturas de pantalla de las aplicaciones de Play Store**



Fuente elaboración propia

## 6.2. Capturas entrelazadas

En App Store, en las aplicaciones de pago no hay ninguna que presente capturas de pantalla entrelazadas; sin embargo, en las aplicaciones gratuitas sí hay 8 aplicaciones que cumplirían este criterio, el resto no.

En Play Store, en las aplicaciones de pago tampoco hay aplicaciones con capturas entrelazadas; pero en las aplicaciones gratuitas sí que hemos encontrado un ejemplo.

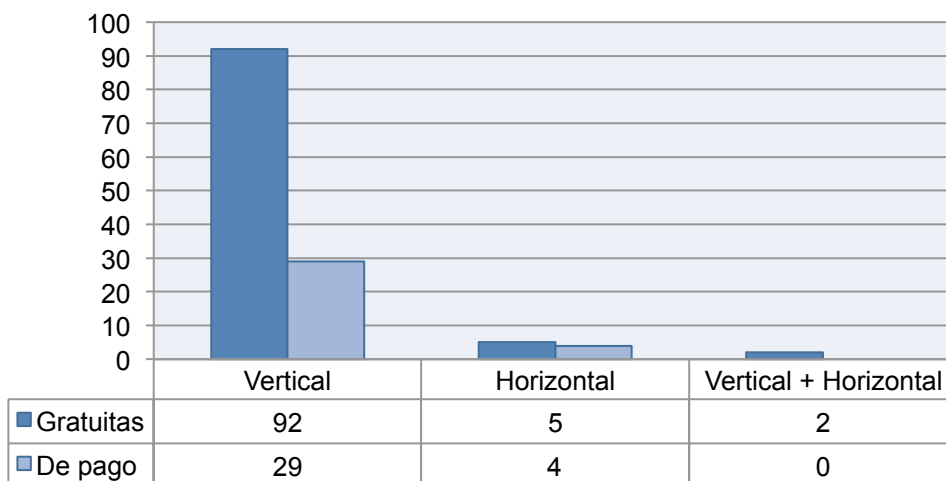
## 6.3. Orientación de las capturas de pantalla

En App Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 aplicaciones analizadas:

- encontramos 92 aplicaciones que presentan todas sus capturas con una orientación vertical
  - con una orientación horizontal hay 5 aplicaciones
  - hay 2 aplicaciones que combinan capturas en orientación vertical con otras en orientación horizontal
- En las aplicaciones de pago, de las 33 aplicaciones analizadas:
    - encontramos 29 aplicaciones que presentan todas sus capturas con una orientación vertical
    - con una orientación horizontal hay 4 aplicaciones
    - no hay aplicaciones que combinan ambas orientaciones

**Gráfico 39. Formato de las capturas de pantalla en las aplicaciones gratuitas de App Store**

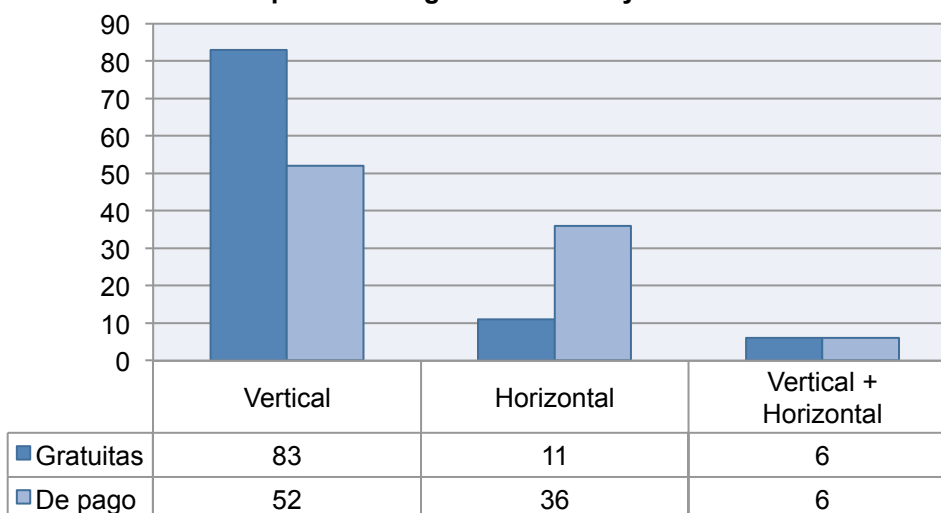


Fuente: elaboración propia

En Play Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 aplicaciones analizadas:
  - encontramos 83 aplicaciones que presentan todas sus capturas con una orientación vertical
  - con una orientación horizontal hay 11 aplicaciones
  - hay 6 aplicaciones que combinan capturas en orientación vertical con otras en orientación horizontal
- En las aplicaciones de pago, de las 94 aplicaciones analizadas:
  - encontramos 52 aplicaciones que presentan todas sus capturas con una orientación vertical
  - con una orientación horizontal hay 36 aplicaciones
  - hay 6 aplicaciones que combinan ambas orientaciones

**Gráfico 40. Formato de las capturas de pantalla en las aplicaciones gratuitas de Play Store**



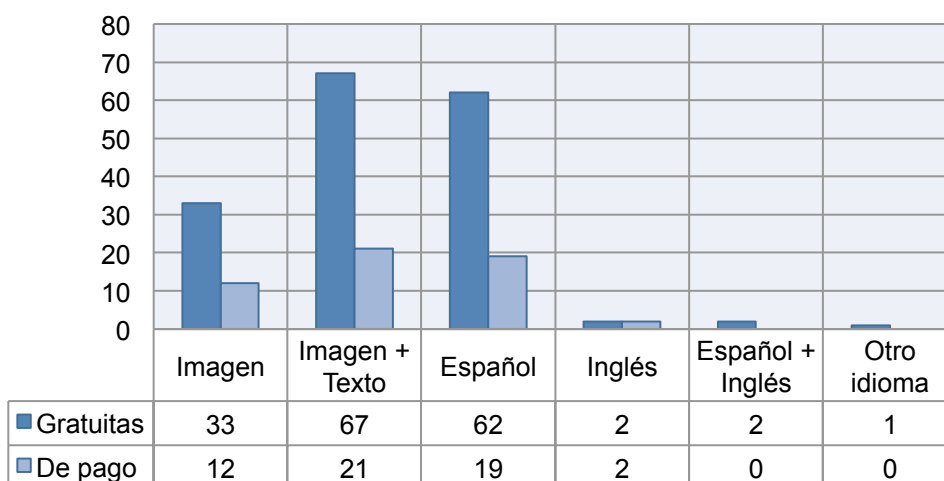
Fuente: elaboración propia

#### 6.4. Tipo de captura

Los resultado en App Store son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - 33 aplicaciones utilizan solamente imágenes en sus capturas
  - 67 aplicaciones incluyen también texto junto con las imágenes de las capturas. De ellas, hay que destacar que 62 aplicaciones utilizaron texto en español, 2 se decantaron por el inglés, otras 2 combinaron frases en inglés y en español, y una aplicación incorporó frases en portugués.
- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas:
  - 12 aplicaciones mostraron solamente imágenes en sus capturas
  - 21 aplicaciones acompañaron las imágenes con texto, de las cuales 19 presentaban textos en español y 2 en inglés

**Gráfico 41. Tipos de captura de pantalla de las aplicaciones en App Store**

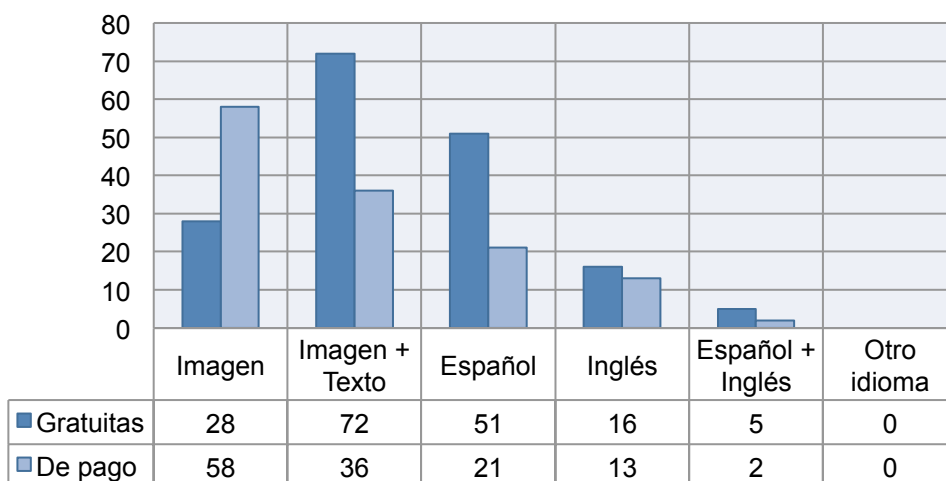


Fuente: elaboración propia

En Play Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas encontramos:
  - 28 aplicaciones utiliza exclusivamente imágenes en sus capturas
  - 72 aplicaciones incluyen también pequeños textos junto con las imágenes de las capturas. De ese número, hay que destacar que 51 aplicaciones utilizaron texto en español, 16 se decantaron por el inglés, y 5 combinaron frases en inglés y en español.
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas destacamos:
  - 58 aplicaciones utiliza exclusivamente imágenes en sus capturas
  - 36 aplicaciones incluyen también pequeños textos junto con las imágenes de las capturas. De ese número, hay que destacar que 21 aplicaciones utilizaron texto en español, 13 se decantaron por el inglés, y 2 combinaron frases en inglés y en español.

**Gráfico 42. Tipos de captura de pantalla de las aplicaciones en Play Store**



Fuente: elaboración propia

En la tabla 46 se puede ver un resumen de los resultados obtenidos en el análisis de las capturas de pantalla.

**Tabla 45. Resumen de las capturas de pantalla de las aplicaciones**

	App Store gratis	App Store de pago	Play Store gratis	Play Store de pago
<b>Sí</b>				
• 0 capturas.....	0	0	0	0
• 1 capturas.....	0	0	0	0
• 2 capturas.....	1	0	2	0
• 3 capturas.....	2	3	2	1
• 4 capturas.....	18	4	5	5
• 5 capturas.....	79	26	34	21
• 6 capturas.....	0	0	15	14
• 7 capturas.....	0	0	18	13
• 8 capturas.....	0	0	24	40
No	0	0	0	0
<b>Entrelazadas</b>				
- Sí.....	8	0	1	0
- No.....	92	33	99	94
<b>Orientación</b>				
- Vertical.....	92	29	83	52
- Horizontal.....	5	4	11	36
- Vertical + Horizontal.....	2	0	6	6
<b>Tipos</b>				
- Imagen.....	33	12	28	58
- Imagen + Texto	67	21	72	36
○ Español + Inglés	2	0	5	2
○ Español	62	19	51	21
○ Inglés	2	2	16	13
○ Otro idioma	1	0	0	0

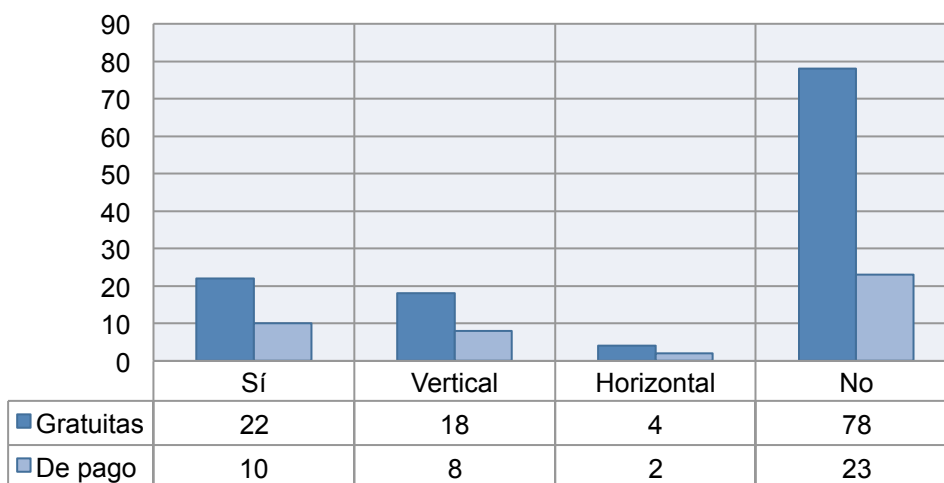
Fuente: elaboración propia

**7. Video demostrativo.** En este apartado se analiza si las aplicaciones presentan o no un video demostrativo, y cuál es la orientación.

En App Store el video demostrativo está ubicado junto con las capturas de pantalla, mientras que en Play Store puede ubicarse en la cabecera de la ficha de la aplicación. Es por ello que los videos demostrativos de las aplicaciones de Play Store, en caso de existir, se analizarán más adelante (diseño de la ficha de la *store*).

- Para las aplicaciones gratuitas de App Store, de las 100 analizadas hay 22 aplicaciones con video demostrativo, de las cuales, 18 presentan videos con formatos verticales, mientras que 4 aplicaciones utilizan un formato horizontal.
- Para las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas hay 10 aplicaciones con video demostrativo, de las cuales, 8 presentan un formato vertical y las otras 2 con formato horizontal.

**Gráfico 43. Presencia de video demostrativo en App Store**



Fuente: elaboración propia



**8. Valoraciones.** Podemos destacar que la media de todas las valoraciones y versiones actualizadas que se han detectado durante el periodo de tiempo en el que se desarrolló el análisis, ha permitido obtener una valoración buena y positiva, situada entre las 3 y las 4 estrellas. Esto se ha cumplido en las dos plataformas y tanto en aplicaciones gratuitas como de pago.

**Tabla 46. Resumen de las valoraciones de las aplicaciones**

	App Store gratis	App Store de pago	Play Store gratis	Play Store de pago
Negativa (1 – 2)	0	0	0	0
Buena (3 – 4)	100	33	100	94
Excelente (5)	0	0	0	0

Fuente: elaboración propia

**9. Comentarios.** Al igual que en el caso anterior, los resultados han permitido observar que predominan los comentarios positivos en todas las aplicaciones analizadas de ambas tiendas de aplicaciones.

**Tabla 47. Resumen de los comentarios de las aplicaciones**

	App Store gratis	App Store de pago	Play Store gratis	Play Store de pago
Más positivos que negativos	100	33	100	94
Más negativos que positivos	0	0	0	0
Predominan los neutros	0	0	0	0

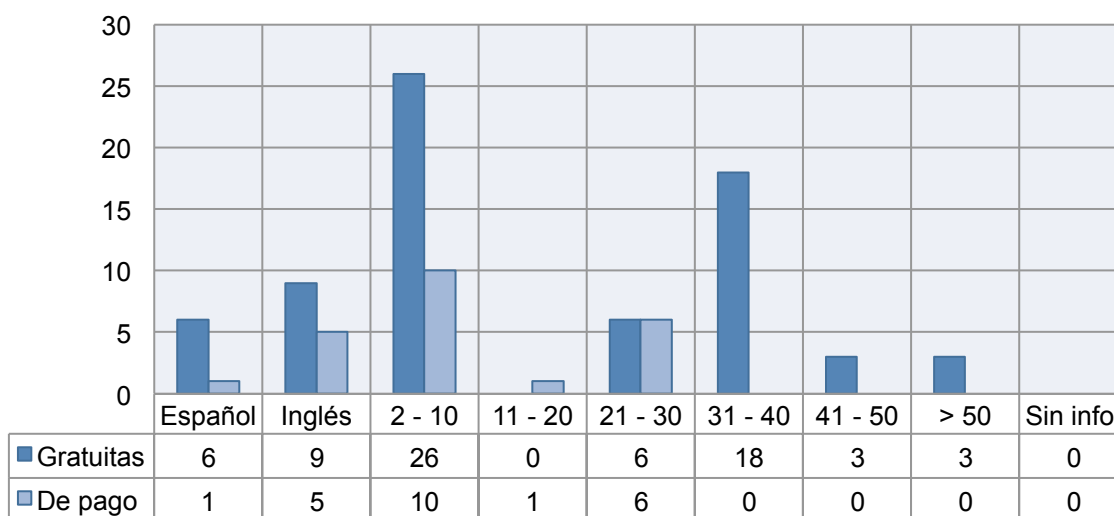
Fuente: elaboración propia

**10. Idiomas.** En este apartado se analiza si se aporta información sobre los idiomas en los que está disponible la aplicación. La forma de presentarlo es diferente en ambas plataformas, ya que en la ficha de App Store es un

apartado específico, mientras que en Play Store se debe ubicar dentro de la descripción.

En App Store, los principales resultados que se pueden destacar en las son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas se puede destacar:
  - Hay 15 aplicaciones que solamente están disponibles en un idioma, de las cuales 6 es en español y 9 en inglés
  - Franja entre 2 y 10 idiomas: 26 aplicaciones
  - Franja entre 11 y 20 idiomas: 20 aplicaciones
  - Franja entre 21 y 30 idiomas: 16 aplicaciones
  - Franja entre 31 y 40 idiomas: 18 aplicaciones
  - Franja entre 41 y 50 idiomas: 3 aplicaciones
  - Por último, hay 3 aplicaciones que presentaban más de 50 idiomas.
  
- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas los resultados son:
  - Hay 6 aplicaciones que solamente están disponibles en un idioma, de las cuales 1 era en español y 5 en inglés
  - Franja entre 2 y 10 idiomas: 10 aplicaciones
  - Franja entre 11 y 20 idiomas: 11 aplicaciones
  - Franja entre 21 y 30 idiomas: 6 aplicaciones
  - En el resto de las franjas no habría ninguna aplicación asociada

**Gráfico 44. Los idiomas en App Store**

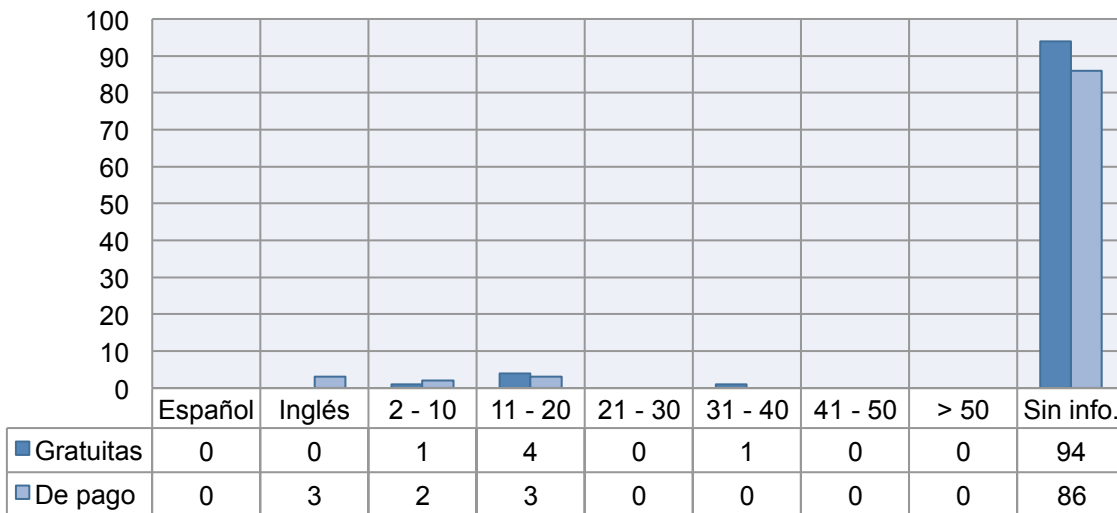
Fuente: elaboración propia

En Play Store, los principales resultados que se pueden destacar en las son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas se puede destacar:
  - 94 de las aplicaciones sometidas al análisis no tenían información alguna sobre los idiomas disponibles
  - 1 aplicación estaba disponible entre 31 y 40 idiomas
  - 4 aplicaciones indicaban que estaban disponibles en la franja de entre 11 y 20 idiomas
  - 1 aplicación permitía entre 2 y 10 idiomas diferentes
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas los resultados son:
  - 86 de las aplicaciones analizadas no tienen información sobre los idiomas disponibles

- 3 de las aplicaciones solamente están disponibles en inglés
- Franja de 2 a 10 idiomas: 2 aplicaciones
- Franja de 11 a 20 idiomas: 3 aplicaciones
- En el resto de franjas no habría ninguna aplicación asociada

**Gráfico 45. Los idiomas en Play Store**



Fuente: elaboración propia

Se muestra en la tabla 49 un resumen de los resultados del análisis de los idiomas de las aplicaciones móviles.

**Tabla 48. Resumen de los idiomas de las aplicaciones analizadas**

	App Store gratis	App Store de pago	Play Store gratis	Play Store de pago
<b>1</b>				
- Español.....	6	0	0	0
- Inglés.....	9	3	0	3
2-10	26	2	1	2
11-20	20	3	4	3
21-30	16	0	0	0
31-40	18	1	1	0
41-50	3	0	0	0
>50	3	0	0	0
Sin información	0	94	94	86

Fuente: elaboración propia

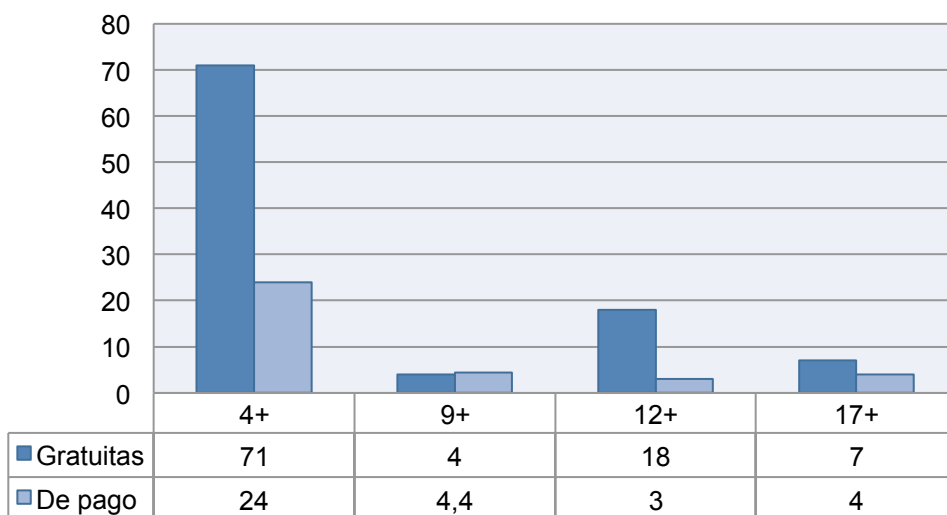
**11. Valoración de edad.** Se analiza cómo se clasifican las aplicaciones en función de la edad recomendada. Google y Apple no utilizan los mismos criterios de clasificación.

En App Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - 71 aplicaciones estaban clasificadas como 4+
  - 4 aplicaciones estaban clasificadas como 9+
  - 18 aplicaciones estaban clasificadas como 12+
  - 7 aplicaciones estaban clasificadas como 17+

- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas:
  - 24 aplicaciones estaban clasificadas como 4+
  - 1 aplicaciones estaban clasificadas como 9+
  - 3 aplicaciones estaban clasificadas como 12+
  - 4 aplicaciones estaban clasificadas como 17+

**Gráfico 46. Valoración de edad en App Store**

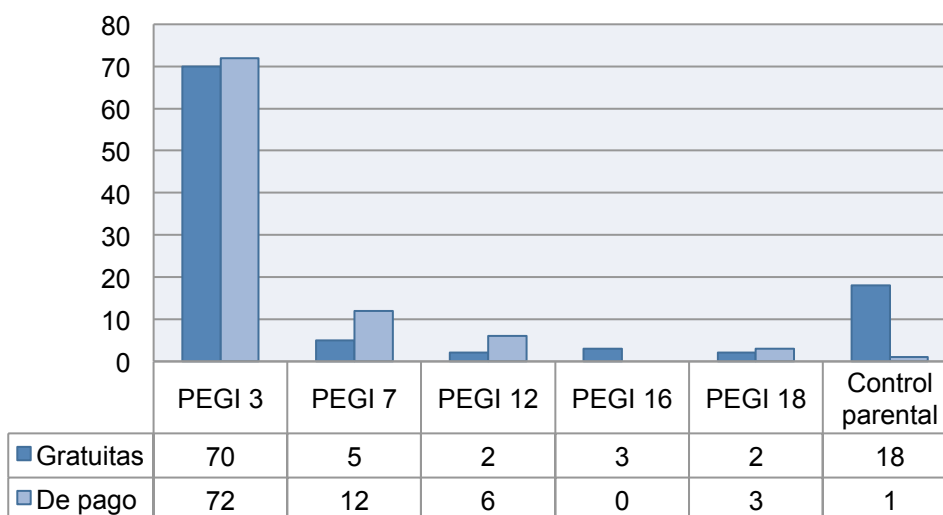


Fuente: elaboración propia

En Play Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - 70 aplicaciones estaban clasificadas como PEGI 3
  - 5 aplicaciones estaban clasificadas como PEGI 7
  - 2 aplicaciones estaban clasificadas como PEGI 12
  - 3 aplicaciones estaban clasificadas como PEGI 16

- 2 aplicaciones estaban clasificadas como PEGI 18
  - 18 aplicaciones estaban clasificadas como Control parental
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas:
    - 72 aplicaciones estaban clasificadas como PEGI 3
    - 12 aplicaciones estaban clasificadas como PEGI 7
    - 6 aplicaciones estaban clasificadas como PEGI 12
    - No hay aplicaciones clasificadas como PEGI 16
    - 3 aplicaciones estaban clasificadas como PEGI 18
    - 1 aplicación estaba clasificada como Control parental

**Gráfico 47. Valoración de edad en Play Store**

Fuente: elaboración propia

## 12. Tamaño de la aplicación

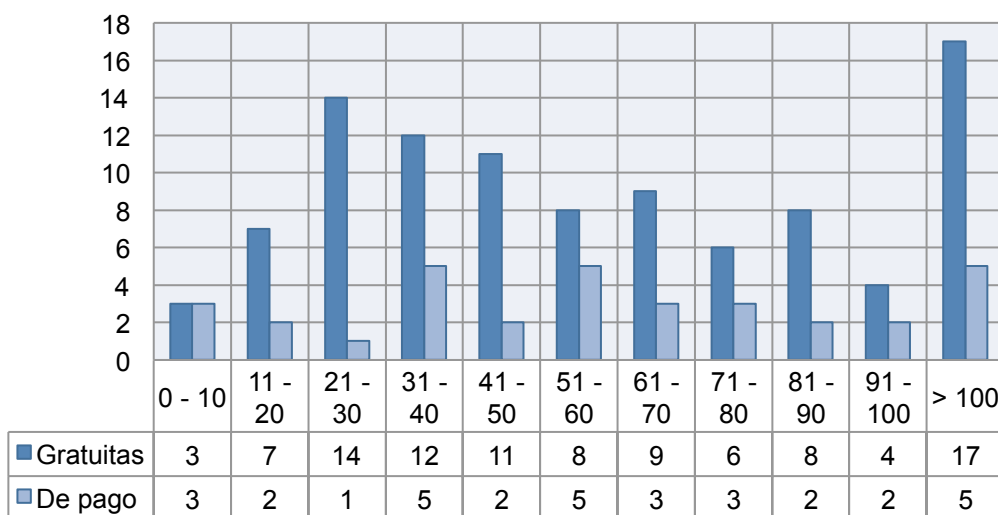
En App Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - Franja de 0 a 10 MB: 3 aplicaciones
  - Franja de 11 a 20 MB: 7 aplicaciones
  - Franja de 21 a 30 MB: 14 aplicaciones
  - Franja de 31 a 40 MB: 12 aplicaciones
  - Franja de 41 a 50 MB: 11 aplicaciones
  - Franja de 51 a 60 MB: 8 aplicaciones
  - Franja de 61 a 70 MB: 9 aplicaciones
  - Franja de 71 a 80 MB: 6 aplicaciones
  - Franja de 81 a 90 MB: 8 aplicaciones
  - Franja de 91 a 100 MB: 4 aplicaciones
  - Franja de más de 100 MB: 17 aplicaciones
  
- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas:
  - Franja de 0 a 10 MB: 3 aplicaciones
  - Franja de 11 a 20 MB: 2 aplicaciones
  - Franja de 21 a 30 MB: 1 aplicaciones
  - Franja de 31 a 40 MB: 5 aplicaciones
  - Franja de 41 a 50 MB: 2 aplicaciones
  - Franja de 51 a 60 MB: 5 aplicaciones



- Franja de 61 a 70 MB: 3 aplicaciones
- Franja de 71 a 80 MB: 3 aplicaciones
- Franja de 81 a 90 MB: 2 aplicaciones
- Franja de 91 a 100 MB: 2 aplicaciones
- Franja de más de 100 MB: 5 aplicaciones

**Gráfico 48. Tamaño de las aplicaciones en App Store**

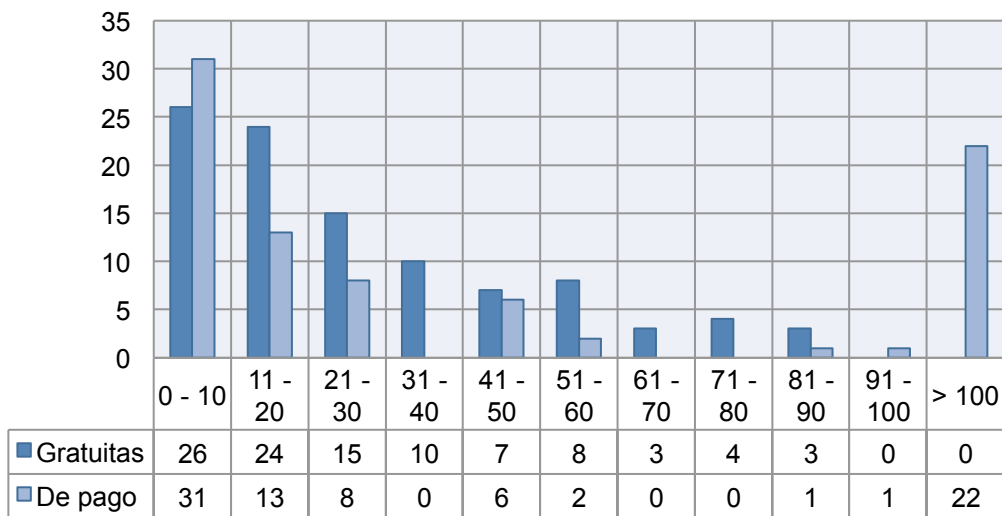


Fuente: elaboración propia

En Play Store, los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - Franja de 0 a 10 MB: 26 aplicaciones
  - Franja de 11 a 20 MB: 24 aplicaciones
  - Franja de 21 a 30 MB: 15 aplicaciones
  - Franja de 31 a 40 MB: 10 aplicaciones

- Franja de 41 a 50 MB: 7 aplicaciones
  - Franja de 51 a 60 MB: 7 aplicaciones
  - Franja de 61 a 70 MB: 3 aplicaciones
  - Franja de 71 a 80 MB: 4 aplicaciones
  - Franja de 81 a 90 MB: 3 aplicaciones
  - No hay aplicaciones en la franja de 91 a 100 MB
  - No hay aplicaciones en la franja de más de 100 MB
- 
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas:
    - Franja de 0 a 10 MB: 31 aplicaciones
    - Franja de 11 a 20 MB: 13 aplicaciones
    - Franja de 21 a 30 MB: 8 aplicaciones
    - Franja de 31 a 40 MB: 10 aplicaciones
    - Franja de 41 a 50 MB: 6 aplicaciones
    - Franja de 51 a 60 MB: 2 aplicaciones
    - No hay aplicaciones en la franja de 61 a 70 MB
    - No hay aplicaciones en la franja de 71 a 80 MB
    - Franja de 81 a 90 MB: 1 aplicación
    - Franja de 91 a 100 MB: 1 aplicación
    - Franja de más de 100 MB: 22 aplicaciones

**Gráfico 49. Tamaño de las aplicaciones en Play Store**

Fuente: elaboración propia

En la tabla 50 se muestra un resumen de los resultados obtenidos sobre el tamaño de las aplicaciones en ambas plataformas.

**Tabla 49. Resumen del tamaño de las aplicaciones**

	<b>App Store gratis</b>	<b>App Store de pago</b>	<b>Play Store gratis</b>	<b>Play Store de pago</b>
0-10 MB	3	3	26	31
11-20 MB	7	2	24	13
21-30 MB	14	1	15	8
31-40 MB	12	5	10	0
41-50 MB	11	2	7	6
51-60 MB	8	5	7	2
61-70 MB	9	3	3	0
71-80 MB	6	3	4	0
81-90 MB	8	2	3	1
91-100 MB	4	2	0	1
>100 MB	17	5	0	22

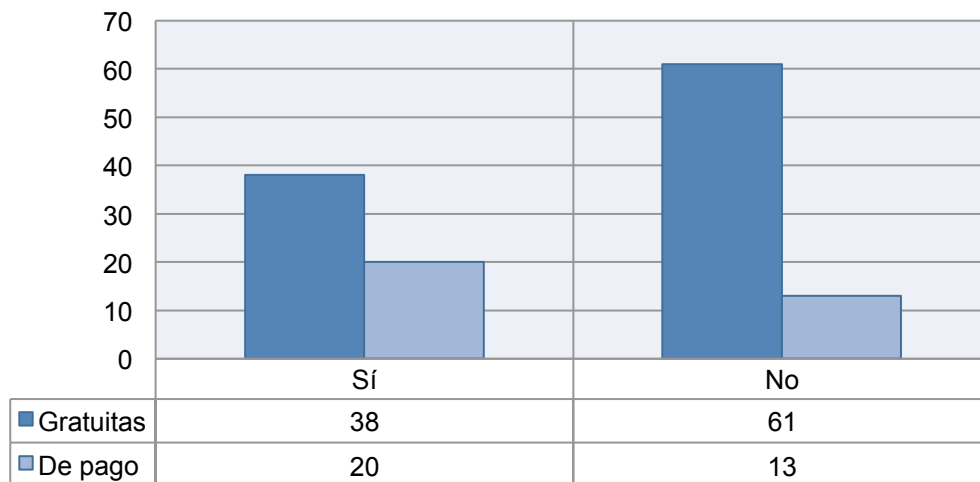
Fuente: elaboración propia

### **13. Compras integradas.**

En App Store, los resultados son:

- Para las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas hay 38 que sí permiten compras integradas y 61 no.
- Para las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas hay 20 aplicaciones que sí permiten compras en su interior, mientras que 13 no lo permiten.

**Gráfico 50. Compras integradas de las aplicaciones en App Store**

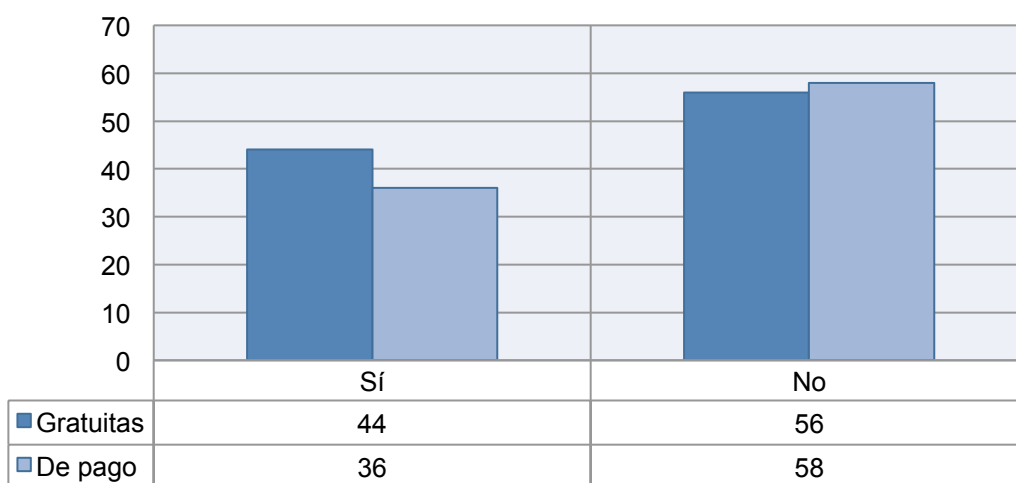


Fuente: elaboración propia

En Play Store, los resultados son:

- Para las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas hay 44 aplicaciones que sí permiten compras *in-app* y 56 aplicaciones que no.
- Para las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas hay 36 aplicaciones que sí permiten compras integradas, mientras que 58 no lo permiten.

**Gráfico 51. Compras integradas de las aplicaciones en Play Store**



Fuente: elaboración propia

A continuación podemos observar un resumen de los principales resultados obtenidos en compras *in-app*.

**Tabla 50. Resumen sobre las compras integradas en las aplicaciones**

	App Store gratis	App Store de pago	Play Store gratis	Play Store de pago
Sí	38	20	44	36
No	61	13	56	58

Fuente: elaboración propia

**14. Precio.** En este apartado se analiza si la aplicación es gratuita o de pago y, en caso de ser de pago, se han establecido unas franjas de medición. Además, se analiza se ha cambiado el precio durante el periodo de tiempo analizado, y si dichos cambios han afectado al posicionamiento de la aplicación.

#### 14.1. Gratis o de pago

En el caso de las aplicaciones móviles gratuitas, el 100% de ellas serán gratis, tanto en *App Store* como en *Play Store*.

- En las aplicaciones de pago de App Store, los resultados son:
  - Franja de 0 a 0,99 euros: 7 aplicaciones
  - Franja de 1 a 1,99 euros: 8 aplicaciones
  - Franja de 2 a 2,99 euros: 7 aplicaciones
  - Franja de 3 a 3,99 euros: 5 aplicaciones
  - Franja de 4 a 4,99 euros: 2 aplicaciones
  - Más de 5 euros: 4 aplicaciones

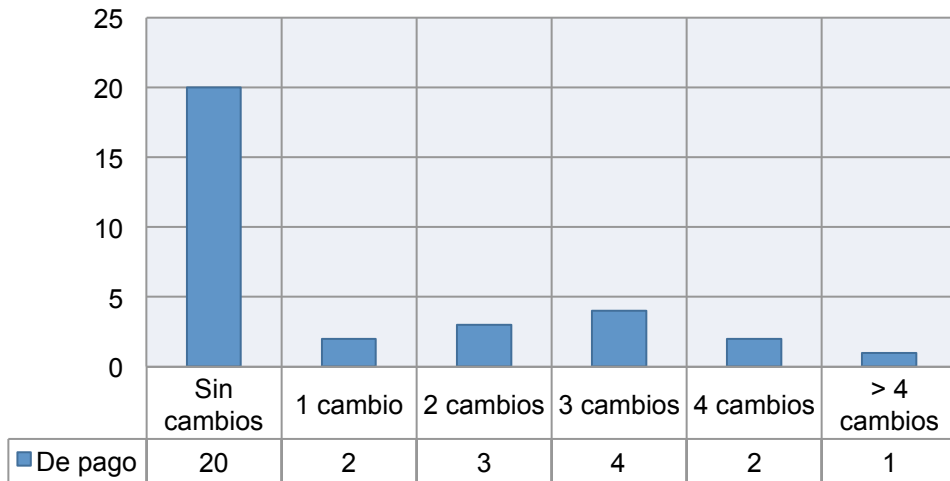
- En las aplicaciones de pago de Play Store, los resultado son:
  - Franja de 0 a 0,99 euros: 16 aplicaciones
  - Franja de 1 a 1,99 euros: 24 aplicaciones
  - Franja de 2 a 2,99 euros: 17 aplicaciones
  - Franja de 3 a 3,99 euros: 9 aplicaciones
  - Franja de 4 a 4,99 euros: 15 aplicaciones
  - Más de 5 euros: 14 aplicaciones

#### **14.2. Cambios en el precio**

En las aplicaciones gratuitas de Apple y Google no cambia el precio durante el periodo de tiempo analizado.

- En las aplicaciones de pago de App Store, los resultados de las 33 aplicaciones analizadas son:
  - 20 no han sufrido modificaciones en el precio
  - 2 aplicaciones cambiaron solamente una vez el precio
  - 3 aplicaciones cambiaron dos veces el precio
  - 4 aplicaciones cambiaron tres veces el precio
  - 2 aplicaciones cambiaron cuatro veces el precio
  - 1 aplicación cambió más de cuatro veces el precio

**Gráfico 52. Cambios en el precio de las aplicaciones de pago en App Store**

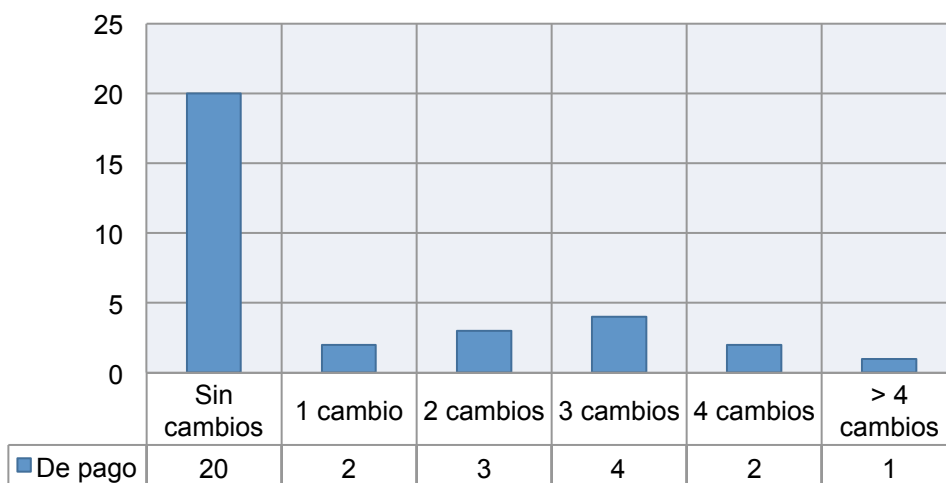


Fuente: elaboración propia

- En las aplicaciones de pago de Play Store, los resultados de las 94 aplicaciones analizadas son:
  - 67 no han sufrido modificaciones en el precio
  - 4 aplicaciones cambiaron solamente una vez el precio
  - 14 aplicaciones cambiaron dos veces el precio
  - 1 aplicación cambió tres veces el precio
  - 6 aplicaciones cambiaron cuatro veces el precio
  - 2 aplicaciones cambiaron más de cuatro veces el precio



**Gráfico 53. Análisis de los cambios en el precio de las aplicaciones de pago en Play Store**



Fuente: elaboración propia

### 14.3. El cambio de precio modifica el posicionamiento de la aplicación.

En las aplicaciones gratuitas de Apple y Google, al no cambiar el precio durante el periodo de tiempo analizado, tampoco se producen alteraciones en el posicionamiento; por lo que nos centramos en las aplicaciones de pago de ambas plataformas:

- En App Store, de las 12 aplicaciones que sí sufrieron modificaciones en el precio durante el periodo analizado, todas vieron modificado su posicionamiento. Además, 9 de ellas tuvieron varios cambios de precio y las otras 3 solamente un cambio. Los principales resultados son:
  - 6 aplicaciones bajaron su precio y subieron su posicionamiento a continuación
  - 6 aplicaciones bajaron su precio y bajó también su posicionamiento a continuación

- 5 aplicaciones subieron su precio y también subieron su posicionamiento a continuación
- 7 aplicaciones subieron su precio y bajó su posicionamiento a continuación
- En Play Store, de las 28 aplicaciones que vieron modificado su precio durante la fase de seguimiento hubo 3 en las que no produjo ningún cambio de posicionamiento. No obstante, 22 de las aplicaciones tuvieron más de un cambio de precio, y las 6 restantes solamente uno. Los resultados son:
  - 15 aplicaciones bajaron su precio y subieron su posicionamiento a continuación
  - 13 aplicaciones bajaron su precio y bajó también su posicionamiento a continuación
  - 9 aplicaciones subieron su precio y también subieron su posicionamiento a continuación
  - 14 aplicaciones subieron su precio y bajó su posicionamiento a continuación
  - 4 aplicaciones no vieron cambiado en un principio su posicionamiento con el cambio de precio, pero en los cambios sucesivos sí (subieron o bajaron el posicionamiento).

Tabla 51. Resumen del precio de las aplicaciones de pago

	App Store de pago	Play Store de pago
<b>Gratis o de pago</b>		
0 – 0,99 .....	7	16
1 – 1,99 .....	8	24
2 – 2,99 .....	7	17
3 – 3,99 .....	5	9
4 – 4,99 .....	2	15
Más de 5 euros	4	14
<b>Cambio en el precio</b>		
Sin cambios .....	20	67
1 cambio .....	2	4
2 cambios .....	3	14
3 cambios .....	4	1
4 cambios .....	2	0
Más de 4 cambios .....	1	0
<b>Modifica posicionamiento</b>		
Sí .....	12	28
No .....	21	66

Fuente: elaboración propia

## 15. Diseño de la ficha de la aplicación

Las tiendas de aplicaciones de ambas plataformas cada vez permiten una mayor personalización de las fichas de aplicación, permitiendo añadir colores de fondo, imágenes y vídeos en la cabecera.

En App Store, el video demostrativo va ubicado junto con las capturas de pantalla, por lo que ya se analizó en el apartado correspondiente. Los resultados analizados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - 80 no mostraban una personalización de la ficha.
  - 18 aplicaciones presentaban una imagen destacada en la cabecera con la presencia del nombre de la marca
  - 2 aplicaciones mostraban una imagen destacada en la cabecera, pero no el nombre de la marca
  
- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas:
  - 30 aplicaciones no tenían personalizada su ficha
  - 3 aplicaciones presentaban una imagen destacada donde el nombre de la marca era protagonista

En Play Store, todas las aplicaciones analizadas, tanto de pago como gratuitas, presentan elementos en la cabecera de la ficha. Los principales resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - 54 presentan un video demostrativo en la cabecera
  - 46 muestran una imagen en la cabecera
  - 21 de las aplicaciones no muestran el nombre de la marca en la cabecera, visualizándose simplemente en 12 de ellas una imagen genérica y, en las otras 10 aplicaciones, un video.
  
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas:
  - 46 presentan un video demostrativo en la cabecera
  - 48 muestran una imagen en la cabecera

- 9 de las aplicaciones no muestran el nombre de la marca en la cabecera, visualizándose simplemente en 2 de ellas una imagen genérica y, en las otras 7 aplicaciones, un video.

**Tabla 52. Resumen sobre diseño de la ficha de las aplicaciones**

	App Store gratis	App Store de pago	Play Store gratis	Play Store de pago
<b>Sí</b>				
- Imagen destacada.....	20	3	46	48
- Presencia de marca.....	18	3	79	85
- Video				
○ Sí.....	0	0	54	46
○ No.....	0	0	46	48
<b>No</b>	<b>80</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fuente: elaboración propia

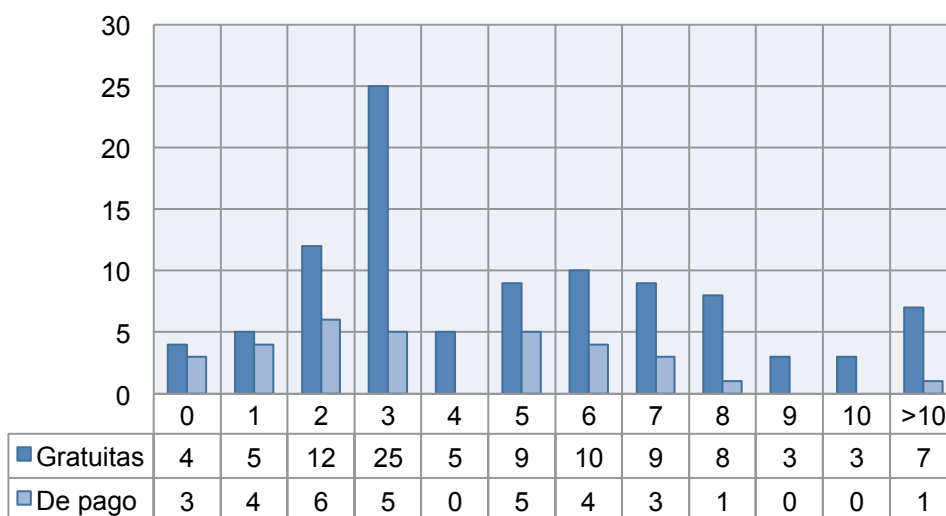
## 16. Número de actualizaciones

Durante el periodo de tiempo analizado, muchos de los desarrolladores o las empresas responsables de las aplicaciones, han incorporado actualizaciones en las mismas.

En App Store los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - 4 aplicaciones no tuvieron ninguna actualización
  - 5 aplicaciones tuvieron 1 actualización
  - 12 aplicaciones tuvieron 2 actualizaciones
  - 25 aplicaciones tuvieron 3 actualizaciones

- 5 aplicaciones tuvieron 4 actualizaciones
  - 9 aplicaciones tuvieron 5 actualizaciones
  - 10 aplicaciones tuvieron 6 actualizaciones
  - 9 aplicaciones tuvieron 7 actualizaciones
  - 8 aplicaciones tuvieron 8 actualizaciones
  - 3 aplicaciones tuvieron 9 actualizaciones
  - 3 aplicaciones tuvieron 10 actualizaciones
  - 7 aplicaciones tuvieron más de 10 actualizaciones
- 
- En las aplicaciones de pago, de las 33 analizadas:
    - 3 aplicaciones no tuvieron ninguna actualización
    - 4 aplicaciones tuvieron 1 actualización
    - 6 aplicaciones tuvieron 2 actualizaciones
    - 5 aplicaciones tuvieron 3 actualizaciones
    - 5 aplicaciones tuvieron 5 actualizaciones
    - 4 aplicaciones tuvieron 6 actualizaciones
    - 3 aplicaciones tuvieron 7 actualizaciones
    - 1 aplicación tuvo 8 actualizaciones
    - 1 aplicación tuvieron más de 10 actualizaciones

**Gráfico 54. Número de actualizaciones en App Store**

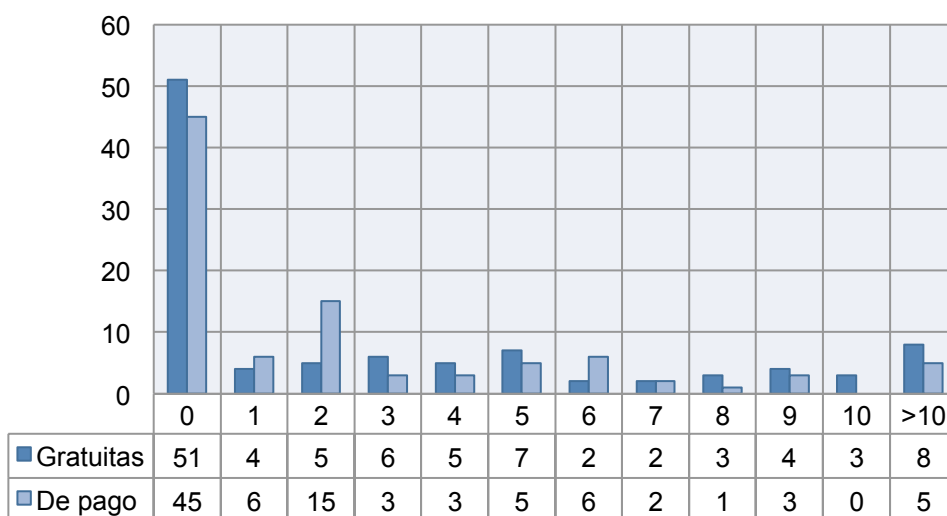
Fuente: elaboración propia

En Play Store los resultados son:

- En las aplicaciones gratuitas, de las 100 analizadas:
  - 51 aplicaciones no tuvieron ninguna actualización
  - 4 aplicaciones tuvieron 1 actualización
  - 5 aplicaciones tuvieron 2 actualizaciones
  - 6 aplicaciones tuvieron 3 actualizaciones
  - 5 aplicaciones tuvieron 4 actualizaciones
  - 7 aplicaciones tuvieron 5 actualizaciones
  - 2 aplicaciones tuvieron 6 actualizaciones
  - 2 aplicaciones tuvieron 7 actualizaciones
  - 3 aplicaciones tuvieron 8 actualizaciones
  - 4 aplicaciones tuvieron 9 actualizaciones

- 3 aplicaciones tuvieron 10 actualizaciones
- 8 aplicaciones tuvieron más de 10 actualizaciones
  
- En las aplicaciones de pago, de las 94 analizadas:
  - 45 aplicaciones no tuvieron ninguna actualización
  - 6 aplicaciones tuvieron 1 actualización
  - 15 aplicaciones tuvieron 2 actualizaciones
  - 3 aplicaciones tuvieron 3 actualizaciones
  - 3 aplicaciones tuvieron 4 actualizaciones
  - 5 aplicaciones tuvieron 5 actualizaciones
  - 6 aplicaciones tuvieron 6 actualizaciones
  - 2 aplicaciones tuvieron 7 actualizaciones
  - 1 aplicación tuvo 8 actualizaciones
  - 3 aplicaciones tuvieron 9 actualizaciones
  - 1 aplicación tuvo más de 10 actualizaciones



**Gráfico 55. Número de actualizaciones en Play Store**

Fuente: elaboración propia

Podemos ver un resumen de los resultados obtenidos en referencia al número de actualizaciones en la tabla 53.

**Tabla 53. Resumen de los resultados del número de actualizaciones de las aplicaciones**

Nº actualizaciones	App Store gratis	App Store de pago	Play Store gratis	Play Store de pago
0	4	3	51	45
1	5	4	4	6
2	12	6	5	15
3	25	5	6	3
4	5	0	5	3
5	9	5	7	5
6	10	4	2	6
7	9	3	2	2
8	8	1	3	1
9	3	0	4	3
10	3	0	3	0
>10	7	1	8	5

Fuente: elaboración propia

**17. La aplicación sigue vigente.** Durante y después del seguimiento de las aplicaciones objeto de estudio, algunas dejaron de estar disponibles en las tiendas de aplicaciones.

- En App Store, todas las aplicaciones tanto gratuitas como pagadas han estado vigentes en las *stores* durante la fase de seguimiento y también durante la fase de análisis.
- Si nos fijamos en Play Store, todas las aplicaciones pagadas todas están vigentes; sin embargo, hay 2 aplicaciones gratuitas que no se pueden encontrar ya en la *store*.

**Tabla 54. Resumen sobre la vigencia de las aplicaciones**

	<b>App Store gratis</b>	<b>App Store de pago</b>	<b>Play Store gratis</b>	<b>Play Store de pago</b>
Sí	100	33	98	94
No	0	0	2	0

Fuente: elaboración propia

### 5.2.3 Metodología comparada

“Se puede entender como el proceso de formulación de cuestiones sobre la realidad del mundo y la humana, basándose en las observaciones de la realidad y en las teorías ya existentes, en anticipar soluciones a estos problemas y en contrastarlas con la misma realidad, mediante la observación de los hechos, su clasificación y análisis” (Sierra, 1995: 19).

En sus orígenes, el método comparado estaba muy asociado al estudio de las Ciencias Políticas, pero poco a poco se fue expandiendo hacia otras áreas. Además, el estatus y el rigor científico de este método frente a otros de carácter estadístico ha generado discusiones entre los investigadores desde los años sesenta. En este sentido, Lijphart defiende:

“(…) la aproximación más productiva sería la de considerar al análisis comparado como la primera etapa de la investigación, en el que se formulen cuidadosamente las hipótesis; y el análisis estadístico como la segunda etapa, en la que las hipótesis sean comprobadas con una muestra lo más grande posible” (Lijphart, 1971: 685).

El estudioso norteamericano Ragin fue el gran impulsor de la difusión a un público más amplio del método comparado, conocido bajo las siglas QCA (*Qualitative Comparative Analysis*). En 1987 publicó su libro titulado *The Comparative Method*, donde aportaba una visión metodológica con puntos de interconexión entre las perspectivas cualitativa y cuantitativa.

Anteriormente, Laswell ya había insinuado la importancia del método comparado al decir que “el enfoque científico es inevitablemente comparativo” (Laswell, 1968: 3).

Caïs (1997), por su parte, sostiene que para llegar a lo fundamental es necesario, a partir de la variación de un acontecimiento, ir eliminando las

variables y los factores secundarios. En este sentido, destaca que el uso general de la lógica define las bases de lo que es el método comparado.

En la misma línea, Mark Bloch dice que comparar en el campo de lo social es “elegir en varios medios sociales diferentes, dos o varios fenómenos que parecen, a primera vista, presentar entre sí analogías, describir curvas de evolución, constatar semejanzas y diferencias y, en la medida de lo posible, explicar los unos por los otros” (en Sierra, 1984: 161).

Para Durkheim, el método comparado (al que denomina experimentación indirecta) se basa en confrontar acontecimientos espontáneos; “(...) el fundamento del método comparativo no es otro que la correlación de variables, de aplicación continua en las investigaciones sociológicas” (en Sierra, 1984: 162). Para Weber, la comparación necesita “(...) la búsqueda de diferencias y semejanzas en el marco de un esquema general teórico, que, de algún modo, ayude a la determinación de hechos cruciales” (en Sierra, 1984: 164).

Sartori (1994) introduce un nuevo matiz al afirmar que utilizamos la técnica de la comparación a modo de control, empezando por las hipótesis planteadas por los investigadores. Además, afirma que “puede concluirse que comprar implica asimilar y diferenciar en los límites” (Sartori y Morlino, 1994: 35).

Además, a la hora de escoger los fenómenos o entidades que se van a comparar, debemos de tener presente que no sean totalmente iguales o diferentes en todo, ya que “las comparaciones que sensatamente nos interesan se llevan a cabo entre entidades que poseen atributos en parte compartidos (similares) y en parte no compartidos (declarados no comparables)” (Sartori y Morlino, 1994: 35)

Por su parte, Walter G. Runciman (1983) propone tres tipos de comprensión en el método comparado:

1. Comprensión en un sentido primario. Esta primera fase de comprensión es fundamental, ya que permite describir el fenómeno observado para la investigación describiéndolo.

2. Comprensión en un sentido secundario. En esta segunda fase se trata de comprender qué ha provocado dicho fenómeno, cómo se ha llegado a originar.
3. Comprensión en un sentido terciario. Aquí, la persona que observa el fenómeno debe comprender el significado de los términos que utilizan los agentes para expresar lo que piensan, hacen o dicen. En este fase, es importante que la persona que está desarrollando la investigación comprenda el punto de vista de los agentes comentados.

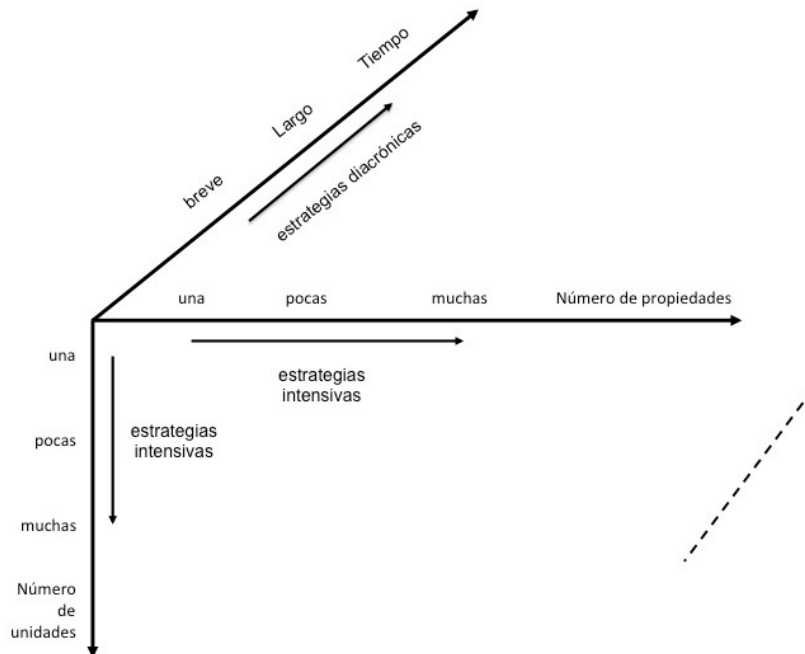
Morlino (2010), siguiendo a Bartolini (1983), comenta que al comparar siempre es necesario precisar:

1. Las variables
2. El ámbito espacial horizontal
3. Un arco temporal longitudinal

En referencia a las variables, este autor comenta que “(...) por muy numerosas que sean, se miden en datos cuantitativos si son variables en sentido estricto; de lo contrario se definen con datos cualitativos” (Morlino, 2010: 57).

Con respecto a los dos últimos puntos, este autor menciona que se pueden identificar y diferenciar entre las estrategias sincrónicas y las diacrónicas, dependiendo de si el estudio de los casos y sus propiedades está acotado a un límite temporal reducido o es más extenso. Además, también diferencia entre estrategias de investigación de carácter extensivo, u orientada a las variables; y estrategias intensivas u orientada a los casos. En el primer caso, se observan y analizan una o pocas propiedades de un gran volumen de casos, mientras que en el segundo caso el número de casos es limitado, pero las propiedades son muy abundantes.

Imagen 28. Dimensiones empíricas y estrategias de investigación de Bartolini



Fuente: Bartolini (1983: 45)

Si nos centramos en la descripción y el análisis de variables, es necesario profundizar en Bartolini, que insiste en que para fijar qué puede ser sometido al análisis comparado es necesario determinar las propiedades, es decir, la suma de características o casos que son importantes para la investigación que se va a desarrollar.

Este autor sugiere la creación de una matriz de datos en las que las filas hagan referencia a las unidades y, las columnas, a las propiedades. Además, "(...) las casillas donde se cruzan filas y columnas representan el estado (valor de cada propiedad para cada caso). De este modo se transforman las propiedades de los casos de objeto de investigación en variables que pueden medirse" (Bartolini, 1993: 44).

**Matriz 1. Matriz de Bartolini**

PROPIEDADES						
		P1	P2	P3	P4	Pn
UNIDADES		U1				
		U2				
		U3				
		U4				
		Un				

Fuente: Bartolini, 1993: 45

### 5.2.3.1 Técnicas comparativas

Las **teorías empíricas comparativas** “son una representación simplificada de la realidad y un esquema dentro de la cual los hechos no solo son seleccionados sino además interpretados, organizados y ajustados de manera conjunta para que ellos creen un todo coherente” (Lim, 2006: 70).

Este mismo autor define que existen tres grandes tradiciones teóricas que se deben destacar: las teorías racionalistas, las estructurales y, las culturalistas; y que permiten explicar los resultados obtenidos en función de si se analizan las conductas, las estructuras de un mismo sistema o la propia cultura.

Se pueden reseñar, según Goodin y Klingemann (2001), la existencia de varias técnicas comparativas:

- **Técnicas comparativas millianas:** en 1843, el filósofo John Stuart Mill planteó que las técnicas utilizadas se basaban en el método del acuerdo y en el método de la diferencia.
  - El método del acuerdo o la coincidencia: es el más empleado por los investigadores que utilizan el método comparado. Este método se basa en que si varias características del fenómeno que se está

investigando tienen una o varias circunstancias en común, entonces dichas circunstancias son las causas del fenómeno de interés.

- El método de la diferencia: para poder aplicarlo es necesario empezar utilizando la técnica anterior e identificar los casos positivos, es decir, aquellas cuestiones donde las variables semejantes suscitan el fenómeno de interés. Después, el investigador debe identificar los casos negativos, es decir, aquellos donde el fenómeno de estudio no está presente. Por último, se comprueban ambos tipos de casos para concluir que las variables causales de los casos positivos no están presentes en los casos negativos, ya que si se encontrasen las mismas variables en ambos, sería necesario eliminarlas como factor explicativo del fenómeno que se investiga.

Hay un consenso generalizado en base a que es más fácil encontrar los casos positivos que los negativos. Ragin (1987) plantea una posible solución a través del uso de tipologías que permitan reconocer casos negativos.

- **Técnicas comparativas de Pzeworeski y Teune:** basándose en las técnicas de Mill, estos dos autores plantean el Diseño de Sistema de Máxima Similitud (DSMS) y el Diseño de Sistema de Máxima Diferencia (DSMD). En estos dos nuevos diseños se observa un interés explícito por la relación entre el fenómeno que se está investigando y las causas que lo han producido.
  - Diseño de Sistema de Máxima Similitud: Para poder aplicar este diseño se deben encontrar fenómenos que tengan la mayor cantidad de características similares posibles.
  - Diseño de Sistema de Máxima Diferencia: se basa en “(...) encontrar dos sistemas que sean diferente en casi todos los



aspectos, excepto en las variables bajo investigación” (Lim, 2006: 41).

- **Técnicas del análisis comparado cualitativo:** tal y como hemos comentado al inicio de la explicación del método comparado, fue Charles C. Ragin quien lo propuso por primer vez en 1987. Su idea se basaba en examinar las relaciones entre conjuntos.

### 5.2.3.2. Resultados del método comparado

Tal y como se comentaba anteriormente, lo primero a realizar es:

1. La elección de las variables de análisis, que ya nos vienen definidas por el análisis de contenido.
2. El ámbito espacial horizontal, que en la investigación realizada se centrará en el espacio digital. Se lleva a cabo una comparación de áreas, formada por cuatro casos a través de dos actores del ecosistema móvil, como lo son App Store (Apple) y Play Store (Google). Se establecen cuatro casos ya que en cada tienda de aplicaciones podemos encontrar *apps* gratuitas de y de pago.

La estrategia llevada a cabo tiene un carácter intensivo, ya que se el número de propiedades analizadas en los cuatro casos escogidos, es extenso.

3. El arco temporal longitudinal, cuyo seguimiento de las aplicaciones móviles se puede consultar en la parte III, capítulo de anexos.

La dimensión temporal del objeto de estudio de este trabajo se apoya en una estrategia sincrónica, ya que el periodo comparado es el mismo en ambos casos (de septiembre a diciembre de 2015). La elección del periodo de tiempo ya se ha justificado en el introductorio del presente trabajo de investigación.

A diferencia del análisis de contenido, las unidades utilizadas se han expresado en porcentaje, de forma que se pudieran equiparar todas para poder observar las semejanzas y las diferencias.

A continuación se muestran los resultados del análisis comparado:

**1. Título.** Las unidades seleccionadas han sido la tipología del título, la visualización del mismo, el idioma en el que está redactado, y si se ha producido modificaciones durante el periodo de tiempo en el que se realizó el seguimiento. No se ha analizado si dichas modificaciones afectaron al posicionamiento ya que en Google no se produjeron modificaciones, por lo que no se puede comparar.

**Matriz 2-A. Matriz de Bartolini para el análisis del título en aplicaciones gratuitas**

	Título	
	App Store gratis	Play Store gratis
Marca	28%	34%
Marca + Descriptivo	66%	58%
Descriptivo	6%	8%
Se visualiza entero	83%	88%
No se visualiza entero	17%	12%
En español	11%	14%
En inglés	47%	57%
Combinación de español e inglés	42%	29%
Se cambia	16%	0%
No se cambia	84%	100%

Fuente: elaboración propia

**Matriz 2-B. Matriz de Bartolini para el análisis del título en aplicaciones de pago**

	Título	
	App Store de pago	Play Store de pago
Marca	30%	27%
Marca + Descriptivo	42%	56%
Descriptivo	27%	17%
Se visualiza entero	76%	86%
No se visualiza entero	24%	14%
En español	27%	10%
En inglés	45%	83%
Combinación de español e inglés	27%	7%
Se cambia	12%	0%
No se cambia	88%	100%

Fuente: elaboración propia

En referencia a la tipología del título, en los cuatro casos la mayoría de las aplicaciones han optado por incluir el nombre de la marca o del equipo desarrollador seguido de palabras que la describan.

Además, se han preocupado de que casi todas las aplicaciones se visualizaran correctamente, por lo que se percibe que han cuidado el número de caracteres utilizados, optimizando su uso. Para la redacción del título, destaca el uso del inglés como idioma principal en todas ellas.

Por último, y es aquí donde radica la principal diferencia, mientras que en Play Store ninguna aplicación ha modificado su título durante el periodo de tiempo analizado, en App Store sí que hay un pequeño porcentaje que ha sufrido modificaciones: 16% en aplicaciones gratuitas y 12% en las de pago.

Se puede concluir, por tanto, que en la confección del contenido que forma parte del título tanto App Store como Play Store presentan más semejanzas que diferencias.

**2. Descripción.** Las unidades escogidas han sido: su carácter y el idioma utilizado.

**Matriz 3. Matriz de Bartolini para el análisis de la descripción**

	Descripción	
	App Store gratis	Play Store gratis
Informativa/Descriptiva	22%	43%
Emocional	11%	9%
Técnica	3%	0%
I/D + Emocional	48%	32%
I/D + Técnica	22%	7%
Emocional + Técnica	1%	0%
Todas juntas	8%	6%
En español	96%	89%
En inglés	2%	7%
Combinación de español e inglés	2%	2%
	App Store de pago	Play Store de pago
Informativa/Descriptiva	36,3%	52,1%
Emocional	0%	0%
Técnica	3%	2,1%
I/D + Emocional	9%	5,3%
I/D + Técnica	39,3%	40,4%
Emocional + Técnica	0,0%	0%
Todas juntas	0%	1%
En español	76%	67%
En inglés	18%	28%
Combinación de español e inglés	6%	5%

Fuente: elaboración propia

En la unidad analizada sobre el carácter de las descripciones de las aplicaciones hay una gran diferencia entre los cuatro casos, ya que las aplicaciones gratuitas en App Store de forma mayoritaria (48%) son informativas/descriptivas con fragmentos de carácter emocional que apelan a la acción; frente a ello, las aplicaciones gratuitas en Play Store son predominantemente informativas/descriptivas (43%).

Si nos fijamos en las aplicaciones de pago, en App Store destacan aquellas descripciones con contenido informativo/descriptivo junto con indicaciones técnicas (39,3%); mientras que en Play Store, al igual que en el caso de las aplicaciones gratuitas, destacan las de carácter informativo/descriptivo.

Los cuatro casos, además, coinciden en que la mayoría de las descripciones están redactadas en español.

**3. Historial del desarrollador.** Las unidades de análisis son el número de aplicaciones que tiene el desarrollador vigentes en las tiendas de aplicaciones durante el arco temporal analizado. Aquellas que hayan sido eliminadas antes del periodo de tiempo analizado no formarán parte de la comparación.

**Matriz 4. Matriz de Bartolini para el análisis del historial del desarrollador**

		Historial del desarrollador	
		App Store gratis	Play Store gratis
Nº aplicaciones	1	24%	16%
	2	10%	13%
	3	7%	13%
	4	10%	2%
	5	4%	5%
	6	7%	4%
	7	1%	8%
	8	1%	2%
	9	0%	1%
	10	2%	4%
	>10	34%	31%
		App Store de pago	Play Store de pago
	1	6,0%	9,0%
	2	9%	14%
	3	15%	15,0%
	4	3%	12,0%
	5	6,0%	2,0%
	6	9,0%	2%
	7	0%	4%
	8	0%	2%
	9	6%	2%
	10	0%	1%
	>10	42%	36%

Fuente: elaboración propia

En este caso se produce coincidencia entre los cuatro casos, ya que predominan aquellos desarrolladores que tienen más de 10 aplicaciones vigentes en el momento que se ha realizado el seguimiento.

**4. Icono.** Se han analizado las unidades referentes a su naturaleza. Al no haberse producido ningún cambio en ninguno de los casos analizados, no se ha incluido en la matriz de Bartolini propuesta.

**Matriz 5. Matriz de Bartolini para el análisis del historial del desarrollador**

		Icono	
		App Store gratis	Play Store gratis
Logotipo		11%	3%
Imagotipo		5%	5%
Isologo		22%	30%
Isotipo		62%	62%
		App Store de pago	Play Store de pago
Logotipo		3%	2%
Imagotipo		12%	22%
Isologo		15%	15%
Isotipo		70%	61%

Fuente: elaboración propia

Los cuatro casos analizados reflejan el uso de isotipos de forma generalizada en ellos. En segundo lugar estaría el diseño de isologos para el icono de las aplicaciones gratuitas en App Store y Play Store, así como también en las aplicaciones pagadas de App Store; sin embargo, en las aplicaciones de pago de Google, destaca más el uso de imagotipos (22% frente al 15% de los isologos).

**5. Capturas de pantalla.** Aquí, las unidades que se han analizado son el número de capturas de pantalla disponibles, el grado de entrelazado entre ellas, la orientación de las mismas, y el tipo de captura.

**Matriz 6 - A. Matriz de Bartolini para el análisis de las capturas de pantalla en aplicaciones gratuitas**

	Capturas de pantalla	
	App Store gratis	Play Store gratis
0	0%	0%
1	0%	0%
2	1%	2%
3	2%	2%
4	18%	5%
5	79%	34%
6	0%	15%
7	0%	18%
8	0%	24%
Entrelazadas	8%	1%
No entrelazadas	92%	99%
Vertical	92%	83%
Horizontal	5%	11%
Vertical + Horizontal	2%	6%
	28	
Imagen	33%	28%
Imagen + Texto en español	65%	51%
Imagen + Texto en inglés	1%	16%
Imagen + Texto en español + inglés	0%	5%
Imagen + Texto en otro idioma	0%	0%

Fuente: elaboración propia



**Matriz 6 - B. Matriz de Bartolini para el análisis de las capturas de pantalla en aplicaciones de pago**

	Capturas de pantalla	
	App Store de pago	Play Store de pago
0	0%	0%
1	0%	0%
2	0%	0%
3	9%	1%
4	12%	5%
5	79%	22%
6	0%	15%
7	0%	14%
8	0%	43%
Entrelazadas	0%	0%
No entrelazadas	100%	100%
Vertical	88%	55%
Horizontal	12%	38%
Vertical + Horizontal	0%	6%
Imagen	36%	62%
Imagen + Texto en español	58%	22%
Imagen + Texto en inglés	5%	14%
Imagen + Texto en español + inglés	0%	2%
Imagen + Texto en otro idioma	1%	0%

Fuente: elaboración propia

La principal diferencia entre App Store y Play Store radica en el número de capturas permitidas, siendo en el primero 5 y en el segundo 8. Con todo ello, las aplicaciones gratuitas y de pago de la plataforma de Apple tienen de forma predominante 5 capturas en el 79% de los casos. En el caso de las aplicaciones

gratuitas subidas en la plataforma de Google, el 34% de ellas también tienen solamente 5 capturas, siendo la unidad más destacada de todas.

Por el contrario, de las aplicaciones de pago de Google se percibe que sus desarrolladores han querido aprovechar al máximo todas las posibilidades que se ofrecen y el 43% ha optado por incluir las 8 capturas de pantalla.

Solamente se pueden encontrar capturas entrelazadas en las aplicaciones gratuitas de ambas plataformas, siendo la cifra inferior al 10%.

Por último, al igual que en la primera unidad analizada (el número de capturas disponibles), las aplicaciones gratuitas (65%) y pagadas de Apple (58%), y también las gratuitas de Google (51%), ofrecen de forma mayoritaria *screenshots* donde se combina la imagen con un texto redactado en español; sin embargo, el 62% de las aplicaciones de pago en Play Store se muestran con imágenes sin presencia de ningún tipo de texto.

**6. Presencia de video.** En este apartado, lo que se ha analizado es si las aplicaciones muestran un video demostrativo, con independencia de la ubicación; como ya se comentó en el análisis de contenido, Apple y Google no posibilitan que los videos estén disponibles en la misma ubicación en ambas plataformas.

**Matriz 7. Matriz de Bartolini para el análisis de la presencia del video demostrativo**

		Presencia de video	
		App Store gratis	Play Store gratis
Sí		22%	53%
No		78%	47%
		App Store de pago	Play Store de pago
Sí		30%	49%
No		70%	51%

Fuente: elaboración propia

La principal diferencia en el análisis de estas unidades radica en los porcentajes, ya que en Play Store (tanto las gratuitas como las pagadas) casi la mitad de las aplicaciones presentan un video demostrativo para que el usuario pueda ver las funcionalidades de la misma.

Todo lo contrario ocurre en App Store, donde más del 70% no disponen de ningún video.

**7. Valoraciones.** Al igual que en el análisis de contenido, se han agrupado las valoraciones en tres unidades básicas: negativas, buenas y excelentes, en función de la valoración media de las versiones disponibles durante el periodo de tiempo analizado.

**Matriz 8. Matriz de Bartolini para el análisis de las valoraciones**

		Valoraciones	
		App Store gratis	Play Store gratis
Negativa (1-2)		0%	0%
Buena (3-4)		100%	100%
Excelente (5)		0%	0%
		App Store de pago	Play Store de pago
Negativa (1-2)		0%	0%
Buena (3-4)		100%	100%
Excelente (5)		0%	0%

Fuente: elaboración propia

Todos los casos presentes tienen los mismos resultados, ya que la media de las valoraciones de todas las versiones disponibles en ambas plataformas es buena, es decir, tienen entre 3 y 4 estrellas.

**8. Comentarios.** Las unidades de análisis en este caso se centran en los comentarios aportados por los usuarios para cada una de las versiones disponibles durante el arco temporal establecido.

**Matriz 9. Matriz de Bartolini para el análisis de los comentarios**

		Comentarios	
		App Store gratis	Play Store gratis
Más positivos que negativos		100%	100%
Más negativos que positivos		0%	0%
Predominan los neutros		0%	0%
		App Store de pago	Play Store de pago
Más positivos que negativos		100%	100%
Más negativos que positivos		0%	0%
Predominan los neutros		0%	0%

Fuente: elaboración propia

Al igual que en el caso anterior, las unidades de análisis de ambas plataformas presentan los mismos resultados, pudiendo observarse más comentarios positivos que negativos de los usuarios de las aplicaciones.

**9. Idiomas.** Se miden por franjas de edad para determinar cuál es la unidad predominante.

**Matriz 10. Matriz de Bartolini para el análisis de los idiomas**

	Idiomas	
	App Store gratis	Play Store gratis
1 – Español	6%	0%
1 – Inglés	9%	0%
2-10	26%	1%
11-20	20%	4%
21-30	16%	0%
31-40	18%	1%
41-50	3%	0%
>50	3%	0%
Sin información	0%	94%
	App Store de pago	Play Store de pago
1 – Español	3%	0%
1 – Inglés	15%	3%
2-10	30%	2%
11-20	11%	3%
21-30	6%	0%
31-40	0%	0%
41-50	0%	0%
>50	0%	0%
Sin información	0%	91%

Fuente: elaboración propia

Tal y como se indicó en el análisis de contenido, la ubicación no es la misma en Apple y en Google, por lo que el índice de resultados se ve afectado por ello. Esto se debe a que en el primer caso es un campo obligatorio mientras que en el segundo no.

En Play Store más del 90% de las aplicaciones, ya sean gratuitas o de pago, no presentan información sobre el idioma en el que están disponibles. En App Store, la franja de 2 a 10 idiomas disponibles es la más destacada.

**10. Tamaño de la aplicación.** Al igual que en el anterior apartado, se establecen unas franjas expresadas en *megabytes* para ver cuál es el tamaño medio de las aplicaciones.

**Matriz 11. Matriz de Bartolini para el análisis del tamaño de las aplicaciones**

	Tamaño de la aplicación	
	App Store gratis	Play Store gratis
0-10 MB	3%	26%
11-20 MB	7%	24%
21-30 MB	14%	15%
31-40 MB	12%	10%
41-50 MB	11%	7%
51-60 MB	8%	7%
61-70 MB	9%	3%
71-80 MB	6%	4%
81-90 MB	8%	3%
91-100 MB	4%	0%
>100 MB	17%	0%
	App Store de pago	Play Store de pago
0-10 MB	9%	33%
11-20 MB	6%	14%
21-30 MB	3%	9%
31-40 MB	15%	11%
41-50 MB	6%	6%
51-60 MB	15%	2%
61-70 MB	9%	0%
71-80 MB	9%	0%
81-90 MB	6%	1%
91-100 MB	6%	1%
>100 MB	15%	23%

Fuente: elaboración propia

Tras ver los resultados del análisis, los cuatro casos presentan argumentos diferenciados. Mientras que las aplicaciones de App Store son más numerosas en la franja de más de 100 megabytes (17% las gratuitas y 15% las de pago), en Play Store destacan las que pesan menos de 10 megabytes (26% en gratuitas y 33% en las de pago).

**11. Compras integradas.** Las aplicaciones, en función de su modelo de negocio permiten compras dentro de ellas a los usuarios. Aquí se analizarán el volumen de aplicaciones que lo permiten.

**Matriz 12. Matriz de Bartolini para el análisis de las compras *in-app***

		Compras integradas	
		App Store gratis	Play Store gratis
Sí		38%	44%
No		61%	56%
		App Store de pago	Play Store de pago
Sí		61%	38%
No		39%	62%

Fuente: elaboración propia

En referencia a las compras integradas, exceptuando las aplicaciones de pago de App Store (61%), en el resto lo más habitual es no ofrecer la posibilidad al usuario de poder realizar compras dentro de la aplicación.

**12. Precio en las aplicaciones de pago.** Se han descartado las aplicaciones gratuitas de ambas plataformas ya que el precio no varía, por lo que la unidad de análisis se centrará en las franjas de precios establecidas.

En este parámetro nos hemos enfocado hacia las franjas de precios establecidas, en observar si se han producido cambios en el precio, y si esos cambios se han visto acompañados de modificaciones en el posicionamiento.

**Matriz 13. Matriz de Bartolini para el análisis del precio en aplicaciones de pago**

	Precio de las apps de pago	
	App Store de pago	Play Store de pago
0 – 0,99	17%	21%
1 – 1,99	26%	24%
2 – 2,99	18%	21%
3 – 3,99	10%	15%
4 – 4,99	16%	6%
>5	15%	12%
Cambia el precio	71%	39%
No cambia el precio	29%	61%
El cambio afecta al posicionamiento	67%	100%
El cambio no afecta al posicionamiento	33%	0%

Fuente: elaboración propia

Observando los resultados, nos podemos fijar en las similitudes en los precios de las aplicaciones, destacando en ambas plataformas la franja que va desde 0 a 2,99 euros por descarga e instalación.



Si se hace referencia a los cambios de precio, Apple y Google han presentado situaciones totalmente opuestas, ya que el 71% de las aplicaciones de App Store han cambiado de precio durante el periodo de tiempo analizado, pero en el caso de Play Store solamente el 39%.

Por último, ambas plataformas, cuando sus aplicaciones han variado de precio han sufrido también cambios en su posicionamiento en el la lista de éxitos. No obstante, en el caso de Play Store, todos los cambios de precio han afectado al posicionamiento, mientras que en App Store, solamente dos tercios de las aplicaciones analizadas han sufrido cambios en el posicionamiento.

**13. Diseño de la ficha de la aplicación.** Cada vez hay más aplicaciones que pueden mejorar el diseño de su ficha, por lo que se analiza si se han utilizado al máximo todas las posibilidades que ofrecen las tiendas de aplicaciones.

Cuando una aplicación está destacada o recomendada todavía tiene más posibilidades de personalizar la fichas de producto.

**Matriz 14. Matriz de Bartolini para el análisis del diseño de la ficha de las aplicaciones**

	Diseño de la ficha de la app	
	App Store gratis	Play Store gratis
Ficha personalizada	20%	100%
Ficha no personalizada	80%	0%
Imagen destacada sin presencia de la marca	2%	21%
Imagen + Presencia de la marca en la cabecera	18%	79%
	App Store de pago	Play Store de pago
Ficha personalizada	9%	100%
Ficha no personalizada	91%	0%
Imagen destacada sin presencia de la marca	0%	9%
Imagen + Presencia de la marca en la cabecera	9%	91%

Fuente: elaboración propia

Cuando se analizan los resultados sobre el diseño de la ficha de la aplicación, Apple y Google presentan situaciones totalmente opuestas, ya que en el primera apenas el 20% (aplicaciones gratuitas) y el 9% (aplicaciones de pago) tienen elementos de personalización integrados. Por el contrario, en Google todas sus aplicaciones tienen elementos de diseño personalizando la ficha.

Sí tienen en común los cuatro casos en la presencia mayoritaria de la marca cuando se personaliza la ficha, intentando generar un mayor *engagement* con el usuario.

**14. Número de actualizaciones.** Cada vez que un desarrollador o la empresa responsable de la aplicación suben una actualización a sus *stores*, las valoraciones medios y los comentarios se archivan; además, normalmente las actualizaciones responden a demandas de mejoras realizadas por los usuarios, por lo que es importante conocer el número de actualizaciones que se han realizado en el periodo de tiempo analizado.

**Matriz 15. Matriz de Bartolini para el análisis de las actualizaciones**

	Nº actualizaciones	
	App Store gratis	Play Store gratis
0	4%	51%
1	5%	4%
2	12%	5%
3	25%	6%
4	5%	5%
5	9%	7%
6	10%	2%
7	9%	2%
8	8%	3%
9	3%	4%
10	3%	3%
>10	7%	8%
	App Store de pago	Play Store de pago
0	9%	48%
1	12%	6%
2	18%	16%
3	15%	3%
4	0%	3%
5	15%	5%
6	12%	6%
7	9%	2%
8	3%	1%
9	0%	3%
10	0%	0%
>10	3%	5%

Fuente: elaboración propia

En este parámetro de análisis, ambas plataformas ofrecen resultados muy diferenciados: mientras que la mitad de las aplicaciones de Play Store (51% de las gratuitas y 48% de las de pago) no han presentado actualizaciones, en App Store casi el 20% de las aplicaciones han ofrecido 2 ó 3 actualizaciones.

#### 5.2.4 Resultados de las aplicaciones que coinciden en ambas plataformas

Tal y como comentábamos antes, el 44% de las aplicaciones gratuitas analizadas coinciden en ambas plataformas. En el caso de las aplicaciones de pago, ese porcentaje se reduce hasta el 20,4%.

Los principales resultados en las **aplicaciones gratuitas** son:

- Todas las aplicaciones han optado por redactar su título combinando el nombre de la marca con palabras descriptivas. De ellas, el 70,5% poseen el mismo título y el 29,5% no, siendo el nombre de la marca el único elemento coincidente.
- El 43,2% tienen las mismas descripciones, un 13,6% parecidas ya que se adapta con elementos propios del sistema operativo, y el 43,2% restante tienen descripciones diferentes. De este último dato, además, la mitad tienen redactada la descripción en idiomas también diferentes.
- En cuanto al icono, el 81,8% utilizan el mismo en ambas plataformas, y el 18,2% optan por mostrar versiones diferentes del icono.
- El 47,7% de las aplicaciones utilizan las mismas capturas de pantallas, el 11,4% parecidas (se modifica el texto o la imagen en alguna captura), y el 40,9% utiliza capturas diferentes para cada plataforma.

- Por último, el 18,2% utiliza el video demostrativo en ambas plataformas y un 43,2% no muestra ningún tipo de video. El resto de aplicaciones presenta un video en alguna de las dos plataformas:
  - el 9,1% solamente muestra su video en App Store
  - el 29,5% lo utiliza en Play Store

En el caso de **las aplicaciones de pago**, los resultados obtenidos son:

- El 53,8% de las aplicaciones tienen el mismo título, frente al 46,2% que no son iguales. Al igual que sucedía en las aplicaciones gratuitas, el nombre de la marca se mantiene, pero se incorporan palabras descriptivas diferentes.
- El 77% presentan el mismo icono, aunque hay un 23% que muestra alguna variación
- Solamente el 15,3% tiene una descripción exactamente igual en ambas plataformas, el 38,5% presenta elementos comunes aunque hay fragmentos adaptados, y el 46,2% muestra descripciones totalmente diferentes para los usuarios de cada plataforma. Además, del porcentaje de aplicaciones con descripciones diferentes, un 3% también difiere en el idioma en el que está redactado en cada plataforma.
- En relación con las capturas de pantalla, un 23% tienen las mismas en ambas plataformas, otro 23% presenta una ligera variación, y el 54% muestra capturas totalmente diferentes para Android e iOS.
- Por último, el 53,8% de las aplicaciones muestra un video demostrativo a los usuarios y el 23,1% no han incorporado ningún video. El resto de aplicaciones solamente presenta video en Play Store (23,1%).

## Capítulo 6. Interpretación de los resultados

La gestión del posicionamiento orgánico de las aplicaciones ha sido el objeto de estudio de esta investigación. Para ello, se ha llevado a cabo entrevistas en profundidad, análisis de contenido y métodos de comparación.

En este capítulo, se van a presentar las interpretaciones de los principales resultados obtenidos a partir de la vinculación de éstos con los objetivos generales de la investigación.

### **1. Entrevistas en profundidad semiestructuradas**

Como ya se ha comentado en el capítulo 5, se ha llevado a cabo 12 entrevistas en profundidad a tres perfiles profesionales en concreto: desarrolladores de aplicaciones móviles, expertos en ASO y planificadores de cuentas y/o planificadores de medios.

A través de la realización de las entrevistas en profundidad se ha pretendido dar respuesta al **objetivo general 1: realizar una revisión del ecosistema móvil, identificando los actores que interactúan en el mismo.**

A partir de los resultados de las entrevistas, se pueden destacar las siguientes interpretaciones:

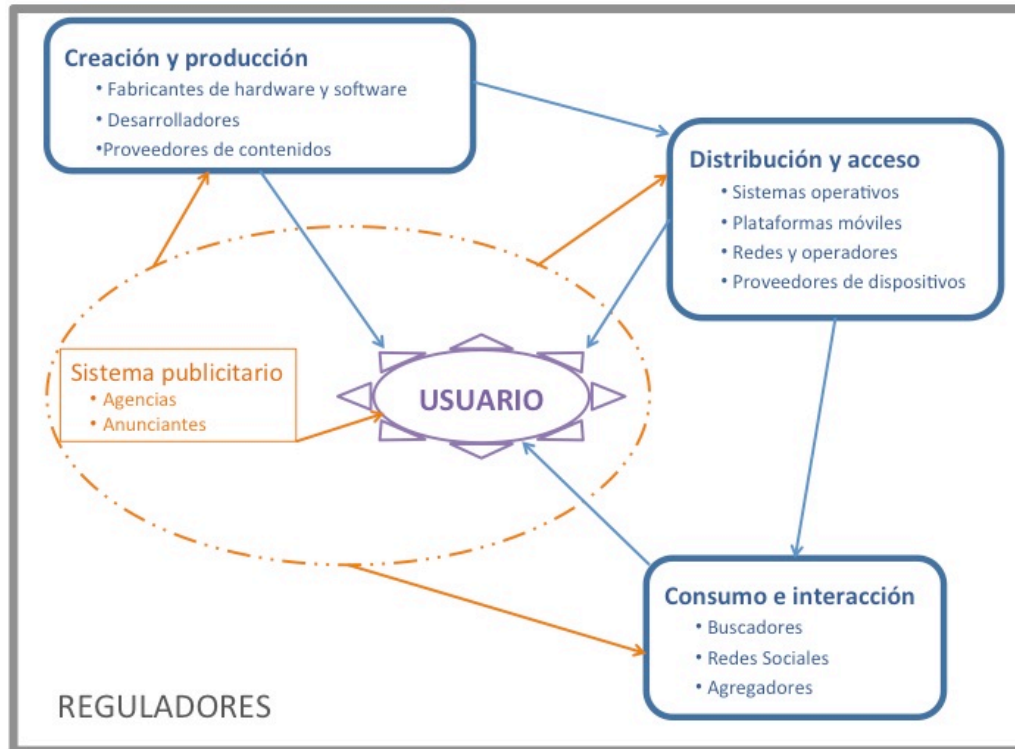
- a. A pesar de que el perfil de cada entrevistado influye mucho en la elaboración de la lista de los actores del ecosistema móvil, todos están de acuerdo en que los ecosistemas descritos tienen al usuario como punto central, es decir, todo gira y evoluciona en torno a él.
- b. Es necesario modificar los ecosistemas propuestos por Ramírez, Scolari y Castellet para adaptarse a la situación actual descrita por los profesionales del sector que han sido entrevistados.

En este nuevo ecosistema encontraríamos cinco funciones básicas:

- **Creación y desarrollo**, que estaría formada por los fabricantes de hardware y software, los desarrolladores y los proveedores de contenido.
- **Distribución y acceso**, que estaría integrada por los sistemas operativos, las plataformas móviles, el conjunto de redes disponibles y las operadoras de dichas redes, y los proveedores de dispositivos móviles.
- **Consumo e interacción**, donde encontraríamos a los buscadores, las redes sociales y los agregadores de contenidos.
- **Promoción**. El sistema publicitario actuaría como punto de conexión permeable del resto de actores con el usuario. Además, habría una interrelación del sistema publicitario con cada uno de los actores ya mencionados.
- **Regulación**. Los agentes reguladores abarcarían a todos los actores mencionados hasta el momento, ya que deben respetar y cumplir las normativas.

La representación del modelo propuesto sería la que visualizamos en el gráfico 63.

Gráfico 56. Ecosistema móvil



Fuente: elaboración propia

Por otra parte, en cuando al papel del usuario en el ecosistema móvil, como ya se ha mencionado, sería el eje sobre el que se posicionan el resto de actores. No se le considera como un agente no productivo, ya que es productor y consumidor al mismo tiempo. Tal y como se ha comentado en el marco teórico, los *early adopters* tendrían un papel destacado en este modelo propuesto.

Con las entrevistas en profundidad también se ha intentado dar respuesta al **objetivo general 2: definir los factores de optimización y posicionamiento ASO (App Store Optimization), tanto de carácter general como de carácter más específico, de las tiendas de aplicaciones móviles seleccionadas.**



Las inferencias que se extraen a partir de las entrevistas son:

1. Hay una tendencia a pensar que el ASO y el SEO son parecidos; no obstante, no es lo mismo, ya que en las búsquedas móviles también existe el SEO, por lo que no se pueden aplicar los criterios *on-page* y *off-page* de este último en las tiendas de aplicaciones móviles al funcionar de otra forma.

No obstante, el objetivo de ambos es parecido, ya que se quiere posicionar de forma orgánica un producto (ya sea una aplicación móvil o un sitio web) entre los primeros puestos.

2. La propia arquitectura de información de las fichas de las aplicaciones móviles en los *markets* va a influir en la consecución de instalaciones, ya que los usuarios esperan encontrar determinados contenidos cuando buscan una aplicación.
3. El ASO no es una acción puntual, sino que es un proceso continuo que hay que ir mejorando durante el ciclo de vida de una aplicación móvil.
4. Cuando una nueva aplicación está a punto de lanzarse al mercado, es necesario analizar la situación del mercado y del sector en el que va a competir para poder implementar los factores *on-metadata* e intentar influir en los factores *off-metadata*.

Para la redacción del contenido habrá que buscar un equilibrio entre lo informativo y lo promocional.

5. Los desarrolladores o los responsables de las aplicaciones móviles pueden actuar sobre los factores *on-metadata*, variando su contenido y realizando test A/B para optimizar el contenido de las fichas de las aplicaciones, tratar de mejorar el posicionamiento orgánico, e intentar que los usuarios se descarguen la aplicación.

A partir de lo expuesto en las entrevistas, los factores generales *on-metadata* serían: el nombre o título de la aplicación, la descripción, el icono, la categoría en la que se va a posicionar la aplicación, las capturas de pantalla, el video demostrativo, y el desarrollador.

No obstante, en App Store habría que añadir las palabras clave, que son un elemento imprescindible para el posicionamiento. En Play Store, un factor específico sería la descripción corta.

Por su parte, los factores *off-metadata* son factores externos y los desarrolladores o los responsable de las aplicaciones no pueden ejercer sobre ellos el mismo control que aplican sobre los factores on-metadata. El mercado y, sobre todo los usuarios con sus roles de consumidores y productores de contenidos, serán claves en este tipo de factores.

Es por ello que la estrategia desarrollada desde las agencias en colaboración con el propio anunciante (o la propia marca) el experto en ASO y el desarrollador, será fundamental para intentar influir en los factores *off-metadata*.

Los comentarios, las valoraciones y el acceso recurrente por parte de los usuarios serán factores *off-metadata* a tener en cuenta en todas las plataformas según se desprende de las entrevistas.

**2. Análisis de contenido y método comparado.** Se ha querido responder también al **objetivo general 2:** definir los factores de optimización y posicionamiento ASO (*App Store Optimization*), tanto de carácter general como de carácter más específico, de las tiendas de aplicaciones móviles seleccionadas.

- a. La tendencia en la redacción del título o nombre de las aplicaciones móviles consiste en utilizar el nombre de la marca junto con palabras o frases que describan qué necesidades cubren dichas aplicaciones.

Existe todavía un pequeño porcentaje en ambas plataformas de aplicaciones (entre el 14% y el 24%) cuyo título es superior al número de caracteres máximo que se puede visualizar en los dispositivos móviles, por lo que no se está aprovechando al máximo el rendimiento que puede ofrecer el título en la conversión.

Además, la mayoría de los responsables de las aplicaciones no ven la necesidad de llevar a cabo una contextualización de los títulos traduciéndolos al español, sino que optan por usar el inglés de forma predominante.

Por último, en cuanto al título de las aplicaciones, no se suelen llevar a cabo modificaciones en el mismo y, la mayoría de las veces que se ha llevado a cabo, no ha servido para mejorar el posicionamiento orgánico. Se puede inferir, por tanto, que no se ha llevado a cabo una estrategia de optimización efectiva.

- b. En referencia a la descripción, la estrategia seguida es bastante heterogénea, dependiendo del modelo de negocio de la aplicación y de la plataforma en la que se encuentre. En este caso, sí que se opta por redactarla en español de forma mayoritaria.
- c. Predominan los desarrolladores que tienen más de 10 aplicaciones en el *market* seleccionado, lo que nos infiere que hay una serie de desarrolladores que ocupan un lugar predominante en el mercado y pueden posicionar mejor sus aplicaciones.
- d. Como ya se ha mencionado en el marco teórico, el icono es el primer elemento visual con el que entra en contacto el usuario. En este caso, la tendencia es emplear isotipos, de forma que la aplicación viene representada a través de la imagen. Aunque no hay tipografía, el usuario identifica la aplicación y entiende qué representa el diseño.
- e. Las categorías que más utilizan los usuarios son las de carácter lúdico y las sociales, lo que viene a confirmar lo comentado en el marco teórico sobre el tipo de actividades que realizan los usuarios con sus *smartphones*.
- f. La media de capturas de pantallas que presentan las aplicaciones analizadas viene determinada por la tienda de aplicaciones en la que estén disponible, ya que Google ofrece la posibilidad de mostrar más. Mientras que en App Store la tendencia es subir el máximo de capturas posible, en Play Store depende de los objetivos del propio desarrollador.

A pesar de que ambas plataformas ofrecen la posibilidad de utilizar capturas entrelazadas, que aporten mayor coherencia al contenido, no es una característica que se utilice mucho.

Por último, al igual que sucede en las descripciones, cuando hay presencia de texto en las capturas, se utiliza el español de forma predominante.

- g. Un recurso audiovisual que puede influir mucho es el video demostrativo, sin embargo es muy poco utilizado en App Store y, en Play Store solamente lo utilizan la mitad de las aplicaciones.
- h. Tanto en valoraciones como en los comentarios las aplicaciones mejor posicionadas tienen resultados positivos, lo que sugiere que llevan a cabo acciones de retención de sus usuarios activos.
- i. Google y Apple no le conceden la misma importancia a la comunicación de los idiomas en los que está disponible una aplicación. En App Store es un campo obligatorio, por lo que el usuario está más informado; mientras que en Google se pueden generar experiencias de usuario más negativas a causa de ello, ya que el usuario tiene que instalarse la aplicación para saber en qué idioma está disponible la aplicación.
- j. Las aplicaciones en App Store tienen un tamaño mayor que las de Play Store, lo cual puede suponer un freno por parte del usuario si tiene un *smartphone* de gama media o baja con capacidad reducida.
- k. En cuanto al modelo de negocio, que aunque no sea un factor ASO, sí que puede influir en las conversiones. En Play Store está bastante equilibrado entre las que ofrecen compras *in-app* y las que no; sin embargo, en App Store depende de si las aplicaciones son gratuitas (en ese caso no dominan las aplicaciones con compras integradas) o de pago (prevalecen las aplicaciones con compras integradas).
- l. Los cambios en los precios de las aplicaciones influyen en el posicionamiento, pues al ser un factor de conversión puede influir en el número de descargas. En general, cuando se sube el precio de las

aplicaciones, el posicionamiento suele bajar ya que disminuye el número de descargas diarias.

Además, también se ha querido responder al **objetivo general 3: determinar las tendencias de éxito, con sus semejanzas y diferencias, en las plataformas escogidas en base al periodo seleccionado.**

- a. La mayoría de las aplicaciones analizadas no coinciden en App Store y Play Store, lo que sugiere que las necesidades demandadas por los públicos objetivos de cada plataforma no son las mismas.
- b. Atendiendo a la clasificación realizada por IAB y comentada en el apartado 4.3 del marco teórico: para las aplicaciones gratuitas, los usuarios coinciden mayoritariamente en aquellas diseñadas con objetivos funcionales (38,6%). Si nos fijamos en las aplicaciones de pago, casi el 70% de las aplicaciones coincidentes tienen un carácter lúdico.
- c. En cuanto a las aplicaciones gratuitas analizadas, cuando se produce la coincidencia en las dos plataformas, generalmente utilizan el título, descripciones, icono y las mismas, o muy parecidas, capturas de pantalla.

Esto nos indica que los desarrolladores o los responsables de las aplicaciones no han llevado a cabo un análisis del público objetivo, ya que los resultados en cada una de las plataformas no es el mismo.

- d. La situación de las aplicaciones de pago difiere de las gratuitas, ya que se aprecia un esfuerzo por diferenciar los contenidos y contextualizarlos para atraer a los diferentes públicos objetivos.

En esta caso, los únicos elementos que se repiten de forma generalizada son el título y el icono, para darle una coherencia a la imagen de marca de la aplicación; sin embargo, se ha optado por:

- presentar descripciones adaptadas aportando datos del sistema operativo correspondiente,
- capturas de pantalla con mensajes personalizados y mostrando ejemplos de terminales móviles de cada plataforma,
- y un uso mayoritario del video demostrativo, lo que infiere que los desarrolladores o los responsables de las aplicaciones son conscientes de la importancia de potenciar aquellos elementos que sirven para mejorar la conversión.

**PARTE IV**

**CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE  
INVESTIGACIÓN**





## Capítulo 7. Conclusiones

A raíz de lo expresado a lo largo de la investigación, es necesario resaltar una vez más que “la sociedad del conocimiento conlleva valorar nuevos aspectos en el proceso de comunicación en los que el receptor de información se convierte en participante de la comunicación” (Ros, 2006: 334).

En este sentido, en los últimos años hemos asistido a grandes innovaciones y mejoras tecnológicas en el campo de la comunicación móvil, tal y como se ha comentado a lo largo del capítulo 3. El desarrollo de los dispositivos móviles ha cambiado los formatos y la forma de consumir contenidos, pues “(...) el boom de las nuevas tecnologías en comunicación elimina las barreras físicas, cambiando incluso el modo y la percepción comunicativa” (Gómez, 2010: 240)

A partir de las entrevistas en profundidad, se puede concluir que los usuarios llevan consigo el móvil estén donde estén, convirtiéndose en una extensión suya para poder consultar en cualquier momento y lugar el contenido que precise. En este contexto, tal y como se ha desarrollado en el apartado 4.3 del marco teórico, Google ha acuñado el concepto de “micromomento”, que viene a definir cómo consumen contenidos los usuarios a partir de la ubicuidad que proporcionan los dispositivos móviles.

Este hecho ha influido en las relaciones específicas de los actores del ecosistema móvil. De hecho, “Castells habla del surgimiento de una «sociedad-red» que posibilita una cultura de la autonomía” (Martínez, Martín y García, 2015: 79).

En un contexto de saturación de información, las marcas han tenido que reinventarse para poder alcanzar a sus públicos objetivos generando contenidos que se adapten a las propias características de los dispositivos móviles. En este sentido, y tal y como se ha expuesto en el capítulo 4, las marcas pueden optar por cuatro tipos de presencia móvil: web móvil, *responsive design*, *responsive design* y web móvil, y aplicación móvil.

Centrándonos en estas últimas, con más de 3 millones de aplicaciones entre las dos plataformas líderes en cuota de mercado según IAB (2014), como son App Store y Play Store; y teniendo en cuenta la gran cantidad de contenido al que tienen acceso los usuarios, es obvio que aquellas aplicaciones con un

mejor posicionamiento orgánico serán más visibles para los usuarios potenciales y habrá más posibilidades de que éstos se las instalen en sus dispositivos. Como se ha explicado en el apartado 4.3 del marco teórico, el ASO, que es la optimización del posicionamiento orgánico de las aplicaciones, tiene como objetivo mejorar la visibilidad de las aplicaciones en las tiendas de aplicaciones móviles.

A partir del análisis de contenido realizado en el trabajo de campo para determinar cómo se realiza la gestión del contenido generado en los factores que influyen en el posicionamiento orgánico de las aplicaciones móviles una vez éstas se suben en las tiendas de aplicaciones móviles, se puede concluir que todavía queda por recorrer un largo camino de concienciación sobre la importancia de una correcta implantación de estrategias de ASO.

Una vez ya han sido interpretados los resultados obtenidos en el trabajo de campo realizado en relación con los objetivos generales de nuestra investigación, se van a desarrollar a continuación las principales conclusiones en torno a los objetivos generales y específicos. Posteriormente se procederá a validar o refutar las hipótesis formuladas en el Capítulo I introductorio.

### **Conclusión 1**

**El ecosistema móvil está formado a su vez por tres conjuntos de ecosistemas (uno tecnológico, otro de contenidos y un último de carácter publicitario) que interactúan entre ellos y que tienen al usuario como eje vertebrador de sus acciones.**

Esta primera conclusión está cimentada a través de una serie de inferencias que responden al **objetivo general 1** de la investigación, que plantea realizar una revisión del ecosistema móvil, identificando los actores que interactúan en el mismo.

En este sentido, de los resultados conseguidos en la investigación llevada a cabo se puede apuntar que:

1. En relación con el **objetivo 1.1**, que pretende conocer la estructura del ecosistema móvil; podemos concluir que existen cuatro grandes áreas que delimitan la estructura móvil:
  - a. **Las plataformas inalámbricas** que van a impulsar las iniciativas digitales de los fabricantes de hardware y software e, incluso, de los propios desarrolladores.
  - b. **Las herramientas tecnológicas** que se van a utilizar para adaptarse a la constante evolución del ecosistema móvil.
  - c. **Los servicios** que se van a ofrecer a los usuarios en base a los avances en materia de movilidad.
  - d. **Las estrategias** que se desarrollarán para poder destacar en un contexto de infoxicación<sup>34</sup> y de pérdida de atención por parte del usuario.
2. En relación con el **objetivo 1.2**, que plantea analizar la influencia del ecosistema móvil en los usuarios; se puede concluir que es justamente al contrario, es decir, es el usuario quien influye en el ecosistema móvil y en su evolución.

En este sentido, son los propios usuarios los que fijan los períodos de atención digital que están dispuestos a destinar en sus experiencias, por lo que el resto de agentes que forman parte de la estructura móvil deben desarrollar acciones que consigan captar su atención y convertirlos posteriormente en usuarios activos y fieles.

Las aplicaciones se han convertido, en este contexto, en las ventanas a través de las cuales los usuarios acceden a los contenidos en el momento que lo precisen, por lo que es necesario llevar a cabo estrategias que permitan a dichas aplicaciones un posicionamiento efectivo.

---

<sup>34</sup> “El profesor italiano Giovanni Sartori denomina este exceso informativo como infopolución y el español Enrique Dans lo llama infoxicación” (Martínez y Cabezuelo, 2010: 19).

## **Conclusión 2**

**Existe una concienciación de que es necesario llevar a cabo estrategias para mejorar el posicionamiento orgánico de las aplicaciones, pero todavía no es una práctica generalizada.**

Esta segunda conclusión está fundamentada a través de una serie de interpretaciones que responden al **objetivo general 2**, que plantea definir los factores de optimización y posicionamiento ASO (App Store Optimization), tanto de carácter general como de carácter más específico, de las tiendas de aplicaciones móviles seleccionadas.

En este sentido, de los resultados obtenidos en la investigación realizada se puede subrayar que:

1. En relación con el **objetivo 2.2**, que quiere analizar cuáles son las características que debería tener el contenido generado para intentar conseguir un mejor posicionamiento orgánico de las aplicaciones móviles, se puede concluir que no existe un consenso generalizado en torno a ello y que depende de los objetivos marcados en función del tipo de aplicación.

A partir de los resultados reflejados en las entrevistas en profundidad, se puede concluir también que es necesario llevar a cabo un estudio pormenorizado del sector en general y, de la competencia en particular, antes de generar el contenido de la ficha de las aplicaciones que se van a subir en las *stores*.

Además, en un contexto donde surgen cada día 40 mil aplicaciones nuevas según la Fundación Telefónica, es imprescindible que la marca, la agencia, el desarrollador y el experto en ASO trabajen de la mano desde las primeras etapas de inicialización de una aplicación, pues no todas las marcas necesitan una y, las que sí, deben aportar un valor añadido. Para sobresalir en un mercado tan saturado, la optimización del posicionamiento va a ser clave.

También es reseñable la utilización del inglés en un mercado tan globalizado. A partir de los resultados obtenidos se ha podido

apreciar la existencia de un alto porcentaje de aplicaciones que tienen el título, la descripción o los textos de las capturas de pantalla en este idioma y, dado que presentan un posicionamiento orgánico estable y bueno, se puede concluir que el idioma utilizado en la redacción de los contenidos de la ficha de la aplicación no tiene una influencia decisiva en la intención de descarga por parte de los usuarios.

En lo referente a la redacción de los contenidos propios de las descripciones, la línea seguida difiere si la aplicación es gratuita o de pago; lo que muestra que los responsables de la aplicación son conscientes de que los usuarios no demandan lo mismo en ambos casos.

En el caso de las aplicaciones gratuitas se sigue una estrategia basada en contenidos informativo/descriptivos, o en contenidos informativos/descriptivos con elementos emocionales que consigan captar la atención del usuario. Si hablamos de las aplicaciones de pago, donde los usuarios son más exigentes al entender que la calidad del servicio es superior, se les ofrece más información de carácter técnico.

En cuanto a las características de los elementos visuales:

- En los iconos, la línea a seguir en ambas plataformas es la misma, optando mayoritariamente por isotipos debido al reducido tamaño del icono. Es decir, se buscan diseños sencillos con uno o dos elementos visuales sencillos y fáciles de reconocer por parte de los usuarios.
- En las capturas de pantalla, el formato que se utiliza de forma preferente es el vertical, aún cuando muchas de las aplicaciones están desarrolladas para visualizarse en una posición horizontal; lo que puede llevar a engaño a los usuarios.

Además, de forma preferente se opta por combinar imágenes con textos explicativos en las capturas de pantalla, sin tener en cuenta que muchos usuarios no se leen esos textos cuando las capturas de pantalla aparecen en los resultados de búsqueda

debido al tamaño de las mismas, por lo que es necesario que las imágenes presentadas se comprendan por sí mismas.

Por otra parte, en muchas ocasiones no se sigue una estructura jerarquizada de la información, por lo que se concluye que no se aprovecha al máximo el rendimiento que pueden ofrecer a nivel de conversión los *screenshots*.

- Los videos demostrativos, cuando están presentes, ofrecen un contenido funcional que permite al usuario conocer mejor cómo funciona la aplicación y qué se va a encontrar; de esta forma, las expectativas de los usuarios pueden confirmarse antes de su instalación. Como se ha podido apreciar, las aplicaciones con este elemento representan una minoría, por lo que se puede interpretar que las posibilidades de conversión son inferiores.

2. Con respecto al **objetivo 2.3**, que plantea conocer qué factores de posicionamiento son comunes para las tiendas de aplicaciones móviles escogidas y cuáles son diferentes, se puede concluir que muchas veces se confunden cuáles son los factores de posicionamiento y cuáles los de conversión. No obstante, estos últimos influyen de forma indirecta en el posicionamiento, por lo que también es necesario optimizarlos.

Los dos factores diferentes en la optimización del posicionamiento son las palabras clave y la descripción breve. Con respecto a las palabras clave, se puede concluir que los algoritmos utilizados por Apple y Google son diferentes, pues mientras en App Store las palabras clave utilizadas en el campo "*Keywords*" son consideradas como uno de los principales factores de posicionamiento, en Play Store se decantan por la condensación de palabras en el título y la descripción principalmente.

En esta misma línea, la descripción corta no es más que un prelude para generar interés en el usuario y que lea la descripción larga. En el caso de Google se opta por resaltar este factor, mientras que en

Apple se muestran las tres o cuatro primeras líneas de la descripción general y se añade un enlace para visualizarla entera. Se puede concluir, por tanto, que ambas plataformas son conscientes de la importancia de la descripción de la aplicación como factor de conversión.

Esta segunda conclusión también se fundamenta a partir de las inferencias que responden al **objetivo general 3**, es decir, determinar las tendencias de éxito, con sus semejanzas y diferencias, en las plataformas escogidas en base al periodo seleccionado.

De los resultados obtenidos en la investigación se puede destacar que:

1. En relación con el **objetivo 3.2**, que planteaba comprobar si existían coincidencias entre las tendencias de éxito de Android e iOS, se puede concluir que representan un porcentaje muy pequeño dentro de la muestra seleccionada; lo que denota que las demandas y necesidades del público objetivo de cada sistema operativo tienen algún punto en común pero van por caminos separados.

Si observamos el total de aplicaciones analizadas, antes de ver las coincidentes, y tenemos en cuenta la clasificación aportada por IAB, tenemos los siguientes resultados:

- en App Store son más numerosas las aplicaciones funcionales, es decir, aquellas que ofrecen utilidades para el propio dispositivo, banca y finanzas, compras, reservas, y servicios en general.

- en Play Store destacan las aplicaciones lúdicas, es decir, escucha de música/radio, juegos, consultas sobre deportes, contenidos de televisión, visualización de videos, blogs, etc.

Ello nos lleva a considerar que las demandas de ambos públicos objetivos son diferentes; al menos, durante el periodo de tiempo analizado.

2. A partir de los resultados apreciados tras la realización del análisis de contenido, se puede concluir también que se cuida más la

contextualización de los contenidos en las aplicaciones de pago que en las gratuitas. Esto permite responder al **objetivo 3.3**, que emplazaba a comprobar si el contenido generado para las aplicaciones coincidentes era el mismo.

A través del análisis comparado se puede concluir que la mayoría de los desarrolladores o responsables de las aplicaciones no han aprovechado al máximo todas las posibilidades que ofrecen las tiendas de aplicaciones para poder diferenciar sus aplicaciones y destacar frente a la competencia.

Exceptuando el contenido generado para las descripciones, en general, el título, el icono, las capturas de pantalla y el video demostrativo suele ser el mismo para ambas plataformas. Como ya hemos comentado, las demandas de los públicos objetivos de ambas plataformas tienen demandas diferenciadas, por lo que se puede concluir que no se realizan grandes esfuerzos por conocer a dicho público objetivo y cómo atraerlo.

### **Conclusión 3**

**Es necesario saber utilizar de forma correcta las palabras clave por las que se quiere posicionar una aplicación, siendo Google un sistema menos rígido con respecto a Apple.**

Esta tercera conclusión está fundamentada también, a través de una serie de apreciaciones que responden al **objetivo general 2**, que plantea definir los factores de optimización y posicionamiento ASO (*App Store Optimization*), tanto de carácter general como de carácter más específico, de las tiendas de aplicaciones móviles seleccionadas.

En este sentido, de los resultados obtenidos en la investigación realizada se puede subrayar que:



- En relación con el **objetivo 2.2**, que quiere analizar cuáles son las características que debería tener el contenido generado para intentar conseguir un mejor posicionamiento orgánico de las aplicaciones móviles, la conclusión a la que llegamos es que es más importante la colocación de las palabras clave que su frecuencia. Además, la diferencia entre utilizar una adecuada o una inadecuada *keyword* puede afectar al volumen de descargas

Mientras que en Apple existe un campo propio donde definir las *keywords* clave y, como ya hemos comentado, es uno de los principales factores *on-metadata* para el posicionamiento; en Google se tienen en cuenta más elementos para la ubicación de dichas palabras clave, siendo los comentarios de los usuarios quienes tienen un mayor peso.

Tras la presentación y fundamentación de las tres principales conclusiones, se va a proceder a la validación o refutación de las hipótesis planteadas en el capítulo introductorio del trabajo de investigación.

En primer lugar, la **primera hipótesis** planteada presuponía que **“La evolución del entorno móvil ha dado lugar a relaciones específicas dentro de la cadena de valor que conforman los actores del ecosistema móvil, por lo que el contenido ofrecido, la arquitectura de información y la experiencia de usuario serán claves para el éxito de una aplicación en relación a su posicionamiento en las stores”**.

A partir de los resultados que se han obtenido en el trabajo de campo presentado, se ha verificado que el ecosistema móvil está formado por un conjunto de actores que se interrelacionan entre sí. Al ubicar en el centro de dicho ecosistema al usuario, sus experiencias influyen en la cadena de valor que conforman los actores del ecosistema.

Por otra parte, el modelo propuesto sobre la estructura del ecosistema móvil en el capítulo de las interpretaciones de los resultados, nos permite visualizar las relaciones que existen entre los actores que lo conforman.

Los resultados de las entrevistas en profundidad destacan que la arquitectura de la información sí es importante en la conversión del objetivo fijado, es decir, en la consecución de instalaciones.

Para la validación de la primera hipótesis se ha tenido en cuenta también la subhipótesis o hipótesis dependiente planteada.

- En relación con la **subhipótesis o hipótesis dependiente 1.1**, que suponía que **“el contenido y la organización del mismo en la interfaz de las tiendas de aplicaciones móviles influye en la decisión de realizar la descarga e instalación de la aplicación”**, se ha validado también a partir de los resultados de las entrevistas en profundidad, donde 8 de los 12 entrevistados indican que la arquitectura influye en la consecución de descargas.

No obstante, y en relación a los resultados del análisis de contenido, hay grandes diferencias en el tratamiento del diseño de la arquitectura de información entre las aplicaciones en App Store y Play Store. Este punto representa la única contradicción entre los resultados del trabajo de campo.

En segundo lugar, atendiendo a la **hipótesis 2**, que presupone que **“la aparición constante de nuevas aplicaciones en el ecosistema móvil hace necesario considerar la necesidad de llevar a cabo estrategias y técnicas de optimización y posicionamiento orgánico dentro de las tiendas de aplicaciones que permitan contactos efectivos entre los usuarios y las aplicaciones móviles”**, también se ha podido validar a través de los resultados obtenidos en el trabajo de campo.

De las entrevistas en profundidad se desprende la necesidad de llevar a cabo mediciones sobre los resultados en el marketing móvil en general, y en las aplicaciones en particular. Estas mediciones pueden ayudar a mejorar los procesos de optimización y facilitar la labor experto en ASO, que implementará acciones para mejorar el posicionamiento orgánico y aparecer entre los primeros resultados de búsqueda cuando los usuarios realicen consultas en las tiendas de aplicaciones móviles.

Para la validación de la segunda hipótesis se ha tenido en cuenta también la subhipótesis o hipótesis dependiente planteada.

- En relación con la **subhipótesis o hipótesis dependiente 2.1**, en la que se presuponía que “**los desarrolladores de aplicaciones, o las personas responsables de las mismas, deben trabajar en los factores internos del posicionamiento e intentar influir en los factores externos para mejorar la conversión de los usuarios**”, también ha quedado validada por los resultados del trabajo de campo.

En las entrevistas en profundidad ya se menciona que los factores *on-metadata* son aquellos en los que el contenido es generado por la persona responsable de la aplicación, mientras que los *off-metadata* vienen influidos por los propios usuarios a partir de los comentarios, las valoraciones, el *engagement* y el volumen de las instalaciones. De esta forma, tal y como se destaca, se deberá llevar a cabo acciones para mejorar los tres primeros parámetros y que ellos deriven en un aumento de las descargas o instalaciones.

En tercer lugar, en relación con la **hipótesis 3**, que presuponía que “**las tendencias de éxito de las aplicaciones son diferentes en función de las tiendas de aplicaciones seleccionadas, aunque los factores de optimización y posicionamiento sean parecidos**”, también ha quedado validada a partir de los resultados del análisis de contenido y del análisis comparado.

Tal y como se indica en el capítulo sobre el trabajo de campo, se analizaron 200 aplicaciones gratuitas y 127 de pago, resultando coincidentes 44 gratuitas y 13 de pago, lo que supone un 22% y un 20,4% respectivamente. Esto nos precisa que hay grandes diferencias entre las aplicaciones más demandadas por los usuarios de una y otra plataforma, por lo que sus necesidades y preferencias son distintas.

Por otra parte, en cuanto a los factores de posicionamiento, tal y como se ha recogido tanto en el marco teórico como en las entrevistas en profundidad, poseen elementos comunes y algunos particulares. La principal conclusión es

que no se hace una distinción entre los factores que sirven expresamente para el posicionamiento en función de los parámetros fijados por el algoritmo de los buscadores de los *stores*, y los factores que pueden ayudar a la conversión.

Finalmente, los factores propuestos en este trabajo son:

**1. En el caso de App Store:**

- a. los factores *on-metadata* serían el *app name*, el desarrollador e histórico del desarrollador, palabras clave o *keywords*, y la categoría.
- b. los factores *off-metadata*, serían el volumen y la velocidad de las instalaciones, y la capacidad de generar *engagement* que tenga la aplicación.

**2. En el caso de Play Store:**

- a. los factores *on-metadata* serían el título de la aplicación, descripción corta y larga, el desarrollador e histórico del desarrollador, y la categoría.
- b. los factores *off-metadata*, serían el volumen y la velocidad de las instalaciones, los comentarios de los usuarios y, la capacidad de generar *engagement* que tenga la aplicación.

También se pueden encontrar una serie de componentes híbridos de conversión<sup>35</sup> que van a afectar al número de descargas y, por tanto, al volumen de instalaciones (primer factor *off-metadata*). Entendemos que estos componentes son híbridos porque los desarrolladores o los responsables de la aplicación pueden modificarlos para mejorar su posicionamiento dentro de App Store o de Play Google para animar al usuario a que se instale la aplicación

---

<sup>35</sup> En este caso se entiende la conversión como la instalación de la aplicación en el dispositivo de un usuario.

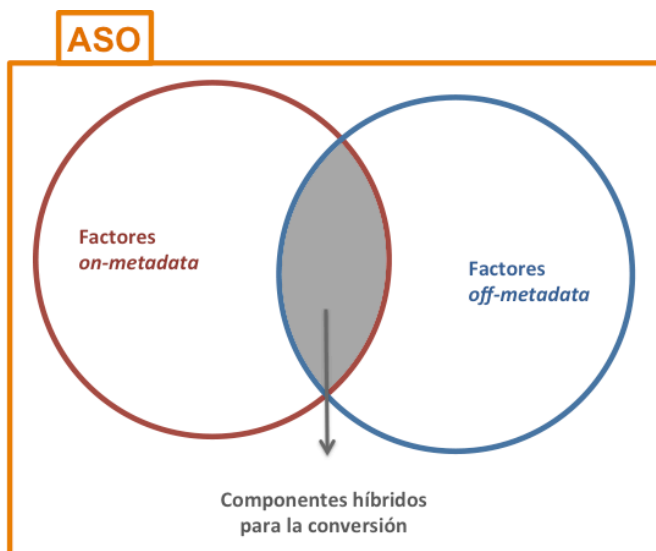
(característica propia de los factores *on-metadata*) y, a su vez, podrán incidir sobre los factores *off-metadata*.

Los componentes híbridos serían:

- a. Icono
- b. Capturas de pantalla o *screenshots*
- c. Imagen destacada
- d. *Video preview*
- e. Tamaño de la aplicación
- f. Valoración de edad
- g. Precio de la aplicación
- h. Menciones en sitios web
- i. *Rating*
- j. Número de actualizaciones (cuando los usuarios están fidelizados)

A continuación se puede ver una síntesis conceptual del modelo de ASO propuesto.

Gráfico 57. Modelo de ASO



Fuente: elaboración propia

## Capítulo 8. Futuras líneas de investigación

A partir de todo lo expuesto y, considerando los resultados obtenidos, se pueden plantear las siguientes líneas de investigación:

- **Análisis comparado de la usabilidad de las fichas de las aplicaciones en las stores.** A través del análisis de la usabilidad, y con técnicas de *eyetracking*, se podría conocer realmente qué recorrido visual realiza el usuario cuando quiere saber si una aplicación puede satisfacer una necesidad y, por tanto, instalarla en su dispositivo móvil.
- **Adaptación del estudio a otros sistemas operativos.** Como se ha comentado anteriormente, en este trabajo de investigación nos hemos centrado en iOS y Android, pero no son los únicos sistemas operativos del mercado.
- **Creación de un modelo de análisis de la identidad visual y la comunicación corporativa de las aplicaciones móviles en un sector determinado (educación, finanzas, juegos,...).** Con ello, lo que pretendería es llevar a cabo un análisis de los aspectos clave en la gestión de la identidad visual y de la comunicación corporativa a través de las aplicaciones móviles; identificando aquellos descriptores que permitieran la construcción de dicho modelo.
- **Análisis experimental de los factores de posicionamiento en una aplicación en concreto.** De esta forma, el objetivo de la investigación sería determinar qué efectos tiene sobre la aplicación la variación de los factores *on-metadata* y *off-metadata* y los componentes híbridos propuestos.
- **Aproximación a la analítica móvil,** investigando en torno a la relación entre los objetivos y las unidades de análisis propias de los dispositivos móviles. En la tesis se ha hablado sobre las principales unidades o métricas a tener en cuenta, pero en futuras líneas de investigación se puede desarrollar más el tema a partir de casos experimentales.

**PARTE V**  
**BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS**





## Bibliografía

ABC (16 de febrero de 2015). ¿Qué es una API y para qué sirve? [en línea]. Recuperado de: <http://www.abc.es/tecnologia/consultorio/20150216/abci--201502132105.html>

Acera, M.A. (2014). *Analítica web 2.0* Madrid: Anaya Multimedia.

ADJUST (2015). The course of discovery in 2015, [en línea] [https://docs.google.com/a/adeven.com/forms/d/e/1FAIpQLSf\\_qLAvT\\_7A-VYliglwqUO9m1gDv54qB1GC5vIWaxfy4Tkntg/viewform](https://docs.google.com/a/adeven.com/forms/d/e/1FAIpQLSf_qLAvT_7A-VYliglwqUO9m1gDv54qB1GC5vIWaxfy4Tkntg/viewform)

AGPD (2013). Guía sobre las normas de uso de las cookies, [en línea] [http://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/Guias/Guia\\_Cookies.pdf](http://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/Guias/Guia_Cookies.pdf)

Aguado, J.M., Feijóo, C. y Martínez, I.J. (2011). Contenidos digitales y comunicación móvil: hacia la transformación de Internet. *Derecho a Comunicar*, 2 (3), 1-15.

(2013). Introducción: de la cuarta pantalla al medio líquido. En *La comunicación móvil*, 11-26. Barcelona: Editorial Gedisa

Aguado, J.M. y Martínez, I.J. (2006). El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural. *ZER, Revista de estudios de comunicación*, 11 (20), 319-342.

AIMC (2015). *Navegantes en la red* [en línea]. Recuperado de: <http://www.aimc.es/-Navegantes-en-la-Red-.html>

Allanwood, G. y Beare, P. (2015). *Diseño de experiencias de usuario*. Barcelona: Parramón.

Alet, J. (1994). *Marketing Relacional*. Madrid: Gestión 2000.

(2007). *Marketing directo e interactivo*. Madrid: ESIC Editorial.

Anderson, S.P. (2011). *Diseño que seduce. Cómo crear webs y aplicaciones atractivas al usuario*. Madrid: Anaya Multimedia.

Andreu, A. (2001). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. [en línea] Recuperado de: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

Arcila, C., Barbosa, E. y Cabezuelo, F. (2016). Técnicas big data: análisis de textos a gran escala para la investigación científica y periodística. *El profesional de la información (EPI)*, 25(4), 623-631.

Ash, T. (2008). *Landing page optimization: The definitive guide to testing and tuning for conversions*. Indiana: Wiley Publishing, Inc.

Bailey, K. (2007). *Methods of Social Research* (4ª ed.). New York: The Free Press.

Balcells, J. (1994) *La investigación social. Introducción a los métodos y las técnicas*. Barcelona: PPU - Promociones y Publicaciones Universitarias

Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal.

Bartolini, S., Cotta, M., Morlino, L., Panebianco, A. y Pasquino, G. (1996). *Manual de Ciencia Política*. Madrid: Alianza.

Benavides, J., Villagra, N., Alameda, D., Fernández, E. (2010). Los anunciantes españoles y el nuevo contexto de comunicación: una aproximación cualitativa. *Revista Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna*, (65), 159-175.

Berelson, B. (1952) *Content Analysis in Communications Research*. New York: Free Press.

Berganza, M.R. y Ruiz, J.A. (2005) *Investigar en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.

Bresnen, M.J.; Bryman, A.E.; Ford, J.R.; Keil, E.T.; Beardsworth, A. D.; Jepson, M.A. y Wray, K. (1984). Effective Construction Site Management: A Review. *Construction Engineering and Management*, 110 (4), 420-436.

Bose, R. (2002). Customer relationship management: key components for IT success. *Industrial management & Data systems*, 102 (2), 89-97.

Buenfil, C. (2009). Publicidad en dispositivos móviles: aspectos que determinan su viabilidad. *Razón y palabra*, (68), 21.

Bunge, M. (1989). *La investigación científica*. Barcelona: Ariel.

Cabezuelo-Lorenzo, F., Bonete-Vizcaíno, F., & Sánchez-Martínez, M. (2016). Análisis de la información y documentación científica española sobre el fenómeno de las smart cities, el hábitat de los nativos digitales. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 27(1), 102-124.

Caïs, J. (1997) *Metodología de Análisis Comparativo*. Madrid: Editorial Centro de Investigaciones Metodológicas.

Calzada, J. y Estruch, A. (2011) Telefonía móvil en España: regulación y resultados. *Cuadernos Económicos de ICE*, 81, 39-70.

Carretero, J., García, F., De Miguel, P. y Pérez, F. (2007). *Sistemas operativos. Una visión aplicada*. Madrid: McGraw-Hill

Castellet, A. (2012). *El ecosistema del contenido móvil: actores, líneas de evolución y factores de disrupción*. (Tesis Doctoral) Universidad de Murcia, Murcia.

Castellet, A. y Feijóo, C. (2013). Los actores en el ecosistema móvil. En J.M. Aguado, C. Feijóo, y I.J. Martínez (Coords.), *La comunicación móvil*, 27-57. Barcelona: Editorial Gedisa.

Castelló, A. (2011). CRM social: la orientación empresarial hacia el cliente en plataformas 2.0. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, 6 (7), 3-36.

Castelló, A. y Del Pino, C. (2015). La comunicación publicitaria con influencers. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, 8 (14), 21-50.

Castells, M. (2006). *Comunicación móvil y sociedad*. Barcelona: Ariel.

Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Linchuan, J. y Sey, A. (2007) *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. MIT Press, 149-155.

Cea, M.A. (2012). *Fundamentos y aplicaciones en metodología cuantitativa*. Madrid: Síntesis

Clark, J. (2011). *Diseño y usabilidad de aplicaciones iPhone*. Madrid: Anaya Multimedia.

Clemente, P. (2013). *Diseño web adaptativo*. Madrid: Anaya Multimedia.

Corbetta, P. (2010) *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.

Cubo, S., Martín, B., García, J.L. (Coord.) (2011). *Métodos de investigación y análisis de datos en ciencias sociales y de la salud*. Madrid: Ediciones Pirámide Grupo Anaya, S.A.

Cuesta, F. y Alonso, M.A. (2010). *Marketing directo 2.0. Cómo vender más en un entorno digital*. Barcelona: Gestión 2000.

Dans, E. (2001). Sobre modas y realidades: CRM o el nuevo marketing digital. En *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, (791), 55-62.

De Bernardo, C.M. y Priede, T. (2007). *Marketing móvil: una nueva herramienta de comunicación*. La Coruña: Netbiblo

De Luca, D. (2013). *Apps HTML5 para móviles. Desarrollo de aplicaciones para smartphones y tablets basado en tecnologías Web*. Barcelona: Marcombo S.A.

De Salas, I. (2013). ¿Es precisa una legislación específica para la publicidad en Los dispositivos móviles?. *DERECOM*, 15, 1-15.

Del Río, O. y Velázquez, T. (2005). Planificación de la investigación en comunicación. En *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*, 43-76. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

Deza, M. (2007). *Consumidores nómadas*. La Coruña: Netbiblo

Bird, D. (1991). *Marketing directo con sentido común*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Castañeda, L. y Adell, J. (Eds.). (2013). *Entornos Personales de Aprendizaje: claves para el ecosistema educativo en red*. Alcoy: Marfil.

- Esteban, L. (Septiembre de 2016). *Estrategias de promoción de apps*. En IV Congreso ATC (App Trade Center), Valencia.
- Eguíluz, J. (2008). *Introducción a Ajax*. [en línea]. Recuperado de: <http://librosweb.es/libro/ajax/>
- Estrade, J.M., Jordán, D. y Hernández, M.A. (2012). *Marketing digital. Marketing móvil, SEO y analítica web*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Feijoo Gonzalez, Claudio Antonio; Gómez Barroso, José Luis y Mochón, Asunción (2011). *Modificaciones en la gestión del espectro: opciones y situación actual*. "Cuadernos económicos del ICE (Información Comercial Española)", (81), 175-194.
- Feldmann, V. (2005). *Leveraging Mobile Media. Cross-Media Strategy and Innovation Policy for Mobile Media Communication*. Heidelberg-New York: Physica Verlag.
- Fundación Telefónica (2016). *La Sociedad de la Información en España 2015*. Madrid: Ariel.
- Fundación de la Innovación Bankinter (2011). *El Internet de las Cosas* [en línea]. Recuperado de: [http://boletines.prisadigital.com/El\\_internet\\_de\\_las\\_cosas.pdf](http://boletines.prisadigital.com/El_internet_de_las_cosas.pdf)
- Gaitán, J.A. y Piñuel J.L. (1998). *Técnicas de investigación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis
- Gallardo, G. (Septiembre de 2016). *ASO (App Store Optimization). La base del Growth Mobile*. En IV Congreso ATC (App Trade Center), Valencia.
- García, I. (2010). Marketing Digital Multimedia: nuevos formatos y tendencias. En *Transmídia: estratégias e processoss de construção de mundos*, 2 (2), 37-45.
- Gardner, H. y Davis, K. (2014). *La generación APP*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Godoy, J. (2009). Comprender la analítica web. En Sanagustín (Coord.), *Claves del nuevo marketing*, 175-186. Barcelona: Gestión 2000.
- González, M.J. (1997). *Metodología de la Investigación Social*. Madrid: Amalgama.

González, C., Fanjul, C. y Cabezuelo, F. (2015). Uso, consumo y conocimiento de las nuevas tecnologías en personas mayores en Francia, Reino Unido y España. *Comunicar*, 22(45), 19-28.

González, D. y Marcos, M. (2013). Responsive web design: diseño multidispositivo para mejorar la experiencia de usuario. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, (31) 8.

Goodin, R.E. y Klingemann, H. (2001). *Nuevo Manual de Ciencia Política*. Madrid: Istmo.

Gorden, R. (1975). *Interviewing. Strategy, techniques and tactics*. Illinois: Dorsey Press.

Grinell, R.M. (1997). *Social work research & evaluation: Quantitative and qualitative approaches*. Itasca, Illinois: E.E. Peacock Publishers.

Groebel, J.; Noam, E. y Feldmann, V. (2006). *Mobile Media. Content and Services for Wireless Communication*. Mahwah (NJ): Lawrence Erlbaum Associates.

Guidiri, M. (2016). *El modelo Freemium: la estrategia comercial para atraer clientes de forma masiva*. Madrid: 50Minutos.es

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

Heyl, B. (2001). *Handbook of Ethnography*. Londres: Sage Publications.

Huidobro, J.M. (2002). *Comunicaciones móviles*. Madrid: Thomson Editores.

IAB (2012). *Libro Blanco Mobile Marketing*. Madrid: Edipo S.A.

(2014). *Manuel de App Store Optimization*. Madrid: Edipo S.A.

(2015). *Estudio Anual de Mobile Marketing 2015*. Madrid: Edipo S.A.

(2016). *Estudio Anual de Mobile Marketing 2016*. Madrid: Edipo S.A.

(2016). *Manuel de App Store Optimization*. Madrid: Edipo S.A.

IDC (2015) *Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker de IDC 2Q15* [en línea]  
Recuperado de: [http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId= prUS25988815](http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS25988815)

Islas-Carmona, O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. En *Palabra Clave*, 11(1), 29-39.

Kantar World Panel (2016). *Smartphone OS sales market share* [en línea].  
Recuperado de: <http://www.kantarworldpanel.com/global/smartphone-os-market-share/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

Krug, S. (2006) *No me hagas pensar*. Madrid: Pearson Educación.

(2010). *Haz fácil lo imposible*. Madrid: Pearson Educación.

Lafuente, A. y Ortigosa, M. (2009). El valor del cliente en relaciones contractuales con estimaciones inciertas. *Revista de Administración, Finanzas y Economía*, 3 (2), 91-110.

Lamas, C. (2010). Los medios interactivos y su publicidad: la medición de audiencias. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (82), 95-101.

Lasswell, H. (1968). The Future of the Comparative Method. *Comparative Politics*, 1 (1), 3-18.

Leber, J. (2012). Questions for mobile computing. *Business Impact* [en línea], Mayo 2012, 2-3. Recuperado de: <http://www.technologyreview.com/business-report/mobile-computing-in-question>

Lijphart, A. (1971). Comparative Politics and The Comparative Method. *American Political Science Review*, 65 (3), 682-693.

Lim, T.C. (2006) *Doing Comparative Politics: An Introduction to Approaches and Issues*. Colorado: Lynne Rienner Publishers.

Ling, R. (2004). *The mobile connection: The cell phone's impact on society*. San Francisco: Morgan Kaufman Publishers.

Lloret, J., García, M. y Boronat, F. (2008). *IPTV: la televisión por Internet*. Málaga: Editorial Vértice.

Loja, J.R. (2012). Manual para la implementación de Audio Streaming. (Tesis, Universidad Tecnológica Israel). Recuperado de: <http://190.11.245.244/bitstream/47000/571/1/UISRAEL-%20EC-%20SIS-%20378.242-245.pdf>

Loosemore, M.; Hall, K. y Dainty, A. (1996). Innovation and Courage in Construction Management Research. *Proceedings of the 12th ARCOM Conferences. Sheffield Hallam University*, 2, 418- 427.

Maciá-Fernández, G. (2008). *El fraude en roaming: estrategias de ataque y de defensa*. Granada: Universidad de Granada.

Marc, E., Picard, D. (1992). *La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.

Martín, R. (2008). *Estadística y Metodología de la Investigación*. Madrid: Universidad Complutense.

Martínez, F. y Cabezuelo, F. (2012). Interactividad. Revisión conceptual y contextual. *Revista ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 8 (1), 9-21.

Martínez, S. y Lara, P. (2014). El big data transforma la interpretación de los medios sociales. *El profesional de la información*, 23(6), 575-581.

Maza, A. (2011). *JavaScript*. Málaga: Innovación y Cualificación S.A.

McLuhan, M. y Nevitt, B. (1972) *Take Today; the executive as dropout*. New York: Ed. Harcourt Brace Jovanovich, 4.

MMA (2011). *Libro Blanco Apps* [en línea]. Recuperado de: <http://mmaspain.com/guias/>



(2013). *Guía de privacidad en el móvil* [en línea]. Recuperado de: <http://www.mmaspain.com/wp-content/uploads/Guia-Privacidad-Movil.pdf>

Molina, R. y Gallardo, J.L. (2012). Las tecnologías de información y comunicación: su evolución y aplicación en los negocios internacionales. En *INCEPTUM*, 7(12), 439-466.

Morillo, M. (2013). *Cómo destacar nuestra App en la tienda de aplicaciones*, [en línea] Recuperado de: <http://www.puromarketing.com/96/15036/destacar-nuestra-tiendas-aplicaciones.html>

Morlino, L. (2010). *Introducción a la investigación comparada*. Madrid: Alianza Editorial.

Muñoz, G. y Elósegui, T. (2011). *El arte de medir: manual de analítica web*. Barcelona: Profit Editorial.

Nielsen, J. y Budiu, R. (2013). *Usabilidad en dispositivos móviles*. Madrid: Anaya Multimedia.

OCDE (2005). *Digital broadband content: Mobile content, new content for new platforms*, [en línea] Mayo 2015 Recuperado de: <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/34884388.pdf>

Ochs, C. y Ochs, P (1992). *El nuevo reto del marketing directo*. Barcelona: Marcombo S.A.

Pavlik, J. (1999). *La investigación en las Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000.

Pérez, A. (2014). *JavaScript fácil*. Barcelona: Marcombo S.A.

Pérez, J. (2016). ¿Cómo monetizar bien una app?. *Revista de la comunicación interactiva y el marketing digital*, (177), 62-64.

Pérez-Montoro, M. (2010). *Arquitectura de la información en entornos web*. Gijón: Ediciones Trea.

Peris, D. y Peláez, M. (Septiembre de 2014). *Estrategia de App Marketing*. En II Congreso ATC (App Trade Center), Valencia.

Piñuel, J.L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 3(1), 1-42.

Polo, J.L. (2009). Conseguir retorno 2.0 En Sanagustín (Coord.), *Claves del nuevo marketing*, 227-238. Barcelona: Gestión 2000.

Polo, F. y Polo, J.L. (2011). *#Socialholic*. Barcelona: Gestión 2000.

Ragin, C. (1987). *The Comparative Method: Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*. California: University of California Press.

Ramírez, R. (2013). *Métodos para el desarrollo de aplicaciones móviles*. Barcelona: UOC.

Ribas, J. (2016). *Desarrollo de aplicaciones para Android*. Madrid: Anaya Multimedia.

Ros, V. (2006). *Modelo de comunicación corporativa on line en el sector universitario* (Tesis Doctoral). Universidad CEU Cardenal Herrera, Valencia.

(2008). *e-Branding. Posiciona tu marca en la Red*. La Coruña: Netbiblo.

Rosales, P. (2010). *Estrategia digital*. Bilbao: Deusto.

Runciman, W.G. (1983). *A treatise of Social Theory*. Cambridge: University Press.

Ruiz, J.I. (2003). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

(2012) *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Salkind, N. (1997). *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall.

Sampietro, A. (2016). Emoticonos y multimodalidad. El uso del pulgar hacia arriba en WhatsApp. *Aposta: Revista de ciencias sociales*, (69), 271-295.

Sánchez, I. (2015). *11 Métricas básicas de App Marketing que debes conocer*, [en línea]. Recuperado de: <https://pickaso.com/2015/11-metricas-app-marketing>

Sanz, A. (1999) Debate político y marco regulador de las telecomunicaciones en España. En J. Jordana y D. Sancho (Eds.), *Políticas de Telecomunicaciones en España. Colección de Ciencias Sociales. Serie de Ciencias Política*. Madrid: Tecnos.

Sartori, G. (1994). Partidos y sistemas de partidos. Madrid: Alianza Editorial.

Sartori, G. y Morlino, L. (1994) *La comparación en las ciencias sociales*. Madrid: Alianza Editorial.

Scolari, C.A., Aguado, J.M. y Feijóo, C. (2012). Mobile media: Towards a definition and taxonomy of contents and applications. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 6(2).

Scolari, C., Navarro, H., Pardo, H., García, I. E Soriano, J. (2008). *Comunicació i dispositius mòbils a Catalunya: actors, continguts i tendències*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Sierra, R. (1979). *Técnicas de investigación social: Teoría y práctica*. Madrid: Paraninfo.

(1984). *Ciencias sociales: epistemología, lógica y metodología: teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.

Starkey, M., & Woodcock, N. (2002). CRM systems: Necessary, but not sufficient. REAP the benefits of customer management. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 9 (3), 267-275.

The App Date (2015). *Informe sobre apps en España* [en línea], Recuperado de: <http://www.theappdate.es/>

Valles, M.S. (1992). La entrevista Psicosocial. En *Psicología social: métodos y técnicas de investigación*, 246-261. Madrid: Eudema

(2009). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Editorial Síntesis.

Visauta, B. (1989) *Técnicas de investigación social*. Barcelona: PPU - Promociones y Publicaciones Universitarias

Williams, F., Rice, R.E. y Rogers, E.M. (1988). *Research Methods and the New Media*. New York: The Free Press. A Division of Macmillan.

## Anexos

- a) Transcripción de las entrevistas en profundidad
- b) Seguimiento diario de aplicaciones
  - b.1) Aplicaciones gratuitas en App Store
  - b.2) Aplicaciones de pago en App Store
  - b.3) Aplicaciones gratuitas en Play Store
  - b.4) Aplicaciones de pago en Play Store
- c) Análisis de contenido
  - c.1) Aplicaciones gratuitas en App Store
  - c.2) Aplicaciones de pago en App Store
  - c.3) Aplicaciones gratuitas en Play Store
  - c.4) Aplicaciones de pago en Play Store
- d) Aplicaciones coincidentes

## **a) Transcripción de las entrevistas en profundidad**

### Entrevistado 1

#### **- ¿Cómo definirías al consumidor "móvil" de hoy en día?**

El consumidor móvil es prácticamente el 90% de la población. En 2012 ya superaba el consumo móvil al de ordenador de escritorio. Sobre todo en países desarrollados como el nuestro. Es un usuario que ya ha tenido dependencia de su móvil y de la conexión a Internet inmediata, en cualquier punto y en cualquier momento.

Es un usuario activo, que busca constantemente información, que geolocaliza puntos de interés, que compara productos, precios, que consume sus redes sociales desde este tipo de dispositivos, que se comunica con su gente por aplicaciones de mensajería, que viaja con las aplicaciones de mapa para encontrar sus destinos... Como nos dice Google, es un consumidor de micromomentos pero siempre conectado.

El móvil es donde escuchamos la radio online, la música, donde leemos las noticias, donde hacemos y guardamos nuestras fotos, donde miramos el tiempo, donde trabajamos y tenemos nuestro email; en definitiva, nos acompaña siempre.

#### **- ¿Qué actores intervienen, en tu opinión, en el ecosistema móvil?**

El usuario es el eje sobre el que todo gira y evoluciona, como no podía ser de otra manera. Es el que lo utiliza, interactúa, compra, se comunica, busca, se informa, se geolocaliza... y aporta todo el DATA.

Respecto a esto ya tenemos a grandes firmas digitales liderando el consumo de internet móvil y el mundo de las Apps: Google, con Youtube y Google Play; Facebook, con su propia red social, Instagram y Whatsapp; y Twitter, donde también encontramos Periscope.

Por otro lado leer noticias es una de las principales actividades que realizamos en nuestros móviles y aquí los grandes líderes editoriales tienen el mayor consumo de medios en los dispositivos móviles (Grupo Prisa, Unidad Editorial, Vocento, G+J, y otras).

Los desarrolladores de Apps y creadores de webs *mobile*, expertos en Analítica, de Data, App tracking, Expertos en ASO para las estrategias en los diferentes Stores, Agencias de comunicación, *Traders* para las campañas de comunicación *mobile* (cada vez más centradas en compra programática y optimizaciones), Diseñadores de Apps y creatividades adaptadas a *mobile*.

### **- ¿Cómo influye la experiencia móvil en la relación de las marcas con los consumidores?**

Influye porque es clave hoy día. Hay que tener en cuenta que el 40% de usuarios a través de *smartphone* ha visitado el *site* de la competencia tras una mala experiencia. Es más, en el tema de la geolocalización, en un 88% de los casos desde el móvil se realizan búsquedas locales que luego siempre llevan a inicio de cosas interesantes para las marcas y negocios (contactar con la empresa, realizar una compra, visitar la empresa o negocio...).

Además el *smartphone*, por las nuevas tendencias de uso y consumo influye en las decisiones de compra ya que un 22% ha cambiado de opinión a la hora de comprar un producto o servicio en una tienda, tras encontrar determinada información en el móvil.

### **- ¿Cuáles son las tendencias actuales en marketing móvil?**

Pues hay que tener en cuenta que vamos hacia un mundo cada vez más móvil, social, conectado, personal, relevante... El internet de las cosas es la continuidad de la hiperconexión. Llegará un punto donde el móvil desaparecerá tal cual lo conocemos, aunque suene extraño en estos momentos; y la manera de recoger el *Data* será más enriquecida.

**- Se habla mucho de "El Internet de las Cosas", ¿cuál sería su incidencia en el ecosistema móvil?**

De momento el móvil es el aglutinador de información y el mando a distancia de muchas cosas conectadas. Por ejemplo, los *smartwatch* todavía dependen mucho de los móviles, las *smartband*... al final ahí es donde quedan registrados los datos.

El tema es que en el futuro muchas cosas conectadas ya no dependerán tanto del móvil, los datos estarán en la nube. Además, los chips que se implantan en la piel empiezan a ser una realidad como empezamos a ver en el campo médico.

**- ¿Para qué necesita una marca una *app*? ¿Qué valor diferencial puede aportarle?**

Hace unos pocos años las marcas querían tener su propia *app* para estar en los *smartphones* de los usuarios, pero desde que Google en abril de 2015 dijo que si los *websites* no estaban bien adaptados a la navegación móvil los penalizaría en SEO empezó un esfuerzo por parte de todos que hizo que las *Apps* no fueran tan necesarias para las marcas ya que en Web ya estaban bien adaptados.

Ahora bien, una *app* puede tener diferentes finalidades para las marcas, es decir, *apps* de fidelización, *apps* de *engagement* con juegos, *apps* de Data que monitoricen comportamientos de sus clientes, *apps* para realizar compras, reservas... en fin, depende del objetivo pero deben tener claro para qué suben a los *stores* y para qué quieren que sus usuarios las descarguen.

**- ¿Cómo han afectado las APP en nuestra forma de consumir contenidos y de relacionarnos con nuestro entorno?**

Por experiencia y los últimos estudios vemos que somos muy usuarios de *Apps* pero cada vez somos más usuarios de unas *Apps* muy concretas. La



mensajería ha cambiado la manera de comunicarnos con nuestro entorno y aquí en España Whatsapp es la líder. Las RRSS, por ejemplo, Facebook, Twitter, o Instagram, Snapchat que son 100% *mobile*... son redes sociales que sin la *app* del *smartphone* desaparecerían hoy día ya que su frecuencia de uso es *mobile*.

**- Según el último Informe de la Fundación Telefónica, en 2015 se descargaron cada día casi 4 millones de Apps. ¿Cuál podría ser la fórmula para destacar entre todas ellas? Es decir, ¿cuál sería el proceso de optimización de una App para poder aparecer en el TOP Rank?**

La fórmula no es otra que el conjunto de estrategias ASO, tanto *on metadata* como *off metadata*. *App Name, keywords, description, reviews, ratings*, volumen de descargas de la aplicación en pocas horas.

**- ¿Podrías explicarlos un poco más?**

Lo ideal sería realizar un Benchmark de Apps de la competencia más Keyword Research, es decir, trabajar la selección de keywords relevantes, cómo implementarlo, no utilizar espacios en las Keywords al subirlas, etc.), frecuentes actualizaciones...

En cuanto a los factores ASO, hay que distinguir entre *on-metadata* y *off-metadata*. Los primeros son los elementos de la app que deciden los desarrolladores: título, descripción, *keywords*, categoría de la *store*, revisión gráfica *market* (icono y *screenshot*), tamaño de la app (no recomendable pasar de 30 megas), video *review*, el nombre del desarrollador, etc.

Los *off-metadata* serían aquellos aspectos que dependen de los usuarios: el número de descargas de la aplicación, la velocidad de las instalaciones, es decir, cuentas más en menos tiempo influye en las subida en rankings) puntuación de usuarios o rating, comentarios o *reviews*, el acceso recurrente a una *app* por parte de los usuarios, etc.

**- En el sector no existe unanimidad sobre si el ASO es el SEO de las aplicaciones móviles, ¿cuál sería tu opinión al respecto?**

Es una manera comparativa de ubicar qué es el ASO aunque hay diferencias con el SEO. De entrada uno trabaja en entorno cerrado y el otro en entorno abierto por búsquedas. Al final con el alto crecimiento de *Apps* en los *Stores* cada vez es más difícil conseguir "visibilidad" de tu App y el ASO te permite trabajar estrategias para generar esa visibilidad y al final más descargas orgánicas.

**- En un contexto donde el "Big Data" es una realidad, ¿cómo es de importante el *reporting* para las estrategias asociadas a una App?**

Cada vez es más necesario saber qué pasa en tu App, cómo interactúan tus usuarios, qué recurrencia y fidelidad hacia la App tienen y en qué secciones... es fundamental trabajar con un *App tracker*, además del propio *Analytics*. Por ejemplo, una de las tendencias es el *m-health* y aquí el Big Data de una App para monitorizar el seguimiento de un paciente por parte de un especialista de sanidad puede aportar datos muy relevantes que ayuden a la recuperación del mismo.

**- ¿Cuál es la relación entre el director de una cuenta y/o el planificador de medios, el experto en ASO y el desarrollador de una APP?**

El Director de cuenta es el contacto y coordinador general del proyecto entre Cliente + desarrollador (si así lo decide el cliente) y su experto en ASO (técnico). Delimita con el cliente cómo sería la auditoría ASO, los Kpi's a tener en cuenta, la entrega del informe ASO, revisiones...

Si el cliente lo considera oportuno ya pone en contacto al desarrollador con el director de cuenta por temas técnicos que se le puedan escapar. El Director de cuenta por su lado siempre está coordinado con su experto de ASO y le va trasladando las necesidades, tiempos...

**- ¿Cuáles serían los principales formatos en *mobile* y los sistemas de contratación?**

En cuanto a Display, los formatos clásicos de la publicidad móvil han venido siendo el banner de 320 por 50 píxeles y el formato *interstitial* de 320 por 480 píxeles, que ocupa toda la pantalla del dispositivo. En la actualidad, y desde que las páginas web se han ido adaptando a los *smartphones* han ido apareciendo formatos más integrados en los textos y contenidos de los *sites* como el doble robapáginas y el robapáginas. A estos formatos se unen los *Rich Media* en HTML5 más enfocados a objetivos de *engagement* que son formatos personalizados, que permiten la mayor interacción con la pieza y que pueden combinar *display* con video.

Respecto al video, hay varios formatos pero el *pre-roll* video y el *In banner* son los formatos más utilizados en la actualidad. Como he comentado antes, también se incluye video en piezas *Rich Media* con posibilidad de amplificar el visionado con acciones como el *Tap to Share* que incluye Tap to FB, Tap to Twitter, Tap to Whatsapp, etc.

Los modelos de contratación son similares al mundo online. CPM y CPC según objetivos son los más comercializados. Luego hay otros formatos propios de contratación como el CPD o Coste por Descarga. Este modelo es *performace* y se centra en la compra de coste por descarga de una Aplicación en el Smartphone de un usuario. El CPL todavía está poco utilizado en Mobile ya que las posibilidades de éxito varían a las de online. Hay que tener en cuenta que la pantalla es más pequeña, que los formularios a rellenar deben tener muy pocos campos...

**- ¿Se llevan a cabo campañas de marketing móvil por separado para Android y para IOS? ¿Hay diferencias notables entre ellos?**

El parque móvil internacional es más Android que iOS, esta es la realidad del mercado y en España se replican los mismos datos. Lo que sí es cierto es que la capacidad de segmentación en campañas *mobile* te permite dirigirte a Sistemas operativos concretos si fuera necesario, e incluso a un modelo de móvil muy concreto o un operador.

Pero hay que tener en cuenta una particularidad no cuantitativa pero sí cualitativa y es que según estudios los usuarios de Android, aunque son más que los de iOS no manejan igual de bien ni son tan compradores online como los

de iOS. Es decir la masa de usuarios de iOS es más activa y con más conocimiento de las posibilidades y funcionalidades de su dispositivo.

### **- ¿Cómo se podría promocionar una app?**

La verdad es que hemos pasado de un panorama donde se hacían campañas muy agresivas para buscar descargas, u otro donde nos preocupamos más por la instalación y el uso de la aplicación, ya que no sirve de nada tener muchas descargas si al día siguiente ya te han borrado los usuarios de su móvil.

Se usan mucho las redes sociales, Facebook funciona muy bien en las campañas para las aplicaciones, aunque obviamente no se puede pasar por alto la influencia de la televisión.

### Entrevistado 2

### **- ¿Cómo definirías al consumidor móvil de hoy en día?**

Esto es difícil, porque el consumidor móvil de hoy en día es prácticamente todo el mundo. A nivel de penetración que tenemos hoy de teléfonos móviles, y también a nivel de penetración de *smartwatches*, perdón de *smartphones*, aquí en España que somos uno de los países con mayor penetración de uso de *smartphones*, yo no sabría muy bien si hay alguna característica que determine cómo es ese usuario, porque es que prácticamente todo el mundo es usuario... desde mi madre que tiene ochenta años y usa teléfono móvil, usa *tablet*, es decir, tiene ochenta años y después los niños empiezan a usar los teléfonos móviles también desde muy jovencitos... así que hoy en día, yo diría que el consumidor móvil es básicamente todo el mundo.

Fíjate que ha cambiado tanto en el sector, que hace unos años se hablaba de que hacemos bien el sitio web para que se vea en el ordenador y que sea compatible para tabletas y teléfonos, después ya dijimos que sobre todo en el teléfono, y ahora ya es solamente el teléfono y ya está. Es decir, los sitios

móviles y todo lo que se está trabajando es básicamente para un acceso y un consumo sobre todo desde terminales móviles; el ordenador está en muchos ámbitos, sobre todo en el doméstico, está desapareciendo.

Así que ahí no sabría cómo afinarte más. Para mí sería prácticamente el universo de gente que tiene acceso a Internet hoy en día coincidiría prácticamente con el universo de gente que accede a través de terminales móviles.

### **- En tu opinión, ¿qué actores intervendrían en el ecosistema móvil?**

El ecosistema móvil... en primer lugar los usuarios, los usuarios de terminales móviles serían uno de los principales actores; por otro lado tendríamos las operadoras de telecomunicaciones, con sus anchos de bandas, con sus planes, con su cobertura... todo eso incide con sus velocidades de descarga en que los usuarios usemos más o menos, o de una manera o de otra también todo lo que es la tecnología móvil.

También, obviamente son actores las plataformas, los propios sistemas operativos de los móviles y cómo han evolucionado; cómo Windows ha ido perdiendo terreno y cómo BlackBerry también perdió esta batalla, y cómo finalmente las dos grandes plataformas como son Android y Apple. En la medida en que los grandes fabricantes van sacando terminales nuevos con características distintas, también para mí sería un actor, no solamente los fabricantes de los dispositivos móviles pero también las plataformas y las características y las funcionalidades que esas plataformas permiten.

Obviamente, Google sigue siendo un buscador y sigue siendo un actor, y en otros países otros buscadores, importante a la hora de que los usuarios encuentren y se pongan en contacto con cualquier otra funcionalidad. Al final Google no está haciendo magia, sino aumentar las funcionalidades que ya están incluidas, como las respuestas directas, etc.; así que eso va a ir amplificando cada vez más la potencia del buscador para adaptarse al usuario y, en la medida en que además un terminal móvil está intrínsecamente conectado al historial de uso de un usuario, temas como la geolocalización, los hábitos de uso, los hábitos incluso de geolocalización, etc.; hace que la respuesta del buscador pueda ser incluso más potente.

También son actores las tiendas de aplicaciones y sus algoritmos a la hora de ordenar y presentar las aplicaciones. Son actores también todos los sitios generadores de contenido, como revistas, periódicos, etc., son también actores.

Los anunciantes, es decir, las empresas que también quieren llegar a sus usuarios a través de esa plataforma, como tiendas online, operadores, etc., es decir, todas aquellas empresas que tienen a través del dispositivo móvil la posibilidad transaccional de completar operaciones de compra y venta con sus usuarios.

También serían actores los proveedores de geolocalización, que básicamente siempre ha sido la red Galileo, pero podría en un futuro podría ser la red esta europea que tendrá mayor exactitud en la geolocalización. Son también actores para mí las redes sociales y las aplicaciones de mensajería, esencialmente, en la medida en que permiten tener contacto. Y después, de una forma más genérica, todos los sitios web que, de alguna manera u otra, o por *responsive* o por sitios web *mobile* específicos, están adaptados para poder ser accesibles desde dispositivos móviles; para mí eso sería un poco todo el ecosistema del *mobile*.

**- Toda la evolución de la tecnología móvil, ¿cómo ha influido en lo que sería la relación de las marcas con los consumidores? es decir ¿han cambiado un poco con esa experiencia móvil que tienen?**

Yo pienso que sí, yo pienso que sí que ha cambiado bastante. Vamos a ver, ha habido empresas que, por los servicios que prestan, quizás el entorno web se les quedaba corto porque no podían implementar ciertas características que eran importantes para prestar su servicio. Pues por ejemplo, características de geolocalización, de notificación en *push*, es decir, utilidades que solamente podían ejecutarse antes a través de aplicaciones nativas. Entonces, la experiencia móvil lo que ha hecho es que las empresas que se han lanzado a prestar esos servicios con aplicaciones móviles haciendo uso de todas las posibilidades que ofrecen las plataformas, digamos que han generado entre sus usuarios una experiencia de uso que es superior a la experiencia que otorgaba la web móvil; y sobre todo la web móvil de hace cuatro o cinco años, ¿vale?.

Yo creo que es esencial para que tenga éxito, para que la relación de las marcas con sus consumidores tenga éxito, en primer lugar la compatibilidad, es decir, que las empresas o las marcas de una manera u otra, hayan dado ya el paso para que sus sitios web o para que su presencia online sea compatible con el acceso desde terminales móviles. Una vez logramos la compatibilidad, ya lo siguiente es ir afinando más, hablamos de aspectos como velocidad de descarga, como usabilidad... sabes que, por ejemplo, los periódicos están ahora implementando AMP, que es un formato de descarga muchísimo más rápido y eso genera una experiencia de usuario muchísimo mejor, así que esencial la velocidad de descarga y la usabilidad, que directamente el sitio web, si todavía es un sitio web, se adapte para su uso desde un terminal móvil... priorización de menús, jerarquización de contenidos, presentar siempre en primer lugar las opciones más populares o las preferidas por los usuarios, que también, en la medida de lo posible si se puede implementar la geolocalización se presenten las opciones que por geolocalización serían más interesantes para el usuario.

En tercer lugar, también yo comentaría la adaptación al escenario de uso; aunque inicialmente se decía que hace unos años que el escenario de uso típico de un usuario cuando está en *desktop* es porque está en su oficina o porque está en su casa, y el escenario de uso cuando está en móviles es porque está en movilidad, hoy en día ya esa diferencia no está tan clara. Se usa, por ejemplo, una *Tablet* en movilidad pero eso es una *Tablet* como la que tengo yo aquí ahora en la oficina trabajando. Así que ya no está tan claro que el escenario de uso o, muchas veces en casa por no coger la *Tablet* estamos con el teléfono móvil, no está tan claro que el escenario de uso sea distinto en función del terminal, sino que el usuario puede estar en situaciones distintas y yo creo que, en ese sentido, las aplicaciones que interpretan bien esos escenarios son las que ganan... aplicaciones como por ejemplo de reservas de viajes, como Booking o Tripadvisor, aplicaciones interesantes como llevar en el móvil el mapa del metro de Madrid o de París o de Londres, creo que son aplicaciones que aportan mucho valor... Por ejemplo, la aplicación de AENA, que te da en tiempo real los tiempos de aterrizaje y despegue de los aviones... ¿me entiendes? Todas las aplicaciones que se adaptan a ese escenario de uso en tiempo real, hacen un buen uso de las notificaciones en *push* para aportar mucho valor al usuario, yo creo que sí que mejoran mucho, fidelizan mucho y hacen que el usuario vea realmente un valor, no solamente en descargar la aplicación sino en mantenerla en su dispositivo móvil.

Y ya llegamos a un punto clave en todo esto, que es la tasa de retención. Bueno... la mayor parte de las aplicaciones, de los usuarios, somos muy poco fieles a las aplicaciones que descargamos... así que admitamos que ha habido un *boom*, ha habido una burbuja de vamos a tener todos una aplicación, cuando en realidad los usuarios finalmente terminamos siendo selectivos y cuando llegamos a quedarnos sin memoria en el terminal empezamos a filtrar qué aplicaciones se quedan y van a seguir estando en el teléfono y cuales se van a borrar porque no nos aportan valor. Entonces, si la experiencia de uso es muchísimo mejor que la que la marca es capaz de aportar a través de su sitio web e, incluso, a través de su sitio web móvil, esa aplicación se va a descargar, se va a usar y se va a mantener en el teléfono y, además va a conseguir buenas valoraciones, buenas críticas por parte del usuario y sí que va a generar una buena relación con la marca. Así que yo lo veo como una buena herramienta que va influir muchísimo en la fidelización. Yo, por ejemplo, después de usar muchas aplicaciones de agregadores de viajes, Booking se ha ganado un sitio en mi teléfono móvil porque es genial, hace todo muy fácil, además me aporta guías de viaje sin tener que hacer nada, me salta con sugerencias para dejar mis opiniones... o sea, creo que es una aplicación muy bien hecha, muy bien ejecutada y que realmente se gana el sitio de quedarse ahí... pero otras, si es un sitio web que tampoco vaya a tener un ciclo de vida de cliente largo, o un modo de compra recurrente, pues bueno... si tenemos que descargar la aplicación para hacer la compra la descargaremos, pero después igual la borraremos porque si no vamos a ser clientes recurrentes de ese sitio web, con lo cual no seguiremos estando ahí.

Para mí eso es un poco cómo ha influido, después de alguna manera podríamos ver el teléfono móvil de cada usuario y en función de las aplicaciones que han sobrevivido ahí podríamos trazar el perfil del usuario que es y, también, a qué marcas a demostrado ser fiel... así que, en ese sentido, sería interesante.

**- Totalmente de acuerdo (risas)... y ¿cuáles podrían ser las tendencias actuales en marketing móvil?**

Bueno... marketing móvil... está influyendo no solamente en lo que tiene que ver con aplicaciones, sino en lo que tiene que ver por ejemplo... en cómo se están planificando campañas de publicidad, incluso en Seo y en PPC se está



trabajando mucho con la posibilidad de geolocalizar las campañas, así que podemos disparar campañas directamente por geolocalización y segmentar los usuarios de una forma más certera. Había un caso interesante el año pasado en los *European Search Awards*, en el cual se planificó una campaña de Google Adwords y funcionaba haciendo que, por ejemplo, usuarias o usuarios que habían ido a cierta tienda donde vendían ropita de bebés y accesorios y cositas todo para bebés y, que habían salido de la tienda sin comprar, si habían estado viendo algún objeto en la tienda o algo en lo que habían estado interesados, quince minutos después de dejar la tienda les saltaba un cupón directamente en el teléfono en el que les ofrecía la posibilidad de comprar ese producto con un descuento si volvían a la tienda y hacían clic en el link de la acción del cupón... me parece muy inteligente y hacían uso de esa experiencia móvil.

También estamos viendo empresas que están haciendo un buen uso del video, a mí me encanta ver videos, y estamos viendo empresas que están haciendo video en formato ya vertical, porque es el formato en el que el usuario está utilizando el móvil.

Lo que estamos viendo, es que quizás vivimos la principal burbuja de apps hace dos o tres años, y yo creo que el usuario digamos que en ese tiempo ha ido madurando... así que no está tan clara que la respuesta a una marca sea "tiene que tener una app" y... hace dos años hubiera dicho que sí, pero hoy en día la respuesta es depende, si realmente tienes usuarios que van a ser fieles y tu ciclo de compra es recurrente, si vas a poder hacer llegar información de valor añadido, si las notificaciones en *push* o la geolocalización es importante para ti, sí que deberías apostar por ella. Pero sino, las apps ya no son la novedad, primero la novedad era... "oye mira, tengo un sitio web" hace quince o veinte años, hace cuatro o cinco años era "mira, tengo perfil en Facebook", después la novedad era "tengo una app", pero conforme las app están perdiendo el glamour de la novedad, pues los usuarios tendemos a descargar app que nos permitan hacer muchas cosas o muy imprescindibles, y eso aporta mucho valor; así que la retención está bajando.

También creo que en este tiempo de maduración de la tecnología web con HTML5, etc., creo que se está difuminando la línea entre qué es exactamente una app y qué es exactamente una web *mobile*; y tenemos digamos un continuo desde una app nativa pura, una app nativa que también incorpora contenido web, a una web *mobile* que prácticamente se comporta como una app, con lo

cual ya no está tan claro. Pero tampoco están tan claros los terminales, y poco a poco se va a perder la línea que separa lo que es un *smartphone* de lo que es una *tablet* y de lo que es un desktop, ahora ya tenemos todos los *gads* y las fechas intermedias las tenemos rellenas con los *phaplets*, *tablets* minis, *tablets* grandes... ya empezamos a las *tablets* a ponerles teclados, los *surfaces*... así que esto también de alguna manera se está difuminando.

Por otro lado, habría que ver de qué manera se va a desarrollar, aunque estamos viendo algunas cosas, la integración del móvil y la *tablet* con todos los juegos y con los *smartwatches*; así que en esa medida tendremos que ver también si solamente es interacción lo que nos aportan. Yo creo que esa serían ahora mismo las líneas que se me ocurren.

**- Sí, sí... de hecho, en una de las entrevistas que hice hace poco con un desarrollador me decía que habían tantas versiones de Android, que las aplicaciones móviles... ya prácticamente en las nativas se está viendo a ver cómo hacerlo porque es prácticamente imposible...**

¡Sí, sí! Se vuelven locos y si encima tienen que mantener también la versión en IOS y éste también va evolucionando... al final tiene que ser cada vez más caro y cada vez más complicado y cada vez... a lo mejor tendrá sentido para algunas marcas, tendrá todo el sentido del mundo, pero para otras a lo mejor una versión web será más que suficiente para dar un buen servicio a los usuarios.

**- Se habla mucho de “El Internet de las Cosas”, ¿cuál podría ser su incidencia en lo que llamamos el ecosistema móvil?**

Pues... bueno, estamos viendo por una parte con los *smartwatches* pero también con, por ejemplo, los coches conectados, ¿vale? Así que puede influir en muchos aspectos.

Se me ocurre también, por ejemplo, los cacharritos estos que ha empezado a vender Amazon que puedes poner en tu nevera y te mantienen alerta de cuando te falta un producto... es decir, la integración de información de todos los

dispositivos externos, el coche, electrodomésticos en casa, sistemas de domótica, etc., al final lo que va a hacer es que... da un poco de vértigo. Va a hacer que, por una parte, digamos que haya más información sobre nosotros disponible en Internet y esa información se puede usar bien o se puede usar mal, por una parte digamos que haya tanta información lo que puede permitir es que las empresas sean más relevantes y pertinentes en el tipo de mensajes que hacer llegar al usuario, es decir, yo voy a ser más permisivo y me va a parecer menos intrusiva la publicidad en tanto en cuanto conecta con mi perfil de público objetivo, pero por otra parte, se me ponen los pelos de punta si empiezo a ver que saben demasiado de mi, de adónde me muevo, a qué hora salgo, ya directamente en el teléfono cuando salgo que estás trabajando te van diciendo que “vas a tardar 18 minutos en llegar a casa en las circunstancias actuales” y ya piensas... ¡ostras! (risas)

Así que, a mí, digamos el Internet de las Cosas, tengo ahí tal vez también por mi edad, unas perspectivas un poco encontradas. Por una parte veo multitud de ventajas que nos pueden aportar el tener tantos dispositivos interconectados, pero por otra parte, advierto también multitud de amenazas en el sentido de usuarios que podrán acceder a ese tipo de dispositivos y hackearlos de alguna manera, o sea, imagino la persona que puede llevar un marcapasos conectado con su médico y dice esto es genial... pero que reciba un e-mail diciendo “tenemos acceso a tu marcapasos y si no ingresas este dinero te lo vamos a apagar”... pues claro, se abren muchas amenazas en ese sentido.

Yo ahí, no sé, me mantengo un poco a la expectativa para ver cómo eso puede cambiar... creo que como todo, tendremos... todo lo que es muy potente necesito mucho control, así que esto es algo que podría ser muy potente, pero al mismo tiempo precisará de muchos controles y claro, aquí el problema es que tampoco podemos permitir que el control esté en manos de los gobiernos o de las empresas, sino que el control debe estar en manos de los usuarios, porque cualquier otra cosa podría ser peligroso y veo difícil cómo el usuario va a poder ser capaz de empoderarse... de realmente ser capaz de decidir quién accede a qué dato de todo lo que se genera.

**- Totalmente de acuerdo... Aunque más a menos ya has dicho algo, pero ¿para qué necesitaría una marca una app? es decir, ¿qué valor diferencial le podría aportar?**

Pues, habíamos hablado antes de que las app están perdiendo glamour, cuando la app digamos tenía ese glamour de la novedad, el valor diferencial es “mira, somos esta marca y tenemos una app y mis competidores todavía no la tienen”, así que eso era una ventaja diferencial.

Hoy en día, eso... tener una app ya no es una ventaja diferencial. Yo creo que una ventaja diferencial es que los usuarios se lo hayan descargado y la sigan manteniendo en su teléfono. Yo creo que esa sí que sería la ventaja diferencial, luego probablemente no todas las marcas necesitan una app. Dada la baja tasa de retención, y que luego a lo mejor hace falta una inversión importante. Creo que sí que se lo deberían plantear marcas como por ejemplo... a nosotros se nos ha dado el caso aquí, tenemos por ejemplo clientes que son cadenas hoteleras que están en Benidorm, y reciben muchos usuarios de todo el mundo, y tienen una clientela que es extranjera, y esos usuarios, por ejemplo, si les damos la oportunidad de que se descarguen una app del hotel y en esa app tengan toda la posibilidad de interactuar, de ver qué cosas hay alrededor, tener horarios e información de las actividades externas, de ver la posibilidad de enviar cosas y recibir, es decir, una app va a permitir que funcione en un teléfono móvil incluso cuando no está conectado a una red wifi, y eso para un extranjero si no quiere pagar tasas de *roaming* en España puede suponer una ventaja competitiva importante... “mira, si vienes a mi hotel te vas a poder descargar la app, vas a poder estar viajando por alrededor, etc. y vas a tener acceso a un montón de información interesante”. Entonces, en el sentido, por ejemplo, de que nuestro usuario tenga dificultad para estar conectado, una app que contenga una información ya incluida puede ser interesante.

También deberíamos plantearnos... ¿podemos aportar realmente con una app una ventaja diferencial? es decir, ¿hay algo que podemos hacer por nuestro cliente potencial con una app que no podemos hacer con ningún otro medio? En ese sentido, la app sí que aportaría seguramente esa ventaja; como veíamos, por ejemplo, la app de Booking aporta esa ventaja, o la app de Tripadvisor o la app de AENA. Entonces, si las notificaciones en *push*, si la geolocalización, si la posibilidad de poder acceder a contenido cuando estamos off line, si todo eso es importante, entonces sí que la app aportaría un valor diferencial importante.

Hace poco leía que sólo 25 aplicaciones en todo el mundo son responsables del 80% de todo el tráfico móvil, o sea, que es brutal... entonces, realmente si no somos capaces de, no en general, no para todo el mundo, si no somos capaces para el perfil de nuestros clientes potenciales estar entre esas 20 ó 25 apps, pues quizás no valga la pena. De promedio, la gente tiene entre 10 y 15 apps en el teléfono e interactúa, a lo mejor, con 2 ó 3 al día como mucho, por lo que tenemos que plantearnos si realmente somos capaces de aportar ese valor.

**- Leía en el último informe del IAB... decía eso, de media 14 apps en el móvil y 30 en la tablet. Realmente que utilizemos se quedan en muy pocas.**

Poquísimas, poquísimas realmente. (risas)

**- ¿Qué tipos de apps podemos encontrar?**

Buenos, pues evidentemente apps en función de... podría haber varios criterios de clasificación, pero en función de la compatibilidad, podríamos encontrar digamos así en continua, apps nativas puras, que valen para IOS o valen para Windows Mobile cuando existía o BlackBerry; después también podemos encontrar lo que se llaman aplicaciones web *mobile*, es decir, que funcionan como apps pero en realidad son web *mobile* que se descargan y se genera su iconito, etc., y después tenemos también web híbridas, que se descargan como una aplicación y algunas de ellas tienen... hacen uso de cierto código nativo para poder conectar, por ejemplo, con la cámara, o con los contactos, o con la geolocalización del teléfono o con notificaciones en *push*; así que tenemos digamos toda una tipología de apps nativas, apps híbridas, apps híbridas con capacidades extendidas, y después ya web *mobile* con HTML5, etc. Dependiendo un poco del tipo de uso que se vaya a hacer con la app, sería más recomendable más una u otra en función de qué tipo de uso vamos a hacer de las características propias del teléfono móvil.

¿En función de su uso? Pues podría haber aplicaciones de juegos, de compra online, de reserva de viajes, de información, de productividad, de realidad virtual... o sea que podríamos tener aplicaciones colaborativas, transaccionales, que ya podríamos clasificarlas un poco en función del uso, en

función del tipo de público al que van, o sea que tendríamos distintas clasificaciones.

**- Hablando... ya que estábamos hablando de eso, ¿qué influiría para decantarse más por una app nativa o más por una multiplataforma o de compatibilidad universal?**

A ver, si vamos a usar una app nativa es porque queremos hacer un uso completo de todas las capacidades que nos dan cada plataforma de software de cada teléfono móvil, entonces evidentemente eso va a encarecer los desarrollos distintos, encarecería el desarrollo, el mantenimiento, la actualización, el marketing, incluso... si vamos a aplicaciones nativas se va a encarecer absolutamente todo pero seguramente vamos a tener una experiencia de usuario mucho mejor.

Si no hicieran falta para el tipo de servicios que queremos prestar con nuestra app, si no hiciera falta el acceso a todas esas características, pues seguramente una app universal o una web app sería más recomendable, en el sentido de que tendríamos una única versión de código, un único desarrollo, una necesidad de actualizar una única aplicación y con eso tendríamos asegurado de laguna manera el servicio a todos los usuarios. Para mi esos serían un poco los criterios.

**- A la hora de consumir contenidos, ¿cómo han afectado las app? Incluso no solamente a la hora de consumir contenidos sino de relacionarnos con nuestro entorno.**

Consumir contenidos... vamos a ver... Nosotros hemos trabajado para medios, que son los sitios web de contenidos por efecto, y de alguna manera lo que ha hecho es fidelizar todavía más a los lectores. Es decir, que si antes un usuario, no sé... imaginemos que ha habido uno de los atentados que lamentablemente están ocurriendo ahora, antes esos usuarios que eran fieles a una cabecera a lo mejor tecleaban directamente esa dirección en el navegador, pero muchos otros usuarios simplemente lo que hacían era lanzar "información

sobre atentado”, “atentado en Estambul”... y entonces llegaban a uno de las primeras noticias en el bloque de noticias de Google, del buscador.

Hoy en día, en el sentido de que cada usuario ya se ha identificado con el medio con el que se identifica, por si has descargado yo que sé la app de “El País” pues ya entrarás directamente para tratar de leer tu cabecera cual es la noticia que está dando sobre ese tema. O sea, que de alguna manera, el consumo de contenidos yo entiendo que las app lo que han hecho ha sido marcar más todavía el comportamiento de fidelización del usuario, entonces los usuarios que están fidelizados, que ¡ojo!... muchos de esos usuarios seguramente era... que el tráfico que antes identificábamos como tráfico directo, o tráfico de favoritos, ahora se ha trasladado o se ha transformado en tráfico de app, y eso quiere decir que de alguna manera se quedan como app las webs que antes teníamos en favoritos, esa web que visitábamos con mucha, mucha frecuencia, son las que hoy en día se han traducido en aplicaciones en el teléfono, así que de alguna manera ha cambiado eso.

Y, en cuanto al entorno, lo que ha cambiado principalmente es por el aspecto de la geolocalización. Hoy en día, incluso un buen resultado, es decir, vas a hacer una búsqueda donde pongamos simplemente restaurante o pizzería siempre que el buscador por ejemplo detecte que en el tipo de búsqueda la geolocalización sería un aspecto relevante para el tipo de búsqueda y ciertas clasificaciones de búsqueda directamente va a aplicar criterios de geolocalización. Así que basta poner en el teléfono móvil para tener información de pizzerías cercanas, ya que no hace falta poner pizzería en Valencia o pizzería en Alicante, ya Google ya es suficientemente inteligente.

La geolocalización también influye incluso a nivel de consumo de contenidos, porque por ejemplo, sabes que los periódicos en función de la geolocalización o incluso las emisoras de radio, customizan y personalizan la información o la mezcla de contenidos en función de dónde está el usuario y presenta junto con las noticias, por ejemplo, nacionales las regionales o locales propias de donde está ubicado el usuario. Así que, de alguna manera, estamos en ese... paradigma de SOLOMO (*Social Local Mobile*), social... mucho tráfico social, pero también local y obviamente móvil, y local en tanto que ese móvil, por ser móvil, estamos geolocalizados. Así que, yo creo que en ese sentido ha cambiado y el tráfico móvil nos hace... si la página web era la ventana al mundo,

digamos que el tráfico móvil nos hace otra vez volver a estar un poco más integrados en nuestro entorno de alguna forma.

**- Según el último informe de Fundación Telefónica 2015, que salió en diciembre de 2015, cada día se descargaron casi 4 millones de aplicaciones móviles. ¿Cuál podría ser la fórmula para poder destacar entre todas ellas? es decir, ¿cómo optimizarla para estar en lo que sería el TOP RANK?**

Bueno, a veces nosotros también hemos tenido clientes para los que hemos hecho campañas en donde... recuerdo por ejemplo una empresa en donde ellos vendían una app de temas deportivos, es un poco como lo de ser entrenador de la NBA o no sé, yo no conocía estas apps (risas)... y me llamó un montón la atención. Por ejemplo, ellos lo que querían era trabajar en SEO para llevar el tráfico de búsqueda para ese tipo de búsquedas a su web. La web era una web súper reducida que básicamente lo que hacía era presentar la aplicación, ¿vale?

Entonces... he encontrado un informe que dice que aproximadamente el 40% del descubrimiento de app tiene lugar en las propias App Store, es decir, el otro 60% del descubrimiento de app vendría por búsquedas en buscadores o por campañas de marketing *mobile* directamente enfocadas a la descarga de la aplicación. Entonces, por una parte, habría que ver... ASO, desde mi punto de vista, si lo que quieres realmente, digamos una estrategia que ayude a incentivar la descarga de aplicaciones, no bastaría solamente con trabajar el ASO... o ASO debería tener una permisiva variante de cómo vamos también a optimizar nuestra visibilidad, no solamente en el *store*, sino en todo el ecosistema donde el usuario puede o podría interesarse por la aplicación.

Así que vemos que los usuarios también encuentran las aplicaciones a través de búsquedas, en anuncios con enlaces a descargas, también hemos tenido campañas de Adwords con enlaces directamente a descargas de aplicaciones en sitios web, etc.

En cuanto a los factores principales, como te decía, básicamente nos fijamos en el título de la aplicación, las palabras claves cuando se sube la aplicación a la plataforma, sabemos que tiene incidencia el total de descargas... sabemos que ahí ya entramos en aspectos que si estuviéramos hablando de



SEO estaríamos hablando de *black hat*, ya que hay empresas que lo que hacen es comprar directamente y concentrar un gran número de descargas en cortos espacios de tiempo para que aumente el posicionamiento.

También las valoraciones y comentarios positivos de usuarios, el diseño de la propia página de descarga, pensamos que puede incidir también si la empresa, por ejemplo, mantiene un ritmo de actualización y de publicaciones de actualizaciones frecuentes, los propios pantallazos de la aplicación, que exista un video de demostración, el propio iconito... en fin, todo lo que es poner bonito eso para que suba, para que sea muy atractivo para el usuario, pero finalmente entendemos que... la concentración tiene que ser un poco como Slideshare, ya que tu si en Slideshare subes una presentación y consigues que las primeras 24 horas la gente la vea, entonces saltas directamente a la *Home* y entonces la ven miles de personas, y pensamos que esto funciona un poquito así.

Todavía, yo creo hasta donde sé, que no se rastrea a los usuarios que se descargan la aplicación del teléfono, que la quitan, que la borran... pero esa tasa de acción sería un factor muy interesante para premiar a las aplicaciones que digamos treinta años después todavía sobreviven en el teléfono del usuario. Ahí tendríamos un factor de relevancia unido a la satisfacción del usuario que creo que hoy en día yo creo que no se está directamente midiendo, a no ser que eso provoque comentarios, valoraciones negativas de usuarios, etc.

Para mi esos serían los principales factores que afectan al posicionamiento de en los *stores*. Luego ya tendríamos que ver las diferencias que existen entre los dos grandes.

**- Hablando del SEO que hablábamos antes, no existe unanimidad en el sector si el ASO es el SEO de las aplicaciones móviles, ¿crees que sería así?**

De alguna manera sería así en el sentido de que ambas estrategias coinciden en un objetivo, y es que ante una búsqueda de un usuario, el usuario encuentre entre las primeras posiciones un resultado. En el caso del buscador el resultado es capaz de llevar al usuario al sitio web del cliente, y en el caso del ASO lo que tratamos es provocar la descarga de la aplicación.

Así, que digamos que... por lo menos el objetivo que persigue sí que se parece bastante, lo que quizás ya no se parece tanto es la metodología de trabajo; de hecho, no hay tantas, o por lo menos nosotros no lo hemos visto o no lo hemos hecho... tantas empresas de SEO que hayan incorporado el servicio de ASO como algo natural en su cartera de producto. Es decir, somos SEO y seguimos trabajando en SEO, y sí es cierto que en algún momento del pasado percibí un poco las aplicaciones como una especie de amenaza al entorno web, creo que hoy en día ya no lo percibo tanto eso, creo que van a ser dos entornos que van a seguir coexistiendo, es decir, habrán empresas para las cuales tendrá todo el sentido del mundo y usuarios que así lo juzgarán el tener una aplicación, pero habrá un montón de empresas, y además el descubrimiento de nuevas empresas pasa sobre todo por el entorno web; así que a partir de ahí trabajo la tecnología bastante diferente, digamos que la optimización que se hace en SEO en aplicaciones se centra en optimizar todos los pasos de la subida de la aplicación, la clasificación en categorías, las *keywords*, que sean bonitos los pantallazos, que haya un video de demo, ¿vale?... pero finalmente lo que impacta de una forma crítica es el volumen de descargas, y en cuanto más músculo tenga una empresa para hacer una buena campaña orientada a descargas o hacer una campaña en medios, etc. todo eso va a influir de una forma muy potente en que esa aplicación finalmente se posicione bien.

En SEO digamos que nos toca trabajar en aspectos que tiene mucho más que ver con la relevancia de los contenidos interna, el entrelazado, es decir, otra serie de aspectos. Sé que Google ha ido, por lo menos de las apps que también tienen contenidos dentro, ha ido mejorando cómo rastrean sus contenidos, pero hasta donde yo sé todavía desconozco cómo lo hace o hasta qué punto es eficaz o hasta qué punto es capaz de rastrear todo eso bien, tendremos que ver el punto en donde el propio resultado de Google empecemos a ver contenidos, no sé, contenidos dentro de una app que de alguna manera, si queremos acceder a ese contenido provoque que tengamos que descargar al app, pero tendremos que verlo.

**- Cuando se planifica la estrategia de ASO, en tu opinión ¿cuál crees que sería el grado de participación de la marca?**

Entiendo que la marca aquí se involucraría de forma igual que en un proceso de SEO. La marca daría información un poco sobre su propio mercado, información sobre su target, perfil sociodemográfico del target al que se dirigen, perfil también psicográfico, a qué motivaciones serían sensibles, cuáles serían sus objeciones potenciales, también aportaría información sobre competidores, sobre en qué categoría debe estar clasificado, aportaría a lo mejor las primeras búsquedas para que a partir de esas poder hacer el *Keyword Research*, pues un poquito yo creo que esa sería la información que aportaría. Creo que esa sería la aportación de la marca en ese sentido, y después claro... todo lo que la marca pueda hacer ya en *cross media* para que a través de otras estrategias de publicidad o guion, pueda también coordinarse o conjuntarse para descarga de la aplicación.

**- Lo cual nos lleva a una última parte, en un contexto tanto de Big data que es una realidad, ¿cómo de importante es el *reporting* para las estrategias asociadas a lo que es el marketing móvil y en concreto las aplicaciones?**

¡Madre mía! Aquí volvemos a lo de antes, ¿eh? la cinta de gran hermano escuchando (risas)...

Yo creo que aquí habrá que ver, ya que Europa de alguna manera se ha de distanciado de Estados Unidos en el tipo de acceso, digamos en el tipo de garantías que se exigen para acceder a según qué datos, por ejemplo, Whatsapp hace unos meses empezó a encriptar su comunicación, y otras aplicaciones pueden empezar a hacer lo mismo. Google ya está activamente promoviendo que todas las webs puedan implementarse a través de https, así que... bueno, yo creo que aquí falta... falta el control y falta también, por ejemplo, la formación del usuario para poder tener ese control; es decir, te decía antes, yo creo que el control sobre qué parte de la información y de los datos que generamos debería ser privada y cuál deberíamos dejar que fuera pública, ese control no debería estar ni en las manos de las empresas, ni en las operadoras de telecomunicaciones, ni en los fabricantes de terminales móviles, ni en los gobiernos en ningún... no debería estar más que en las manos de los usuarios.

El usuario necesita por una parte formación y, por otra parte, instrumentos sencillos. Por ejemplo Google ha empezado desde hace un año a enviar emails animando a los usuarios a que accedan a su panel de control. Yo suelo mostrar como parte de la formación SEO a la gente que está en clase el panel de control y el 95% de la gente nunca ha entrado a su panel de control de Google y cuando entran y ven que está ahí es que alucinan, se quedan flipaos de que Google guarda las trayectorias de desplazamiento, guarda las búsquedas, guarda donde hicimos clic, como refinamos las búsquedas, lo guarda todo y la gente se queda bastante sorprendida.

Entonces, el *reporting* es muy importante, yo creo que las empresas quieren acceder al máximo de datos posible como también querrían acceder los gobiernos, pero por otro lado, y empieza a haber una corriente por parte de los usuarios de digamos de creciente concienciación y preocupación sobre qué se va a hacer con mis datos y hasta qué punto puedo ser transparente en la red, hasta qué punto es seguro o hasta qué punto me puedo meter en implicaciones legales, etc.

Así que yo veo que ahí, por una parte sería interesante en el sentido que las empresas podrían adaptar su oferta mejor a los usuarios, pero por otra parte a mí me da mucho respecto que los usuarios sean los que marcan el ámbito donde las empresas podemos actuar o donde ellos nos quieren dejar actuar.

**- Y, por último, ¿cuál sería la relación entre un directos de cuentas o el planificador de medios, lo que sería el experto en ASO y el desarrollador de una aplicación?**

Algún aspecto lo hemos comentado ya antes... como ya vimos antes, como solamente el 40% de las aplicaciones se encuentran a través de la *App Store*, digamos que si una app es una pieza importante en la estrategia de marketing, entonces si queremos que sea un éxito su lanzamiento, por una parte digamos que el ASO tendrá que trabajar en los aspectos propios del ASO, pero por otra parte tendremos que trabajar en un sitio web, tendremos que trabajar en otros medios off y on para promocionar la descarga de esa aplicación; convendría coordinarnos por ejemplo con el ASO para concentrar las descargas en una

época de tiempo determinada de forma que esa nos haga subir... es decir, habrían muchas labores de coordinación que serían importantes conjuntar, ¿no?

ASO sería solamente una parte del esfuerzo de marketing para que la app fuera un éxito. Obviamente, si la gente... esto es como la usabilidad, por ejemplo, ¿cuál sería el papel del experto con que programa el desarrollador de la app? esto es como el experto en usabilidad, si invertimos muchísimos medios en atraer tráfico a una web y la web funciona muy mal y la gente se va, pues no hemos hecho nada. Aquí queremos que la gente descargue la aplicación, pero que después tengamos una tasa de retención si lo que queremos es fidelizar, así que la aplicación obviamente el desarrollador tendría que esforzarse en que la aplicación sea intuitiva, sea fácil, de un valor añadido al usuario, se adapte al escenario de uso, aporte o haga uso de todas las funcionalidades que posibilitan a la plataforma de la mejor manera posible, que tenga un icono bonito, que la página de la aplicación sea atractiva, que los pantallazos sean interesantes... todo eso mejoraría la tasa de descargas, la tasa de conversión, y mejoraría el posicionamiento...

Por otro lado, una descripción, una clasificación, *keywords*, nombre... analizar la forma en la que la gente busca, hacer ese *Keyword Research*... pues sería un papel que perfectamente se podría extraer del SEO, a qué cosas la gente es sensible, a qué cosas no... y todo eso lo podemos gestar también con campañas de Adwords, así que sería un poco una labor de conjunción entre todos para que finalmente eso sea un éxito. O sea, estaríamos hablando un poco de las patas de... que en el entorno web estaríamos hablando de usabilidad, interfaz, rapidez de descarga, estudio del target, etc. Aquí sería un poco trasladar esa estrategia exactamente igual.

### Entrevistado 3

#### **- ¿Cómo definirías al usuario móvil de hoy en día?**

Pues bueno, los usuarios móviles un poco sería... lo mismo que los que teníamos para desktop, pero todo lo malo multiplicado por diez, y todo lo bueno

más ajustado; porque si en ordenador leíamos poco en móvil todavía menos, si en ordenador teníamos poca paciencia en móvil tenemos menos...

Antes, hace veinte años era el paradigma de la navegación, y luego llegó Google y lo transformó en el paradigma de la búsqueda, ya nadie navegamos sino que buscamos y nos sale la información; pero dentro de Google aún estábamos en desktop acostumbrados a “voy a mirar varios resultado a ver cuál es el que me gusta”, pero en *mobile* ya no, “yo quiero que me salga la información que yo quiero y lo que necesito, porque si no a lo mejor cierro el buscador y lo que estoy utilizando y es que ni me molesto en seguir, digo que no es lo que yo quería y fuera”.

Y... básicamente eso, aunque tiene sus ventajas claro. Va todo el día con nosotros, y en el momento en que necesitamos la información o que nos acordamos de algo, o que tenemos los famosos micromomentos en el ascensor, en el autobús, en el metro, o en un semáforo, aunque no sea recomendable... ese tipo de cosas. Entonces, pues bueno... ahí está.

Al principio se daba más lo de que la gente no quería comprar a través del móvil, que sigue todavía, ¿no?... “yo busco a través del móvil, ya sé lo que quiero y luego lo compro a través del ordenador o desde la *tablet* tranquilamente”, pero también eso va cambiando más, la gente ya nos vamos acostumbrando a comprar por el móvil, ya dejamos nuestras tarjetas grabadas en nuestras plataformas de compra, y bueno... yo me compré unas zapatillas sin querer una vez. Fue tan sencillo, que iba pam, pam, pam, pam... que de repente me salió “tu compra ha finalizado” y yo dije “nooo, no quería comprarlas todavía”, pero eso es a lo que tenemos que ir.

### **- ¿Qué actores intervendrían en tu opinión en el ecosistema móvil?**

El tema de la agencia pienso que entra más cuanto menos maduro y menos posibilidades tiene un cliente, una marca, una empresa... más tiene que entrar una agencia, y menos posibilidades tiene esa empresa o esa marca, evidentemente.

Luego, también, aunque el departamento de una marca... el departamento de marketing sea maduro y tenga recursos, siempre la agencia suele estar un

poco más la día e lo que suele estar el cliente; entonces, si estamos hablando de este mercado que es puntero, y que todos los días aparecen cosas nuevas, y cosas que dábamos por sentadas al día siguiente ya no valen para nada, en ese caso, la agencia tiene un papel importante... siempre... En el sentido común de los clientes está cuanto puedo y cuanto debo tirar de la agencia y exactamente para qué cosas, ¿por qué? pues a lo mejor simplemente es tener... hay clientes más grandes que tienes un departamento y dicen, “no, ¿yo para qué quiero una agencia? si mi departamento va a estar... conoce mucho más el producto, conoce mucho más a mi target, está más comprometido... sería gastar el dinero en una agencia”, pero tú puedes complementar tu equipo en aquellos puntos en los que veas que estás un poco más flojo con profesionales de una agencia. Y ya que las agencias nos adaptamos a cualquier cosa que el cliente necesite, pues ahí está el valorar qué es lo que la agencia le puede aportar a la gente. Bueno, la agencia yo considero que es importante.

Y después, en cuanto a plataformas, yo siempre he sido más de *search marketing*, y no me gusta decir esto, pero cada vez más la gente llevamos las redes sociales en el móvil y estamos consultándolas constantemente. Es mucho más sencillo si la red social nos conoce, o el ecosistema publicitario de la red social utilizado por la agencia y el cliente saben dónde colocar correctamente esa información a modo *push*, porque yo no lo estoy buscando concretamente en ese momento, pero si la colocas muy bien pues la gente nos la tragamos. Por ejemplo, con Facebook han metido la publicidad como si fuese otro contenido más, que tu ya prácticamente no lo ves, o han hecho me gusta tus amigos o lo que sea, entonces tú vas pasando y ¡oye! “pues me encanta esto”, y no te das ni cuenta de que es publicidad.

Eso es un poco ahí... no llega a ser publicidad engañosa o este tipo de cosas, bueno... en mi opinión, pero estamos ahí rozando el límite con ese tipo de cosas. Entonces, las redes sociales muy importantes, pero lo de siempre, sabiendo que tenemos, tienen todos, tanto publicitarios como redes sociales, tenemos que servir al usuario, porque al final, todos aquellos que... esas formas de trabajo más antiguas en las que “vamos a averiguar cómo engañar a Google para que salgamos los primeros”, y luego igual vale que salimos los primeros, pero entran los usuarios y se van inmediatamente porque no les estamos dando lo que quieren los usuarios, entonces esto se ha dicho siempre, y en muchas ocasiones no se ha cumplido, pero... hoy más que nunca, y cada día se dice

esto, el usuario es en quien tenemos que pensar; nos tenemos que olvidar de SEO, de ASO, de SEM, de todo, y pensar en lo que quiere nuestro usuario y dárselo.

Después, muy importante... por supuesto los buscadores, pero en ese sentido que comentábamos antes de que más le vale al buscadores lo que está buscando, y ligado a ese buscador los asistentes personales, porque ya la gente no tenemos tiempo, no queremos teclear, y si se lo digo al móvil y él me lo busca mejor. Entonces, los buscadores muy importantes junto con los asistentes de voz y los asistentes de voz creo que van a cambiar también el modo en que funcionan los buscadores a día de hoy, porque una búsqueda tecleada no es igual que una búsqueda hecha por voz ya que ahí hay muchos matices y seguramente todo esto va a ser parte de la próxima revolución que tengamos por aquí.

#### **- ¿Podemos considerarnos como dispositivos móviles andantes?**

Sí, bueno... al final el dispositivo móvil es parte de ti y, por tanto, tú también eres parte del dispositivo. Sí, es una forma curiosa de definirlo. Es una unidad entre cliente y dispositivo, hay mucho del usuario en el dispositivo, y al final el dispositivo también es parte del usuario. No me gusta eso, no lo había visto así y sí que pienso que hay algo de cierto en eso, pero es... ¡no mola eso! (risas).

#### **- ¿Cómo influye la experiencia móvil en la relación marca/empresa con sus consumidores?**

Pues ahí, un poco lo que decíamos al principio y un poco al final de pensar en los usuarios. O sea, como siempre ha pasado, el usuario, el cliente potencial o el cliente, verán algo de una marca, más aún cuando esa marca sea conocida y tenga imagen de marca, tu esperas algo de ella y, si no es capaz de satisfacer tus expectativas vas a estar frustrado. Entonces también por ahí ligaría... con posicionar una aplicación, o posicionar una página web y que la gente llegue por ciertas búsquedas y no encuentre lo que quiere. Pues hoy en día, con lo exigente que es el consumidor, y más en lo que estamos hablando en lo



referente a mobile, se juegan mucho las marcas en no cumplir las expectativas en estos dispositivos de los usuarios.

Yo lo digo muchas veces, y lo he dicho en más de un proyecto... yo prefiero no aparecer que aparecer y que la gente se frustré cuando me encuentra.

**- Sí, sí, totalmente... ¿cuál sería la ventaja de los dispositivos móviles frente al resto de medios?**

La ventaja... es toda la información que nos da, que está unido al usuario las veinticuatro horas del día y que el usuario nos da a través del móvil, de aplicaciones, y preferencia y todo esto, una gran cantidad de sus preferencias que nosotros podemos aprovechar para tratar de poder ser más relevantes para él y de amoldarnos más a lo que necesita.

En cuanto a lo que es inversión propiamente dicha, muchos artículos empiezan con los grandes titulares de que el próximo año será el año del *mobile*... ¿es una realidad o es un mito y ya estamos en la era del *mobile*?

Hombre... ya estamos en la era del *mobile* en cuanto a que ya hay muchas más búsquedas por móvil que por desktop y por *tablet*. La gente ya no quiere tocar los ordenadores, ya lo hacen casi todo desde los móviles, aún se da un poco ese caso de la gente que inicia unos contactos y se informa más a través del móvil y termina comprando por desktop, pero ese modelo está tendiendo a la baja y cada vez más todo se va a centrar todo en el móvil.

Yo me tiro semanas sin tocar el ordenador en casa, incluso meses, y lo hago todo a través del móvil. Entonces, ahí está lo de... está totalmente justificado lo de la ideología del *mobile first*, vamos a hacer todo en el móvil y luego ya pensaremos en lo demás, pero también tenemos que conocer a nuestro usuario y, por ejemplo detectar en qué tipos de mercados y con qué tipos de target podemos incluso decir *mobile only*, vamos a hacer el móvil y lo demás es marginal; o en aquellos en los que la experiencia multidispositivo es más importante y como nos dejemos una de esas patitas, aunque sea pequeña, igual nos estamos dejando un 20% del tráfico pero ese 20% es el que nos compra, dependiendo de los sectores... en este aspecto, se está extendiendo mucho las listas de deseos, que básicamente es "yo tengo un minuto, me mandas el

*newsletter*, entro a tu tienda y me gusta la oferta, pero ahora mismo solamente tengo un minuto para dedicarte, no me voy a poner a comprar... lo meto en mi *wish list* y cuando llego a casa enciendo la *tablet*, que por supuesto tiene que estar conectada y salirme cuando me logueo, y ya directamente me sale el producto que yo he elegido, porque también, en el móvil tenía un minuto, pero en la *tablet* voy a tener cinco". O sea, o me lo pones fácil el producto y lo encuentro, o tampoco.

**- En este sentido, ¿cuáles serían las tendencias en *mobile*?**

En la parte de *mobile*, eh... pues lo de los asistentes de voz, hoy a día de hoy es incipiente, pero va a ser una realidad muy en breve, si se sabe gestionar todo esto. También podría ser otra de esas tendencias que mucha gente cree que va a explotar y al final no lo hacen, pero tiene pinta de que sí porque ya hablamos con la tele, hablamos con el móvil, hablamos con la consola, hablamos con el coche... ya está todo interconectado entre ellos, al final vamos a hablar con todos los dispositivos.

Como en esas películas o series de ciencia ficción, no sé si te gusta... en las que decías "¡ostras! aquí hay algo que no me cuadra, se supone que me están sacando el futuro dentro de 200 años, pero todo tiene pinta de más antiguo, porque claro, ya en el futuro no me van a hacer falta botones, ni esto ni lo otro..."; o sea, a lo mejor un reloj será una cosa cuadrada que llevaremos aquí una cinta que no tendrá botones, ni pantalla ni tendrá nada porque simplemente saldrá un holograma y le hablaremos, le pediremos lo que queremos y ya está. Con lo cual, tenderemos a la simplificación de todo, no habrá botones, no habrá menús y lo haremos todo por voz, como mucho habrá algún menú de pantalla o alguna cosa así... es una posibilidad.

Entonces, los asistentes de voz, la simplificación extrema... a nivel tecnológico, en este sentido, serían las páginas AMP que lo que hacen es una vez más simplificarlo todo, para que haya menos información, menos peso más velocidad, más claridad, entonces yo busco una cosa y me tiene salir exactamente lo que quiero y, si es eso pues me lo compro y sino, pues nada.

Y... bueno, lo de la parte AMP y lo de las búsquedas de voz estaría más orientado a la parte de captación de clientes, yéndonos a la parte de fidelización, las aplicaciones; pero las aplicaciones en cuanto a satisfacción de necesidades,

al menos como está montado hoy, duraderas en el tiempo, porque conforme está montado hoy, una aplicación que me sirve para una vez y después la borro, tampoco terminaría de posicionarse, tendríamos que publicarla por otras formas, por otras vías. Entonces, hoy más que nunca, a nivel de retención y desarrollo de clientes, las aplicaciones en los móviles por supuesto, pero muy bien pensadas, porque... más vale tener una aplicación que resuelva bien un problema del usuario y se la guarde y él sepa que cuando quiere hacer esto tiene esa aplicación, que hacer una aplicación mega complicada que resuelva muchas cosas pero que al final no termine de ser todo lo sencilla que debe. Es decir, más vale que la abras y directamente te de lo que quieres sin tener que hacer nada, que la abras y “¡guau! esta aplicación hace maravillas, pero yo solamente quiero una y tengo que estar buscando qué es lo que quiero hacer”. Es una poco por ahí.

**- Hablando ya un poco de lo que sería el ASO, ¿cómo lo definirías tú? porque en muchos artículos, incluso los propios profesores del máster que a veces dan ASO, unos lo definen como un posicionamiento específico para el móvil, otros dicen que es el SEO del *mobile*...**

Hombre, diciendo el SEO del *mobile* te entiende más o menos la gente, lo que pasa es que también depende de cómo entiendas tú la disciplina del SEO y... por ejemplo, el SEO mucha gente opina que termina cuando el tráfico llega a la web, es decir, mi obligación mediante una campaña de SEO es que esta web reciba el máximo tráfico posible, pero por ejemplo, en mi opinión eso no termina ahí, porque sí, tú me puedes traer muchísimo tráfico pero que ese tráfico no convierta, o puedes no traerme... no llevar ese tráfico a la parte del pack to conversión correspondiente, porque si una persona está en la parte informativa no lo puedo llevar a la parte de compra porque me va a rebotar, y viceversa.

Entonces, entendiendo el SEO de una forma más amplia en la que va desde... hace todo lo necesario para que de forma orgánica yo consiga mis objetivos de ventas o de contrataciones o de consultas de la página. Entonces en el ASO, la obligación no es solamente que mi aplicación salga de las primeras, en las primeras posiciones, sino que salga en aquellos rankings en los que verdaderamente sean necesarios porque va a estar mi target, y que mi target después sea el adecuado para mi aplicación; que la aplicación sea

adecuada para el target y que el target para la aplicación, para que se produzca ese fenómeno de que el usuario mantenga la aplicación en el tiempo y vaya viniendo a ella regularmente a lo que necesite.

Entonces, no sé si he contestado...

**- Sí, sí...**

Para mí, el ASO sí es similar al SEO, pero si entendemos tanto SEO como ASO como un conjunto que lleva desde esa consecución del tráfico hasta esa consecución del objetivo, no quedándonos solamente a la mitad. Si decimos que el SEO es solamente estar en los primeros puestos, pues no diría que el SEO y el ASO son lo mismo.

Y luego, pues también en el SEO hay tendencias que piensan que todo está a un nivel más técnico y vamos a hacer todo como nos lo dice Google y nos olvidamos un poco más del usuario, que esto iría en la visión del ASO, iría en la de vamos a optimizar bien todos los contenidos de las *stores* para que cuando alguien haga una búsqueda somos los más relevantes posibles, pero se olvidarían también de la parte externa que, en el SEO puede ser el *linkbuilding* y la parte de la usabilidad, que tengamos unos buenos resultados de usabilidad; y en el ASO sería igualmente esa usabilidad y extendiéndolo un poco más a todo el tema de las recomendaciones, tanto vía Internet como vía boca a boca, y... y bueno, que todo esa retroalimenta al posicionamiento ASO generando más instalaciones, que eso en el SEO obviamente no llegamos hasta ahí, pero en el ASO tenemos un puntito más.

**- Venía a colación de la siguiente pregunta... según el último informe de Fundación Telefónica 2015, cada día se descargaron unos 4 millones de aplicaciones. ¿Cómo conseguir destacar entre todas ellas para llegar a tu público objetivo?**

Pues al final es una cosa que se ha dicho mil veces, que es muy sencilla, que todo el mundo la sabemos, pero luego al final entre el cliente, la agencia y

todo, se acaba perdiendo y desvirtuando muchas veces, porque habría que ver de esos... ¿cuatro millones me has dicho? ¿al mes?

**- No, al día...**

Vale, cuatro millones al día. ¿Y al día siguiente cuantas de esas aplicaciones se han desinstalado? ¿o al mes siguiente cuantas de esas aplicaciones no se han abierto? Tendríamos que ver todos esos ratios, porque... por ejemplo, en Facebook funciona de maravilla todo el tema de las descargas de aplicaciones, salen CPC muy bajos, pues por lo mismo de siempre: “no tengo tiempo, y pam, pam, pam estoy viendo lo que hay por aquí y ¡ostras! esta aplicación tiene una pinta interesante, descargar e instalar y me lo dejo ahí semanas, meses sin que la mira y un buen día voy a ver lo que tengo por aquí... uf, fuera, fuera, fuera, fuera, fuera, ni la he abierto y ya la he desinstalado”; u otras que te las instalas, las abres y no es lo que te esperabas e inmediatamente la borras.

Con lo cual, ¿cómo destacar? pues buscando... detectando una necesidad que realmente podamos cubrir de nuestro usuario, si es una necesidad que se mantiene en el tiempo mejor que mejor, y procurando dejarlo tan feliz y tan contento que nos haga una recomendación en Internet o lo comente a sus amigos. Está muy extendido... hay mucha gente que comenta en Internet las aplicaciones, pero mucha más que cuando llega por la tarde al *afterwork* o el fin de semana donde descansa los fines de semana, si de verdad ha encontrado algo interesante, está a la orden del día enseñárselo a todos: “¡mira, mira lo que he encontrado!”. Es muy importante que nos recomienden en Internet pero también en el boca a boca.

**- Viene a colación ya que la siguiente era qué factores influirían en el ASO.**

Vale y realmente, perdona, ligando con el anterior también, tener claro que... con una frase que decía muchas veces Amiguet cuando estábamos en clase: “ya pasó la época del buen paño en el arcón se vende”, es decir, tu puedes hacer todo esto que hemos dicho y tener una aplicación que sea genial, pero como no consigas una masa crítica de usuarios no vas a salir en ningún sitio, con lo cual hay que tener claro que hay que invertir mucho tiempo y recursos en encontrar esa necesidad y cubrirla correctamente, y en que la

aplicación está perfectamente engrasada antes de lanzarla y entonces, hay que gastarse dinero en mover eso de alguna forma.

Si somos unos crack y encontramos alguna técnica de *ground hacking* que nos permita hacer esto con pocos recursos, pues mira genial, lo hemos hecho perfecto; pero para la mayoría de la gente, y para la mayoría de agencias y para la mayoría de los casos, hay que gastarse un dinero inicial para tener una masa crítica que permita que la rueda siga girando.

#### **- En cuanto a los factores...**

Lo dicho, habría que tener en cuenta el título, la descripción, las *keywords* con las que te vas a posicionar, el icono, las capturas de pantalla... lo que comentábamos de las valoraciones de los usuarios, que hay que conseguir que te recomienden. Además, un factor importante es que cubra una necesidad del usuario, porque si te borran muy rápido la aplicación, no sirve de nada ese posicionamiento.

#### **- ¿Cómo se puede promocionar o qué mecanismos están llevando a cabo las agencias para promocionar una app para conseguir descargas?**

Pues lo más extendido son las redes de afiliación, redes sociales, envíos a bases de datos, envíos a bases de datos propias, que eso funciona muy bien; por ejemplo, cuando trabajaba en Hofmann había una base de datos gigantesca, que eso es una gran suerte que no todas las empresas cuentan con ella, además Hofmann es una *lovemark*, con lo cual la gente abría mucho el correo y estaban muy dispuestos a este tipo de cosas, y simplemente haciendo... bueno, procuramos hacer la aplicación lo mejor posible, que estaba muy lejos cuando se lanzó de ser todo lo buena que podía ser, por lo que pasa siempre, hay un *time to market* en el que tienes que llegar, y más vale estar... en contra de todo lo que he dicho antes (risas)... sabes, lo de más vale llegar a tiempo que llegar perfecto y no llegar a tiempo, pero bueno, al final hay que tratar de ver lo que conviene en ese momento.

Vale, pues en ese caso nosotros no tuvimos que hacer una gran inversión fuera, porque ya contábamos con esa base de datos que era tan grande y teníamos tan clara esa respuesta, que haciendo unas estimaciones de cuantas

instalaciones necesitábamos para salir en los primeros puestos de las *stores*, pudimos ir gastándonos esos envíos poco a poco para mantenernos el máximo tiempo y después generar un retorno orgánico que hizo que esa se mantuviera más arriba; pero para la mayoría de las empresas, pues son este tipo de... para la mayoría de las marcas hay que gastarse el dinero en redes sociales y en redes de afiliación, si hay algún *influencer* en nuestro sector que nos puede hacer este trabajo pues también, por supuesto; pero vamos, básicamente es a lo que más se recurre.

**- Sobre todo, aparte de aplicaciones juegos, que últimamente se ve mucho spot en televisión... ¿crees que puede ser el camino a seguir?**

Hombre, la televisión siempre es la televisión y es lo que más nos va a conseguir, pero ahí hay varios ejemplos de grandes fracasos, al menos en el mercado español, como puede ser el de Line, que a nivel mundial han conseguido su público, pero aquí en España pese a tener *influencers* como comentábamos, pese a tener una campaña en televisión brutal, tuvieron un boom y todo el mundo nos instalamos Line, pero todo el mundo nos lo desinstalamos al poco tiempo porque realmente no nos aportaba nada nuevo.

Entonces, televisión sí, siempre y cuando sea posible, y una de dos... o tengamos una bolsa de, un *batched* para invertir a fondo perdido y sepamos que eso nos va a generar una marca y nos va a generar unas instalaciones, pero que luego hay que tener todo el resto bien para poder tener un retorno de esa inversión.

**- ¿Hasta qué punto la propia marca influye o participa cuando se lleva a cabo una estrategia de ASO en una determinada aplicación?**

Pues si se hace, en mi opinión, si se hace todo correctamente o lo más correctamente posible, debe influir mucho porque la marca es la que mejor debe de conocer a su target y la que mejor puede definir encontrar la necesidad de su target y definir cómo la va a cubrir. La gente de desarrollo y de ASO lo que tiene que hacer es traducir eso a sus campos respectivos, o a la gente de usabilidad, pero al final la parte estratégica o de marca son los que tienen que definir esto, y

después el resto del equipo ayudar a que esto sea lo más redondo posible para cumplir el objetivo. Pero vamos, si se hace bien, la marca es quien más tiene que decir.

Muchas veces se hace al contrario, “no tenemos una aplicación, tenemos que tener una aplicación, toda nuestra competencia tiene una aplicación... vale pues nada, contrata una agencia, contrata un desarrollador y en seis meses tenemos una aplicación”. ¿Qué tiene que hacer? “lo mismo que la competencia”, pues desastre absoluto.

### **- ¿Qué tipos de presencia podemos tener?**

*Web responsive*, app nativa, híbrida... pero al final depende del target, mercado, y empresa, vamos a tener distintas formas más... más correctas o más adaptadas a nuestro target para darle lo que él necesita. Sería conocerle todo lo que podamos y él va a ser el que va a responder esta pregunta, el usuario.

No sabría decirte... Yo, si no tuviera limitación presupuestaria, esto es imposible (risas), pero vamos, lo que haría es estar presente de todas las formas posibles, y en vez de esperarme a recibir los datos de los usuarios y después salir de la forma más optimizada, yo estoy en todo y tu coge lo que más te guste y después ver cómo se comporta cada uno en las distintas formas que tenemos de darle la información o los productos que necesita y a partir de ahí ir optimizando.

### **- Esto venía también en relación... muchas empresas dicen “tenemos que tener un app”, ¿pero que le va a aportar?**

Claro, si no aporta nada... pues al final, sí que podemos estar dándole lo mismo que ya le estábamos dando, pero de una forma más cómoda para él o ella. Entonces, yo sí que creo que al final, aunque sea marginal, cualquiera de las posibilidades que tiene la empresa va a tener su público o su nicho de público dentro de nuestro propio target. Si no tenemos límites, pues satisfacémoslos a todos de la mejor forma posible, luego como todas las empresas tienen límites en distintos aspectos, pues tenemos que tratar de



primero satisfacer a la mayoría y después al resto... como el mundo empresarial no es una democracia, pues primero vamos a lo que interesa, a esa mayoría o esa minoría que nos genera la mayor parte de nuestros ingresos, o a esa mayoría que nos genera la mayor parte de nuestros ingresos.

**- En ese sentido, cuando se hace ASO por primera vez, ¿errores a evitar?**

Errores a evitar... pues los excesos, una vez más llevándolo a la comparativa con el SEO, pues los excesos que se han hecho toda la vida en el SEO y que después el algoritmo de Google o de los distintos motores de búsquedas han ido frenando o penalizando, que dicho esto, en ASO todavía funcionan algunos de ellos, con lo cual todavía se puede, dependiendo de las necesidades, tirar un poco más de ese hilo o no.

Procurar no tener que recurrir a eso, porque realmente es lo que decíamos, si nosotros hacemos la aplicación adecuada y la enviamos al target adecuado, eso sí vamos a necesitar una inversión inicial pero después en teoría se va a poner a rodar y poco a poco vamos a llegar a donde queremos. Los errores serían no tratar de hacer esas prácticas poco éticas que hoy nos pueden dar un beneficio pero mañana nos pueden perjudicar, y... y que la parte estratégica esté bien hecha porque entonces la parte del ASO va a ser muy sencilla. O sea, si la parte estratégica está mal, por mucho que tengamos a los mejores profesionales de ASO, no vamos a llegar a ningún sitio; entonces si quieres hacer buen ASO, preara bien la estrategia (risas).

**- ¿Posibles penalizaciones que te puedes encontrar?**

A día de hoy, no son muy conocidas, pero sí que en algunos casos... o sea, realmente, yo no he visto que yo haya podido comprobar una penalización como tal, como las... sí que se ha sacado alguna aplicación fuera, pero suelen ser... por ejemplo, en el Apple Store sí que pasa, sí pasa más, porque se incumplen las políticas de la App Store, que eso está muy claro. Realmente no va tan... no va tan orientado al posicionamiento como al no engaño de los usuarios y darles realmente lo que necesitan.

En Google es donde todavía funcionan técnicas más... menos, *whitehat* y más *blackhat*, pero al final es... somos profesionales, estamos trabajando para una empresa profesional, cumplamos sus especificaciones y sus políticas y hagamos lo que se supone que se puede o lo que se puede hacer bien para cumplir los objetivos.

Y penalizaciones, lo que te comentaba, más directamente cuando se incumple que te sacan la aplicación y ya está. Antes te sacaban de Google y ahora del *market*, viene a ser similar aunque creo que todavía no está tan desarrollado como los algoritmos de los motores de búsqueda.

### **- ¿Sería lo mismo realizar ASO para App Store y para Play Store?**

En principio, si nos cogemos a la parte menos interesante pero que más se ha trabajado de técnica de qué es lo que funciona para poder salir en los primeros puestos en una y qué es lo que funciona en la otra, a nivel de optimización de las fichas y de este tipo de cosas, hay diferencias. Pero si nos centramos en lo que debemos, que es satisfacer las necesidades de los usuarios y cumplir las políticas de publicación de las *stores*, es lo mismo para las dos.

Luego, también hay que tener en cuenta que las fichas de producto son diferentes, pero igual de importante la información que se va a publicar, ya que tiene que actuar de enganche.

### **- Todo lo que es la arquitectura de información propia de los *market*, ¿puede influir de alguna forma para conseguir descargas?**

Sí, sí que influye porque al final el usuario hay unos puntos de esa información que son donde él espera encontrar lo que busca, donde va a decidir si esa aplicación le interesa o no le interesa en un primer momento. Entonces, al igual que pasaba con las páginas web, esos puntos más o menos ya sabemos cuáles son y Google lo ha dicho. Con lo cual, dentro de todo lo que hemos comentado de la experiencia de usuario, de las descargas, de las no desinstalaciones, de las... de la vuelta a abrir la aplicación, tenemos que tener eso bien, pero la información debe estar bien estructurada y aquello más

importante debe estar en las partes más importantes de las fichas, de la información, del contenido de ayuda y de este tipo de contenido; para al final, si muchos estamos haciendo lo mismo, en algún sitio tengo que buscar ese pequeño... esa décima que me ayuda estar por encima.

A mí me gusta compararlo, un ejemplo que pongo a veces en las clases es, cuando los nadadores o los ciclistas se depilan las piernas para evitar el rozamiento con el aire, pues cuando llegas a un nivel tan alto de competitividad máximo, ese 0,00001 de ventaja puede suponer una diferencia.

A la hora de generar todo ese contenido, todos esos puntos, hay que estar pensando obviamente en el usuario, conseguir el *engagement*... dependiendo, no sé si dependiendo del usuario o dependiendo de la propia marca... un contenido más informativo, más de ofrecer solamente las ventajas, es decir, ¿cómo habría que redactar ese tipo de contenido?

Ese tipo de contenidos, al final, tenemos que llegar a un equilibrio entre lo informativo y lo publicitario, no pasarnos de vender, pero no olvidarnos de que estamos vendiendo. Y luego, pensar en el usuario pero también no perder de vista lo que... lo que las *stores* o lo que el ASO nos han dicho que funciona.

Entonces al final son varias bolas que tenemos que tener en equilibrio para no olvidarnos de ningún... saber que lo principal es el usuario pero tampoco olvidarnos del resto.

**- En este contexto del Big Data, ¿cómo serían de importante las métricas? ¿qué métricas se deberían llevar a cabo?**

Aquellas que detectemos que nos pueden ayudar en el día a día... si al final del día, del mes, del año, o del quinquenio vamos a cumplir nuestro objetivo... pero lo más importante volviendo al tema del *big data* y al tema del *reporting*, que alguien, que haya una figura que transforme esa información en conocimiento y al final haga un resumen del resumen del resumen del resumen... y lo reparta a las distintas personas del equipo para que cada una tenga su información, que al final la verdad es que no sé cómo se llamaría este perfil... pero probablemente sería un profesional que debería incorporarse a las empresas y a las agencia dentro de poco, porque aunque ya en teoría todo el

mundo trabajemos ahí, tal cantidad de información va a hacer necesario que haya una persona que corte esa gran cantidad de información en pedacitos y distribuirlo.

**- Venía más a colación porque he visto también muchos artículo, ponencias, etc., que decían que lo más importante es el número de descargas... ¿hay que centrarse realmente solamente en eso?**

Hombre, el número de descargas es determinante, pero no podemos centrarnos solamente en eso, y lo que decíamos hace un momento... si somos los que más descargas tenemos y somos también los que más borran la aplicación al día siguiente, probablemente no vamos a salir los primeros; hay que tenerlo todo en cuenta sabiendo que eso es muy importante. Si tenemos todo lo demás perfecto, pero no tenemos descargas nadie nos va a ver y no vamos a salir en ningún sitio. Si tenemos muchas descargas y todo lo demás mal, entonces al final es llegar a un equilibrio dentro de nuestras posibilidades, nuestras... las aptitudes que tenga nuestro equipo y nuestra disponibilidad presupuestaria. Y con todo eso, lo mismo, tratar de empujar lo más arriba posible, porque no te puedes centrar solamente en una cosa, aunque está claro que esa es una de las más importantes, las descargas.

**- A la hora de hacer lo que sería la aplicación, cómo decidir si es gratuita, de pago, *freemium*... ¿viene más determinado por la propia empresa? ¿o la estrategia que se haga con la agencia?**

Hombre, como ya hemos comentado antes, yo creo que esa parte más estratégica debe recaer en la empresa, la agencia puede compartir su experiencia en distintos sectores y mercados, y con distintos targets con el cliente, pero la empresa o la marca es al final quien más debe conocer a su target y, en principio, debería partir de ahí.

**- A la hora de llevar a cabo esa monitorización que estábamos hablando antes... ¿hay algún tipo de herramienta que con la que hayas trabajado?**

Pues hay una herramienta que, todavía no he trabajado con ella, pero tiene muy buena pinta... bueno, anteriormente sí que utilicé el SDK de Analytics, pero ahora Analytics ha sacado el Firebase, que no lo he probado aún pero tengo muchas ganas de probarlo, y tiene pinta de que va a simplificar mucho el acceso a la información, porque Analytics está pensado para páginas web y Firebase está pensado ya para aplicaciones.

Y nada, estamos a punto de lanzar en MissConversion una aplicación nuestra propia junto con una empresa que colaboramos de desarrollo de aplicaciones, y ahí ya vamos a poner Firebase y estoy deseando poder verlo, pero todavía no lo he visto. Pero vamos, por lo que dice... por lo que he podido leer, como siempre que Google, como casi siempre que Google lanza una herramienta va a ser de las principales.

#### Entrevistado 4

##### **- ¿Cómo definirías al usuario/consumidor móvil?**

Pues un usuario de carácter tecnológico, conectado a un dispositivo móvil o a varios vaya donde vaya.

##### **- ¿Qué actores intervienen en el ecosistema móvil?**

Yo veo tres... principalmente, lo que sería el usuario final, lo que es el desarrollador, y la empresa que expone esa aplicación... y después el cliente de esa aplicación, que no tiene por qué coincidir con el usuario de la aplicación; es decir, en un entorno multimedia donde vamos a tener... por ejemplo, en aplicaciones gratuitas, donde lo que se va a vender es publicidad, el usuario es el que va a utilizar la aplicación en su sentido de lo que tenía la aplicación que hacer, el cliente en este caso va a ser el que va a pagar la publicidad, y la empresa que ha creado o ha pedido crear la aplicación sería el tercer actor, que es la que de alguna manera se le ha ocurrido la idea y la articula para que funcione.

Entonces, yo creo que hay que tener muy claro eso desde un principio, porque no los usuarios son tus clientes o, al menos, no necesariamente. A veces sí y a veces no.

**- Dentro de ese ecosistema, en otras entrevistas realizadas, destacan como actor lo que es el *adtracker*, ¿crees que formaría parte del ecosistema?**

Claro, yo lo veo desde mi punto de vista como desarrollador. Entiendo que lo que es la empresa que va a gestionar la aplicación está incluido todo eso. Me refiero, ahí tendríamos herramientas de muchos tipos, no solamente es la aplicación sino tendríamos herramientas de control y gestión, es decir, número de usuarios, evolución de descargas, evolución de borrados de aplicación,... es decir, tendremos todas una cantidad importante de datos que nos va a decir si vamos por buen camino o no vamos por buen camino; pero lo incluyo ahí, porque al final esa persona, o sea esa entidad que va a ser una conjunto de personas trabajando: marketing, desarrolladores, imagen, analistas, big data... tenemos ahí todo incluido. El cliente quiere pagar y tener resultados, el usuario quiere utilizar la aplicación y que le vaya bien, y todo lo demás es lo que tiene que hacer que funcione eso.

**- ¿Cuál sería la ventaja de los dispositivos móviles frente al resto de medios?**

Yo pienso que te lo puedes llevar a todos los sitios, siempre está contigo... no ves a gente hoy en día sin el móvil en la mano... bueno, puede que gente más mayor no, pero desde los chavales hasta gente adulta hasta 50-60 años lleva el móvil siempre encima; además, si lo pierdes o se rompe crea una ansiedad hasta que consigues otro, porque necesitas estar comunicado ahora mismo.

**- ¿Sería lo que podemos llamar la generación “always on”? siempre conectado...**

Sí, aunque a veces querrías que no, pero sí... exacto.

**- Se habla mucho de lo que es el Internet de las cosas, ¿cuál sería en tu opinión la incidencia que podría tener en ese ecosistema móvil del que hablábamos antes?**

Buf... ahí... Eso va a ser el futuro, estoy completamente seguro de eso; es decir, tu móvil va a ser una centralita de información, una centralita de control... y todo lo que envuelve tu vida va a ser controlado por chips, es decir, va a tener un ordenador dentro. Tu coche ya tiene unos treinta ordenadores dentro, con un cableado impresionante de información; la nevera lo va a ser, los electrodomésticos lo van a ser, eh... Lo más normal es tener seguridad en... vas a tener seguridad en tu casa y la seguridad va a interactuar contigo con tu móvil, podrás ver qué está pasando, podrás avisar automáticamente a la policía... es decir, vas a tener muchísimas cosas. Incluso yo creo que la ropa va a ser una cosa de Internet. Es decir, pulsómetro en la ropa... vamos, seguro que empezamos con el tema de la ropa deportiva, pero la ropa va a tener música, poder pulsar aquí y tener música. Conectividad a través de *bluetooth*, con muchas cosas, seguro; no sólo con tu móvil sino que tu camiseta se hable con tus zapatillas, ¿por qué? no lo sé todavía, pero seguro. O que tus zapatillas se hablen con tu gorra, para cualquier cosa... no sé, no se me ocurre ahora mismo, pero... no sé si me entiendes...

Yo creo que va a estar todo muy interconectado, la forma de interconectarse va a ser de forma etérea, y el mecanismo va a dar igual... es decir, por el aire, a través de *bluetooth* o cualquier tecnología que nos inventemos... por la piel, que eso ya existe, es decir, da igual. Al final, es que todo va a estar conectado con todo y eso me lleva a un dilema, y es que eso es muy bonito pero también exponemos todo... a hacker legales y a hackers ilegales, podríamos decir.

Que en cualquier momento tu compañía de seguros pueda saber cuál es tu ritmo cardíaco, o si estas durmiendo o estas despierto, si tienes arritmias cardíacas, etc., tiene cara positiva y cara negativa. Podría enviar un mensaje automático al médico para que te cree una cita y, oye... está pasando algo, porque a lo mejor tienes un problema... entonces podemos evitar muchos

problemas, por ejemplo, ataques cardíacos preventivamente, pero tiene otra cara b, y es que una compañía de seguros podría restringir tu cobertura porque, por ejemplo, ya no cumples los patrones que ellos marcan o cosas peores, que te puedan echar de una trabajo porque tienes posibilidades de caer enfermo. Todo tiene cara a y cara b, yo nunca digo que algo es bueno o malo, porque al final todo es positivo y negativo a la vez, en función de cómo se utilice, y esa será la clave.

**- ¿Para qué necesitaría una marca una app? Es decir, ¿qué valor diferencial le puede aportar?**

A veces, yo lo que he visto es que se lanzan app sin ton ni son, una marca simplemente por la moda de tener una app en el *market* la lanza, pero realmente no aporta nada... no sé hasta qué punto o hasta qué nivel llega la gente. La app de Coca-Cola, vale... ¿qué haces con eso?

Entonces... realmente a veces se lanzan app que se van a descargar los directivos que lo han pedido y ya está. Yo creo que una app tiene que ser útil o viral; útil porque la vas a utilizar todos los días, por ejemplo, escuchar música, escuchar radio online, en diferido... yo quiero llegar aquí y no sé cómo, navegación... no sé, cosas útiles. O después ya lo que podrían llamarse chorradas, es decir, esta aplicación es un diamante, ¿no? y va a valer 5.000 euros, no sé, lo que valga... son cosas que son virales y simplemente por ser virales generan un negocio y es algo que es etéreo pero ahí está.

Después está la utilidad de divertirse, que es algo yo creo que muy importante dentro de las app. Por ejemplo, una cosa que me está alucinando es el efecto de Pokémon GO, no porque lo tengo, sino porque todos los chavales hablan de Pokémon por la calle... están con el móvil en la mano y buscando cosas.

**- De hecho, leí ayer que unos chavales habían entrado en una comisaría de madrugada buscando pokémons... obviamente los han arrestado.**



Eso dónde... ¿aquí en España? ¿o en Estados Unidos?

**- Creo que era en Madrid...**

A bueno... aquí tampoco pasa mucho (risas); en Estados Unidos te pueden disparar. A ver... la industria del juego ya mueve mucho más dinero que otras artes, ahí se mete mucho dinero y se saca mucho dinero... y las app no tienen por qué ser sólo de utilidad del día a día, sino de jugar, divertirse, y etc. Yo incluso lo pondría eso como un bloque diferente totalmente.

**- ¿Cómo han afectado las aplicaciones en nuestra forma de consumir contenidos e incluso en nuestra forma de relacionarnos con nuestro entorno? ¿en nosotros mismos...?**

Bueno... es algo personal. Yo cada vez utilizo menos el ordenador para cosas que no sean trabajar, el ordenador ya casi exclusivamente para trabajar. Por la experiencia visual, también visitar páginas web... no es lo mismo visitar una página web en una pantalla así de grande (hace un gesto con la mano para simular una pantalla de ordenador) que en un móvil... no es lo mismo, aunque están las *tablets* también, que nos ayudan en ese aspecto; pero al final, una Tablet no te la puedes poner en un bolsillo, y el móvil sí. Cuando inventen los móviles que se expandan tendremos una Tablet-móvil, dependerá de lo que necesites en cada momento; pero hasta entonces tenemos móviles y tenemos *tablets*.

Entonces... yo creo que ha cambiado bastante, porque ahora yo tengo apagado el ordenador muchísimas veces, cosa que antes no pasaba. Y esto por aquí o estoy por allá, me da igual donde esté... no tengo que ir al ordenador, aunque sea portátil, pero es un trasto que pesa; mientras que el móvil lo llevo en el bolsillo, lo abro y leo contenido en cualquier momento.

¿Eso qué provoca? Pues que pueda estar informado en el momento exacto cuando ocurren las cosas, bueno... informado o desinformado, como quieras; pero puedo consultar en cualquier momento lo que necesito. Eso sería lo primero, lo segundo sería que al tener información a todo, yo creo que la

cantidad vasta de información que hay en Internet interesante, también la hay del otro, ¿no?, hace que aprendas muchísimas cosas mucho más rápido si tienes interés en ello... a mi me pasa, es decir, aprendes en un instante a través de Youtube, aunque sea a través del móvil, y pones o dices “necesito saber cómo poner una cortina de no sé qué” y pam... en el móvil lo ves mientras estás viendo tu cortina.

Entonces, cambia totalmente, estás continuamente comunicado con una gran biblioteca que es Internet, pero es que no es sólo eso, es que además tienes comunicación con el resto de la gente; yo creo que nunca antes ha dado igual, en mi vaso por ejemplo, tener un hermano en Alemania, ya que puedo hablar en cualquier momento y comunicarme mucho con él, ¿me entiendes? y para mí es como si no estuviese en Alemania. De hecho, me daría igual que estuviese en Alemania que en Madrid, para mí sería lo mismo. La relación permite ser mucho más directa y ha cambiado mucho, antes tenías que llamar por teléfono, con todo lo que suponían las tarifas y ahora tienes servicios mucho más rápidos y puedes estar siempre en contacto con los amigos, con la familia, y con todos los que realmente te interesan; también, provoca un cierto estrés que hay que saber controlar, como por ejemplo los típicos grupos de Whatsapp que envían cien mil mensajes y cansan al final, por lo que acabamos silenciándolos.

Yo creo, en definitiva, que tiene cosas buenas y cosas malas, como todo. Porque a veces también es bueno pasar del cacharro y estar en solitario por el mundo, en introspección (risas).

La relación con nuestro entorno es lo que te había comentado, eso es ahora mismo... por ejemplo, estás paseando por una ciudad que no conoces, y quieres ir a un restaurante, y vas a Tripadvisor y te va diciendo bueno o malo, o no entres... o este es muy bueno pero carísimo; entonces ya te haces una opinión sin entrar. Dejas de ser el típico el típico pringadillo y te la clavan. Es decir, estás informado, pasar a ser una persona informada.

**- En el proceso de desarrollo de un proyecto digital, y más concretamente de una aplicación móvil, ¿qué fases se llevarían a cabo desde la ideación hasta la publicación de la misma?**

Vale, ahí hay muchísimo que hablar. Mira, tienes que entender, para mí, hay tres tipos de aplicaciones. Las aplicaciones que trabajan por sí mismas, es decir, un juego, por ejemplo un Tetris, por decir algo antiguo, y conseguimos que la gente se lo descargue y juegue en su móvil y ya está, yo ni me entero... solamente me entero de si hay descargas, puedo meter publicidad o no, y los clics que me rebotan. Es una aplicación que no necesita mucha infraestructura, simplemente la aplicación la subes al *market* y poco más. A lo mejor tienes un servidor y poco más.

Después, aplicaciones donde necesitas lo que se llama un *back end*, que recoja información y devuelva información. Por ejemplo, imaginemos un gestor de listas sincronizado donde subes a la nube tu información porque si se te borra el móvil, la recuperas. O tienes la lista tanto en tu móvil como en tu Tablet o en tu ordenador, ¿vale?, ahí necesita la empresa que desarrolla ese software o la empresa que ha pedido desarrollarlo, esa entidad que lo pone en marcha, necesita tener una infraestructura para guardar toda la información de todos sus usuarios y ponerla a su servicio, es decir, envío y vuelta de información.

En tercer lugar serían las aplicaciones complejas como podría ser Whatsapp, donde no solamente necesitamos guardar y cargar información sino también necesitamos generar flujos entre los usuarios a muy alta velocidad, ¿vale?. Y, por ejemplo, que yo pueda escribir entonces envío un *push* a otra persona, un *push* es un mensaje de alerta, es decir, ahí hay mucha más interacción. Las necesidades son exponenciales en ese caso, es decir, necesitas una infraestructura bestial para poder desarrollar ese tipo de aplicación.

Entonces, eso viene a colación de las fases, porque no es lo mismo hacer lo primero que hacer lo último. Si haces lo primero, lo único que necesitas es contratar, o si ya los tienes, un desarrollador y publicar en el *market*, e incluso el tema de la publicidad viene automático con algunos componentes que te generan publicidad. Es poner un componente en tu aplicación y lo subes, no tienes que preocupar de nada. Tu consultarás cada cierto tiempo el *market* para ver cómo van las cosas.

En el segundo lugar, ahí necesitas infraestructura, que puede ser que no sea tuya, sino que puedes subcontratarla; infraestructura que suele ya venir hecha, aunque a veces necesitas algún desarrollo, pero ya viene casi hecha.

Entonces ahí, tienes dos tipos de desarrollo, lo que es el *front end*, la aplicación, y lo que es el *back end*, la parte de atrás que puede ser más o menos extensa según quieras. Y en el tercer caso, tienes el *front end* y el *back end*, pero este último es mucho más amplio.

Cuando estábamos hablando de los tres actores, tu piensa que el *front end* y el *back end* sirven al usuario, el *front end* es visible, lo que ve él, y el *back end* es lo que le da soporte, porque si no hiciese nada la aplicación pensaría que no sirve para nada y la borraría. Pero ahí está el tercer actor, que son los clientes, y es muy probable que si haces una aplicación multinivel los clientes quieran interactuar con la aplicación, pero no con la aplicación que utilizan los usuarios, sino con la aplicación que ellos gestionan la publicidad que publicitan, por ejemplo, o si es un generador de contenidos, el contenido que genera; y estadísticas, por ejemplo, porque claro ellos quieren ver el resultado de su dinero. Entonces ahí necesitas, tienes la *capita back end* y tienes una aplicación para los usuarios y otra para los clientes, la de los clientes puede ser una app o también podría ser una página web, es decir, puedes tener muchas cosas.

Eso me viene a colación de las fases. La primera y más importante diría yo, es por experiencia, tener la idea y desarrollarla mentalmente; la segunda es crear un prototipo y exponerlo, porque tu puedes tener un idea feliz y pensar que es lo mejor del mundo que se ha hecho nunca, pero la expones y nadie lo entiende...

**- Claro, no te sirve de nada, ¿no?**

Efectivamente, no te sirve de nada... si los cuatro elegidos, que suelen ser los tontos, familia y amigos (risas), ¿vale? Si ellos no lo entienden, porque ellos van a decir, "sí sí está muy bien la idea" (risas)... si ellos ya no lo entienden ya no hay nada que hacer.

Entonces necesitas hacer un prototipo, que puede partir desde una hoja que tu rayes, pero papel lo soporta todo y eso es malo, eso muy malo porque dices eso es muy rápido, es rapidísimo y en una tarde se hace, pero no... Desde eso hasta... porque además, cada uno tiene su imaginación y cree lo que cree

haber visto... hasta un prototipo que puedes hacer con herramientas de prototipado, que hay muchas y son baratísimas e incluso gratis, y rapidísimas... en una tarde tienes un prototipo hecho de tu idea.

Entonces la puedes exponer, y al exponerla la tienes que exponer a gente que sepas que va a criticarte, esa es la primera fase. Ahí vas a corregir muchas cosas, pero no todo. Dices, bueno, voy a seguir adelante con mi proyecto.

A partir de ahí tienes dos opciones, o desarrollas todo el proyecto y, si es del tipo tres que hemos visto, te vas a gastar mucho dinero antes de saber qué va a pasar; o desarrollas el proyecto pero con cuidado, es decir, hago un prototipo pero mucho más avanzado, donde ya puedo seleccionar usuarios reales, gente que te va a machacar, incluso *trolls*... sabes que está restringido, incluso les puedes decir que los has elegido porque son la élite o no sé qué... lo que quieras decirles, para que ellos lo aprueben, y eso sí que te va a ayudar. Te van a decir, si estás en competencia con otras, te van a decir, “no mira yo prefiero la otra porque la tiene todo el mundo”, “o yo prefiero la otra porque es mucho más intuitiva”, “o yo prefiero la otra porque estoy acostumbrado”... a lo mejor tienes que copiar...¿me entiendes lo que quiero decir? Hacer algunas mejoras, o hacer algunos cambios...

Entonces cuando ya tienes el prototipo es cuando yo haría todo lo demás, quiero decir, al hacer ese prototipo ya ha hecho un pequeño *back end* y el *front end* también va a estar un poco desarrollado. Es como las señoras que hacen ropa, que está todo lleno de hilos, pero los hilos están por detrás, si se ven no gusta la ropa.

La apariencia de la aplicación tiene que estar terminada, todo lo demás va por detrás. Ellos saben que la aplicación va a poder fallar, que tienes poco dinero metido en la infraestructura, que es fácilmente... Yo no puedo hablar por Whatsapp o Line, pero yo sí que he visto su infraestructura dibujada, y eso cuesta mucho dinero montarlo para ver si eso lo aceptan o no. Entonces sí que tienes necesidad de hacer algo, estás apostando tu dinero, es un proyecto emprendedor, aunque seas una empresa consolidada estás haciendo una aplicación que no sabes si va a funcionar en el mercado o no. Es un proyecto de emprendedurismo claramente.

Una vez tienes eso, tienes el *feedback*, vas a modificar muchas cosas y ahí es donde viene el porqué. Si tu idea se mantiene, perfecto, vas a gastarte menos dinero; si tu idea te la cambian porque no funciona, vas a gastarte mucho dinero. Mejor probar con cosas baratas, ¿no?, y en esas fases de desarrollo entran ya muchas personas, ahí entra... voy desde lo mío a lo que no es lo mío, ¿vale?... Desarrolladores, desarrolladores de aplicaciones móviles, donde tienes desarrollador de IOS, desarrollador de Android, desarrollador de Window Phone si quieres... desarrollador de lo que quieras, es decir, cada uno a lo suyo, porque además son ecosistemas muy diferentes.

¿Hay metodologías para hacerlo en común? sí, pero no vas a hacer una aplicación profesional con eso. Simplemente la carta de un restaurante si vas a hacerla así bien, pero una aplicación compleja no. Después, esos necesitan un soporte de *back end* si es de tipo dos o tipo tres, el soporte de *back end* de los desarrolladores de lo que se llama el *back end*, que son lo que se llama la API (exposición de los servicios a la aplicación). ¿Ahí que entra? Pues fijate, entra cómo expongo los datos, cómo mantengo la seguridad, porque sabes seguro que va a haber gente que va a intentar atacarte, por muchos tipos de ataques... porque tu expongas demasiado, porque te has dejado cosas y la gente puede decir que es quien no es, porque tiran el sistema con un ataque de navegación de servicios, es decir, un ataque a través de un conjunto de ordenadores te piden muchas cosas a la vez y al final tu servidor te dice hasta aquí hemos llegado, y se colapsa y se cae; por lo que dejas de dar servicio a los usuarios reales. Es decir, muchos tipos de ataques; entonces, en ese nivel de desarrollo *back end* está la base de datos, la seguridad, la utilización, etc.

Después, ahí interviene una cosa que para mí es importantísima, y es la imagen. Buenos diseñadores, si la aplicación no tiene buena apariencia no te la van a coger, dirán que cutre es y entienden que eso no funciona bien. En cambio, tu puedes vender humo con algo muy bonito... al final entra por los ojos y aunque no hace nada realmente por detrás pero está muy chula (risas).

Entonces, yo creo que esos tres perfiles creo que tienen que estar totalmente interrelacionados, unos con otros, el diseñador tiene que saber qué se puede y qué no se puede hacer, el programador de aplicaciones necesita el diseño perfecto porque en el momento que cambias algo estás retrasando el proyecto, es decir, hay una alteración muy clara, y obviamente los del *back end* con los desarrolladores de aplicaciones son uña y carne.

A partir de ahí ya viene, yo creo, lo que sería el *help desk* de la aplicación, porque tienes que recoger toda la información que te van dando, y cuanto más recojas mejor y cuanto más insistas en que te den *feedback* todavía mejor, aunque tengas que regalar globitos, da igual (risas)... Necesitas la información porque eso va a hacer que te lances a una piscina vacía o a una piscina llena. Ese *feedback* será importante a la hora de posicionar la aplicación.

Y todo lo que es redes sociales, tienes que lanzarlo lo máximo posible con tu prueba, pero tienes que estar interactuando... yo lo veo así. Todo eso tienes que tener un líder o una serie de líderes que coordinen todo eso, sino no va a funcionar nunca, y que sepan decir eso sí o eso no; porque tienen el proyecto en la mente y saben cuándo se puede extender y cuando no, porque extender es dinero, ¿entiendes?... es decir, decidir prioridades, eso es lo que va a hacer. No estoy hablando de látigo, sino si tenemos que hacer esto, esto y esto, él decidirá qué se hace primero. ¿En qué redes sociales lanzamos? Haber, decirme por qué y él decide en cuál... Organización, que es importantísimo.

Al final alguien tiene que tomar la decisión, y se fastidia si es una mala decisión, ¿me entiendes?

### **- Que sea el responsable...**

Es el responsable por algo. Y cuando ya terminamos eso, decimos vale... la aplicación está bien, tenemos que hacer estos cambios pequeños y tal, y vamos a hacer ya una aplicación en serio. Entonces se recoge todo, que ya está embastado todo y se comienza ya a hacer en producción en función de lo que se pueda mantener o no en prototipo, quiero decir, a la hora de hacerlo en producción pasa mucho tiempo, entonces ¿qué necesito? La aplicación está casi acabado, así que nos vamos a centrar en lo de atrás. Ahí tienes que tener en cuenta una cosa importantísima, y es la escalabilidad de la aplicación. Si es un jueguito tipo uno, no necesitas escalabilidad, tú lo pones en el *market* y ya está; pero si es de tipo dos o tipo tres necesitas tenerlo en cuenta. Por ejemplo, ahí entran mucho la gente que ha estudiado en las redes sociales la evolución de la aplicación en esas pruebas, es decir, no es lo mismo crecer a una evolución de diez usuario al mes que crecer a mil o crecer a un millón, y se puede morir de éxito.

Tu sistema es muy probable que en fase de prototipo no sea escalable... escalable significa que de la noche a la mañana puedes decir que pueden haber un millón de usuarios. No tiene por qué... tu lo has hecho para hacer una prueba, por lo que ahí hay que decidir cómo va a ser y controlarlo muy bien. Es decir, yo puedo decir "yo voy a salir ya en toda Europa", pero a lo mejor no puedes soportar todo eso. Primero por el dinero en publicidad y el dinero de gente que tienes que tener en redes sociales para gestionar todo eso; segundo porque tu infraestructura no puede crecer a ese ritmo, por ejemplo, entonces decidimos que nos vamos a centrar en España, por ejemplo.

Ahí van a entrar mucho los *back end*, y ellos pueden decir "esto va crecer hasta este ritmo, ¿necesitáis que crezca a otro ritmo? entonces hay que cambiar esta pequeña infraestructura y adaptarla"... es decir, si desde el principio quieres hacer algo en producción a una escalabilidad, te vas a gastar mucho dinero al inicio cuando todavía no sabes si es viable.

Hay que hacer las cosas en su justa medida y en base a cómo vas viendo la reacción de tus usuarios, porque además el primer mes no vas a conseguir nada, el segundo mes vas a crecer... si tienes un crecimiento lineal es una cosa y si tienes un crecimiento exponencial es otra cosa o si tienes crecimiento en campana es muy malo. Es decir, tu vas creando infraestructuras y tienes que asegurar la escalabilidad del sistema para que en un momento dado no se cree una denegación del servicio por el uso directamente, es decir, que no caiga el sistema porque hay mucha gente utilizando la aplicación.

Entonces hay que ir poco a poco pensando los pasos que tienes que seguir, ya es un momento en el que dices que esto ya está en producción y ya tienes que crecer... y ahí ya vienen dos partes, la línea de mantenimiento, hay fallos seguros en todas las aplicaciones, es imposible que no haya fallos. Si tienes suerte, tus usuarios te lo van a decir y se van a cabrear incluso, pero tú vas a decir gracias, porque es lo mejor que te puede pasar porque lo puedes solucionar. Si te lo dicen los usuarios en el *market*, tienes que responder e intentar solucionarlo lo antes posible porque evolucionas la aplicación. Ya que si lo que hacen es borrarla, es malo... ya que no sabes por qué. Mientras sepas por qué puedes solucionarlo y, al mismo tiempo, tú ya vas viendo necesidades ya que esa misma gente no sólo dices los errores sino "estaría muy bien que esto... tal" y vas haciendo una línea de futuras mejoras e, incluso, de cosas que no utilizan en la aplicación y puedes ir quitando porque cuando más cosas más



peso, más consumo de batería y más de todo... entonces para eso necesitas estar escuchando en las redes sociales y tener métricas, es muy importante. Cuantas más métricas tengas sobre todo en la aplicación, mucho mejor.

Métricas sobre fallos... hay sistemas que cuando algo le falla a un usuario le pregunta si quiere enviarle un informe; así sabes perfectamente qué le ha fallado. El ecosistema de móviles tiene una cosa... si estamos hablando de IOS, está todo muy controlado; pero si estamos hablando de Android hay miles de Androids... Cada uno hace lo que quiere, y además hay miles de actualizaciones sobre versiones de Androids, entonces tu sabes que en ese sistema no siempre va a funcionar como tú piensas ya que hay miles de posibilidades ya que hay miles de móviles diferentes con ese sistema. Y van a haber en Android muchos fallos, por todas esas versiones; a lo mejor, eso que tú quieres que haga, el sistema operativo no lo hace y de repente hace "pump" y se apaga. ERROR!! ¿Es cosa de los desarrolladores? No, ellos no pueden tener miles de móviles encima de la mesa para ver que todo vaya bien...

Entonces, esa métrica de errores es muy importante, pero también la métrica de por dónde entran los usuarios a tu aplicación, qué pulsan, qué hacen,... aunque sea anónimo, eso da igual. Esa fase que tienes, mantenimiento de aplicaciones y ejecución de nuevas versiones. Todo se junta en nuevas *relies*, la solución del problema más funcionalidades o quitar cosas, y ahí ya es la evolución; a partir de ahí ya o te inventas otra aplicación o te inventan otra forma de utilizarla o te inventas juegos para que los utilicen... Whatsapp no ha evolucionado mucho, añaden alguna cosa pero si tú la ves es la misma aplicación que hace dos años. No ha evolucionado pero funciona muy bien.

Eso son las fases que yo creo que... seguro que me olvido algo, pero a grandes rasgos sería eso.

**- A raíz de ahí, me ha surgido la duda, ¿qué es mejor hacer/idear una aplicación nativa o universal/compatible?**

Muy buena pregunta. A ver, el rendimiento de una aplicación nativa, depende del desarrollador, pero normalmente... estamos hablando de cosas profesionales no chapucillas, donde acudes a una empresa desarrolladora que

sabe hacer muy bien las cosas, entrecomillas... porque a veces que también pueden hacer chapuzas.

Pero tú sabes que en una aplicación nativa el rendimiento va a ser el óptimo, porque la has hecho en exclusiva para ese tipo de móvil. Yo soy partidario de hacerlas siempre nativas, pero hay ocasiones en las que hacerlas nativas es un coste demasiado elevado. Entonces, si yo voy a hacer... lo que hemos hablado, mira, una carta para un restaurante tengo dos opciones... o hago una app o hago una web app. Puedo hacer una app nativa o no, me gasto el dinero y puede funcionar muy bien o no y no sabemos cómo o cuánta gente lo va a utilizar. No creo que mucha...

Mientras que si hago una aplicación portable, hay muchos sistemas... algunos mejores que otros, pero cada uno hay más; y esas aplicaciones van a funcionar bien porque los requerimientos de la aplicación no van a ser muchos; es decir, la carta de un restaurante no va a necesitar CPU, es como un browser, es decir, no va a necesitar casi nada. Esas aplicaciones no necesitan nada especial, en una mañana, alguien ducho lo puede hacer según la complejidad de la estructura... pero se puede hacer y compilar en una aplicación nativa con múltiples herramientas que hay por ahí y las hacen, y lo publicas. Puede ser más manual o menos manual, hay hasta aplicaciones que permiten hacer páginas web, donde dices "aquí un botón, aquí..." y lo puede hacer casi cualquiera.

Y hay menos manuales para hacer cosas más complejas en los que tienes que entrar con varios lenguajes de programación, pero al final tienes una aplicación nativa pero no es nativa, la ha compilado en el lenguaje... en el código que utiliza el móvil. Y la subes al *market* de IOS o al *market* de Android.

Por otra lado, tienes la aplicación web, que es una web pero al mismo tiempo una aplicación; que tiene aspecto de aplicación pero es una web y accedes a través de *browser*.

No sé si te he contestado...

- Sí, sí...

Todo depende el dinero que te quieres gastar y la finalidad. Al final, resumiendo, la aplicación nativa es más rápida y más dinero. Multiplataforma, mucho menos rápido y menos dinero. Pero en desarrollo, la multiplataforma es más rápida de desarrollar. Tienes que valorarlo.

**- Supongo que también en función de lo que hablábamos del líder que tiene que ver...**

Sí, claro... es que en una aplicación multiplataforma no vas a encontrar un líder. Ha de desarrollarlo cada uno en su cubículo en dos tardes, ¿me entiendes lo que quiero decir? No es una aplicación compleja... no puedes hacer tipo dos o tipo tres. Si que se hace, de hecho nosotros hemos hecho alguna, pero porque cuesta mucho desarrollar para nativo, cuesta mucho tiempo y dinero.

Entonces, a veces dices, "es que esto no es para vender..." la aplicación no vende en sí misma, sino es la utilidad que le saca el usuario y lo va a utilizar sí o sí porque no tiene alternativa, no estás compitiendo. No estás diciendo, vamos a competir contra Amazon.

**- Según el último Informe de la Fundación Telefónica, en 2015 se descargaron cada día casi 4 millones de Apps. ¿Cuál podría ser la fórmula para destacar entre todas ellas?**

Yo creo que no hay fórmulas para nada. Obviamente, hay lo que se llama buen gusto. Si no tienes buen gusto no vas a hacer nada... Yo hago una aplicación de un diamante, pero no se me ocurre cobrarla a cinco mil dólares sin no tengo buen gusto, porque no se la va a descargar nadie. Pero si hago algo bonito, que eso un diseñador lo puede hacer por cuatro duros, seguro... y cobro cinco mil euros y digo que esa es la aplicación más cara del mundo, yo creo que eso es buen gusto. Es romper, es hacer algo diferente. Lo ha hecho Apple en su periodo de Steve Jobs, tenía buen gusto para hacer las cosas. Rompía los moldes y además era bonito, lo veías y decías: ¡qué bonito es!

Entonces, yo que sé... ahí hay muchos factores, primero que atraiga, ya que si algo no atrae... segundo, según el tipo de aplicación, yo creo que tiene que transmitir profesionalidad, por ejemplo, si son aplicaciones de usabilidad en oficina y transmites profesionalidad a través de una web que te respalde, profesional, acabada, con un teléfono al que puedan llamar... y por último, si tienes respaldo de gran empresa, si quieres llegar a un público con dinero... decir que Microsoft te apoya te abre puertas, o es un spin off de una gran empresa o de una universidad, lo mismo. Ahí necesitas tener dos cosas en cuenta, ya que tienes dos tipos de aplicación... o es de margen o es de rotación, la primera puede vender una vez al mes pero va a aportar mucho dinero, no hace falta que se cobre en el *market*, puede estar de forma gratuita, pero después hay compras internas que me van a generar mucho dinero de margen... o de mucha rotación, es decir, dinero por clics, se va a intentar meter en el máximo número de gente porque solo el 0,01% me va a dar el dinero que se necesita cada mes, imaginemos esos diez mil euros que necesitamos.

Después ya estaría el modelo mixto, es decir, que se cobra mucho y se vende mucho. Eso lo ha hecho Apple muchas veces con los iPhones. Con respecto a eso, acabaríamos con la parte visual.

Después, es también importante que no tenga fallos alarmantes, y si los tiene que se corrija en un tiempo prudencial. Y la atención al público, aunque estemos hablando de algo que está un poco más desvinculado, podríamos decir, al final la gente necesita alguien con quien hablar.

Además, hay factores externos, ya que todo lo anterior lo puedes controlar. Tienes que ver contra quien compites, y quien es el público al que te vas a dirigir para ver cómo te vas a dirigir a ellos. Tendrás que ver qué título vas a utilizar, y en definitiva tener buen gusto en todo el aspecto visual con el icono, las capturas,... es lo que te comentaba antes sobre el diseñador.

La clave del éxito... yo creo que no hay, es acertar; pero hay que seguir unas mínimas pautas, es decir, hay que seguir un manual de estilo básico. Luego, aunque hay diferencias entre Google y Apple, posicionar esa aplicación.

**- A raíz de ello, para decidir si la aplicación es gratuita, de pago, freemium... todo lo relacionado con la estrategia que acabas de comentar,**

**dentro de ese manual, ¿hay que indicar qué modelo se va a seguir? ¿o en función de la app conviene más un tipo u otro?**

No, yo creo que el negocio debe determinar la app y no al revés. Si lo haces al revés es malo, estás fracasando directamente. La gente que desarrolla la estrategia es la que lo decide, a mi como desarrollador me pueden preguntar, ya que se puede aconsejar en función de lo programado.

Si yo necesito hacer una aplicación de rotación, pero sé que hay un competidor que está haciendo algo parecido y quiero tenerla ya, se pueden tener dos equipos de trabajo, uno que desarrolle una versión beta y otro que desarrolle la buena e instalable. Así ya la puedes tener en el *market* para ir generando ingresos. Pero es el modelo de negocio el que te va a marcar la pauta desde el principio.

**- Ya hemos hablado sobre el *reporting*...**

Sí, pero ahí hay muchas cosas de las que hablar y tener en cuenta. En un proyecto en el que estuve hace tiempo, el propio *reporting* generaba más datos que los propios datos de los usuarios.

**- ¿Cómo es eso?**

Pues que medíamos todo. Se pueden generar muchos de tu aplicación con la interacción, sin estar generando datos; simplemente con qué pantalla estás visitando en cada momento, cuanto tiempo estás conectado, cuál es el orden de pulsar cosas en cada pantalla... imagínate eso multiplicado por un millón de personas cada día. Pues es muchísima información... que necesitas guardar, procesar y analizar.

Guardar porque son datos, procesar porque transformar los datos en información, y analizar porque necesitas segmentar esa información, ya que sino las segmentas no sirve para nada. Entonces, tienes lo que son las dimensiones de los datos y lo que yo llamo los filtros.

Primero, dimensiones... es lo que estamos analizando: dónde hago clic, qué movimientos hago, lo que cada uno quiera; esas son las dimensiones, los datos ficticios. Y después vienen lo que nos ayudan a segmentar, los filtros que yo digo; es decir, qué datos tengo del usuario que está usando la aplicación para poder segmentar. Porque ahí viene la otra cuestión importante, qué datos vas a preguntar... has instalado aplicaciones que te dicen "necesito todos estos permisos" y tú dices "no te instalo", que yo lo he hecho muchas veces. ¿Una aplicación de esto para qué quiere saber mi identidad? por ejemplo... mis contactos de teléfono, pues si no tiene sentido, no la instalo.

Entonces, tu tienes que saber cómo recoger datos y qué datos recoger. Puede ser por permisos, porque le vas preguntando al usuario... o sea, le vas preguntando ¿qué edad tienes? ¿qué color te gusta?, lo que sea que te interese.

Toda esa información iría en una columna. Tienes dos tipos de columnas en tus tablas enormes de Big Data, que serían la columna de por dónde segmentar y la columna de qué dato he recogido. Todo eso al día genera mucha información, y si tienes un millón de usuarios, la cantidad de información es enorme.

A parte de eso, tienes que hacer una cosa... y es que el móvil te la tiene que enviar, eso es tráfico y no le puedes consumir la tarifa de datos al usuario en una tarde, por lo que tienes que ver estrategias para poder comunicarte esos datos, por ejemplo, en bloques que consume mucho menos o... vas guardando la información en el móvil y luego se envía la información al final del día o al día siguiente cuando se conecte. Es decir, son mecanismo a tener en cuenta.

Una vez ya tienes la información en tablas, ya la tienes segmentada en cierta manera; pero muchas veces esos datos son en crudo, tu necesitas datos de tipo... visita por clic, divisiones, multiplicaciones, sumas, restas, etc. al final es eso. Que son las métricas realmente, porque a ti a lo mejor no t dices nada un dato en particular, pero si lo conviertes en información ahí si que te puede interesar y más si lo extiendes a lo largo del tiempo, porque en un momento puntual no tiene sentido, pero si lo agrupas por día, o mes o año... puedes ver evoluciones, patrones. Si además utilizas técnicas de *trading*, de anticipación de eventos en *big data*, puedes anticipar problemas. Si además incluyen inteligencia artificial que además eso también la hay, que analiza datos, cruza información en

tiempo real y ve que está ocurriendo algo... puedes anticiparte a muchas cosas o reaccionar a algo que está ocurriendo en ese momento.

Además, tienes que almacenar toda esa información, y tienes que plantearte qué vas a hacer con esa información... la vas a guardar para siempre, la vas a resumir cada cierto tiempo para que ocupe menos, es decir, ¿qué vamos a hacer?

Lo lógico es que el análisis del *big data* es para un periodo corto posterior, no tiene sentido una análisis de *big data* de quince años atrás. Entonces lo puedes guardar, lo puedes borrar... lo que quieras. A mi me gusta en Amazon que hay un apartado llamado *Glacier*, es un glaciar donde almacenar la información. Gastas muy poco dinero cada en el glaciar, pero lo tienes ahí por si acaso.

Eso es el *big data*, y a partir de ahí a tomar decisiones.

En el proyecto de Cuzz, teníamos paneles de datos. En uno de ellos teníamos más de treinta gráficas que daban información de todo tipo, estaba genial, y en eso consiste *big data*.

¿Cuándo implementamos la recogida de datos? ¿ya en el prototipo? ¿después? Pues seguramente después, ya que así nos ahorramos ese coste, ya que con las redes sociales vamos a tener información anterior.

Podemos concluir que el *big data* es muy importante y, sobre todo, tener mecanismos para interpretar esa información.

### Entrevistado 5

#### **- ¿Cómo definirías al usuario "móvil" de hoy en día?**

Creo que el usuario móvil de hoy en día es alguien muy tecnológico, impaciente y exigente, ya que debido a las nuevas tecnologías considera que si se quiere atraer su atención o que dedique su tiempo a algo determinado,

aquello que le aportemos debe ser algo bueno. Además, esta actitud viene reforzada por la sociedad actual: recibimos tal cantidad de estímulos al día que, como en el caso de la publicidad, si aquello que comunicamos no destaca entre el resto, nunca seremos capaces de obtener la atención del usuario.

**- ¿Qué actores intervienen, en tu opinión, en el ecosistema móvil?**

La usabilidad del producto, la experiencia de usuario y el diseño principalmente.

**- ¿Cómo influye la experiencia móvil en la relación de las empresas/marcas con los usuarios?**

En gran medida. La experiencia móvil es el “servicio de atención al cliente” de hoy en día. Si la experiencia no es buena, el usuario no sólo desinstalará la aplicación sino que conformará una opinión negativa en torno a la marca condicionada por su experiencia previa.

**- ¿Cuál es la ventaja de los dispositivos móviles frente al resto de medios?**

Sin duda creo que es la ubicuidad. El hecho de que en cierta manera podamos acceder a cualquier información o contactar con alguien en cualquier momento y lugar, ese “poder” es lo que supone una verdadera ventaja frente al resto de los medios de comunicación.

**-¿Cuáles son las tendencias actuales en marketing móvil?**

El uso de la realidad virtual sería una de las más importantes, seguida por el contenido interactivo, la experiencia de usuario y la integración del *e-commerce* en los dispositivos móviles.



**- Se habla mucho de "El Internet de las Cosas", ¿cuál sería su incidencia en el ecosistema móvil?**

Creo que está avanzando más deprisa de lo que debería. Dentro del ecosistema móvil, este avance tan rápido por parte de las nuevas tecnologías está causando una alta competencia dentro del mercado, así como dificultades para encontrar un sistema regulador que sea capaz de abarcar todos los frentes.

**- ¿Para qué necesita una marca una app? ¿Qué valor diferencial puede aportarle? ¿Qué tipos de app podemos encontrar?**

Una app supone para una marca un nuevo canal con el que comunicarse con los clientes. Dentro de las aplicaciones de tipo corporativo externo, podemos encontrar desde aplicaciones de *content* marketing hasta aplicaciones de juegos que permiten a la marca mantener un *engagement* continuo con el usuario. Además de suponer un respaldo tecnológico (sinónimo de la buena salud por parte de la compañía), puede suponer una mejora en las ventas así como de la opinión social que tenga la propia marca.

**- ¿Cómo han afectado las APP en nuestra forma de consumir contenidos y de relacionarnos con nuestro entorno?**

Tal y como comentaba antes, el ser humano es mucho más exigente e impaciente. Queremos tener la información aquí y ahora, y las aplicaciones móviles retroalimentan este hábito, acostumbrándonos a tener muchas cosas de forma rápida y sin esfuerzo. Bien es cierto que ha mejorado nuestra calidad de vida en numerosos aspectos, pero también creo que está formando, en cierta forma, una barrera entre nosotros mismos y nuestro entorno.

**- Según el último Informe de la Fundación Telefónica, en 2015 se descargaron cada día casi 4 millones de App. ¿Cuál podría ser la fórmula para destacar entre todas ellas? Es decir, ¿cuál sería el proceso de optimización de una APP para poder aparecer en el TOP Rank?**

Creo que los factores a tener en cuenta serían la originalidad, la sencillez y un buen funcionamiento. Pensemos en Instagram. En una app donde compartir tus fotos, sencilla, en la que tomas una fotografía, le pones un filtro y la subes. Sin costes, sin necesidad de aprender demasiado para poder utilizarla y que funciona correctamente.

**- ¿Cómo se puede promocionar una app para conseguir descargas? ¿A través de redes sociales? ¿con el complemento de la televisión? ¿otros medios?**

La inversión en marketing a la hora de promocionar una app es muy importante, sobre todo durante las dos primeras semanas de vida. Existen multitud de formas de promocionar una aplicación. Para mí las más efectivas serían las redes sociales, ya que la gente pasa muchísimo tiempo en ellas, así como la televisión en segundo lugar. Creo que serían los dos principales medios de promoción, aunando de esta forma las nuevas tecnologías con los medios tradicionales.

**- ¿Cómo definirías el ASO? En el sector no existe unanimidad sobre si el ASO es el SEO de las aplicaciones móviles, ¿cuál sería tu opinión al respecto?**

En mi opinión el ASO sí que se podría definir como el posicionamiento orgánico de las aplicaciones móviles. Al igual que en el SEO, no existen leyes fijas y cada día hay que leer, investigar, para estar al día pero en muchas ocasiones comparten determinados aspectos.

**- Cuando se planifica la estrategia de marketing móvil y de ASO, ¿cuál es el grado de participación de la empresa/marca?**

Depende de cómo entendamos la pregunta. Una empresa está formada por mucha gente y en cierta forma todos necesitan participar de forma activa en la aplicación. Además de la planificación estratégica, existen piezas gráficas que son creadas por un diseñador, la propia app que depende de un desarrollador, el

gestor de cuentas que hace que el plan de marketing sea viable... en definitiva son muchas las piezas que forman parte de la estrategia de marketing y que deben trabajar juntas. Además, cuanto mayor sea la comunicación entre las partes, menos errores se cometerán.

**- Cuando una persona hace ASO por primera vez, ¿cuáles podrían ser los principales errores a evitar?**

Más que errores, yo lo llamaría falta de experiencia. Al principio tiendes a aplicar todo lo aprendido y lo que has leído en los numerosos blogs que hablan sobre el ASO, pero hasta que no conoces tu propia app y empiezas a trabajar en este mundillo, no empiezas a aplicar correctamente lo que sabes y te das cuenta de que es lo mejor a nivel de ASO.

Sin embargo, hay algunas cosas que hay que tener claras: no se pueden seguir las mismas normas en iOS que en Android, hay que tener mucho más cuidado en iOS ya que los errores o modificaciones necesitan mucho más tiempo de revisión y sobretodo, cuidado con intentar posicionar una aplicación utilizando demasiadas veces la misma *keyword* dentro de la descripción.

**- ¿Es lo mismo realizar ASO para una aplicación en IOS y en Android?**

Como te decía en la pregunta anterior, no, no es lo mismo. Aunque existen algunos puntos en común, también existen diversas pautas a seguir. El utilizar un buen título, así como unos iconos claros y unas capturas de pantalla atractivas es igual en ambas plataformas. Sin embargo, mientras que en App Store hemos de rellenar un campo específico para las *keywords*, en Google Play se ha de realizar una descripción breve y larga, siendo en esta última donde se incluyan las *keywords* con las que nos queremos posicionar. Es, por ello, muy importante el contenido de la ficha.

Entrevistado 6

**- ¿Cómo definirías al usuario móvil de hoy en día?**

Móviles es que... como todo el mundo tiene, depende más bien... depende de la tipología de móvil sí que podríamos crear, yo creo que podemos extrapolar una tipología de usuario, o sea, hay gente que son “aviadpteros” que tiene móviles muy avanzados, que están muy interesados en la tecnología, pero eso es un segmento de la movilidad que probablemente, en nuestro caso, es el tipo de gente que más nos puede interesar; pero no creo que todo el mundo responda a ese perfil.

Dependiendo mucho de los intereses, sobre todo por la tecnología, por todo eso, puedes tener un tipo de usuario móvil u otro.

**- En tu opinión, ¿cuáles serían los actores principales dentro del ecosistema móvil?**

Hombre, por supuesto yo creo que están los tecnológicos, o sea, quizás los fabricantes son ahora lo que están marcando ahora mismo el ritmo de qué es lo que se vende y qué es lo que no. Obviamente ha habido un movimiento de mercado muy fuerte en ese sentido, en donde había un gran fabricante empresarial que era el fabricante de BlackBerry... obviamente ha ido desapareciendo, incluso hizo varios intentos y al final no ha conseguido nada, incluso intentó comprar Nokia y desapareció, y al final nos hemos quedado con unos actores muy diferentes entre sí, que son la propia Apple y lo que está haciendo Google con Android, aunque los fabricantes son diferentes en Android, así que yo creo que estamos hablando de varios contendientes fuertes en lo que son fabricantes, que son Apple y Samsung, que son los importantes; y en software serían Apple y Google, no Samsung.

Entonces yo creo que vamos hacia un mundo de servicios, más que de tecnología, porque en realidad tecnológicamente ya llevamos unos años que no se están viendo grandes innovaciones, entonces la gente que... los actores principales de este mundo que es la movilidad, van a ser todos aquellos que sean capaces de entender los servicios como son, que sean capaces de aportar un valor añadido al usuario final, algo que realmente pueda interesarle.

Entonces, yo lo vería como los fabricantes de hardware, de software, y luego vendrían detrás los desarrolladores, hay agencias, hay empresas de desarrollo como la nuestra, hay desarrolladores *indi*, hay agencias de publicidad... pero creo que lo que al usuario le llama la atención ahora mismo es

donde está la parte fuerte, es donde están los servicios, en qué me estás ofreciendo y para qué me sirve realmente.

### **- ¿Cuáles podrían ser las tendencias?**

No lo sé, yo veo que llevamos unos años en los que ya se están explorando todo tipo de dispositivos, Google empezó con las *glasses*... pero no acaba de estar demasiado maduro el producto; Apple está jugando con el Apple Watch, incluso se habla de un posible coche...

Yo no acabo de ver todavía, no hay nadie que haya encontrado un producto todavía como lo llegó a ser el iPhone original, algo que realmente rompa el mercado porque el *watch* realmente está de capa caída, la *tablet* ya no se vende como se vendía, las *glasssss* no se están comercializando porque realmente no funcionan. En este momento, lo que es la tecnología de la movilidad está un poco, yo creo, a la espera de ver por dónde acaba de evolucionar el mercado; no veo todavía algo que sea realmente disruptivo en este momento.

Y, ya digo, creo que esta carrera en estos momentos no está tanto en la tecnología, sino que el futuro está en los servicios: qué vas a ofrecer, a qué precio lo ofreces, y si realmente me interesa o me es útil todavía lo que me estás ofreciendo.

### **- ¿Cuáles podrían ser las ventajas de los dispositivos móviles frente al resto de medios?**

Yo creo que hay algo que los diferencia, sobre todo de los medios más tradicionales, que es algo fundamental y que creo que no está muy explorado, y es la interacción. Una llamase televisión, radio o lo que sea, tu no puedes interactuar con el telespectador, no puedes interactuar con la persona que reciba la información, y eso es algo que no se está explorando bien, porque se está intentado encajonar medios... ver la televisión en una *tablet* puede ser interesante, pero no estás aprovechando la capacidad de interactuar que tienes con ese tipo de dispositivos con la persona que está intentado comunicar algo.

Estamos encajonando un periódico, incluso a veces las columnas que tiene un periódico escrito en una página web, que un usuario va a leer y que como muchísimo te puede dejar un comentario, pero no puede interactuar contigo o corregirte las noticias o aportar información que podría ser interesante.

Son ciertos... yo creo que un aspecto fundamental de los dispositivos móviles que no tienen los medios tradicionales y que no está suficientemente explorado, desde luego solamente hace falta entrar en cualquiera de los periódicos españoles para ver que prácticamente, ahora ha evolucionado un poco, pero antes era calcado el trabajo del medio en papel. Ahora han entendido que hay unas posibilidades mucho más amplias y que cualquiera que vea los registros de su servidor web van a ver que una gran cantidad de acceso se hace desde dispositivos móviles, incluso por encima de los sobremesa, estoy seguro de ello.

Creo que si hay algo que los diferencia es la posibilidad de la interactividad.

**- Leí hace poco que un blog reputado de Estados Unidos que primero decía que la televisión ha muerto, después que los banner han muerto... y ahora que las apps han muerto. ¿De verdad estamos en ese futuro tan apocalíptico?**

Yo creo que es exactamente al revés, estamos en un momento en que las empresas empiezan a darse cuenta de que no solamente tienes que tener una aplicación como se decía antes, sino tienes una página web no existes... y a lo mejor habían webs simplemente por estar pero realmente no hacían o aportaban nada, y hace un tiempo se hacían aplicaciones simplemente por tener la aplicación, que realmente tenían una usabilidad pésima y probablemente no ofrecían ni la mitad de los servicios que puedes ofrecer a tus clientes, etc.

Ahora yo creo que las empresas sí que se están dando cuenta que esto no puede solamente ser algo interesante o necesario para la empresa, sino algo realmente estratégico. Es algo que les puede facilitar su trabajo del día a día, que les puede dar una ventaja competitiva importante y que, realmente puede funcionar, ¿no?

El comentario que dices no sé si es McCusso quien lo puso, no recuerdo ahora mucho, pero lo he oído antes, y recuerdo que Enrique Dans que él comentaba que es el típico comentario de una persona que no ha entendido cómo funciona el mundo tecnológico, y que está aterrado porque ve que un chico de California con buenos conocimientos de programación puede hundir su empresa si tiene una buena idea. Entonces, las barreras que había antes para crear un medio de comunicación, una buena aplicación, se están rompiendo por completo si realmente eres bueno, por supuesto tienes un poco de suerte, tienes publicidad y sabes moverte bien, puedes llegar a tener, puedes llegar a levantar una aplicación realmente buena, puedes hacerte conocido, crear una buena empresa o un medio de comunicación, sin toda esa barrera que antes existía, ¿no?.

Entonces, las empresas que hasta ahora existían se creían que lo que vendían eran su periódico en papel, por ejemplo, y no se han dado cuenta que en realidad venden la información que hay dentro; y si tu eres capaz de vender la información sin perder el tiempo en montarlo en papel, a lo mejor eres un competidor muy duro para esa empresa. Y vamos, yo creo que no es cierto... la televisión la sigue viendo muchísima gente, la radio tiene su público, simplemente estamos cambiando los dispositivos tecnológicos en los que escuchamos... yo no escucho la radio, pero sí me la pongo en el teléfono por ejemplo. Vamos, para nada de acuerdo, es más, al revés.

### **- ¿Qué tipos de aplicaciones móviles podríamos encontrar?**

¡Vaya, pues no hay! (risas)

Hay muchos tipos de categorías. Dependiendo del tipo de desarrollo podemos hablar de las híbridas, aunque nosotros trabajamos con las nativas.

Depende también obviamente de la categoría de propia aplicación, si es una aplicación de referencia, si es abierta para clientes, lo que sea, ¿no?. Pero luego también pueden ser, aparte de videojuegos o de lo que pueda ser.

Nosotros nos dedicamos a aplicaciones para empresa, pues probablemente hay aplicaciones que son para clientes, para el cliente final, para que puedan adquirir los productos, servicios y demás de la empresa; aplicaciones internas de

la propia empresa, que pueden ayudar a su trabajo de gestión del día a día, por ejemplo estamos terminando un CRM para una empresa de aquí de Valencia; y luego diría yo que hay otro tipo de aplicaciones donde, pues no sé... redes sociales, de entretenimiento, de las categorías típicas.

**- Hablando de híbridas y nativas... ¿cuáles podrían ser las ventajas y desventajas de apostar por un tipo u otro?**

Hombre... con las híbridas el tiempo de desarrollo es mucho más corto, pero claro, tienen la problemática que cada septiembre aproximadamente, que cambian el sistema operativo, la mitad de las funcionalidades dejan de ir bien, y ya las cosas no son tan sencillas.

Bueno, la cuestión es que yo entiendo que el desarrollo híbrido para una aplicación rápida puedes tener su ventaja, igual... pero obviamente el desarrollo nativo es mucho más eficiente, sabes que va a funcionar mejor, tienes a tu disposición todas las características de los dispositivos a los que te diriges, y con las aplicaciones híbridas no es así, no puedes hacer uso de todo, y viene a ser algo muy similar a lo que ocurría... a lo que sigue ocurriendo en los dispositivos de sobremesa, en los pc's. Cuando uno trabaja con las aplicaciones que son nativas del propio sistema operativo y cuando uno trabaja con aplicaciones que pueden valer en todos los sistemas operativos, como pueden ser la desarrolladas en Java, que el rendimiento en Java es mucho peor pero puede funcionar en varios dispositivos, por ejemplo.

Yo creo que bueno, lo fundamental es que el desarrollo nativo esta preparado por el propio fabricante, por el desarrollador del sistema operativo para que funcione directamente en sus propios dispositivos; con lo cual, es una garantía de calidad. En el desarrollo híbrido esa garantía no se tiene.

**- Cuando se está haciendo una aplicación, ¿cuáles serían las fases desde la ideación hasta la publicación de la misma?**



Bueno, aquí en realidad nosotros lo que solemos hacer es una propuesta, tienes por supuesto una propuesta económica y se estudia las necesidades que tiene el cliente.

Lo primero que suele ver el cliente es un diseño de pantallas para que vea más o menos cómo puede quedar su aplicación para ver si le gusta la línea que estamos siguiendo o no, y luego se hace un análisis... aparte del análisis de requisitos, hacemos un listado de casos de uso, exactamente que hace cada pantalla, cómo debe de funcionar, qué requisitos tiene para funcionar... si tienes que hacerlo bien, si necesitas permisos de lo que sea, etc.; y en base a eso ya nos ponemos a trabajar. En nuestra empresa trabajamos por *scrum*, que es un concepto de metodologías ágiles, de desarrollo ágil; y se le entrega al cliente algo que puede ver, que puede tocar y que puede ver cómo está evolucionando, aunque sea muy básico y poco a poco vamos evolucionando el producto hasta que se llega al producto final. Entonces ya, con ese producto final si hay que publicarlo, ya que a veces es para uso interno de los clientes, sino se publica en el App Store y ya se realiza el mantenimiento de la aplicación.

**- Según el último informa de la Fundación Telefónica 2015 al día se descargaron durante ese año 4 millones de aplicaciones cada día. ¿Cómo conseguir tener presencia para que nos vean? ¿Cuál sería la fórmula de éxito por decirlo de alguna forma?**

Hablar con los de Fundación Telefónica porque, desde luego, yo la cifra me la duda mucho, pero mucho. Creo que es bastante exagerada...

Pero bueno, ¿tener presencia?... pues probablemente yo sí que tengo experiencia en algunas aplicaciones en las que, si uno se dedica a aplicaciones generalistas como algunas de las que se publican en el *App Store*, es hacer un análisis de la competencia, ver qué es lo que hacen bien, ver qué hacen peor, cómo se definen, incluso en el título y la descripción, examinar los comentarios de los propios usuarios ya que es algo fundamental el *feedback* de la gente, saber realmente lo que no le gusta a la gente sobre esa aplicación, qué es lo que no hace bien, ver qué es lo que puedes hacer tu mejor, y si realmente puedes mejorar ese servicio que está ofreciendo esa aplicación, y si lo puedes hacer allí ya tienes ganado el 50% del camino, está hecho. Porque al final, la mayoría de

aplicaciones que descargamos es porque alguien que conocemos lo ha hecho, o porque tengo curiosidad porque están arriba en los rankings, pero uno no va a estar en el número uno el primer día realmente... entonces que hacer una trabajo bien hecho es algo fundamental para esto, para estar ahí arriba; y ser mejor que tu competencia, que en realidad en ocasiones no es tan complicado como parece, es simplemente ver qué es lo que le gusta al usuario y que no, y no complicarle la vida... y no ser muy... hay muchísimas aplicaciones para muchas cosas, no intentar hacer una navaja suiza, ser muy concreto en lo que se quiere hacer y ser el mejor haciéndolo, y poco más.

Luego ya vienen otro tipo de estrategias de marketing y posicionamiento, aunque eso quedaría fuera de lo que es mi ámbito.

#### **- ¿Qué se puede hacer si tienes un *troll*? Desde el punto de vista de un desarrollador...**

Bueno, es que en Apple una estrategia... los sistema internos de *feedback* de la aplicación son muy buena estrategia, porque además, en general, por lo que yo voy viendo en las aplicaciones la gente es bastante reacia a volver a la tienda a dar un *feedback* a no ser que sea malo; entonces es mejor porque sabes que el malo se va a quedar allí y tiene que ser muy bueno para que vengan a una tienda a decírtelo, ¿no?

Entonces yo creo que esa es una estrategia que está funcionando muy bien, de hecho hay ahora mismo muchas plataformas que están muy evolucionadas en ese sentido, que te permiten no solamente tener ese *feedback* interno sino tener un chat abierto con tus clientes en ese momento para poder hablar con ellos en ese momento con las problemáticas que puedan surgir, y bueno... *trolls* los hay en todos lados.

A lo mejor, es cierto que en la tienda de Google es más fácil el rastreo, en la tienda de Apple no hay forma... no hay nada que se pueda hacer realmente; lo único que puedes hacer, si es cierto que la visibilidad de esos comentarios es relativa, no es que desaparezcan, pero si se ocultan al publicar una nueva versión, es una estrategia que también siguen algunas empresas; si ven que la versión que han publicado no está muy allá, pueden publicar una con ningún

cambio realmente solamente para ocultar esas dos estrellas que les han quedado.

**- Luego, a la hora de decidir si la aplicación es gratuita, de pago, con compras integradas, ¿lo decide más el cliente, de forma conjunta,...?**

Yo creo que es algo fundamental del cliente, vamos no es algo en lo que los desarrolladores nos solemos meter. Sí que es cierto que, si tiene algún tipo de compras internas, hay que tenerlo previsto que va a ser una in-app; aunque no recuerdo que en nuestra empresa hayamos hecho.

La gente lo que suele hacer es utilizar las pasarelas de pago, ya que para un producto o servicio no creo que estés dispuesto a que el 30% se lo quede el *market*. Entonces, vale la pena que te hagan una plataforma de pago que si se llevan es algo mínimo y no tiene nada que ver con lo que se llevan estas tiendas. Y luego, si es de pago o gratuita, obviamente lo decide el cliente, aunque yo creo que llevamos bastante tiempo donde la mayoría de aplicaciones, aunque quieras hacerla de pago, tienen un modelo *freemium* en donde tu muestras tu aplicación para que el usuario decida si le vale la pena y luego le permites pagar por la parte avanzada de la aplicación.

**- Analizando durante cinco meses las aplicaciones de los Top Rank, algo que me ha llamado la atención es el tema del idioma. Me he encontrado aplicaciones con muchos idiomas y algunas con uno solo. También que a lo mejor indica que el idioma esta en castellano y entras en la aplicación y está en inglés... ¿cómo decidir qué idioma hacer? ¿qué le supone al desarrollador?**

Técnicamente tiene su dificultad, porque técnicamente... sobre todo en Europa, en Estados Unidos probablemente no, pero parecerá una tontería pero la dirección de la escritura a la hora de desarrollar una aplicación es fundamental saber si la vas a traducir o no. Si se plantea una aplicación en la que no vas a traducir en idiomas que tengan escritura como el árabe de derecha a izquierda, o el japonés, el chino o algún tipo de escritura peculiar, y luego quieres traducirla, hay que prácticamente modificar toda la interfaz de la aplicación.

Entonces, técnicamente es algo que yo creo hay que plantear antes de iniciar el desarrollo, porque de hecho aquí tuvimos una de desarrollo en árabe que ya estuvimos planteándonos por si acaso cómo había que hacerla correctamente, porque... es un problema.

A lo mejor eso puede ser una barrera, no en Europa, porque si está en español se puede traducir sin ningún problema; pero sí traducir a un árabe o a un chino o aun japonés puede ser muy, muy, muy complicado de hacer. Incluso en idiomas europeos puede ser difícil a veces encajar la aplicación, el encabezado, etiquetado y demás, con la propia traducción... por ejemplo, estoy pensando ahora mismo en el alemán, que tiene palabras de más de cuarenta letras, que es muy difícil hacerlas encajar en algún tipo de interfaz.

Entonces, yo creo que muchas veces ese tipo de aplicaciones no se piensan para ser traducidas y acaban en un mercado donde, por cualquier motivo pueden tener un tipo de auge, y luego es un problema traducirlas.

**- Con “El Internet de las Cosas” que tanto se está hablando, ¿cómo puede afectar a todo lo que son las aplicaciones?**

Me estoy riendo porque yo tuve una casa solar (risas)... Supongo que nos queda bastante trecho para tener casas realmente con una domótica evolucionada, falta un... estándares aunque sean de facto tanto en domótica, automoción y demás. Estamos empezando en ello, pero para tener un Internet de las Cosas realmente aquí, yo creo que todavía nos falta un tiempo, en España más desde luego. Pero, tener tal y como se está planteando ahora mismo el Internet de las Cosas, que son pequeños dispositivos conectados que nos dan algún tipo de información, que nos permiten interactuar con elementos de nuestra casa, de nuestro coche, no sé... de la oficina. Y luego controlarlo desde un dispositivo móvil o desde una web, u otros dispositivos como una Apple TV y demás, que es lo que está proponiendo ahora Apple; de momento yo lo veo que esté funcionando bien, realmente no es algo que esté teniendo una gran implantación, probablemente por el coste de todos los dispositivos.

Supongo que es uno de esos campos de los que hablábamos al inicio que se están empezando a investigar, que se ha abierto la vía en la automoción, los Apple Watch y demás, en este momento se está abriendo ese campo y se está

viendo dónde realmente puede haber negocio o interés por parte del usuario de poder controlar u observar la información que estas cosas le dan. Yo creo que es algo que está todavía muy, muy en pañales.

**- Por entrar en otro apunte... *Big Data*, ahora que se habla tanto de *Big Data*, los datos de toda la vida. ¿Qué métricas serían interesantes para las aplicaciones tanto para un desarrollador como para el cliente final?**

Es que realmente, yo no veo *Big Data* como algo externo al ASO, realmente *Big Data* solamente es una forma de tratar una formación a la que antes no teníamos porque estaba en grandes cantidades y medios heterogéneos como... te puede venir información perfectamente estructurada como una *App Store* o en lenguaje natural como puede ser un *tweet*, entonces ese tipo de análisis te lo permite hacer.

La tecnología puede aportarte cierto tipo de información pero no lo veo desligado del ASO, de hecho yo lo veo que el ASO nace a partir de esa capacidad que tiene el *Big Data* de sintetizar esta información; es cierto que los propios, tanto Google como Apple, te están proporcionando esa información prácticamente gratis porque suman sus desarrolladores y lo puedes ver en cualquiera de los portales disponibles, como puede ser *App Annie*, *Sense Tower*, etc., pero yo creo que esa información de *Big Data* no es algo separado; no deja de ser una tecnología que puede ser interesante por ejemplo, sí que sé que se están haciendo muchos avances en análisis del sentimiento, o si quiero saber cómo va una aplicación se pueden utilizar tecnologías de tipo artificial para ver cuál es la intencionalidad de una persona que está hablando en Twitter de tu aplicación, podemos ver cómo funcionan en la publicidad, qué comentarios hace la gente a noticias donde aparece mi empresa o aplicación, podemos hacer que todos estén monitorizados mediante *Big Data*.

Ya digo, se trata de una información más que antes no podíamos analizar porque no existían estas tecnologías, pero no lo veo completamente desligado, ¿no? Creo que es algo... de hecho sí que he visto algunas plataformas que sí que integran parte de este tipo de analítica que te permiten hacerlo, aunque también es verdad que al tener que depender de tecnologías de carácter artificial hay que ir con mucho tiento, porque por ejemplo... lo que hablábamos antes de

análisis del sentimiento, las redes neuronales y otros tipo de tecnologías que se utilizan no son capaces de detectar la ironía. Por ejemplo, puede que haber alguien que esté diciendo que tu aplicación es maravillosa con una carita de “pues no”, y que eso se reproduzca de forma brutal en un montón de usuarios y, te está llegando un *feedback* de que es una maravilla y que están hablando muy bien de la aplicación, cuando en realidad está ironizando sobre este tema, ¿no?. Entonces hay que... estas tecnologías todavía les falta un poco de rodaje, es algo nuevo, y nos podrán proporcionar algún tipo de información yo creo que interesantes, pero no lo veo para nada separada.

De hecho, yo creo que ahora mismo los números ahora mismo en *Big Data* son los dos contendientes más fuertes en el mundo de la movilidad, que son Google y Apple y no hay nadie más; de hecho, Apple acaba de abrir Siri para los propios desarrolladores... ahora se puede trabajar directamente con Siri y yo creo que ahí veremos mucha información muy interesante en poco tiempo. Yo creo que dentro de nada podremos ver cómo se comportan los usuarios con tu aplicación, qué hacen con ello, y todo eso te lo está dando la propia plataforma en movilidad, no necesitas irte fuera... creo yo, vamos.

**- ¿Has trabajado con alguna agencia de publicidad o algo así?**

La verdad es que nosotros al ser pequeños somos muy ágiles y eso es una ventaja y trabajar a veces con agencias es complicado, porque los plazos se dilatan, los costes se complican bastante y... es difícil. El desarrollo se reduce mucho y la gestión se multiplica.

Entrevistado 7

**- ¿Cómo definirías al usuario móvil de hoy en día?**

Ahora mismo usuario móvil es todo el mundo. Hace unos años... la herramienta móvil no solamente para llamar, sino como herramienta de comunicación, tipo mensajería instantánea, tipo también como distracción, para personas de más de 60 años con el móvil jugando a distintos juegos, entonces

se ha extendido muchísimo. El usuario móvil ya no es, por ejemplo, gente joven con un perfil más tecnológico, sino que se ha extendido a todo el mundo.

Ya no llevas un único dispositivo, sino que tienes varios sincronizados para no perderte nada.

**- En tu opinión, ¿cuáles serían los actores principales dentro del ecosistema móvil?**

Obviamente, habría que destacar a desarrolladores, fabricantes tanto de terminales como de software... también las agencias.

Ha cambiado mucho el rol de fabricante o de empresas que se dedican solamente a una cosa, entonces tenemos dentro del mundo móvil... tenemos que... Microsoft trabaja con Apple, de manera que Google también tiene aplicaciones en Apple, o sea, ha cambiado mucho el mundo... salvo el mundo de Apple que no trabaja con el resto de gente, prácticamente es un mundo muy abierto de gente que ya no se pueden quedar cerrados a unos usuarios concretos.

Todo esto tiene que ver con los servicios, los usuarios buscan servicios y entonces hay que ofrecérselos para todas las plataformas, incluso no hablando de un solo ecosistema móvil sino de ecosistema de servicios, de un mundo mucho más amplio, que son todos los servicios tecnológicos que le puedan interesar al usuario.

**- ¿Cuáles podrían ser las tendencias?**

(risas) Ahora vamos a jugar a adivinar...

La movilidad, salvo excepciones, estamos en un punto de estabilidad, o sea, que han ido mejorando los productos hasta el momento actual, pero ahora salvo quizás algunas soluciones de realidad virtual, estamos en un momento de parada o de incremento muy lento de mejoras.

Yo creo que vamos a ver ya muchos cambios a nivel de software, de fenómenos como el del Pokémon GO que estamos ahora mismo viviendo y que está todo el mundo revolucionado con el tema, pero vamos a ver muchos más de aplicaciones que la gente le va dar vueltas y va a encontrar cosas que nos van a hacer la vida mucho más fácil, que van a unir todavía más el mundo virtual y el mundo físico en el que estamos ahora; y bueno, pues con todos los cambios que eso va a producir.

**- ¿Cuáles podrían ser las ventajas de los dispositivos móviles frente al resto de medios?**

Claramente la inmediatez es lo más importante, ya que al final, el dispositivo lo tienes en la mano, en el autobús... bueno, en cualquier sitio. Mientras que... y además, te da muchos servicios que hoy en día pues... las compañías hoy en día ya ofrecen servicios de televisión a través del móvil.

En teoría sería un medio poco práctico, de hecho si hace diez años nos hubieran dicho que íbamos a hacer tantas cosas con el móvil nos extrañaría, porque realmente que veamos una película en el móvil es un poco, desde el punto de vista pragmático, algo incómodo pero lo acabamos haciendo también.

Yo creo que, sobre todo, el tema de la movilidad hace que efectivamente lo tengamos todo el día encima y también iba a ser un poco hacia donde las compañías iban con los *smartwatches*, que no ha sido un *boom* tan grande como se esperaba, pero también iba por ahí, para que tengamos la tecnología la alcance de la mano, incluso pegada a nosotros.

**- Leí hace poco que un blog reputado de Estados Unidos que primero decía que la radio ha muerto, que la televisión ha muerto, después que los banner han muerto... y ahora que las apps han muerto. ¿De verdad estamos en ese futuro tan apocalíptico?**

Realmente, a mi me parece que, por ejemplo la radio no ha muerto, ha cambiado el lugar en el que se situaba cada uno de los medios. El mundo de las apps, hace tres o cuatro años podíamos hablar de miedos a que desaparecieran,



a que fuera una burbuja tecnológica como fueron las punto.com; sin embargo, conforme va pasando el tiempo se ha producido un fenómeno de estabilización y, también cierta saturación de aplicaciones en el mercado, de manera que solamente las de mayor calidad o de mayor difusión son las que son visibles a los usuarios.

El potencial que tiene esto y lo que nosotros percibimos desde el punto de visto de empresas que solicitan aplicaciones y de soluciones que consiguen llegar mediante apps, yo creo que estamos ahora en un momento de madurez o de iniciación de esa madurez, ya que eso tiene muchísimo potencial y se está empezando ahora a sacar ese potencial de las aplicaciones, ¿no?.

**- ¿Qué tipos de aplicaciones móviles podríamos encontrar?**

Hay muchas maneras de poder categorizarlas, la verdad. Yo creo que se han roto algunas barreras de a quién va dirigida la aplicación, y en un caso en particular podría ser un juego de hace un año, que se llama Lumia, que era de una empresa de energías renovables de Estados Unidos, que mediante un juego bien hecho pero de un presupuesto probablemente inferior al que se gastarían en un año en televisión, radio, prensa escrita y digital, pues dio a conocer el nombre de la empresa en todo el mundo. A lo mejor más en ámbitos más de gente que dedica tiempo a jugar, pero realmente esto hace unos años no nos parecería que tuviera ningún sentido, vamos, nos parecería bien que entraran a poner publicidad directamente, pero ahora quizás tenemos empresas que buscan, incluso nuevos clientes, empresas que facturan muchísimo a través de las aplicaciones captando clientes y realizando publicidad también en las propias tiendas de dispositivos móviles...

Entonces, en ese sentido ha cambiado mucho, aunque sigue estando esa distinción de aplicaciones internas, aplicaciones para clientes, aplicaciones para le colectivo en general; es que se puede ofrecer algún tipo de premio por usar la aplicación y dar a conocer tus servicios.

**- Ya que has hablado de aplicaciones híbridas y nativas... ¿cuáles podrían ser las ventajas y desventajas de cada una?**

Bueno, la verdad es que acabo de escribir dos *posts* sobre este tema en la web nuestra (risas). Entonces, bien, un riesgo que yo he vivido en mi anterior empresa que es muy fuerte y es que... o sea, que puede dañarte gravemente la acción del desarrollo híbrido es, junto con... al realizar esos cambios, tienes que esperar a quien te provee de la plataforma de programación común se actualice, y en algunos casos tu aplicación puede dejar de funcionar durante meses. Claro, eso en el peor de los casos, pero a mi me ha llegado a ocurrir que al utilizar una plataforma de desarrollo híbrido envías una versión de la aplicación que no funciona y pierdes a lo mejor... pierdes un mes de usuarios. A mi esa es una actualización que puede ser crítica.

En ese sentido, pues uno de los post que he escrito recientemente, el creador de una *startup* decía que para él era mucho más económico desarrollar en nativo, a pesar de que con un híbrido vamos a tener menos tiempo de desarrollo y costes, que le parecía más económico desarrollar en nativo entre otras cosas porque sabes cuál va a ser tu coste mientras que en híbrido hay muchos cambios posibles y muchos riesgos en los que incurres en los que... en principio todo sería más rápido hacerlo en híbrido, pero la realidad es que acabas incurriendo en un montón de problemas que tienes que solventar después.

**- Cuando se está haciendo una aplicación, ¿cuáles serían las fases desde la ideación hasta la publicación de la misma?**

Básicamente, nuestra forma de trabajar se basa en el sistema de metodologías ágiles. Se parte por supuesto de una propuesta para el cliente, estudiando las necesidades que tiene.

El cliente suele ver primero un diseño de pantallas para que tenga una primera impresión de lo que se está trabajando. El diseño sí que sirve mucho porque cuando el cliente tiene una idea, no es una idea de un coche... porque al final todos tenemos la idea de cómo va a ser nuestro coche. Es una aplicación que haga una cosa, y entonces hay que intentar plasmarlo y llevarlo a la realidad, que no es fácil, y para eso sí que ayuda mucho la fase inicial del diseño en la que el diseño gráfico es clave para que el cliente vea y que le convenza.

La aplicación va evolucionando poco a poco hasta su desarrollo final y, en caso de tener que publicarla, se hace en el App Store. También puede ser para uso interno del cliente.

**- Según el último informe de la Fundación Telefónica 2015 al día se descargaron durante ese año 4 millones de aplicaciones cada día. ¿Cómo conseguir tener presencia para que nos vean? ¿Cuál sería la fórmula de éxito por decirlo de alguna forma?**

Sí, a mí me parece que ahora mismo con lo que... con el número de aplicaciones que hay, efectivamente, ya no existe la lotería de tener una aplicación o... recuerdo un chaval de Estados Unidos, tener una aplicación que era gratuita, y en los periódicos recuerdo que salía, bueno también en la televisión, que decía que si hubiera cobrado un dólar por descarga hubiera podido ir a las diez mejores universidades de Estados Unidos pagándolas todas.

Ahora bien, ya no estamos en ese momento, y ahora mismo me parece que en el ámbito generalista, de todas formas en ámbitos más concretos hay que tener tanto una muy buena idea con la que se desarrolla la aplicación, una implementación que sea de cara al usuario, además de muy estable, muy robusta, muy agradable, porque la gente en los ocho primeros segundos decide si se queda con la aplicación o no; y después también una estrategia de marketing muy fuerte tanto en... quizás en... con el marketing siempre tenemos posibilidades de hacer campañas más de creatividad y con no tanto presupuesto, o hacer campañas con grandes cantidades de presupuesto para favorecer la descarga y el uso de esta aplicación.

Todo esto va a acompañado de estas estrategias de conseguir descargas orgánicas que no es un extra ahora mismo para conseguir usuarios, sino que es como la base de la que parte todo el mundo y, no tener eso bien trabajado, no tener bien trabajadas las estrategias de ASO es como ponerse unos cincuenta puestos por detrás de los contrincantes, es decir, de tu competencia más directa.

**- En el sector yo he visto opiniones de todo... ¿el ASO sería el SEO de las aplicaciones móviles? Hay gente que dice que sí, y otras que es un paso más allá del SEO.**

Un paso más allá del SEO... yo diría que es que ahora... hoy por hoy muy similar al SEO de las páginas web pero en aplicaciones. Aquí tenemos dos plataformas en las que las búsquedas funcionan de manera muy distintas, en Apple tenemos un sistema de buscador que es muy rígido, equivocarte en una letra puede suponer que no encuentres la aplicación que buscas, mientras que en Google tenemos un sistema de búsqueda que se parece más al de su propio buscador, con capacidad de encontrar lo que busca el usuario de manera más natural.

En Apple me parece que, en ese sentido, estamos al inicio de las búsquedas web, en las que ponías “casa” y te salía pues... “busco casa” y a lo mejor te salía por ejemplo un portal web de casas de juguete, cosas de lo más variopintas posibles, de gobiernos... nada que ver con lo que tu estabas buscando. En ese sentido estamos en esa misma situación, cuando haces una búsqueda en Apple ocurre exactamente eso, mientras que en Google no.

Sin embargo, el tener unas buenas palabras clave hacen que la aplicación pueda ser encontrada y es una buena... es totalmente clave, porque la gente al final si te busca por una palabra clave que puede ser “cocina”, por ejemplo, si vendes una aplicación de medidas de cocina, pues al final el nombre de tu aplicación hasta que esa marca se da a conocer pues depende de esa palabra clave, y eso es exactamente igual que en el SEO de la web.

**- ¿Qué factores influirían en el ASO?**

En Apple están muy claros, tenemos básicamente título o nombre de la aplicación con la que se puede jugar, ya que hay un límite de caracteres bastante largo; las palabras clave que definen la aplicación, y el nombre de la compañía, que a veces incluso con el nombre de la compañía se puede jugar; pero... ya está, estas son las tres variables que influyen.

En las aplicaciones para Google hay muchísimas variables, pero fundamentalmente serían las mismas que podríamos encontrar en una web, es

decir, palabras clave aunque no se definen como tales, no es una lista de palabras clave que podamos establecer, sí que son una lista de palabras clave que nosotros tenemos en mente e intentamos que se repitan. Las palabras más importantes tienen que estar cinco o seis veces en el texto de la descripción de la aplicación, ni más porque entonces nos penalizaría el algoritmo de posicionamiento de Google ni menos porque no detectaría que es una palabra lo suficientemente importante.

Entonces, en las aplicaciones de Google nos basamos mucho más en el texto, también muy clave es las descargas que tenemos ya; aunque una aplicación tenga las mejores palabras clave del mundo, si no tiene un número de descargas mínimo, que consideran los algoritmos tanto de Google como de Apple, no aparecerá en las búsquedas. Para eso, hay que conseguir mediante técnicas de pago, como sea... lo que sería el SEM en web en este caso, o a través de instalaciones dando a conocer económicamente nuestra aplicación, pues conseguir un mínimo de descargas para que se vea y vas a estar dentro del mundo de la visibilidad.

### **- A la hora de pagar para tener visibilidad, ¿formatos de móvil, redes sociales...? ¿por qué te decantarías?**

En general, si no tenemos un nicho claro, una estrategia clara o un grupo de marketing, unas personas que se encarguen del marketing que sepan mucho... si no tenemos una base, en ese caso yo diría Facebook, porque los resultados son... Facebook para móvil, los resultados son muy buenos sin tener excesivos conocimientos.

Copiando lo que hacen otras aplicaciones del sector podemos obtener unos resultados con unos precios muy buenos, la verdad, de usuarios además que no son lo que llamamos usuarios basura, sino usuarios que después utilizan la aplicación, que tienen unos tiempos de crearse la aplicación bastante interesantes para los test que se realizan.

Lógicamente si podemos conseguir una campaña de viralización a través de un video de Youtube con un coste mínimo, pues eso es lo que nos gustaría tener a todos; pero a falta de estrategias más de mente, de darle vueltas y tener

unos creativos impresionantes, las campañas de Facebook creo que son las que mejor funcionan.

**- A la hora de generar el contenido, cómo redactar el título, cómo redactar la descripción, ¿qué enfoque sería el mejor? es decir, ¿más informativo o más descriptivo? ¿o hacer primero un análisis de cómo son los usuarios? Es decir, ¿cómo atraer a través de ese contenido?**

Si estamos con una aplicación que tiene un público similar a otra aplicación, o que tiene un objetivo similar al de otra aplicación, lo mejor me parece que sería empezar con herramientas de optimización de búsquedas y de textos, que son herramientas que hacen que tu... tienen un conocimiento experto de cómo funcionan las búsquedas en Google y en Apple, y te van a facilitar que con tus palabras clave, que con tus descripciones te posiciones lo mejor posible.

Al final es como se realizan también muchas veces los textos en web, no buscamos... sí, buscamos qué comunicar, pero también partimos de palabras que va a haber que repetir, palabras clave para que los buscadores nos posicionen donde queremos y, a la vez, pues el contenido también es clave pero tiene que... va muchas veces marcado por las palabras que queremos que nos posicionen. Aquí ocurre lo mismo, si somos una aplicación que no tiene un paralelismo en una aplicación similar, como que cada vez ocurre menos, en ese caso hay que centrarse en hacer un texto en el que... con esos parámetros de repetición de palabras clave, puesto que no tenemos herramientas para basarnos, tenemos que ir un poco más a dar un buen contenido y a partir de ahí ya ir refinando y viendo con pequeños cambios como mejoran los resultados de búsquedas orgánicas.

**- Por ejemplo, antes hablábamos de las valoraciones, ¿qué hacer en caso de tener un *troll*... o varios?**

Me parece que ahí hay... una estrategia que prácticamente todas las aplicaciones, incluso de desarrolladores independientes que están implementando, que es ya como un estándar y es tener dentro de la aplicación una herramienta de *feedback* para que el usuario antes de dar su opinión, más o menos de *troll*, en la zona externa, en lo que todo el mundo ve de ti, la pueda dar en tu zona interna, ¿no? que te la de y además tú puedas contactarle.

En Android, en lo que es la tienda de Google, podemos contactar con la gente que nos pone comentarios negativos, o incluso a veces que pueden ser comentarios desagradables, y en esos casos es que hay que contestar a todo el mundo y, en ocasiones cuando vemos que es un comentario que no se corresponde con la realidad, también en esa tienda tenemos la capacidad de buscar esa persona a través de su perfil de Google y, en esas ocasiones cuando llegamos incluso a ese paso, si le escribimos a la persona a través de herramientas también de Google como son los *hangouts*, pues se puede conseguir que la persona que antes realmente no tenía ninguna relación con tu aplicación y tiene esas tendencias a ser un *troll* pues al hablar con esa persona vea que hay unas personas detrás de esa aplicación y que retiren el comentario negativo o molesto.

En general, la gente suele valorar mucho esas respuestas, porque ven que sus comentarios tienen acogida y habitualmente también en esos puntos les puedes pedir que la valoración sea un poco más positiva y, en la mayoría de los casos tiene buen efecto.

En el caso de Apple, pues si no hay alguna palabra obscena o lo que sea para que se pueda denunciar ese comentario, pues hay que pedir más comentarios positivos a amigos que les parezca bien la aplicación y no tenemos nada más que hacer (risas).

**- Antes se me ha olvidado, Google cada cierto tiempo cambia el algoritmo, ¿influye en las aplicaciones también cuando hablamos de ASO?**

Sí, tanto Google como Apple. Quizás en Apple es más... no nos damos tanta cuenta porque... o sea, tanto Google como Apple en las búsquedas de las aplicaciones tienen un algoritmo propio, ya que Google no tiene el mismo que para la web, sino que tiene uno propio para las aplicaciones. Efectivamente, sobre todo afecta a la gente que utiliza... que su medio de subsistencia es el algoritmo de Google.

Cuando tenemos una aplicación que tiene unos fines concretos que van más allá de conseguir usuarios sea como sea, tenemos un contenido dentro de esa aplicación y utilizamos tanto la búsqueda de Google como la de Apple, cuando se van a producir esos cambios, también tenemos herramientas que nos

van avisando cuando se producen esos cambios, pues afectan positivamente o negativamente y actuar en consecuencia. Esos cambios, de todas formas, lógicamente no suelen ir a fastidiar al desarrollador que hace aplicaciones interesantes para el público, con lo cual pues ir adaptándose a los cambios que se producen habitualmente cada mes o cada dos meses.

**- ¿Algún ejemplo de herramienta como has comentado ahora de que os avisan de esos cambios?**

Pues está Sensor Tower, por ejemplo, que es muy conocida y es una herramienta de pago, está también App Annie, que también te informa junto con toda la información de cómo va tu aplicación en los rankings de todo el mundo, después tenemos Appnique, que es una herramienta poco conocida pero que está creciendo muchísimo y que da, con un precio muy inferior a Sensor Tower, una calidad de información me parece que muy similar, incluso en algunos casos todavía mejor para seguir tanto tus aplicaciones como ver cómo funcionan otras aplicaciones de la competencia.

Hay muchas más, Add Coach y otras que... y hay una que se me ha olvidado ahora, seguramente porque no servía para nada; aunque sus algoritmos sean muy bueno, muchas veces o a veces no se producen nada.

**- Luego, a la hora de decidir si la aplicación es gratuita, de pago, con compras integradas, ¿lo decide más el cliente, de forma conjunta,...?**

Mi impresión general es que se ha generado mucho daño a los desarrolladores facilitando tanto las aplicaciones gratuitas, la realidad es que hoy en día... porque se generan muchos menos ingresos, antes desarrollabas algo y directamente le sacabas un beneficio. Hoy en día desarrollas algo y a veces puede ser una muy buena idea con una muy buena implementación, con millones de usuarios y cero beneficios e, incluso, pérdidas y con posibilidades de quedarse sin pagar.

Aun así, el usuario lo que necesita, lo que busca son aplicaciones gratuitas y definitivamente nosotros pues en año y medio no hemos descargado ninguna



aplicación que sea de pago de partida, tenemos suscripciones, los clientes sí que buscan realizar pequeños cambios y modificaciones para ver cómo conseguir que más usuarios pasen a ser de pago y eso muchas veces también buscan herramientas, nos piden herramientas para poder hacer esos cambios en tiempo real y poder ver cómo ir consiguiendo más usuarios de pago para unos contenidos que muchas veces hemos tenido... son contenidos muy buenos y que buscan un tipo de prueba en usuarios que quieren seguir consultando esos contenidos con un modelo de suscripción.

**- El cliente, cuando se está haciendo ASO, ¿también influye de manera directa o cómo interviene?**

Sí, en ocasiones hay puntos clave de ASO sencillos, como decía antes el nombre de la empresa... que además no tiene que coincidir exactamente con el nombre de la empresa del mundo real, y ahí es uno de los puntos en los que si es su primera aplicación aconsejas al cliente y, efectivamente el cliente también puede tener un conocimiento extenso o nulo del ASO que... normalmente te encuentras más con el segundo caso, y no entiende que... a lo mejor uses una palabra más que esté muy relacionada con la finalidad de tu empresa, pues aún así es él quien decide porque... por ejemplo, si yo impongo un nombre, el cliente después puede decirme porqué he puesto ese nombre; tiene que ponerlo él y en ocasiones le cliente es receptivo y otras veces no es receptivo y lo que no entiende pues no hace caso.

**- Supongo que cuando has dicho que no tiene que ser exactamente el nombre de la empresa, ¿en ese sentido son reacios o entienden...?**

Sí, son muy, muy reacios (risas). Puede tener muy chula la aplicación, pero quien sabe cómo funciona esto, sabes que no puedes hacer una descripción de la aplicación en el título, pero sí que hay que aprovechar y poner algunas palabras clave en el título si es posible.

Sin embargo, lo que el cliente hace... a veces tiene una mentalidad pues muy concreta, por ejemplo, pues el título no puede ser manchado con otras

palabras clave. Entonces, en ocasiones es difícil explicarle la importancia que tienen esos puntos clave para que su aplicación sea más conocida.

**- ¿Qué tipo de penalizaciones tendría? En Google, cuando estás posicionando una web, hay toda una serie de penalizaciones asociadas, ¿en las aplicaciones cuáles serían?**

En caso de... penalizaciones reales en Google es el excesivo uso de una palabra clave, por lo que Google, si es una aplicación de gatos y la palabra gatos aparece quince veces, tu aplicación va a ser considerada *spam* por Google. Va a estar el enlace, pero encontrar esa aplicación en las búsquedas va a ser muy complicado o casi imposible; no va a salir ningún cartelito de *spam* ni nada por el estilo, pero sí que vas a estar muy penalizado por la herramienta de búsqueda.

En el caso de Apple esto no ocurre, lo que sí puede ocurrir si utilizamos pues un título demasiado largo en el que en teoría no habría que poner palabras clave, ahí tenemos una delgada línea en la que nos podemos mover, pues que te rechacen la aplicación y tengamos que volver a hacer un nuevo envío.

Ya sin embargo, la descripción en el caso de Apple no cuenta para nada, pero en el caso de Google sí que es muy clave; y también pueden penalizarnos, no nos va a penalizar directamente Google, pero la falta de uso de la palabra clave o una descripción excesivamente larga o excesivamente corta es muy similar al tema de la web y el posicionamiento en Google.

**- También me he encontrado, analizando durante cinco meses las aplicaciones de los Top Rank, el tema del idioma. Me he encontrado aplicaciones con ochenta idiomas y algunas con un solo idioma. También que a lo mejor indica que el idioma esta en castellano y entras en la aplicación y está en inglés... ¿cómo decidir qué idioma hacer? Supongo que tendrá mucho que ver el público objetivo al que...**

Al que va dirigido. Por ejemplo, una compañía que tiene aplicaciones de juegos musicales, Smule se llama, pues tiene algunas de las descripciones traducidas al castellano pero todos sus contenidos están en inglés, porque no le

interesa... no es que le parezca mal tener usuarios de Europa, pero no le interesa tener usuarios de Europa. Es decir, no tiene ningún interés de captar usuarios de estas zonas.

Como trabajan estas compañías con empresas de traducción profesional, en muchas ocasiones sí que les parece bien tener estas traducciones pero... en este caso, por ejemplo, el tener la descripción traducida les parece bien pero no hacen ningún esfuerzo porque su aplicación esté traducida.

Sí que es importante que, en España por ejemplo una aplicación tiene que estar traducida al español, sino tiene muy difícil su entrada (risas), porque por pocos textos que tenga, la gente aquí es muy reacia a utilizar de otros países. Esto también ocurre también en China por ejemplo, una aplicación que está en inglés es muy difícil que los usuarios... que llegue a ser usada; no por su conocimiento del inglés, sino porque allí también son reacios a usar aplicaciones en inglés que no han sido desarrolladas allí, que no son autóctonas.

Entonces, el traducir los contenidos al idioma y, bien traducidos, puede ser muy clave para que una aplicación llegue a un país; entonces en ese caso lo que se hace es trabajar para esa traducción si se quiere uno expandir a esa país.

**- Con “El Internet de las Cosas” que tanto se está hablando, ¿cómo puede afectar a todo lo que son las aplicaciones?**

Yo creo que de cara al usuario final está todavía por... se tiene que avanzar bastante todavía, y sobre todo en facilidad de acceso y económicamente fundamentalmente. En empresas me parece que puede tener ya su entrada, porque hay incluso proyectos de antes de que esto se llamara “El Internet de las Cosas” que teníamos conexiones... por ejemplo, conexión todo en un hotel mediante balizas de bluetooth que facilitaban el no tener que poner puntos de acceso para wifi, y era complicado que no tuviera tantas interferencias y todavía tenemos acceso para acceder impresionantes (risas).

Entonces, me parece que en empresas con objetivos concretos pues viene bien, y les da un valor añadido para sus negocios; ahí sí que vamos a ver, incluso me parece que ya se pueden ver muchos proyectos de ese estilo y hasta que se implante eso en los hogares pues va a costar sobre todo porque lleva un

sobrecoste añadido, por ejemplo si quieres tener una luz que vaya cambiando según el momento del día, pues eso lleva comprar unas bombillas especiales, tener una instalación que sea acorde, que esté conectado, que esa bombilla tenga una conexión por *bluetooth* o wifi, ¿no? que esos son unos costes interesantes.

**- ¿Has trabajado con alguna agencia de publicidad o algo así?**

Sí, con alguna hemos trabajado, y también... bueno, la realidad es que las agencias son especiales a la hora de trabajar con ellas (risas), de manera que hemos tanteado también las maneras de trabajar de forma más estable con agencias, y la realidad es que es más sencillo trabajar con empresas y con clientes particulares que con agencias por la idiosincrasia que suelen tener agencias muy grandes, que tienen unos movimientos muy lentos, de manera que cuando... desde que se les propone o ellos buscan un proveedor hasta que se realiza la aplicación, prácticamente pueden pasar desde meses hasta años.

De manera que sí que hemos desarrollado algunas, pero de manera estable no tenemos líneas de colaboración estable con agencias porque es muy difícil llegar a ellas también.

La parte de gestión se multiplica para entender lo que la agencia está haciendo para una empresa, para que la empresa se lo diga a la agencia y la agencia transmite... nos transmite a nosotros cuales son los requerimientos en principio, y después cuando implementamos pues puede ocurrir que eso sea... está muy cercano o no tan cercano a lo que quiere el cliente. En ocasiones también te dan libertad para implementarlo como piensan a partir en ocasiones de un boceto, de una forma sencilla, hacer lo mejor que puede hacer que eso funcione, ¿no? para la marca final.

**- Por último, que antes se me ha olvidado, ¿podríamos definirnos como viandantes multidispositivo *always on*?**

Totalmente, totalmente (risas). Estamos ya muy, muy conectado, y basta apagar el teléfono móvil pagado durante un día para notar esa necesidad de

encenderlo, de ver si nos han escrito un mensaje, un correo electrónico. Nos da un poco de miedo me parece que nos puedan hacer alguna llamada importante y no estemos nosotros conectados; de manera que con alguna app sí que cubrimos algunas necesidades que son importantes, pues recibir una llamada que sí que pueda ser importante o que nosotros pensamos que podemos... ser tan necesarios.

Estamos siempre conectados para cosas de mayor calado y para cosas muy fútiles o muy tontas, podríamos decir. Estamos hiperconectados, con los Smart Watches se buscaba por parte de las compañías que estuviéramos más conectados todavía y que no hiciera falta ni sacar el dispositivo móvil del bolsillo. Entonces, bien, por ahí va a ir el trabajo... las principales empresas y me parece que cada vez vamos a estar más conectados.

### Entrevistado 8

#### **- ¿Cómo definirías al usuario "móvil" de hoy en día? (Desde un punto de vista tecnológico)**

Es alguien que quiere estar siempre conectado, ya sea por su trabajo o para disfrutar de su tiempo libre. Es un usuario impaciente, que borrará tu app después de abrirla por primera vez si ésta no es fácil de utilizar o si es lenta. Como desarrolladores tenemos muy pocos segundos para enamorar al usuario con una nueva app.

El usuario móvil de hoy está también preocupado por la privacidad de su información y la eficiencia. No quiere apps que pidan más permisos en el móvil de los necesarios (acceso a localización, a agenda de contactos, a cámara, a notificaciones *Push*...), ni apps que solicitan coger toda nuestra información de Facebook o que intentan publicar en nuestras redes sociales. El consumo excesivo de batería o de datos es motivo de borrado a los pocos días.

#### **- ¿Qué actores intervienen, en tu opinión, en el ecosistema móvil?**

Intervienen los fabricantes de teléfonos, las operadoras, los desarrolladores de apps/juegos, las marcas, las agencias y los usuarios.

**- ¿Cómo influye la experiencia móvil marcas/empresas con los usuarios?**

Las marcas han entendido la importancia de los móviles en las vidas de sus clientes y ya están presentes en estos dispositivos, a través de apps propias y perfiles en las apps más populares. Destacan las apps de *m-commerce*, que en algunos casos superan en facturación a sus versiones *e-commerce*. Las empresas apuestan también por apps que faciliten el proceso de pago, como es el caso de Zara, que ha anunciado app a tal efecto para este 2016.

**- ¿Cuál es la ventaja de los dispositivos móviles frente al resto de medios?**

Respecto a medios offline, la capacidad de comunicar con el usuario y obtener métricas en tiempo real. Respecto a otros medios online, la inmediatez y la comodidad para el usuario. El usuario de dispositivos móviles ya ha madurado, navega y compra desde su teléfono con normalidad, incluso con más frecuencia que en el ordenador. Según los últimos estudios realizados en España, ya son 9 de cada 10 usuarios de Smartphone los que lo utilizan durante el proceso de compra.

**- Se habla mucho de "El Internet de las Cosas", ¿cuál sería su incidencia en el ecosistema móvil?**

Conectar nuevos dispositivos a internet requiere de nuevas apps desde las que podamos controlar estos dispositivos y mostrar sus datos. Así, hemos desarrollado por ejemplo apps para programar la calefacción, ver el consumo eléctrico, encender el aire acondicionado, comprobar las constantes de un paciente, etc.

### **- ¿Cuáles serían las tendencias en el desarrollo de aplicaciones móviles?**

Son tendencia las apps de vídeo 360, realidad virtual, los *chatbots*, las de finanzas y economía colaborativa.

### **- ¿Qué tipos de app podemos encontrar?**

Nosotros las clasificamos en apps de uso interno para empresa y apps para usuarios finales. Las apps para empresa muchas veces se distribuyen entre los trabajadores de una empresa sin pasar por los *markets*, por eso pasan desapercibidas.

Entre las apps para usuario final encontramos los juegos de éxito, que son con diferencia los líderes en ingresos, seguidos de las apps “obligatorias” (aquellas que instalamos una vez y usamos desde entonces con frecuencia. También están las apps “cerilla”, que tienen mucho éxito en muy poco tiempo pero enseguida se apagan, pasan de moda. Existen las apps “más discretas”, que no están en los rankings pero tienen usuarios activos. Y por último las apps “*zombie*” que nadie usa ni nadie descarga.

### **- ¿Qué influye para decantarse por una app nativa o más de compatibilidad universal?**

Las apps nativas se realizan a medida para cada sistema operativo (iOS, Android, Windows...) y si están bien programadas, obtienen el rendimiento máximo del sistema, comparable al de apps del teléfono como agenda, calendario, mail, etc.

Las apps multiplataforma, se programan una única vez y tras unos ajustes funcionan en más de un sistema operativo. Por lo general, su rendimiento es inferior al de apps nativas.

**- ¿En términos generales, ¿en qué se diferencia programar para IOS o para Android?**

En el desarrollo de apps nativas, el lenguaje de programación utilizado y el software son diferentes. Pero las fases pueden ser las mismas: diseño, programación, *testing*, publicación, promoción y mantenimiento.

**- Según el último Informe de la Fundación Telefónica, en 2015 se descargaron cada día casi 4 millones de App's. ¿Cuál podría ser la fórmula para destacar entre todas ellas? Es decir, ¿cuál sería el proceso de optimización de una APP para poder aparecer en el TOP Rank?**

Para llegar a lo más alto del ranking hay que sumar talento, inversión en publicidad y un poquito de suerte. Es decir, se necesita un buen producto y que los usuarios lo conozcan. Si el producto no es bueno, estaremos tirando el dinero con la publicidad, pues las descargas vendrán acompañadas de desinstalaciones inmediatas y malos comentarios en la tienda.

**- Cuando se planifica la estrategia de ASO, ¿cuál es el grado de participación del desarrollador?**

La estrategia ASO comienza a definirse durante el desarrollo. El equipo de desarrollo y el equipo de marketing deben conocer perfectamente el producto y su calendario de actualizaciones. El desarrollador incluirá en la app las herramientas necesarias para que marketing pueda editar contenidos y analizar las métricas que necesita.

**- ¿Es lo mismo realizar ASO para una aplicación en IOS y en Android? ¿El ASO es el SEO de las aplicaciones?**

No. Google Play y App Store tienen algoritmos diferentes para posicionar las apps. Para empezar, en cada *market* hay un formulario diferente de registro de apps. Mientras en App Store se solicita al publicador una serie de *keywords* que ayudarán a posicionar, en el caso de Google este dato no se



pide. En Google Play hay que escoger una categoría y en App Store hay que seleccionar 2.

Además de los datos propios del formulario, existen otros factores que intervienen en el ASO, como el número de instalaciones y desinstalaciones, las valoraciones de los usuarios o el ruido en redes sociales: Google por ejemplo tiene en cuenta la popularidad de tu app en Google+ y lo utiliza para posicionarte mejor en Google Play y en Google.com; App Store no.

Las mejoras que incluyamos en nuestras apps en forma de actualizaciones afectarán a las puntuaciones en las tiendas y a las descargas.

En cuanto a la relación con el SEO, cada uno tiene su propia metodología de trabajo; aunque es un símil que ayuda a entender el concepto.

**- En un contexto donde el *Big Data* es una realidad, ¿cómo es de importante el *reporting* para las estrategias asociadas a la comunicación móvil y en concreto a las APP?**

Necesitamos métricas para cuantificar el éxito de una app. Hoy podemos tener datos en tiempo real de cómo interactúan los usuarios con nuestra interfaz, incluso testear 2 diseños diferentes con 2 grupos de usuarios y decidir cuál será el definitivo.

**- ¿Cuáles serían las principales métricas a tener en cuenta?**

Además del número de descargas de la app, que no refleja el número real de usuarios, son importantes las siguientes métricas:

- N° de usuarios activos.
- Tasa de retención.
- Recurrencia.
- Tiempo medio por usuario en la app.
- Coste de Adquisición Usuario.

- Ingreso Medio por Usuario.

**- En el proceso de desarrollo de un proyecto digital, y más concretamente en el desarrollo de una aplicación móvil, ¿qué fases se llevarían a cabo desde la ideación has la publicación de la misma?**

Para nosotros las fases son:

1. Aterrizar la idea. ¿Es viable? ¿Existe ya? ¿Cuánto cuesta? Definir en el documento de requisitos.
2. Diseño gráfico funcional.
3. Diseño gráfico arte final
4. Programación
5. Testing
6. Publicación
7. Promoción
8. Mantenimiento.

### Entrevistado 9

**- ¿Cómo definirías al consumidor "móvil" de hoy en día?**

España se ha situado ya en el segundo puesto en consumo móvil en el mundo con un 88% de españoles que ya tienen al menos un dispositivo smartphone. Por delante está Singapur.

El consumidor móvil hoy en día es un consumidor con gran poder y acceso a la información pero sobre todo, que vive hiperconectado. Diversos estudios afirman por ejemplo que el 63% de los consumidores no pasan más de una hora

sin revisar el móvil. Tal es el “enganche” que el móvil es lo primero y lo último que consultamos al levantarnos y acostarnos.

### **- ¿Y para qué utilizamos el móvil?**

Pues, además de para realizar llamadas de voz, principalmente para utilizar aplicaciones de mensajería instantánea, utilizar las redes sociales y acceder a nuestro correo electrónico.

En cuanto a hábitos de compra, en los últimos años se ha visto un gran aumento de consumidores *mobile*, que bien practican *showrooming* (probar en tienda antes de comprar por internet) o bien se enmarcan en lo que los *retailers* denominan como efecto ROPO (*research online purchase offline*); es decir, que otra tendencia entre los usuarios es la de utilizar el dispositivo móvil para buscar producto/servicio, consultar opiniones, etc. para finalmente comprar en tienda.

### **- ¿Qué actores intervienen, en tu opinión, en el ecosistema móvil publicitario?**

Marcas, agencias de medios, soportes tipo medios de comunicación, aplicaciones,... empresas de compra programática y RTB, desarrolladores tecnológicos, agencias de marketing digital, agencias interactivas, empresas tecnológicas, redes sociales y por supuesto, los usuarios.

### **- ¿Cómo influye la experiencia móvil en la relación de las marcas con los consumidores?**

El uso intensivo de la tecnología móvil ha afectado a todas las fases de la relación entre marcas y consumidores. Desde las fases de búsqueda activa de productos/ servicios, hasta el momento mismo en que se toma la decisión de compra, el móvil ayuda al usuario a construir un recorrido propio que le permite tomar la decisión que considera más acertada o certera.

El último estudio sobre marketing móvil del IAB por ejemplo, reveló que 9/10 usuarios españoles consulta online en la propia tienda antes de comprar. Este gesto se repite en todos los puntos de contacto y hace que el proceso de compra sea más largo y complejo que nunca, y por lo tanto, la capacidad de influencia de las marcas en ella cada vez más difícil y limitada.

Este cambio en el consumidor ha supuesto ya la transformación completa del modelo de relación con los consumidores, dejando de lado ciertas actitudes y hábitos.

Se ha vuelto indispensable terminar con los límites consecuencia de unas marcas con excesiva departamentización. Publicidad, marketing, ventas, *retail*, digital, relaciones públicas, atención al cliente, y hasta el departamento de tecnología... sus fronteras cada vez son más invisibles y todas deben trabajar de la mano Las marcas de los nuevos tiempos deben ser más líquidas que nunca.

El consumidor actual no compra por silos, sino que viaja de un punto de contacto a otro sin perder la sensación de que está viviendo una experiencia fluida y coherente.

Es por ello que es muy importante que las empresas se enfoquen en adoptar una estrategia omnicanal, donde su presencia sea continua, pero a la vez esté completamente adaptada a cada momento, contexto y personas concretas.

### **- ¿Cuáles son las tendencias actuales en marketing móvil?**

Destacaría principalmente tres tendencias:

1. El salto de la publicidad segmentada vía compra programática con costes cada vez menores al marketing predictivo y contextual, con impactos de alto valor hipersegmentados. Gracias al big data y las herramientas para procesarlo y convertirlo en Smart Data, las marcas tienen una oportunidad valiosísima de conocer realmente a sus consumidores y comunicarse con ellos de una manera más efectiva.

2. Realidad aumentada y realidad virtual: Pokémon Go es en mi opinión el comienzo de una nueva manera de interactuar con los usuarios. Jugadores

como Samsung o Microsoft ya estaban jugando un papel importante con sus gafas de VR/AR y ahora son empresas como Nintendo las que están dando un vuelco a su negocio implementando esta tecnología en su negocio habitual.

3. *Adblocking*: muchos dudaban del potencial del fenómeno *adblocker* pero lo cierto es que su crecimiento preocupa mucho al sector. El bloque en sí es un problema, pero en el caso del móvil lo es todavía más y 2016 ya está siendo un año marcado por los *adblockers*. En este sentido, soluciones de marketing predictivo como citaba en el punto 1, también ayudarían a que el *adblocking* no fuera tan extendido. Otras empresas, como la editorial alemana Gruner + Jahr está desarrollando una técnica contra los usuarios que utilizan *adblockers* y han logrado un descenso de los lectores que incorporan *softwares* bloqueadores en sus ordenadores de escritorio. La editorial planteó en noviembre dos opciones a los usuarios de *adblockers*: la desactivación de estos *softwares* o micropagos para poder consumir los artículos de sus webs, ofreciendo la posibilidad de pagar 50 céntimos diarios o de dos euros por semana. Antes de implantarlo, el 22% audiencia utilizaba *adblockers*. Ahora esta cifra se ha reducido un 35% sin haber sufrido una pérdida del tráfico web.

**- Se habla mucho de "El Internet de las Cosas", ¿cuál sería su incidencia en el ecosistema móvil?**

El móvil en mi opinión es y será el eje del IoT. Si bien habrá más dispositivos y cosas con conexión a Internet que antes no lo tenían, como relojes, lámparas, neveras, coches,... todas o prácticamente todas las soluciones IoT necesitarán de un dispositivo *smartphone* y probablemente, una App, para gestionar sus funcionalidades.

La clave será ofrecer una experiencia IoT que aporte valor al usuario en su día a día y le reporte beneficios a corto plazo pero también, que la experiencia del usuario en el móvil sea óptima.

**- ¿Para qué necesita una marca una APP? ¿Qué valor diferencial puede aportarle?**

No todas las marcas necesitan un App, depende mucho del modelo de negocio de la compañía.

Todos somos cada vez más móviles. En España hay 22 millones de usuarios activos que cada día descargan 4 millones de aplicaciones para móviles, tabletas y televisores.

Esto nos hace ver que el mercado de las apps es cada vez más necesario e imprescindible para alcanzar el éxito en cualquier empresa o *startup*.

En mi opinión, algunas de las ventajas de desarrollar una app son:

- Las apps son un importante canal de comunicación con los clientes: las apps no solo han de ser un canal de venta, sino que se postulan como un escaparate perfecto para realizar acciones de comunicación que aporten valor añadido a tus clientes. Y el canal está abierto 24h.
- Más importante todavía, las apps permiten la comunicación directa y altamente impactante por Notificación *Push*. Aunque ojo con pasarse con el envío de notificaciones al día ya que puedes llegar a saturar al usuario.
- Suponen una oportunidad para las marcas de diferenciarse de la competencia pero también de mejorar tu imagen de marca, promover productos y servicios, y potenciar las ventas mediante estrategias de marketing *mobile*
- Las apps pueden llevarte a crear nuevas herramientas para tus clientes o adaptar las existentes para que tengan presencia en móvil.

**- En el sector no existe unanimidad sobre si el ASO es el SEO de las aplicaciones móviles, ¿cuál sería tu opinión al respecto?**

En mi opinión, el ASO es definitivamente el SEO de las apps móviles, ya que no consiste en otra cosa que en el análisis completo de tus clientes potenciales, centrándose sobre todo en las palabras clave o *keywords* que usarán para encontrar aplicaciones similares a la tuya.

**- En un contexto donde el *Big Data* es una realidad, ¿cómo es de importante el *reporting* para las estrategias asociadas a la comunicación móvil y en concreto a las APP?**

Como en cualquier estrategia de marketing, las estrategias móviles también necesitan de un *reporting* lo más completo posible para poder hacer un seguimiento exhaustivo de qué está funcionando bien y qué no, para corregir errores lo antes posible y evitar pérdida de ROI.

**- Por último, ¿cuál es la relación entre el director de una cuenta y/o el planificador de medios, el experto en ASO y el desarrollador de una APP?**

El planificador de medios es quien decide qué medios -digital, televisión, radio y otros medios de comunicación- pueden utilizarse en las distintas campañas publicitarias. Identifican la mejor combinación de medios de comunicación para conseguir hacer llegar un mensaje publicitario al público al que quiere dirigirse, con la mayor extensión posible y con la mejor relación presupuesto-retorno.

Para conocer con precisión las necesidades de cada cliente, el planificador de medios asiste a las reuniones entre el cliente y el ejecutivo o director de cuentas, o recibe un informe antes de empezar a trabajar, con toda la información necesaria para planificar la publicidad:

- Los detalles del producto o servicio que se anuncie.
- La cantidad de dinero que se puede gastar.

- Análisis del tipo de consumidor que puede comprar el producto o servicio.

En la relación que deben tener el experto en ASO con los directores de cuentas y los planificadores es fundamental que todos vayan en la misma línea: el director de cuenta será el que determine las necesidades del cliente, el planificador de medios identifique el mejor canal o combinación de medios de comunicación para que el mensaje se dirija al público adecuado con la mayor difusión posible y al menor coste. El desarrollador de la app deberá tener en cuenta las estrategias de optimización determinadas por un experto en ASO para que la app obtenga más descargas.

### Entrevistado 10

#### **- ¿Cómo definirías al usuario "móvil" de hoy en día?**

El usuario móvil es una persona que se levanta y en menos de 5 minutos tiene el móvil en la mano. Consulta el móvil más de 40 veces cada día. Y el principal uso que le da al dispositivo, no son las llamadas.

#### **- ¿Qué actores intervienen, en tu opinión, en el ecosistema móvil?**

Hemos llegado al Internet of Me, donde nosotros somos el centro del ecosistema y la forma de relacionarnos es un móvil. Con lo que el ecosistema es todo... operadoras, fabricantes, bancos, comercios, ....

#### **- ¿Cómo influye la experiencia móvil en la relación de las marcas/empresas con los consumidores?**

La experiencia de las marcas es omnicanal, con lo que la experiencia móvil ha pasado de ser una parte a ser clave. Es el dispositivo en el que más tiempo estamos, la experiencia debe ser cuidada al límite. Si mandas un mensaje se recibe instantáneo y si no cuidas la experiencia, el consumidor romperá la relación



**- ¿Cuál es la ventaja de los dispositivos móviles frente al resto de medios?**

Qué es un dispositivo más personal y que está siempre a nuestro lado.

**- ¿Cuáles son las tendencias actuales en marketing móvil?**

Tendencias vemos muchas para estimular más sentidos en el consumidor, no solo el oído y la vista... irá más allá, tacto por ejemplo con algunos nuevos *tablets* permiten simular superficies. El móvil debe subir de nivel en lo que emociones se refiere.

**- ¿Cómo definirías el ASO?**

Es un proceso para mejorar la visibilidad de una aplicación en las tiendas de apps. Esa mejora no está apoyada solo en la relación con el algoritmo de búsquedas de Apple o Google, también cubre la primera impresión que tiene alguien que quiere descargar una aplicación.

**- En el sector no existe unanimidad sobre si es el SEO de las aplicaciones móviles, ¿cuál sería tu opinión al respecto?**

ASO y SEO tienen similitudes, pero son distintos y complementarios en el mundo de las apps. La forma de dar visibilidad a una app no es solo las tiendas de apps, también los buscadores, y por ello hay acciones concretas para mejoras que cubre el equipo de SEO para las apps, por ejemplo APIndexing. Algo que permite indexar el contenido de tu app para aparecer en búsquedas.

**- Según el último Informe de la Fundación Telefónica, en 2015 se descargaron cada día casi 4 millones de App's. ¿Cuál podría ser la fórmula para destacar entre todas ellas? Es decir, ¿cuál sería el proceso de optimización de una APP para poder aparecer en el TOP Rank? ¿Podrías definir cuáles son los factores que influyen en el ASO?**

Aunque la comunidad está descargando millones al día, el trabajo en hacerte ver es una tarea pendiente que hace que el 60% de las apps de las tiendas no sean nunca descargadas (datos de Google en 2016). La fórmula es Estrategia = 2x Esfuerzo ASO + 1x Esfuerzo en Media. Habitualmente es 2xEsfuerzo en Media + 0 ASO, con lo que nunca se logra una inercia orgánica.

Para estar arriba en el ranking es complicado sintetizarlo, pero está apoyado en factores on-data + off-data. En concreto:

- On-data: lo que es título, *keywords*, descripción de la app (en Google), video, pantallazos de la app, nombre del desarrollador, categoría, entre otros.

- Off-data: Valoraciones de la gente que descarga el app, número de descargas, enlaces a la URL de descarga en la tienda (google), entre otros.

Cada factor tiene diferentes pesos en el algoritmo, incluso puede haber cambios en los algoritmos. Con lo que como dijimos, ASO, es algo vivo que hay cuidar durante la vida del App.

**- ¿Cómo se puede promocionar una app para conseguir descargas? ¿A través de redes sociales? ¿con el complemento de la televisión? ¿otros medios?**

Hay Discovery Apps, Apple y Google con sus destacados, promoción en Redes Sociales, etc. Los medios digitales son los preferidos por los que han revolucionado la industria (Machine Zone, Supercell, King,...). Pero no hay que olvidar la importancia de los tradicionales como la TV.

Pero mi preferencia es la que está siempre detrás de la idea de Growth Hacking, y no hay mejor marketing que un buen producto y trabajar para que se pueda viralizar, que la comunidad de tu app sea tu promoción

**- Cuando se planifica la estrategia de ASO, ¿cuál es el grado de participación de la empresa/marca?**

Lo ideal es que sea alto el nivel de participación, pero confiando en la persona que tiene el conocimiento y los datos. Es habitual que una marca se quiere posicionar en algo para lo que no tiene posición.

**- Cuando se planifica la estrategia de marketing móvil y de ASO, ¿cuál es el grado de participación de la empresa/marca?**

Al igual que en el caso anterior la estrategia de comunicación, medios y ASO deben ir de la mano para ser óptima. En función de ello el consultor ASO decidirá si opta por una estrategia, un elemento mencionado Off-data son las descargas. Si hay comunicación y se van a generar descargas es importante de cara a planificar los parámetros on-data.

**- Cuando una persona hace ASO por primera vez, ¿cuáles podrían ser los principales errores a evitar?**

Justo eso... hacerlo por primera vez, intentar ir muy rápido.

Mi recomendación es probar en casa con una app tuya, aprender de los errores. Tanto Apple como Google son muy duros con los que no siguen las guías marcadas y pueden hacer desaparecer de la tienda el App, bloquearla de por vida o cerrar la cuenta de ese desarrollador y todas las apps que estén en la misma.

**- ¿Es lo mismo realizar ASO para una aplicación en IOS y en Android?**

Apple y Google tienen enfoques diferentes, incluso el contenido de sus fichas. Admito que Google tiene la experiencia de haber hecho esto en el mundo SEO, pero ahora no cuida a los desarrolladores como debería.

En la para on-data, Google tiene en cuenta la descripción (como si fuera una web), Apple te pide las *keywords* en un campo a completar en la consola. El título en Google es mucho más corto. Y hay más diferencias.

En la parte off-data igual. El peso de las instalaciones en Apple es mucho más inmediato que en Google. Las herramientas son distintas, Google te deja hacer *AB testing*, Apple no. Tienes que tener enfoques para cada tienda, pero el núcleo de todo es igual, posicionarte y tener visibilidad.

**- En un contexto donde el *Big Data* es una realidad, ¿cómo es de importante el *reporting* para las estrategias asociadas a la comunicación móvil y en concreto a las APP?**

Sin datos no hay mejora, con opiniones solo das vueltas en círculos. Hay mucho por hacer en el reporting relacionado con ASO, pero lo veo más oportunidad que problema.

**- ¿Cuáles serían las principales métricas a tener en cuenta?**

Para mí... Instalaciones, *keywords* ranking, ranking en categoría/general, valoración media, conversión visita a tienda/instalación. Pero sin olvidar el número de valoraciones, *engagement*/desinstalación.

**- ¿Qué herramientas se podrían utilizar para llevar a cabo esa monitorización?**

No conozco aun la herramienta 10... combino varias del mercado entre ellas las propias consolas de las tiendas, Sensortower, Mixpanel o Appanie. Otras como Tune también son buenas.

**- Por último, ¿cuál es la relación entre el director de una cuenta y/o el planificador de medios, el experto en ASO y el desarrollador de una APP?**

En muchos casos lo triste es que no van de la mano, pero la única forma de lograr estar arriba es trabajar en equipo.

### Entrevistado 11

#### **- ¿Cómo definirías al consumidor "móvil" de hoy en día?**

Hiperactivo, hiperconectado e hiperdependiente. Cada día manejan un mayor número de servicios, como las compras o los servicios basados en localización (aunque mensajería, búsquedas, redes y correo siguen siendo las top). Están siempre conectados, hasta el punto de desconectarse de la propia realidad y están generándose cotas altísimas de adicción, hasta el punto de tipificar enfermedades como la nomofobia.

A cambio, están (estamos) más informados que nunca y antes que nunca. Las marcas o distribuidores tienen mucho más difícil engañarles porque en un segundo consiguen opiniones y comparan precios

No hay que confundir consumidor móvil exclusivamente con el teléfono móvil. Los *wearables* forman parte del paquete. Hoy, en gran medida, se conectan con el teléfono pero en breve se generalizarán los periféricos autónomos.

#### **- ¿Qué actores intervienen, en tu opinión, en el ecosistema móvil?**

Cada vez más y más diversos pero los que siguen marcando el paso son los grandes fabricantes (Apple y Samsung) y prestadores de servicios (google y Facebook). Son ellos los que han ido incorporando funcionalidades y avances tecnológicos También los proveedores de acceso a internet sin los que no sería posible todo esto, claro, y que hacen posible que cada vez tengamos más ancho de banda, capaz de soportar información más pesada y, por tanto, servicios más sofisticados. Son ellos precisamente los que pueden revolucionar el sector publicitario si, como amenazan, empiezan a ofrecer *adblocking* de operador.

La lógica de funcionamiento actual de los móviles, basada en micro servicios (apps), abre el abanico a muchos más agentes pero todos dependen de los anteriores. Cualquier cambio en iOS, por ejemplo, o en Google Maps puede llevarse por delante a miles de desarrolladores....y detrás.

**- ¿Cómo influye la experiencia en la relación de las empresas/marcas con los usuarios?**

Bastante, especialmente si tenemos en cuenta que es un dispositivo que llevamos 24h con nosotros y que por tanto se convierte en una pantalla casi obligatoria para cualquier marca si realmente quieren conectar con sus consumidores. De hecho, ya vemos como surgen compañías que nacen con esta filosofía en su *core* y se declaran como *Mobile first*.

En algunos casos es casi el medio exclusivo a través del cual las marcas pueden llegar a sus potenciales consumidores. En otros casos actuará como refuerzo de los mensajes vistos en TV pero, como sea, sabemos que en algún punto del *funnel* de compra el móvil tiene su papel en casi todos los casos.

**- ¿Cuál es la ventaja de los dispositivos móviles frente al resto de medios?**

La omnipresencia que poseen. Como indicaba anteriormente, los llevamos allí donde vamos hasta el punto que se han convertido en una prolongación de nosotros mismos y de desarrollar cierta dependencia. Esta ubicuidad nos da la posibilidad de conectar con el usuario en prácticamente cualquier momento y lugar. Momento, que en realidad, serían micromomentos, dada la multitud y brevedad de sus conexiones. Por tanto, seamos útiles, relevantes y rápidos para aprovechar estas posibles conexiones. Especialmente vinculado con el lugar, estaría la geolocalización otra de las grandes ventajas que diferencia a los *smartphones* de otros medios.

**- ¿Cuáles son las tendencias actuales en marketing móvil?**

Mensajería instantánea como gran territorio se lleva la palma, por consumo primero y por evolución y sofisticación de servicios después. Whatsapp, como paradigma, ya no sirve sólo para chatear. Es una herramienta de intercambio de imágenes y vídeos, una red social e incluso permite llamar! (que es lo que menos se espera de una app)

La adaptación de contenidos a pantallas pequeñas y carga rápida también va a ser clave. Ahí tenemos realidades (no proyectos) como Facebook Instant Articles, Google AMP o Pulse... Los cambios en vídeo (360, vertical y sin sonido) también son importantes, sin olvidarnos de la realidad virtual y aumentada...

**- Se habla mucho de "El Internet de las Cosas", ¿cuál sería su incidencia en el ecosistema móvil?**

Precisamente que el móvil se está configurando como piedra angular dentro ese ecosistema inteligente. Actualmente está siendo el dispositivo a partir y a través del cual controlamos el resto de dispositivos inteligentes. De hecho, creemos es tal su importancia y relevancia que ya desde 2015 en las *trends* internacionales que cada año elaboramos desde Publicis ya no hablamos del IoT, sino del Mobile of Everything.

**- ¿Para qué necesita una marca una app? ¿Qué valor diferencial puede aportarle? ¿Qué tipos de app podemos encontrar?**

El tema de las app, desde mi punto de vista, hay que tratarlo con cierta prudencia. Es cierto, que las apps han sido un facilitador hacia el mundo del Smartphone, pero no son siempre necesarias. En este sentido las marcas y los profesionales del marketing debemos ser honestos y plantear el desarrollo de apps cuando realmente sea necesario. ¿Cuándo es necesario? Cuando nuestro contenido y/o servicio aporte valor al usuario. Sino acabaremos siendo una de esas apps de usar y tirar (la descargas, la abres, y la eliminas). De hecho, la sofisticación de las webs móviles y las *Instant Apps* de Google pueden consolidar esta hipótesis. ¿Para qué desarrollar una app si no soy tan relevante como para estar cargado en la memoria del telf. y la web es casi igual de potente técnicamente?

Valor Diferencial... desde el prisma de la marca, entiendo que una app pueda resultar interesante ya que permite tener identificado a nuestro usuario, enviarle notificaciones periódicas o contar con un escaparate (y "x" OTS diarios) en su bolsillo. A pesar de esto, el aporte de valor debe primar.

Tipos de App que podemos encontrar... nativa, híbridas y *webapps*.

**- ¿Cómo han afectado las APP en nuestra forma de consumir contenidos y de relacionarnos con nuestro entorno?**

Nos han acostumbrado al acceso de contenido de manera mucho más instantánea, a mero golpe de tap. A simplificar procesos y a hacer la navegación mucho más fácil e intuitiva. Han supuesto una forma de consumir contenido en pantallas mucho más pequeñas y digitales.

**- Según el último Informe de la Fundación Telefónica, en 2015 se descargaron cada día casi 4 millones de App. ¿Cuál podría ser la fórmula para destacar entre todas ellas? Es decir, ¿cuál sería el proceso de optimización de una APP para poder aparecer en el TOP Rank?**

Lo primero y como comentaba anteriormente relevancia y valor para el usuario. Anexo a esto, debemos trabajar aquellos aspectos que nos ayudan a mejorar el posicionamiento de nuestra app dentro de los *stores*. De trabajo "obligado" son los *on-Metadatos*, es decir, aquellos en los que podemos intervenir de manera directa en el desarrollo. Algunos de estos factores son: el nombre e icono de la app, la descripción, el nombre, capturas de la app...Igualmente importante son los *off-Metadatos* (valoraciones, Comentarios, desinstalaciones...) aunque estos no son directamente accionables ya que dependen de elementos externos.

Además, hay que tener en cuenta que existen algunas pequeñas diferencias entre los dos *markets* principales.

**- ¿Cómo se puede promocionar una app para conseguir descargas? ¿A través de redes sociales? ¿con el complemento de la televisión? ¿otros medios?**

No existe una fórmula maestra para esto. Si analizamos la actividad al respecto vemos como hay estrategias de todo tipo. Hay marcas y apps que salen al mercado y previo a establecer un modelo de respuesta puro y duro se encuentran en un escenario de desconocimiento y por tanto con la



necesidad de construir cierto *awareness* previo. Para ello, optan por la combinación de los distintos medios masivos (de hecho, la mayoría de los estudios dicen que la TV es el medio ideal para conseguir gran volumen).

Sin embargo, hay otras que se decantan por el performance desde el momento inicial. Sea como sea, lo que se debe de tener claro es el objetivo que se persigue. En función a nuestra estrategia, necesidad, presupuesto y situación podemos optar por modelos que nos proporcionen un performance mucho más directo e inmediato

**- ¿Cómo definirías el ASO? En el sector no existe unanimidad sobre si el ASO es el SEO de las aplicaciones móviles, ¿cuál sería tu opinión al respecto?**

Por ASO nos referimos a *App Store Optimization*, o dicho de otra manera, mejora de la visibilidad de nuestra app dentro de los *stores* o *markets*. Asemejarlo al SEO creo que ayuda a comprender el concepto y aunque cada uno cuenta con elementos propios aplicados al medio digital, no me parece un mal símil

**- Cuando se planifica la estrategia de marketing móvil y de ASO, ¿cuál es el grado de participación de la empresa/marca?**

Generalmente la empresa suele delegarlo en su desarrollador, que tiene un papel clave, pero muchas veces estos son programadores que no siempre tienen en cuenta criterios de optimización de visibilidad u otros factores relacionados con el marketing

**- En un contexto donde el "Big Data" es una realidad, ¿cómo es de importante el *reporting* para las estrategias asociadas a la comunicación móvil y en concreto a las APP?**

El *reporting* siempre tiene un lugar protagonista ya que es la herramienta a través de la que podemos controlar el ROI de las acciones que llevamos a cabo. Lo verdaderamente interesante del Big Data es poder recolectarlo y explotarlo en unos códigos que nos permite la identificación y "macheo" del usuario a través

de los distintos dispositivos por los que navegue así como la integración de este data con las plataformas de CRM usadas por cada cliente.

### **- ¿Cuáles serían las principales métricas a tener en cuenta?**

Las métricas a tener en cuenta deben ir en consonancia con el objetivo global de marketing y negocio que nos marquemos. Si estamos interesados en descargas, evidentemente serán muy importantes KPIS como: volumen y ratio de descarga, CPD, CPI, así como los distintos ratios de caída de usuarios a lo largo del *funnel* de la app hasta que se produce la descarga

Una vez se produce la descarga son métricas interesantes las relacionadas con el ratio y frecuencia de apertura, tiempo de permanencia, secciones visitadas... es decir, aquellas que guardan relación con la navegación del usuario de manera que podamos optimizar y mejorar su experiencia en la misma.

### **Entrevistado 12**

#### **- ¿Cómo definirías al consumidor móvil de hoy en día?**

Al consumidor móvil de hoy en día yo lo definiría... exactamente como lo podría definir cualquiera, somos todos nosotros, porque al final todos tenemos un *smartphone* y sabemos perfectamente cómo utilizarlo. Antes lo hablábamos, en 2010 yo creo que cuando hice el máster éramos... había cuatro personas con un *smartphone* y ahora mismo todo el mundo tiene y sabe perfectamente...

¿Cómo somos? pues más exigentes, no tenemos tiempo, tenemos además mucha desatención, muchos puntos de atención y, por eso no tenemos esa atención que se prestaba antes a los impactos publicitarios. El consumidor móvil es un consumidor... yo lo definiría como el usuario de hoy en día, al final es alguien muy exigente, que quiere las cosas... sabe lo que quiere y quiere las cosas ya, y utiliza precisamente el *smartphone* para tener todo al alcance de su mano.

**- En tu opinión, ¿qué actores intervienen en el ecosistema móvil?**

Pues en el sistema publicitario del marketing móvil los actores... actores o los... conceptos que se manejan en el ecosistema publicitario móvil es, sobre todo la geolocalización, el DATA, porque el DATA te va a permitir y este año es el año en el que se está permitiendo trabajar en serio ya con el DATA porque es lo único que puede aportar valor a esos impactos publicitarios que necesitamos que sean relevantes para llamar la atención, porque ya estamos tan acostumbrados a impactos, que necesitas que sean relevantes.

¿Qué es lo que interviene? Interviene la geolocalización, intervienen todos los datos que puedas sacar del terminal para poder luego enfocar la publicidad muchísimo más ad hoc a cada uno.

Si ya hablamos fuera del ámbito publicitario... pues podríamos encontrar a los desarrolladores de las aplicaciones, a los tres grandes gigantes como son Google, Apple y Facebook... pero vamos, en el dentro estaría el usuario.

**- ¿Cómo han influido los dispositivos móviles en la relación de las marcas con los usuarios de los dispositivos móviles?**

Pues yo creo que lo que hace es que sea mucho más cercano, y mucho más... rápido todo. Al final, cuando tú necesitas cualquier tipo de servicio o acudes al móvil y lo buscas, y llamas instantáneamente. En muchas casa y no hay tarifas de wifi y utilizan el *smartphone* como el principal terminal para acceder a Internet.

Lo que buscan sobre todo es facilidad, acceso y hay mucho más contacto con la marca, o por lo menos es mucho más rápido. La inmediatez con las marcas se necesita que se cumpla, porque si no con el *smartphone* lo que provocas es un rechazo.

**- ¿Cuáles serían las ventajas de los dispositivos móviles frente al resto de medios?**

Hombre, la ventaja principal es el la contextualización, ya con el móvil ya no estamos solamente hablando de por dónde navega el usuario, sino que sabemos perfectamente dónde está, qué es lo que quiere, dónde ha estado físicamente y qué es lo que ha estado buscando en la parte de navegación, por toda esa parte de *DATA* que decíamos antes. Llega un momento en el que conoces al usuario tanto...

Para mí el móvil es, más que un terminal y un dispositivo publicitario, para mí es la herramienta de *DATA* que existe, porque te da todos los datos que puedas necesitar; al final sabes cuál es la compañía, sabes cuál es el sistema operativo, sabes dónde está,... hasta el punto de que puedes saber si ha estado... si es mujer u hombre, si ha estado en un hospital y luego va a comprar un coche y, entonces ya puedes hacer un trazado de que seguramente el coche es un coche familiar y eso te permite hacer una publicidad muchísimo más personalizada.

**- En ese sentido, ¿cuáles serían los principales formatos publicitarios en *mobile* y los sistemas de contratación?**

Los principales formatos son... el banner, por supuesto y el video, sobre todo. El video yo creo que llevamos dos años que... hay muchas marcas que siempre han utilizado el móvil como soporte para video, porque lo que hacen es adaptar el spot de televisión a *mobile*; pero ahora cada vez hay más *rich media*, más HTML5, que lo que provoca es el *engagement* con el consumidor, y... además favoreces toda la parte de la usabilidad y de cómo utilizas tú el móvil el... esa comunicación con la marca.

Yo diría que el formato estrella, para mí, del móvil es unHTML5 en el que puedas dar pie a que el usuario pueda ver un video o vaya a la tienda o acceda a determinados contenidos de la marca sin que pesa ese formato publicitario, ¿no?

¿Las contrataciones? Normalmente son CPM, quitando las que son de descargas que las compras a coste por instalación. Hay mucho CPC también porque cuando ya vamos... ya llega un punto de maduración dentro del móvil que también se está trabajando mucho en la parte de *performance* y es verdad es que se está contratando mucho a CPC, ¿no? sobre todo en RTB.

**- A la hora de llevar a cabo una campaña... ¿de forma separada IOS y Android? ¿de forma conjunta?**

Depende del objetivo de la marca y del producto. Hay veces que nosotros hemos segmentado por... por dispositivo o por sistema operativo, y entonces hemos hecho campañas para IOS específicamente porque determinados productos de consumo entendíamos que era lo mejor para clase media-alta o alta, y esa gente... no sólo IOS, sino la parte también más alta de la gama de Android, pero sí, sí se hace pero sobre todo depende del objetivo del producto o de la campaña publicitaria.

**- ¿Cuáles podrían ser las tendencias en marketing móvil?**

La tendencia es... todo lo que tenga que ver con el dato, es decir, cada vez más está creciendo en España la parte programática, las marcas ya están entendiendo que una parte programática no significa que una campaña no la controles, no sepas donde va a salir... *always list*.

Hay entornos cerrados de *sites premium* de diarios generalistas que también se compra de forma programática y... ese algoritmo lo que te permite es tener muchísima más inteligencia a la hora de optimizar campañas.

Para mí la tendencia de *mobile*, sobre todo, es... uno, todo lo que tenga que ver con innovación, todo lo que tenga que ver con dispositivos conectados; y toda la parte de programática con ese enriquecimiento de datos que lo que te permite es enfocar digamos la publicidad de una forma mucho más inteligente y ya no quedarnos con el impacto, sino que al final ya estamos capacitados para medir todo, todo entrecomillas, y estamos capacitados para conocer a quiénes estamos impactando. Y eso ya te permite todo un conocimiento que ya no te quedas solamente en el impacto sino en la conversión, y en función de la conversión vas optimizando.

**- Se habla mucho de lo que es “El Internet de las Cosas”, ¿cuál podría ser su incidencia dentro del ecosistema que estábamos hablando al principio?**

Todo. Todo. El Internet de las Cosas va a cambiar...

A mi, cuando me preguntaban ¿cómo será el marketing *mobile* dentro de unos años? pues seguramente no será marketing *mobile*, se llamará *mobile* porque es movilidad, pero al final ya estamos haciendo campañas con dispositivos conectados...

Todo lo que tenga que ver con tecnología de *bluetooth* dentro del coche o en tiendas físicas, te da un conocimiento de datos de usuarios que ya no es solamente el impacto de la campaña, sino que puedes contabilizar cuanta gente llega al concesionario, cuanta gente incluso prueba un coche... llega un momento que como tienes tantos puntos de contacto, tienes tantos datos que necesitamos ir muy rápido para saber cómo tratar esos datos y esa inteligencia poder enfocarla depende de a qué dispositivos.

Para mi va cambiar todo porque al final ya estamos cambiando nuestra forma de comportamiento, ya no solamente con el *smartphone*, sino con todo tipo de cosas, ¿no?. Ya esperas que vayas con el coche y, has pedido una pizza, y cuando llegues justo a la puerta te la den. Ese tipo de cosas es el Internet de las Cosas igualmente, y cada vez va más rápido.

En España quizás un poquito más lento, pero yo creo que se tiene más miedo en España que en Estados Unidos y en algunas parte de Europa, UK, no porque la tecnología esté menos avanzada, que lo está, pero es verdad que las marcas tienen muchos miedos a los resultados y la parte de la innovación que tendría que ver con el Internet de las Cosas en España está marchando más lento de lo normal teniendo la penetración que tenemos y teniendo la madurez que tenemos en cuanto a uso, por ese miedo que tenemos nosotros al fracaso, ¿no? y que no tienen en otros países.

**- ¿Para qué necesitaría una marca una aplicación móvil?**

Pues mira, me encanta que me hagas esa pregunta (risas)... una marca necesita una aplicación móvil fundamentalmente para fidelizar. No se debería de hacer una aplicación móvil que no sirva al usuario, hay veces y ha habido años en los que hacer una campaña publicitaria era hacer una aplicación para una campaña; era muchísimo dinero para algo que solamente te iba a servir una vez y que no se pensaba para dar uso y que sea recurrente.

Una aplicación es o un servicio muy bueno, o la marca se conoce muchísimo y lo que necesitas es fidelizar y le estás ayudando al usuario de alguna forma; sino, para eso tienes la web, que es lo primero que tienes que tener, una *web responsive* o una *web mobile*, que para mi sería lo mejor el tener una *web mobile* antes que una *responsive*. Pero primero tienes que construir tu marca, luego tienes que tener tu presencia, y una vez ya tengas claro qué le vas a aportar al usuario, entonces ya haces la aplicación.

Para que te hagas una idea de las campañas que nosotros hacemos, y de no campañas, el 98% de las aplicaciones que la gente se descarga, porque es verdad que hay muchas descargas de aplicaciones, pues yo creo que está en el 98% o algo parecido, al mes ya se han desinstalado. Porque no hay espacio en los terminales y porque no te sirve, porque al final tú lo que tienes en el móvil son aquellas aplicaciones que te sirven, la aplicación del banco, los periódicos que tú estás leyendo porque son los que tú estás acostumbrado, Facebook, Twitter, Instagram... las aplicaciones que tu utilizas normalmente y te facilitan la vida; sino no guardas espacio para nada más.

#### **- ¿Qué tipo de aplicaciones podemos encontrar?**

Bueno... es lo que te decía, aquellas que realmente necesitas y te sirven en tu día a día. Obviamente, si te refieres a un nivel tecnológico, podemos encontrar nativas, híbridas, etc.

#### **- ¿Cómo han afectados las aplicaciones nuestra forma de consumir contenidos y de relacionarnos con nuestro entorno?**

En la forma de consumir contenidos todo, porque yo creo que ahora nos ha hecho ser más selectivos, saber lo que queremos; tu tienes la aplicación y es un contacto muchísimo más rápido con la realidad, ya no solamente las aplicaciones sino todo el ecosistema, ahora mismo la gente se informa por Facebook, porque tienes todos los periódicos a los que les has dado me gusta, la gente que comparte noticias y contenido... y al final la relación es muchísimo más rápida y muchísimo más inmediata.

Ha cambiado... vamos, el periodismo ha cambiado totalmente, y todo lo que significa tener una aplicación significa facilitar el proceso de... facilitar la vida a la gente. Sobre todo porque nosotros tenemos mucho más claro qué es lo que queremos y cuando.

**- Según el último informe de Fundación Telefónica 2015, al día se descargaron el año pasado 4 millones de aplicaciones. ¿Cuál podría ser la fórmula para destacar entre todas ellas? es decir, ¿cómo entrar en ese *Top Rank* para ser visibles?**

Yo distinguiría, es decir, si tienes una aplicación de juegos obviamente tienes que destacar y estar en el Top Rank... para estar ahí es importantísimo que tengas en cuenta el peso de la aplicación, que se haga una consultoría ASO en el que te digan exactamente cuáles son las *keywords* que tienes que trabajar, cuáles son las imágenes que tienes que poner, cuáles son las descripciones, y seleccionar muy bien la categoría en la que quieres estar y con quién vas a pelear.

¿A parte de eso? que una aplicación sea viral o no, hay veces que no está en tu mano. En móvil es verdad que a veces lo más sencillo... que menos es más, y cosas como lo de la nueva aplicación de Pokémon GO es algo que a lo mejor nadie se hubiera pensado porque la realidad aumentada ya estaba en muchas aplicaciones pero es una forma muy sencilla de tener un contacto con el entorno, ha creado un enganche brutal con todo el mundo.

Cuando te pones a analizarlo nunca hay unas normas de éxitos para todos, al final hay una parte técnica que es... oye trabaja muy bien los contenidos, trabaja muy bien el ASO, trabaja muy bien en los pesos y trabaja muy bien la usabilidad y la funcionalidad de la aplicación, elige muy bien en qué categoría



tienes que estar... Y hay otra parte que es el enganche con el usuario y la publicidad que tu le des a eso y la marca lo potente que sea a la hora de promocionar esa aplicación.

Eso por un lado, luego las aplicaciones de servicios da un poco más igual que estén en el ranking o no, porque la gente se la va a descargar, o porque sean clientes o porque realmente se les ha informado de esas funcionalidades y que les va a facilitar la vida; pero siempre es porque o son fieles a una marca o son clientes de una marca y lo necesitan.

**- La propia disposición de los contenidos en las fichas dentro de los *market*, ¿puede influir para las descargas?**

¿Las fichas?

**Es decir, cuando entras al *market* tienes el título, la descripción...**

Ah, ¡vale! ¿Eso influye en el posicionamiento? Influye el tipo de imágenes que tengas, el tipo de descripción que tengas, las *keywords* que no son las mismas que se trabajan en SEO, en digital, en laptop,... influyen todas la *reviews* que tu hagas, influyen muchísimas cosas.

**- ¿Cómo se podría promocionar una aplicación para conseguir descargas? ¿redes sociales? ¿televisión?...**

Mira, nosotros... ahora ya hemos pasado ya a una fase... Hubo un tiempo en el que se pedían descargas, ahora lo que se está pidiendo son instalaciones y uso de la aplicación. En su momento, cuando nosotros queríamos conseguir descargas, que era lo que nos pedía el cliente, lo que hacíamos eran o campañas... muy, muy agresivas de coste por instalación, y que te generaban muchísimas descargas en un día o dos, y eso te facilitaba el posicionamiento. Una vez ya estabas posicionado lo que hacías era una campaña más regular para mantener ese posicionamiento.

¿Pero qué pasa? pues que ahí entran en juego también las descargas incentivadas, que lo que estás haciendo es generar una descarga que posiblemente no abran la aplicación y que se la desinstalen en cuanto les den lo que sea para algún juego.

Nosotros ahora estamos en oye, vamos a trabajar la instalación pero vamos a ver qué hay dentro de la aplicación, vamos a crear eventos y vamos a ver cuántos usuarios y de qué redes, cuántos son activos, cuantos entran, etc., etc.

¿Esa era la pregunta?

**- No exactamente... ¿cómo promocionar una app?**

Vale, ¿qué utilizamos para esto? Utilizamos redes sociales porque son mucho más afines, la televisión siempre que hay un spot que se tenga en cuenta y aprovechen esa interactividad o a través de un *second screen* o a través de un *call to action* claro de la tele “oye, entra en la Apple Store” o un QR, o cualquier tipo de historia que te facilite esa interactividad y que aproveches sobre todo la fuerza que tiene la televisión, para nosotros es vital.

Que por cierto, que cuando hablan de que si la tele está muerta o el tal, para mi es el acompañamiento perfecto. La tele no va a estar muerta nunca y, es verdad que a lo mejor ya no tiene la misma fuerza de antes, pero sigue teniendo más fuerza que ninguna.

Entonces, aprovechar todas las fuerzas de todos los medios es muchísimo mejor si fomentas esa interactividad y ese *call to action*. Siempre una campaña en redes sociales va a funcionar mejor, o lo que nosotros estamos trabajando ahora también es toda la parte programática con todo ese *DATA* del que hablábamos para fomentar esa afinidad al producto y al usuario. Entonces, como además puedes optimizar en función de los eventos dentro de la app, pues entonces tú ya puedes hacer *looks I like* en función de esa conversión que piensas que es buena.

**- Salió el otro día un artículo, que precisamente lo leí en Facebook que “las app han muerto”, lo digo en relación por lo que comentabas sobre la muerte de la televisión.**

Yo creo que lo de que las app han muerto es un poco como todo, hubo un momento en el que hubo tanto boom de aplicaciones, que había tantas, y además en el *market* las puedes descargar pero que no las tiene todo el mundo; entonces, ha muerto yo creo que la forma de concebir la aplicación de antes, no ha muerto la aplicación.

La aplicación la tienes que pensar muy bien, y tienes que saber en qué momento tienes que construir esa aplicación y promocionarla, ya no sirve el que hagas para una campaña que tenga dos utilidades y que bajes una aplicación que pesa cincuenta megas y no te sirva de nada.

Es más la concepción yo creo.

**- En el sector no existe una unanimidad sobre si el ASO es el SEO de las aplicaciones móviles, ¿cuál sería tu opinión al respecto?**

A ver... es que hay SEO y hay ASO. Entonces, para las aplicaciones el ASO dentro del *store* es como el SEO en los buscadores. Se está trabajando ya también el SEO.

Son dos conceptos muy parecidos, para mí sería el ASO... yo lo llamaría como el SEO dentro de los *stores*, porque además tiene el mismo objetivo, lo que pasa que en diferentes escenarios.

**- Cuando se trabaja en una estrategia de marketing móvil, también tienes toda la parte del ASO... ¿cuál sería el grado de participación de la marca?**

Todo lo que la marca quiera participar, porque hay marcas en las que te dejan a ti como agencia de medios pues todas... ellos la decisión final, pero todo el planteamiento te lo dejan a ti. Pero hay otras que tienen muy claro lo que... o

dónde se quieren posicionar, o qué es lo que quieren hacer, o hasta dónde es importante determinada parte de la campaña.

Nosotros lo que solemos hacer es recoger todos los inputs, hacer una estrategia, combinar todo en función de los objetivos que nos dan, y una vez ya lo tenemos presentarlo. En función de eso hay modificaciones y puede intervenir, pero no en el proceso de pensamiento de la estrategia, a lo mejor para cambiar algún dato a última hora o...

**- Estábamos hablando antes del Big Data, ¿cómo de importante es el reporting en este caso en mobile?**

¿El reporting? El reporting es... a mi más que el reporting, que es importante y que creo que se tiene que seguir trabajando, es cómo lo aplicas en tiempo real todo ese conocimiento del *big data*. Hasta hace nada... nosotros por lo menos llevamos ya un año trabajando en una especie de DMP *mobile*, especie no, ya DMP, pero no existía DMP de *mobile* por lo que el tratamiento del dato no era algo óptimo.

Ahora se está empezando a trabajar. Realmente un reporting bueno de cómo influye el data yo creo que, a partir del próximo año empezaremos a tenerlo. ¿Ahora qué es lo que tenemos? Pues vamos teniendo datos que no permiten a tiempo real pues con los DSP o con el propio DMP que tiene acceso a los *servers*.

Y creo además, que no se le está dando tanta importancia al reporting... los clientes en cuanto al dato, algo cuali... por lo que quieren realmente son resultados. Entonces si a ellos ya les estás ofreciendo resultado porque has aplicado el data como lo tenías que aplicar, fenomenal, tampoco quieren que les cuenten muchas historias.

Nosotros ahora estamos empezando a educar a los clientes para decirles "oye chicos, es que aunque esto no funcione nos da unos determinados conocimientos que os puede luego dar luz de cara a nuevas campañas de marketing y son cosas que a lo mejor no habrías pensado, y nos da determinados datos que vamos a intentar contemplarlos y vamos a ver de qué nos sirven".

No solamente es el resultado, sino conocimiento de cara a nuevas campañas de marketing en general, porque lo bueno del móvil es que te puede dar conocimiento sobre otros medios, y sobre tu usuario real. Hay gente que piensa que su usuario es uno, y cuando haces las campañas y ahora que estamos recogiendo todos los datos, incluso ahora podemos saber el sexo y la edad, que antes solamente era con Facebook o cuando estabas *logueado*; pues ahora con datos que tienes de las tiendas y demás puedes saber cuál es tu perfil y te das cuenta de que a lo mejor se te abre el espectro y de que a lo mejor tienes que tomar decisiones de cara a la comunicación de la marca para otro tipo de segmento que no tenías contemplado, ¿no?

**- Venía a relación de ¿cuáles serían las principales métricas a tener en cuenta?**

¿Para el *data*? pues también te diría que depende del objetivo, porque hay marcas que para ellos es muy importante dónde vive su usuario y el nivel de vida que lleva y por dónde se mueve, sobre todo para el pequeño comercio. Y hay marcas que nos les importa tanto eso sino su estado vital, que también lo podemos saber... si son familias o si no son familias, si tienen muchos hijos o no tienen, si les gusta hacer deporte o no les gusta, depende tanto de cada uno... porque puedes ir con datos y que te digan “ya, pero es que a mí me da igual, meda igual la edad que tenga; al final yo lo que quiero es que compre mi producto y mi producto me lo compra determinada gente que le gusta X, me da igual la edad que tenga porque es un gusto que pueden tener varios...”.

**- Y, por último, ¿cuál sería la relación entre un director de cuentas, un planificador de medios, un experto en ASO y el propio desarrollador de la app dentro de lo que es la estrategia?**

¿Cuál es el papel de cada uno?

## Sí

El director... vamos, yo te digo la estructura que nosotros tenemos, que luego cada uno tiene otra. Nosotros tenemos directores de cuenta que son los que recogen el *briefing* y los que entienden lo que hay que hacer. Luego tenemos a los planificadores o a los *traders* que para mí... para nosotros el planificador ya es *trader*, porque es lo que tenemos que empezar a hacer y aportar... por lo menos las agencias, más que compra y venta, aportar algo más. Y aportas toda la parte estratégica, que es la que tienen los directores de cuentas; toda la parte de trading que ya lo tienes *in house*, por lo que te permite muchísima más rapidez y de respuesta, y luego tienes el técnico que es el que verdaderamente analiza el dato junto con el director de cuentas y junto con el *trader* para ver lo que está pasando para ver lo que tiene sentido y lo que no.

Nosotros antes teníamos una hándicap y es que no teníamos a nadie técnico, entonces cuando hay un problema con la medición, que necesitas un SDK en las aplicaciones o no está bien implementado y el cliente necesita un asesoramiento, perdías mucho tiempo en hablar con el técnico, que le técnico se lo explique al otro técnico y el otro técnico tal... entonces tenemos todo eso integrado para poder dar una solución integral.

El que finalmente decide todo es el director de cuentas, pero todos tienen que aportar información e inteligencia a la campaña.

## b) Seguimiento diario de las aplicaciones

### b.1) Seguimiento diario de aplicaciones gratuitas en App Store

Leyenda:

	La aplicación aparece por primera vez en la lista de éxitos
*	La aplicación ha sido eliminada de App Store
**	La aplicación pasa a ser gratis
***	La aplicación pasa a ser de pago

Las casillas con fondo gris indican que la aplicación no aparece ese día en la lista de éxitos

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		SEPTIEMBRE																														
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	WhatsApp Messenger	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	3	1	1	2	2	5	5	1	2	2	2	1	5	3	1	1		
2	Instagram	2	3	3	4	4	5	5	3	3	3	2	2	3	5	4	8	7	7	6	6	8	9	9	8	9	4	6	6	4	5	
3	Messenger	3	2	2	3	3	4	4	2	2	2	3	3	5	3	2	4	3	4	7	7	10	6	6	6	4	5	8	5	3	3	
4	Layout from Instagram	4	6	6	8	8	3	3	4	7	7	8	9	1	4	8	11	9	9	9	3	6	13	18	22	18	18	10	10	19	23	
5	Facebook	5	4	4	5	5	9	6	6	4	4	4	5	9	9	5	7	5	6	11	14	13	12	10	7	6	6	13	9	5	6	
6	Youtube	6	5	5	6	7	6	8	7	6	5	6	8	7	11	7	12	11	12	12	12	14	16	15	15	13	7	11	12	9	11	
7	Google Maps	7	8	7	9	10	11	10	9	9	8	9	10	11	13	10	15	12	15	16	18	17	17	16	17	16	14	20	18	21	18	
8	Happy Wheels	8	11	19	29	33	35	44	23	24	33	43	54	61	74	91	123	141	153	102	74	104	136	154	176	228	155	105	137	176	233	
9	IKEA Catalog	9	7	10	18	20	14	14	14	13	19	26	28	24	21	28	35	39	35	44	47	73	163	226	270	297	349	330	310	280	313	
10	Spotify Music	10	9	8	11	13	10	12	11	11	12	11	13	13	16	17	18	16	19	17	20	20	19	20	17	17	15	17	19	18	21	
11	Wallapop	11	10	9	13	16	12	11	10	10	11	13	15	14	10	6	9	6	8	15	10	4	3	8	11	7	3	3	2	2	2	
12	Snapchat	12	14	14	16	18	20	16	16	16	14	14	17	16	20	21	10	2	3	1	1	2	7	13	16	15	10	9	8	6	7	
13	Shazam	13	16	17	20	19	18	19	21	19	17	16	18	21	24	30	24	30	29	25	29	31	33	36	29	27	23	23	31	30	31	
14	RPG	14	34	62	152	283	386	478	404	524	564	578	534	519	589	496	519	530	317	311	280	256	241	292	343	401	387	367	388	416	417	
15	Skype para iPhone	15	13	16	17	21	16	13	15	12	13	17	20	22	18	19	20	22	25	27	28	21	22	27	24	24	25	22	23	24	29	
16	Mitele web & TV	16	63	128	199	160	175	179	138	122	81	119	110	83	35	35	44	43	42	71	87	57	78	118	123	127	168	154	153	162	176	
17	Agar.io	17	23	32	43	51	54	49	48	37	38	50	50	53	61	74	80	88	94	56	50	54	63	80	69	70	42	40	49	63	64	
18	AliExpress Shopping App	18	26	29	36	26	25	21	20	23	28	28	29	23	22	24	28	29	31	34	31	28	26	28	32	32	32	28	24	25	25	
19	Juasapp	19	17	18	19	22	17	18	19	26	25	24	26	27	29	37	34	40	34	18	21	26	30	37	28	23	19	15	14	22	26	
20	Twitter	20	22	24	26	25	30	25	24	25	22	18	27	34	28	26	26	26	27	33	38	35	32	30	27	29	29	29	30	32	34	
21	Tiempo y Radar - Morecast	21	15	15	15	15	15	2	5	29	94	157	120	123	65	56	54	50	48	57	88	140	295	499	510	341	627	311	350	269	187	
22	iMovie	22	20	22	22	24	33	28	25	22	18	19	25	33	32	25	25	20	14	10	8	7	4	5	3	5	8	12	13	11	8	
23	Free Music - Mp3 Player and Streamer	23	18	20	24	23	23	22	18	18	16	21	23	25	*																	
24	Radio Cope	24	40	70	123	197	325	200	159	207	193	259	204	357	239	151	171	161	221	343	386	298	293	297	247	355	370	527	264	307	286	
25	Gmail	25	19	23	23	34	40	30	22	10	21	22	36	38	26	20	19	15	22	36	46	34	24	24	25	25	35	37	25	16	20	
26	Milanuncios - laforma más fácil de...	26	24	27	35	31	26	23	17	21	23	32	43	35	17	13	16	14	20	26	27	18	15	17	21	21	22	21	22	23	22	
27	Dropbox	27	21	25	34	40	42	29	26	15	24	37	42	36	23	23	23	19	24	31	41	33	28	31	26	26	38	36	33	31	32	
28	Pages	28	25	26	25	27	39	33	29	27	27	29	30	39	39	29	18	11	8	11	9	5	7	4	8	9	14	16	13	9		
29	Bullet Boy	29	30	39	61	93	106	125	124	126	138	355	684	903	1181	1004																
30	Alpify	30	93	167	140	11	1	7	12	49	41	54	21	8	29	58	61	71	53	22	19	43	131	211	295	347	447	387	407	503	368	
31	Find My Phone	31	29	30	33	32	31	34	34	34	26	25	32	31	36	38																
32	Numbers	32	27	28	27	28	46	35	31	30	30	30	34	40	41	31	30	23	18	14	15	11	8	11	10	11	12	16	20	15	13	
33	Keynote	33	28	31	28	29	45	36	30	28	29	31	35	43	43	32	32	25	16	13	16	12	11	12	13	12	13	18	21	17	14	
34	Emoji for WhatsApp, Kik Messenger,...	34	41	38	39	49	65	73	69	70	77	83	102	117	84	83	78	58	55	50	57	68	66	69	80	82	99	122	120	108	96	
35	iTunes U	35	31	35	30	35	53	39	36	31	32	34	38	49	45	34	36	34	23	24	24	24	20	23	20	20	21	26	28	28	27	
36	GarageBand	36	32	36	31	34	52	40	37	33	31	33	39	50	49	36	37	35	26	23	23	25	21	22	19	19	20	24	29	26	28	
37	1010!	37	38	42	37	38	36	32	33	41	40	41	46	46	48	57	63	70	76	53	58	58	67	82	71	77	57	59	68	70	4	
38	Extreme FX - Make Special Movie with...	38	44	***																												
39	Traductor de Google	39	35	37	41	43	41	41	39	38	34	38	45	47	38	33	27	27	30	40	40	32	27	32	31	31	37	34	27	30		
40	Fintonic - Tus finanzas personales...	40	33	43	40	58	49	52	49	46	50	71	76	45	44	64	84	66	112	150	61	79	41	61	93	139	152	73	74	104	52	
41	Comunio	41	52	40	44	69	101	104	99	111	99	99	106	96	90	86	83	96	103	115	127	77	76	101	101	95	111	135	128	135	136	
42	running,...	42	37	45	42	63	43	43	44	42	47	51	61	62	55	47	56	53	51	66	64	51	43	43	46	51	55	55	43	43	55	
43	IKEA Store	43	50	55	70	67	67	78	89	86	101	107	99	95	97	98	117	119	98	117	119	130	137	128	129	126	115	121	124	125	128	
44	Privalia - Outlet online de moda	44	39	41	38	39	27	37	28	32	35	48	59	44	47	44	49	46	49	62	39	15	10	14	23	33	45	71	62	62	53	
45	Burger King España	45	42	54	48	42	34	31	40	44	43	47	37	28	37	53	64	56	50	38	36	42	58	81	66	43	36	27	38	39	44	



nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
46	Score! Hero	46	51	53	50	44	55	48	50	52	51	66	62	68	78	66	73	82	113	167	188	204	216	275	268	278	312	336	330	275	267	
47	YOMVI	47	45	46	52	46	48	55	75	68	63	49	14	17	31	40	38	37	38	29	34	40	52	47	43	46	28	33	46	61	76	
48	Dubsmash	48	43	49	49	47	51	47	41	50	48	45	52	42	50	62	69	78	67	59	54	64	72	97	84	73	47	49	78	79	92	
49	Chrome, el navegador web de Google	49	47	50	47	45	59	54	46	48	42	44	47	55	56	49	45	41	43	49	69	69	57	49	51	48	46	60	57	44	50	
50	Booking.com: reserva en más de...	50	46	44	51	62	75	60	53	47	46	53	69	76	68	60	58	62	62	77	104	67	59	56	57	62	87	90	63	48	56	
51	TripAdvisor Hoteles Vuelos Restaurantes	51	56	60	62	54	56	62	60	69	68	65	56	56	73	71	89	86	79	70	65	75	85	99	90	68	72	77	88	97	87	
52	Microsoft Outlook: correo electrónico...	52	49	51	53	73	96	59	42	43	37	46	70	89	52	43	40	38	41	60	89	55	42	42	42	42	61	82	39	33	36	
53	GRU. mi villano favorito: Minion Rush	53	59	64	63	56	44	50	54	54	58	63	55	52	59	70	92	100	56	35	33	37	39	44	45	44	39	32	40	46	62	
54	Runtastic Butt Trainer, glúteos firmes...	54	169	424	1239																											
55	Música gratis	55	53	52	54	55	60	57	52	57	52	57	60	67	60	45	43	42	40	39	37	38	36	39	40	34	31	35	34	34	37	
56	Cooking Mama Let's Cook!	56	48	47	55	64	72	63	81	109	122	143	140	156	255	382	581	563	750	548	451	478	626	816	683	626	575	441	506	622	1049	
57	Google	57	57	57	59	65	81	92	74	71	61	36	33	30	33	39	39	36	39	43	45	46	46	41	41	38	40	43	41	41	42	
58	VivaVideo - Aplicación gratuita de video...	58	58	59	66	85	78	67	68	72	66	86	86	77	69	81	105	117	122	99	76	87	111	129	112	109	76	68	83	88	109	
59	Lumyer - Efectos de video para sus fotos	59	216	544	1170	1472													579	1026					155	183	438	1437				
60	Geometry Dash Lite	60	61	66	65	53	50	51	63	66	79	69	64	57	85	116	127	156	169	81	66	105	125	153	140	147	74	66	111	127	153	
61	vibbo - Lo vivo y luego lo vendo	61	55	56	74	70	61	58	55	59	56	61	71	60	53	52	53	52	58	65	68	53	60	58	67	66	66	63	53	55	46	
62	Paradise Bay	62	79	90	89	96	100	110	108	125	106	108	40	19	14	11	17	33	46	83	114	137	172	187	179	178	206	206	202	183	230	
63	La Liga - App Oficial	63	110	147	175	151	164	207	251	257	239	215	63	51	62	121	156	104	78	47	43	49	61	59	59	93	69	74	107	164	188	
64	Retrica	64	66	77	71	68	73	74	76	75	69	72	72	85	93	101	97	91	92	72	67	81	102	106	92	97	49	52	76	86	101	
65	Infojobs - Buscador de ofertas de empleo.	65	60	63	81	119	149	81	72	58	59	77	127	160	57	46	46	47	57	114	148	72	45	46	53	61	112		58	50	43	
66	Marca - Diario Líder deportivo	66	102	121	137	127	126	146	163	148	141	126	48	54	83	105	94	64	61	48	48	60	69	70	61	87	48	56	93	130	117	
67	futmondo - Manager de fútbol	67	74	86	115	150	183	185	207	203	191	199	166	186	158	135	159	176	175	277	310	197	201	183	163	168	272	267	180	216	222	
68	Mi Movistar	68	67	72	73	76	89	79	85	76	85	80	82	101	89	78	81	73	54	55	72	44	37	38	35	38	67	130	69	82	66	
69	PicsArt Photo Studio	69	73	75	69	77	69	66	57	61	54	68	73	63	67	79	88	89	100	93	70	78	105	104	89	86	65	61	66	77	81	
70	Jetgo: compra y vende productos de...	70	82	83	101	81	80	97	80	60	57	76	128	115	131	84	51	84	88	134	135	149	175	131	197	171	100	95	70	80	70	
71	Amazon Móvil	71	75	68	79	91	84	71	73	73	87	81	87	94	76	63	60	61	63	80	81	83	70	65	65	79	86	81	79	49	47	
72	Krashlander - Ski, Jump, Crash!	72	***																													
73	Pinterest	73	68	61	68	74	68	61	71	62	60	74	75	65	70	65	68	59	59	58	59	62	65	60	58	58	51	48	45	47	45	
74	PAC-MAN 256 - Laberinto sin fin	74	104	129	183	200	255	323	381	392	380	507	477	427	549	683	688	950	759	444	415	502	705	658	731	501	401	382	381	409	439	
75	Clash of Clans	75	65	73	75	83	76	70	88	81	71	84	83	99	104	104	100	85	86	67	62	92	96	93	103	107	73	80	82	85	106	
76	Apple Store	76	62	74	77	79	110	89	86	84	53	62	78	109	82	69	65	13	5	5	4	3	2	4	5	10	11	19	17	20	19	
77	Candy Crush Saga	77	64	69	57	59	63	77	70	64	78	67	66	71	81	77	75	68	64	74	90	88	84	84	74	67	71	83	81	78	79	
78	Flipagram	78	95	104	117	137	135	114	114	107	117	118	112	114	66	80	79	119	142	155	161	147	145	155	164	152	173	159	110	118	129	150
79	Job Today	79	72	79	88	95	93	96	51	40	36	59	53	48	40	16	13	8	13	28	35	41	18	21	30	40	60	76	35	35	38	
80	chicfy - compra y vende moda	80	88	71	56	61	62	56	64	92	124	135	136	112	133	142	178	163	163	153	138	127	166	85	73	74	114	118	126	87	85	
81	Rain Alarm	81	92	100	46	71	70	69	65	150	136	187	146	179	65	282	268	328	446	671	692	806	709	690	752	591	356	109	114	67	49	
82	BlaBlaCar - Compartir coche	82	80	80	83	99	95	84	78	63	72	79	105	91	64	72	76	60	73	104	112	108	82	73	85	72	101	92	77	71	65	
83	MyMP3	83	76	75	76	88	83	82	83	80	88	90	85	79	88	68	67	65	60													
84	RenfeTicket	84	90	95	99	109	105	95	96	103	74	75	96	111	105	107	91	94	77	108	110	98	87	77	86	64	83	96	75	68	57	
85	Google Drive	85	78	78	86	110	122	85	77	74	65	73	81	98	63	55	55	48	45	68	96	56	47	45	44	41	68	84	44	40	41	
86	Mi Orange	86	77	67	78	106	136	107	90	85	89	82	101	142	92	87	71	57	69	97	122	100	86	86	75	81	109	149	108	84	78	
87	Mi Vodafone	87	84	87	84	114	138	111	102	83	86	91	121	148	99	76	70	74	70	103	144	102	75	91	87	80	104	139	96	76	51	
88	BBVA   España	88	85	92	95	138	204	136	117	82	75	87	163	247	134	85	104	75	74	149	204	138	95	79	91	65	151	210	95	74	48	
89	InstaSize - Photo Editor	89	86	88	90	98	90	87	103	101	103	101	94	105	114	124	138	144	151	110	105	124	151	141	131	136	108	94	101	106	131	
90	edjing 5	90	109	139	287	394	307	490	553	551	566	549	490	471	542	557	671	644	507	456	418	439	529	449	501	1099						
91	Sing! Karaoke by Smule	91	83	89	82	92	94	83	82	95	84	95	93	106	121	122	135	152	137	127	140	159	187	177	157	161	75	79	73	73	77	
92	Followers + for Instagram	92	101	108	125	128	123	122	116	112	112	121	124	125	119	124	134	139	179	169	152	116	167	151	158	162	129	116	92	93	115	

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (IOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
93	Criminal Case	93	89	101	97	89	92	90	100	94	98	124	107	108	123	131	143	145	170	205	233	244	259	290	258	242	250	207	219	252	271	
94	Free iMusic Play Plus	94	133	106	132	102	152	108	98	88	96	116	141	137	141	129	130	138	136	128	107	104	111	108	114	124		167	181	207		
95	Sygc: GPS Navigation, Maps,...	95	81	155	228	269	284	378	494	436	461	406	424	500	392	423	362	361	302	340	388	326	453	444	419	332	352	394	378	359	394	
96	Radio FM España	96	87	93	92	87	99	113	105	97	92	89	57	64	87	82	72	55	72	86	98	114	119	103	109	134	85	98	105	124	122	
97	Piano Tiles 2	97	91	98	111	103	98	101	91	104	104	109	89	92	132	166	183	210	216	166	141	181	203	233	224	210	139	123	138	178	208	
98	La Nevera Roja	98	113	126	91	57	28	45	87	124	117	78	41	26	46	89	109	147	118	54	48	66	130	191	156	167	81	38	80	122	159	
99	Magic Piano by Smule	99	96	94	94	97	86	88	84	79	95	93	91	82	108	113	146	162	197	172	162	189	194	242	222	207	164	143	176	221	224	
100	Vueling - Vuelos baratos	100	106	109	110	116	125	120	109	93	102	94	113	132	106	109	111	92	66	94	103	80	97	95	95	94	134	134	110	96	110	
101	Catch the mask		12	13	14	17	13	38	62	96	244																					
102	Fisheye Plus Pro		36	33	***																											
103	Perfect Shift		54	11	7	6	8	17	47	164	414	1157																				
104	FancyKey - Customiza tu teclado...	176	69	84	98	122	131	139	153	210	206	225	182	193	219	265	297	238	226	251	217	240	270	303	381	391	346	309	287	321	399	
105	Plate Patrol - Stop Thefts and other...	126	70	65	67	78	71	20	35	56	49	40	44	41	42	41	47	44	37	46	52	50	44	51	60	54	64	64	54	37	24	
106	Google Photos - free photo and video...	107	71	85	105	115	114	129	135	144	151	156	142	136	142	146	140	129	144	140	129	141	169	156	144	151	194	179	191	170	195	
107	Candy Crush Soda Saga	110	97	81	60	50	47	42	38	45	44	58	66	70	77	75	93	90	81	91	99	111	107	107	100	89	100	94	105	97		
108	SoundCloud - Music & Audio	102	98	97	103	118	132	135	120	115	115	130	117	124	117	114	112	111	108	105	130	126	110	98	102	91	96	117	127	94	104	
109	Google Earth	118	99	96	100	101	91	116	127	114	133	122	111	126	116	108	122	105	128	122	123	119	125	102	94	88	91	104	100	95	105	
110	Telegram Messenger	103	100	91	93	120	140	128	110	89	62	92	104	133	127	90	99	98	91	113	146	120	83	83	88	85	98	106	99	81	83	
111	Frozen Food Maker - Cool Summer		136	12	64	12	29	118	299	764																						
112	Buddyman: Independence Kick		203	21	10	9	7	27	58	221	629																					
113	Declaración iDEA			34	12	48	127	216	286	398	266	472	897	1176	707	981	1137	1353							1182							
114	Wake Alarm Clock			48	58	154	456	999	1069																***							
115	Galaxy Voyage			58	21	52	19	9	8	116	378					*																
116	Duolingo - Learn Languages for Free	104	105	82	80	104	103	93	45	55	70	64	58	58	54	51	48	51	47	52	60	52	48	55	47	52	58	57	47	54	54	
117	Zara for iPhone	108	112	99	102	107	104	106	92	100	105	111	122	100	94	100	102	99	101	116	121	109	92	94	96	98	103	88	86	91	82	
118	AlertCops			1254	1	2	21	65	161	309	529	706	712	789	810	1080	1228	310	276	423	667	655	983	1092	1170	1234	1237		1053	1351	1119	
119	Google Street View			480	32	30	57	94	131	151	197	241	286	170	284	261	294	305	279	282	325	322	302	352	368	357	362	443	398	270	293	
120	Flick Kick Football		**	498	45	41	38	46	43	53	64	***																				
121	UNKILLED			763	72	66	58	53	59	78	113	285	601	1025	1078										728	1082					1486	
122	Eltiempo.es+	116	123	123	85	90	85	80	115	169	149	154	123	166	174	144	120	131	177	233	291	259	281	238	276	305	220	180	149	102	102	
123	Dungeon Boss			692	87	86	97	91	95	113	119	308	552	1067	1114	1459	1414				1311	1097	1314	1213	1177	978	1287	1175	965	1202		
124	SocialDrive	124	124	116	96	80	82	86	97	102	128	104	77	84	107	97	110	126	114	75	83	106	113	133	122	121	102	102	103	123	131	
125	izi.TRAVEL - Guide ↗ Offline Maps	398	430	525	463	14	32	141	338	652	1069																			153	288	426
126	Eurobasket 2015 Official	837	717	517	330	37	37	68	115	147	167	247	278	293	505	605	694	906	600	1003	1286											
127	Bridge Builder Simulator - Real Ro...	1302		608	706	60	22	15	13	14	20	39	49	74	111	137	237	325	445	462	85	48	54	62	70	76	78	86	112	129	145	
128	Foster's Hollywood	130	138	127	114	72	74	98	104	121	143	142	80	87	113	130	149	137	140	63	55	95	147	159	139	129	56	69	113	149	129	
129	Island Experiment	604	256	187	186	75	64	76	79	91	210	373	586	654	673	718	1224	914	1289													
130	Memquiz				82	220	597	1404																								
131	Seashine			1041	116	84	66	64	61	65	80	198	518	1213																		
132	WedShoots	301	359	346	176	93	116	171	276	326	312	204	114	129	182	285	394	340	207	85	120	183	324	421	327	259	132	153	220	375	519	
133	Subway Surfers	109	111	113	104	100	87	99	121	119	131	117	103	110	145	186	215	249	273	179	173	231	253	326	312	251	179	174	209	250	272	
134	rop				**	24	26	56	***																							
135	JUST EAT - Comida a domicilio	172	250	285	163	121	77	109	172	197	231	192	97	90	135	210	246	248	230	132	84	85	181	247	193	214	79	39	72	120	152	
136	Brain Wars: Competitive brain trainig	992	1136	772	154	111	79	75	67	77	83	210	460	568	763	791	819	874	1252	1107	924	801	1114	1126	1128	1194	1292	966	1021	1081	1483	
137	vente-privée - flash sales: discount...	462	226	240	181	177	88	147	181	225	262	304	269	235	223	234	214	227	351	283	314	301	344	322	385	283	332	225	218	171	196	
138	Rolling Ruler - Measure Length Eas...					**	24		***																							
139	YouCam Makeup - Virtual Makeov...	358	353	324	282	246	194	72	32	17	15	12	7	4	7	9	14	17	21	21	22	22	29	33	33	30	26	25	26	29	33	

nº	App name	SEPTIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
140	fotocasa rent and sale	122	137	124	113	124	121	100	93	87	97	97	108	103	58	54	59	63	80	88	77	59	50	48	68	71	84	45	52	58	69		
141	Weight Tracker QuickLog.me							**	27	39		***																					
142	Linkedin	101	107	103	118	146	188	117	66	67	82	112	149	175	109	59	66	77	109	158	184	110	56	66	83	89	170	202	116	66	68		
143	Tinder	111	116	110	119	123	108	112	94	90	110	98	98	102	86	92	98	81	84	100	102	91	88	108	105	102	92	85	87	89	72		
144	Can you get 11 - Simple & fun puz...									5	6	5	4	15	6	12	5	21	*														
145	11 Circle - Addicting puzzle free g...									8	10	7	6	20	8	14	6	24	*														
146	Companion: Never Walk Alone - Yo...				1030	692	880	130	35	45	115	207	255	305	247	256	272	494	545	1090	1101	828	1083										
147	Kill Shot								36	67	15	12	10	12	15	22	28	33	42	44	45	117	273	650	1123								
148	Hotspot Shield VPN - Free Unlimit...	936	788	828	694	456	308	359	368	51	109	223	363	419	434	442	507	490	439	498	576	528	387	369	336	476	864	113					
149	Crossy Road - Endless Arcade Ho...	136	134	150	208	196	192	219	249	98	73	114	137	146	231	344	410	455	506	219	251	315	388	389	382	410	376	244	282	333	406		
150	Princess Jewelry Shop - Fashion B...									249	9	52	11	59	172	478	1055																
151	Unit Converter ∞								**	39	55	***																					
152	Vogue Fashion's Night Out 2016...		1236	1046	1275	1023	963	536	336	209	55	190	648																				
153	Liga Fantástica MARCA	137	185	216	283	295	295	308	314	291	76	27	31	69	147	220	334	304	343	465	494	428	403	522	659	688	616	817	967	892	1021		
154	Educamos - Aplicación de familias	341	340	273	240	405	574	232	151	106	90	105	228	316	138	96	77	79	71	170	277	172	93	90	106	112	262	363	179	111	103		
155	eBay: Buy & Sell Electronics, Fashio...	121	108	118	121	108	119	127	106	99	91	100	100	107	95	106	113	108	93	129	134	113	109	100	97	128	121	97	97	107	90		
156	8 Ball Pool	181	171	166	130	129	128	126	107	105	93	96	119	119	118	120	114	121	116	119	113	128	114	126	148	159	205	173	162	140	151		
157	CamScanner Freel PDF Document S...	145	121	114	133	173	248	156	112	108	100	128	181	262	139	88	74	67	65	141	163	99	89	67	72	84	177	237	106	57	61		
158	Shopping Jam - Ready, Set, Shop										10	51	6	25	112	332	687	1445															
159	Infinity Blade III								**	243	20	23	32	34	48	62	106	212	391	546	826	967	1226	1288									
160	Star Wars: Uprising									291	23	18	18	27	42	50	103	87	73	80	97	122	165	209	336	361	408	442	455	474			
161	Slow Down									660	35	16	12	15	18	21	31	36	61	100	207	452	731	733	732	876	890	858	1218	1270			
162	FireChat							150	168	116	42	153	469	954		272	291	316	589	1211													
163	CaixaBank											56	79	122	72	50	52	49	52	69	116	84	63	57	52	39	50	91	56	38	35		
164	Paper by FiftyThree - Sketch, Draw...										257	60	65	66	75	67	82	102	97	120	92	117	146	162	200	345	450	526	561	678	801		
165	Mucho Taco										781	70	67	72	80	115	131	168	270	389	398	589	870	1290	1244								
166	Boom Boom Football										857	85	74	73	71	93	103	120	210	669	1473												
167	Followers Powers for Instagram - fr...										159	88	95	81	79	94	126	116	119	138	136	146	159	175	185	209	219	211	184	243	386		
168	Audiobooks HQ - 9,750+FREE &...										**	22	29		***																		
169	BeSoccer - Soccer Live Scores, Ne...	178	291	396	392	271	139	203	268	343	344	325	84	75	103	154	157	130	133	82	56	65	77	92	99	146	105	78	136	207	191		
170	Jobandtalent - Recruitment Search...	385	417	378	437	732	733	469	307	281	177	138	88	104	102	95	90	95	75	142	248	162	31	29	37	22	27	30	15	14	15		
171	McDonald's España - ofertas cerca...	105	119	111	112	112	102	129	139	153	103	90	97	110	150	154	187	158	130	93	103	135	163	136	104	80	62	91	112	108			
172	Sky Hero @										1073	137	92	88	96	118	124	118	160	291	417	633	824	1111	1314								
173	CloudBeats Pro - Cloud Music Play...										**	37	51	***																			
174	Waze - GPS Navigation, Maps & So...	144	139	133	120	126	129	143	132	123	123	110	118	78	101	119	121	122	95	121	145	151	149	134	121	106	118	132	131	137	135		
175	Photojector											**	80	187	561	1484												***					
176	Pop the Lock											168	109	86	91	73	86	101	154	352	677	1129										489	
177	La Liga TV- The official online TV t...	224	511	885	1229	889	594	549	811	1307	1013	1028	191	93	137	257	470	578	889	580	591	484	580	676	570	678	187	158	262	164	759		
178	Gran Hermano OFICIAL									1349	794	328	372	492	141	1	1	3	4	1	4	13	1	14	19	38	14	33	47	32	51	40	
179	Thermo-Hygrometer (Barometer, F...														19	27	***																
180	VILLOID - fashion, style, community...								464	110	140	102	132	150	98	149	374	704	1305			951	1136	1395									
181	Zalando - Fashion and Inspiration	175	198	202	226	215	193	176	180	184	165	182	212	130	100	99	95	83	83	98	71	71	71	78	98	90	97	70	51	56	58		
182	Kylie Jenner Official App														244	22	41	72	89	160	273	187	245	382	366	449	433	482	690	770	861		
183	TotalChannel	1101	11139	1044	942	1357	1482		1318	768	710	475	426	434	226	61	33	54	141	321	586	878	901	1172	1328	1488	1055	1232	715	408	165		
184	Office Lens															2	10	28	76	149	220	269	401	506	593	796	916	684	825	864			
185	EA SPORTS FIFA 16 Companion	1069	1229	969	1165	1231	1090	1343	1015	1218	1028	1151	1360			1432	31	32	32	30	30	36	38	53	49	47	43	54	55	59	84		
186	IQ Mission 2															**	42	45	129	379	***												

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
187	ONO TV Online Smartphone	343	345	420	420	395	431	365	342	338	354	339	235	369	300	185	57	69	120	123	161	224	209	182	172	179	128	197	229	211	197	
188	Microsoft Word	141	132	159	124	159	181	186	149	118	108	127	131	147	124	102	79	80	68	107	126	93	73	72	79	83	95	120	85	75	71	
189	Microsoft OneDrive - Cluod storag...	218	193	208	188	254	246	227	240	236	216	222	279	257	238	213	85	112	124	162	203	173	170	174	189	197	231	220	211	197	185	
190	Orange TV	380	318	317	381	324	383	402	428	329	241	246	126	220	279	172	87	87	111	89	111	150	180	167	147	198	122	183	245	188	113	
191	Google Calendar	185	142	125	142	211	264	149	126	132	142	160	256	311	151	103	96	93	99	171	264	148	103	109	134	149	256	303	150	109	118	
192	Speech Recogniser: Convert your...																	**														
193	myTuner Radio - Live AM / FM Radio...	158	176	173	180	202	190	218	205	215	199	194	155	161	169	159	106	76	102	126	137	142	129	136	76	96	88	107	115	121	121	
194	Fever - Best things to do in your city	163	184	182	214	229	209	246	203	173	180	171	157	163	177	141	136	97	90	111	106	70	62	64	64	59	53	58	60	45	60	
195	Buddyman: Kick 2 Free																	384	10	3	2	16	49	171	514	1128						
196	Agent Molly - Pet detective																1115	1106	17	41	124	339	808									
197	Deer Hunter 2016																1424	44	19	17	19	23	26	36	55	82	103	142	195	276		
198	Endless Sky																	82	32	25	27	25	34	39	56	110	185	313	481	530		
199	Gravitarium Plus - Live Music Visua...																**	85	51	***												
200	BuzzFeed																181	96	84	109	136	164	193	218	323	483	445	410	530	597		
201	Crazy Museum Day - Epic Adventu...																		20	9	23	94	311	910								
202	Shadowmatic														**	247	167	104	37	32	30	34	40	55	***							
203	Official Rugby World Cup 2015 App	1480		1015	1240	1228	11911	1297	1371	1163	1150	1027	716	748	569	577	415	306	123	45	53	101	200	197	271	310	338	253	439	600	728	
204	Air Wings																209	106	64	63	74	90	120	113	75	41	41	42	52	63		
205	Auctioneer																	173	78	75	90	98	127	142	312	882						
206	Mercè 2016 Festa Major de Barcel...					1340							1410	883	686	604	394	156	79	108	227	286	119	50	163	479	1373					
207	LOVOO - The new free chat app to...	113	118	117	141	125	117	133	146	153	146	134	115	128	112	110	116	115	105	87	79	76	68	63	82	99	107	75	64	72	91	
208	Angry Birds 2	146	145	130	145	142	145	161	198	241	273	240	226	212	195	273	306	339	189	90	51	47	53	54	54	63	52	53	50	69	80	
209	Free Music HQ - MP3 Player and Pl...	223	221	213	200	208	23	235	246	193	183	185	170	185	199	155	137	135	117	92	97	131	133	130	124	132	119	131	154	153	179	
210	Order & Chaos 2: Redemption																	597	145	95	101	133	179	207	237	475	756	835	1043	1011	905	
211	Asphalt 8: Airborne	251	218	261	237	233	257	244	244	273	286	301	238	222	260	297	299	366	235	96	91	112	139	147	149	172	168	146	187	191	205	
212	El Mundo 360 Realidad Virtual																				627	26	29	79	222	460	587	641	731	925	1237	1318
213	FITAPP GPS - Running, Walking &...																					42	94	315	773							
214	Gummy Drop!											1121	1090	1132						1194	296	73	63	80	114	165	189	564	1415			
215	Golden Manager - Manage your so...		1284			1362								1272	959	1093	317	161	106	78	86	100	135	219	351	470	601	607	609	680		
216	Visage Lab - makeup genius: beaut...	131	143	120	143	132	113	119	141	152	129	133	139	127	136	152	166	175	187	143	82	89	118	132	145	154	153	119	117	151	170	
217	Free iMusic Play PRO - MP3 Player &...	306	306	280	224	206	240	241	230	211	134	131	125	134	129	117	107	127	125	101	94	96	128	186	283	388	540	547	531	910	1389	
218	Atresplayer	171	210	218	221	235	141	213	213	195	195	141	209	278	217	178	108	123	134	139	95	163	255	179	171	164	149	161	185	152	99	
219	Mindfulness Daily																				**	39	51	***								
220	Mediazines - Quiosco de revistas i...																					61	81	189	352	153	304	356	224	298	376	
221	My Talking Pet																					**	35	35	***							
222	Amazon BuyVIP	558	419	370	476	353	324	360	369	382	345	357	383	248	364	350	414	420	349	354	341	182	40	50	117	203	257	286	276	247	219	
223	LEO Privacy -- Password Manager...																						55	1	1	1	24	128	315	669	10	
224	Free iMusic Play - MP3 Player &Stre	150	133	131	132	133	152	160	194	183	192	209	196	190	209	202	200	233	182	128	86	82	74	68	62	60	62	72	67	64	73	
225	WordReference Dictionary	389	364	343	434	450	466	388	332	303	294	336	398	388	288	195	145	132	142	201	237	139	91	76	100	122	175	203	144	98	111	
226	Speak & Translate - Free Live Voic...	288	264	248	259	265	313	294	311	280	268	297	239	261	285	252	227	229	206	213	300	242	99	89	115	145	143	171	183	184	178	
227	Runtastic Push Ups PRO - Workou...																					**		3	14	***						
228	FIFA 16 Ultimate Team																						108	25	12	3	2	2	4	10	17	
229	Elections 27S																							52	63	49	34	1	1	7	39	
230	Radio España FM Gratis	190	204	210	215	278	283	264	232	289	250	264	183	223	220	180	165	125	148	165	143	122	106	96	81	113	106	113	109	118	126	
231	Sabadell Consumer																						101	71	164	325	747	1275	998	989	691	
232	Mi Fibra Ono	284	227	272	292	414	530	257	139	129	186	256	352	528	345	310	263	261	355	457	486	438	334	74	48	36	44	147	199	239	243	
233	Subasta de Ocio - Viajes Hoteles E...	138	148	136	159	191	158	148	212	208	263	283	300	234	218	264	267	192	191	270	288	153	127	75	56	50	77	65	65	136	67	

nº	App name	SEPTIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
234	Regatéame - Compra-Venta de s...															532	690	860	995	1347	1098	1188	1325	87	203	339	203	369	302	262	348
235	Soccer Star 2016 World Legend	492	614	560	704	754	678	646	969	472	690	1120	1359					1376	1087	723	676	766	143	88	177	398	883				
236	Marry Me - Perfect Wedding Day!																							272	9	28	16	44	123	319	585
237	Music Quiz Duel - name that tune...																							34	45	162	446	997			
238	Vodafone Backup+	329	114	156	303	477	620	712	739	318	410	590	355	254	299	318	438	497	589	672	1375	889	963	989	77	130	342	576	609	811	716
239	iMusic Player Plus - Free Music Str...			1167	1019	870	573	426	304	264	300	267	290	254	205	202	185	196	156	165	152	157	112	78	78	59	51	59	60	74	
240	Stair Free																							432	35	17	7	7	8	12	
241	Doodle Jump SpongBob Square...																						**	321	53	30	31	36	42	59	
242	Yelp	598	454	564	628	421	503	579	556	561	568	537	448	423	482	480	504	182	236	398	474	476	503	505	489	57	137	282	422	411	431
243	Move to measure - Flying Ruler																						**	334	69	***					
244	BBVA Seguro Coche Asistencia: la...																									92	290	565	709	1185	1161
245	Disney Infinity: Toy Box 3.0																							466	110	54	67	98	141	164	
246	Floors																							564	131	63	46	48	65	75	
247	mytaxi - The Taxi App	393	392	377	350	309	299	399	437	383	355	255	193	264	289	343	348	293	272	246	254	195	186	157	130	108	70	108	135	150	112
248	Free Music Play - Mp3 Player & Stre...	307	289	244	223	242	281	262	250	222	301	250	273	312	348	283	265	251	290	223	227	237	183	145	104	103	90	99	104	101	127
249	Wish - Shoppnig Made Fun	142	149	142	128	131	111	123	118	131	118	125	138	118	120	125	141	113	115	135	142	123	124	123	110	111	93	87	84	90	88
250	Khan Academy: you can learn anything																							549	115	94	93	102	132	134	
251	Cool...																											4	11	36	89
252	Ditty by Zya	872	998	846	791	1438																						42	37	53	94
253	Elecciones Cataluña 2015																							629	1009	750	573	49	134	425	983
254	Socialize	140	141	151							149	156	135	125	111	118	110	127	131	125	132	121	110	141	135	136	127	61	83	107	
255	The Lost Ship															**													12	16	
256	Annotate...	154	155	137	155	198	243	199	162	160	152	153	211	258	161	147	133	114	130	176	262	199	152	120	116	189	246	156	99	95	
257	Inbox by Gmail - a new email app that...	241	230	269	276	322	355	307	266	277	238	244	368	470	316	219	199	222	232	287	360	299	228	249	243	280	377	407	296	100	148
258	H&M App	243	267	209	205	232	212	190	195	190	196	230	242	196	214	201	188	197	178	191	205	203	215	176	155	137	138	115		155	98
259	ING Direct España. Banca Móvil	151	153	165	146	178	228	229	187	166	178	164	197	267	193	183	177	140	126	164	241	186	184	169	159	148	200	275	164	131	100
260	Videoshop - Video Editor																														**
261	Kitty Love - My Fluffy Friend																														
262	Gemeliers Official App																														
263	Need for Speed No Limits																														
264	My NBA 2K16																														
265	Notes Note-Ifly: Colorful notes with...										**		***																	**	
266	Santander	129	125	119	126	175	214	140	142	137	130	145	180	283	162	153	115	109	107	182	225	185	145	113	118	101	157	222	125	117	93
267	readind...																														
268	My Sketch - Pencil Drawing Sketches				638	993	1430									481	756	1100					880	1238		245	440	911	1251		
269	SuperManager KIA																														
270	SimCity BuildIt	106	117	115	156	163	153	150	174	189	214	227	171	120	115	123	125	133	149	155	157	177	182	181	231	175	125	101	89	113	162
271	Drink Water Reminder PRO - Drinking...																														
272	Torque Burnout																														
273	VIP Pool Party - Make a Splash!																														
274	BBVA net cash	702	580	594	649	1049		1460	908	782	638	736	1200		122	139	190	183	242	470	896	433	275	306	357	414	1078		571	363	316
275	Turbo Downloader Free - Amerigo...	177	161	170	171	164	171	183	196	199	173	158	172	184	206	223	203	196	199	174	185	193	174	152	143	138	120	133	119	114	140
276	Nestlé Cocina - Recetas fáciles,...	187	247	399	936	1409			748	899	1312	1346			187	283	494	596	680	389	381	460	534	601	748	857	662	448	460	269	
277	Bowling King																														
278	Star Wars																														
279	(Premium)																														
280	Billionaire																														

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
281	Chicisimo - Outfit ideas for...	716	764	593	589	662	552	571	577	540	515	677	709	572	587	696	648	579	559	593	467	510	582	514	589	765	757	604	672	766	483	
282	Learn English with Films - AB...	294	349	331	414	316	361	339	308	162	220	321	358	383	339	308	4	279	292	292	292	287	288	282	285	309	329	362	342	312	253	
283	Splashtop CamCam					**																										
284	Lily & Leo - Crazy Circus Day																															
285	Sonic Dash 2: Sonic Boom																															
286	The Walking Dead: No Man's...																															
287	Mybrana, photo and video s...				1040	636	823	550	502	419	413	505	663	697	767	529	488	1081	604	644	502	398	439	546	1095							
288	Adobe Photoshop Lightroom para iPhone																															
289	Hipstamatic																						**			764	459	769	865	1059	1406	
290	Blossom Blast Saga																															
291	Max Ammo																															
292	Citymapper - Real.Time Tran...	504	563	537	505	417	474	498	486	389	446	444	415	420	467	443	411	358	342	271	239	289	248	253	253	123	123	142	145	160	158	
293	Mr. Square																															
294	Los simpsons	135	144	134	147	140	134	144	152	145	160	191	164	144	157	226	204	244	340	371	308	409	449	606	518	538	368	349	371	484	408	
295	Mino Monsters 2: Evolution																															
296	iBomber Defese Pacific																															
297	Paint FX: Photo Effects Editor																															
298	Home - Design & Decor Sho...																															
299	Sleep Better - Smart Alarm...	446	487	662	950	900	941	890	845	752	600	589	729	661	555	571	679	689	751	1031	1049	1091	778	799	777	493	500	496	431	445	371	
300	Happn	328	333	282	307	327	344	414	478	384	549	496	469	455	446	407	317	308	322	319	298	323	349	334	417	352	144	126	90	103	123	
301	Talking Carl +																															
302	Enlight																															
303	Offerum - Ofertas y Descuen...	304	503	504	861	1207	913	1202		1239	1121	663	920	1069	1005	1139	1103	818	1029	855	1038	1020	1011	543	720	958	930	953	849	890	797	
304	Baby Boom! - My network Sister																															
305	Trabajo Próximo																															
306	Quiz Run - Challenge your fr...																															
307	Norton Mobile Security - Lo...	425	501	436	421	512	567	510	525	471	288	362	454	619	503	449	455	436	414	454	489	448	465	468	375	425	553	564	497	146	86	
308	Is-it-Love? - Gabriel (Otome...																															
309	Minions Paradise																															
310	Sky Gamblers Air Supremacy																															
311	Star Chef	1030	1031	1336	1221	1226	1085	1391	1463	1101	972	1243	362	271	252	279	259	318	406	341	342	369	482	545	551	534	494	479	596	456	488	
312	Trivia Crack Kingdoms																															
313	Spooky Hoofs																															
314	MisLoterías	363	367	340	189	168	137	154	262	283	309	229	202	224	235	249	308	284	219	212	267	285	283	371	332	240	260	269	299	406	400	
315	The Walkind Dead: Dead Yo...																															
316	Airbnb	123	140	145	139	145	142	138	140	136	139	132	152	152	155	143	139	134	159	152	153	134	115	121	114	133	176	162	143	138	124	
317	Poker España	725	842	1013	1200	1281	971	936	798	931	859	827	871	964	1011	882	963	1050	856	1014	1419	1280	872	1081	1188	1455	1300	1243	1064	938	1268	
318	Free Music Ninja - Music Pla...																															
319	Lara Croft: Relic Run	889	995	949	1407																											
320	Matchapp	737	814	747	566	485	436	457	508	528	452	419	303	272	326	379	379	434	375	184	166	268	271	308	282	306	131	138	165	217	274	
321	FFCV																															
322	Runtastic Sit Ups Ab Trainer																															
323	Netflix																															
324	Doodle God Blitz																															
325	Sanitas HealthCoach																															
326	Best Fiends	885	949	1059	997	851	761	899	825	916	916	936	1160	1498	1269	1438																
327	Justframe Pro - Collage Phot...																															

nº	App name	SEPTIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
328	Whitagram																																
329	Pursuit of Light																																
330	Equalizer Pro - volume boo...																																
331	FX Photo Studio - Pro Pictur...																		**	**	770	1118	***										
332	Amazon Photos - Clod Driv...																																
333	cb Time - Secure vault hidde...																																
334	Mermaid Princess - Underwater fun																																
335	Bike Unchained																																
336	Boomerang from Instagram																																
337	ScanLife Barcode & QR Rea...	165	156	144	129	135	162	178	165	170	171	161	176	192	163	162	162	153	146	168	159	147	132	115	116	105	140	151	129	119	119		
338	Afterpulse																																
339	Trivial Pursuit & Friends																																
340	Firelight - Pro Editor																		**								***						
341	Guitar Hero @ Live																																
342	dSurvival																																
343	Duolingo English Test: English...				1077	808	842	889	678	807	838	739	977	855	871	801	1008	870	658	624	637	691	762	636	711	961	902	814	686	818	949		
344	Buddyman: Halloween Kick 2																																
345	Sniper X with Jason Statham																																
346	VSCO	132	131	149	157	141	176	159	167	167	170	167	160	168	184	218	226	232	245	207	169	202	247	254	233	221	184	159	190	220	255		
347	Bubble Shooter 3.0																																
348	Mister Radio (Mr.)															830	337	799				722	1283										
349	Plants vs. Zombies 2	143																															
350	Solitarire	689	732	567	626	693	728	779	662	686	697	651	806	760	798	828	756	696	649	721	793	862	836	845	909	798	749	924	741	838	721		
351	Moment Camera																																
352	BBVA Wallet	149	135	148	107	147	261	170	154	127	126	139	243	378	144	132	142	124	132	220	309	171	120	124	132	142	239	415	173	126	116		
353	Rumbo cheap flights search...	1135	1306	1237	1241		1303	934	1176		1437	1406											1321	1237	1164		1019	1304	1010	1025	813		
354	Sleep Cycle alarm clock																																
355	2016 NBA App																	1042	1002	941	1059	1219	937	1013			**	14	24	***			
356	Copiloto Repsol																																
357	Quick Cap Pro - Add Funny...																																
358	Supermarket Girl - Baby Birt...																																
359	Groupon - Deals, Coupons &...	207	237	226	233	212	203	224	219	232	230	254	293	280	261	253	228	213	265	290	276	274	266	266	252	270	294	270	235	237	183		
360	Pipe Lines: Hexa																																
361	El Español																																
362	Ryanair - Cheapest Fares	119	128	132	135	152	151	130	119	117	135	144	154	165	150	138	147	148	131	151	172	154	142	149	161	152	165	182	130	115	125		
363	Bucmi								1308	976	525	526	763	367	322	501	495	660	689	873	1371	893	805	793	854	714	1100		1492	1058	1405		
364	Zombify - Turn yourself into...																																
365	DSCO by VSCO																																
366	PiclabFx - add amazing fx to...																																
367	Double Juggle																																
368	ZombieBooth 2 - Zombie Se...																																
369	Glow Lamp																																
370	Logo Quiz - English																																
371	EA Sports UFC @	195	200	222	400	462	570	669	651	835	777	514	682	681	692	666	666	757	740	838	771	614	737	735	828	825	628	748	646	557	677		
372	Fold the World																																
373	Weather Now US Local Fore...																																
374	Repost for Instagram	139	129	135	148	130	112	121	136	142	125	140	144	116	130	128	144	146	152	145	150	144	154	158	135	118	127	124	133	148	144		

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
375	Path on - Swipe to Type																															
376	Hyper Swiper																															
377	Domino Drop																															
378	Kick the Buddyman: Origins																															
379	Club McAuto de McDonald's						1317					1183	1440						1185	1381	1109	1009			1379	1449			1368	1300		
380	Fallout CHAT																															
381	Candy Maker Games - Make...																															
382	Make it Girl - Summer Dream																															
383	Groupalia - Ofertas, Descue...	179	177	241	388	356	364	336	330	363	342	388	385	324	351	361	375	389	444	232	282	334	363	307	288	291	201	258	238	263	234	
384	Sunken Secrets																															
385	Fallout Pip-Boy																															
386	Rayman Fiesta Run																															
387	Blendimals																															
388	Acapella from PicPlayPost																															
389	Yousician - Piano, Guitar, Bas...	998	1049	1055	1232	1295	1303	1108	1185	1145	1360	1328	1371	1359	1259	1209			1431	1338			1072		1311				1319			
390	Action Movie FX	1497	1237	984	1112	1173	1219					803	690	778	774	851	1001	1386		960	932	1262	1132	1264	1475		1369					
392	Fragger 2																															
393	AutoRap By Smule	569	496	518	518	460	482	495	483	577	509	458	443	465	507	528	561	588	488	403	518	565	519	556	535	553	497	575	728	716	696	
394	Zapper				1176	205	124	376	924				1488	1027					1130	1426	632	1009			1080	1116	1278	940				
395	Who viewed your profile - In...																															
396	Sleep Bug Pro: White Noise...																															
397	Runioc																															
398	Drivies - Conduce, consigue...				1323	1082	1121	1093	1154		1282	1314	1315	1167		1036	1010	831	1243						1374	1497	1075	1355	932	1001		
399	CSR Racing	216	195	198	260	287	345	318	291	317	322	322	295	406	368	402	381	499	392	221	192	200	232	235	210	187	158		163	190	220	
400	Tody																															
401	Sherpa Next																															
402	Work Time - Elegant desk to...																															
403	Geek - Smarter Shopping	203	217	247	254	181	166	188	169	202	204	226	240	200	190	224	257	230	259	259	207	222	260	261	260	255	235	190	221	212	237	
404	PowerUp - Retro 8-bit Video...																															
405	Trial Xtreme 4	578	579	706	688	735	686	688	598	709	543	603	514	401	444	550	760	957	803	828	768	683	546	504	544	504	511	661	597	459	477	
406	car2go																															
407	Bluristic - Pan & Track																															
408	Musemage - Profesional V...																															
409	Mobile Strike																															
410	Firefox																															
411	JollyChic - Online Mall for...																															
412	Zombies, Run!																															
413	Fyuse - 3D Photos	424	480	466	246	222	310	313	331	418	438	338	299	191	275	293	132	265	427	345	202	321	112	227	180	344	287	385	333	272	390	
414	BID: Lector QR y de Barras c...	180	175	174	185	166	191	196	183	188	185	188	218	245	197	173	182	179	147	163	175	165	190	170	138	150	196	193	177	154	171	
415	PDF Expert 5																															
416	Skylanders SuperChargers																															
417	Runtastic Results: Workout T...																															
418	Shadows																															
419	El País para Iphone	542	548	527	508	472	397	429	475	461	456	389	510	464	468	455	567	392	419	458	517	408	368	454	436	440	458	375	222	274	299	
420	Where's My Water? 2	940	915	883	780	879	772	782	1012	933	1181	1066	901	922	928	1157	1049	1249	1455	1076	834	985	1206	1376	1135	1247	1031	813	1058	1114		
421	El Mundo - Diario online líder...	692	618	515	527	576	489	661	672	643	552	546	539	669	661	566	695	452	476	596	531	470	441	439	400	482	443	410	272	388	468	
422	Maratón Valencia Trinidad Al...																															



nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
423	War Robots																															
424	Super Nitro Chimp																															
425	Dinosaur Safari Pro																															
426	Twist																															
427	Microtrip																															
428	The Lost City																															
429	File Storage - The only file m.																															
430	Osnap! Pro Time-Lapse &S...																															
431	Download Manager Pro - Do...																	**							381	***						
432	Decathlon	371	370	358	271	226	233	211	236	296	242	249	232	227	213	243	260	286	261	254	369	302	272	295	284	302	371	471	311	320	264	
433	Vodafone TV																															
434	Briefr Messaging																															
435	Kill Shot Bravo																															
436	Stackables - Layered Texture...																															
437	Nubefone: Low-cost intert...																															
438	Starlit Adventures © - Dig ...																															
439	Snapimals - An Amazing Ani...																															
440	Episode -- Choose Your Stor...	844	817	975	821	1442	1096	1975	1309	1388		1149	1334	1165				480	919	727	838	1168	287	306	361	238	189	261	467	452		
441	Sweat with Kayla - female fit...																															
442	Descendants																															
443	Hop Hop Hop																															
444	Runtastic Mountain Bike PRO																															
445	Roll the Ball - slide puzzle																															
446	Clue: Period Tracker, PMS al...	268	321	319	326	314	366	331	337	333	327	342	418	173	175	251	284	307	310	411	397	325	352	353	168	218	249	243	270	356	385	
447	ZooKazam																															
448	MiniinTheBox - Samll &Smar...	820	633	611	760	933	752	795	774	773	766	943	1031	916	1032	773	1013	911	876	744	844	812	928	774	1084	1048	1282	1185		1308	1311	
449	Local Cloud Pro - Open files																															
450	Week Calendar																															
451	Mi Yoigo																															
452	Spiritual Me: Meditation - tec...																															
453	Gas Natural Fenosa Clientes																															
454	MotionPortrait																															
455	Stradivarius	232	199	215	206	210	201	184	173	181	221	220	236	203	236	207	222	199	225	214	216	228	195	194	174	215	212	172	198	214	172	
456	PULL&BEAR	238	229	206	202	183	205	169	182	185	202	232	234	208	203	190	210	207	234	250	229	217	212	216	230	230	198	166	181	172	156	
457	Bershka	256	236	212	184	180	195	172	193	213	176	218	189	209	216	212	223	236	256	275	243	214	213	225	265	262	241	208	214	267	223	
458	Moldiv - Photo Editor, Colla...	151	152	141	174	167	143	137	156	146	156	166	179	167	159	145	152	149	162	177	160	143	156	148	151	141	141	137	139	163	175	
459	myMail - Email for Hotmail,...	1021	852	821	726	902	1249	988	919	899	999	937	1248	1297	1119	888	665	650	642	846	1239	1157	694	746	744	979	1241	1426	749	649	697	
460	Antyz																															
461	idealo shopping - Price com...																															
462	Mango MNG	292	257	230	218	228	206	214	199	194	211	238	246	219	210	216	255	225	229	237	266	249	261	259	273	277	276	292	267	244	217	
464	Star Wars: Galaxy of Heroes																															
465	Showroomprive - The ultima...	714	783	718	549	355	274	390	353	404	415	351	322	287	225	291	419	411	453	424	348	356	433	498	557	595	273	240	244	314	258	
466	To-Fu Fury																															
467	Fing - Network Scanner	581	543	329	345	218	130	115	128	229	352	415	390	411	373	391	406	447	383	427	462	397	393	417	398	394	366	430	495	433	455	
468	Cube Rule - Split Second Cu...																															
469	Maps.me - offline map...	324	324	360	301	342	26	459	419	479	377	412	409	441	436	427	426	414	372	452	584	451	405	436	523	420	524	637	463	492	452	
470	Sketch Me! Sketch&Cartoon																															

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
471	25 Days of Christmas - Holid...																																
472	Sleep Talk Recorder																																
473	Headshot Heroes																																
474	Monument Valley																																
475	Stubies																																
476	Convertizo 3 - Convert Units...																																
477	Rayman Adventures																																
478	Santander Shareholders and...																																
479	Roasty																																
480	Carrefour PASS Móvil																																
481	ElfYourself by Office Depot,...																																
482	DKV Seguros Médicos																																
483	Hyspherical 2																																
484	Spider Square																																
485	GyroSphere Trials																																
486	Vivino Wine Scanner	370	499	578	754	464	374	636	711	750	654	500	506	573	703	757	817	845	594	450	421	618	611	667	575	602	505	521	730	808	722		
487	Free Transit App by Moovit	290	271	249	244	300	316	270	252	217	205	212	260	323	249	262	277	264	240	268	304	275	280	301	311	293	340	412	434	350	288		
488	PNP - Portable North Pole 2014																																
489	Cheerz - Print your mobile...	485	538	790	993	1029	777	829	650	370	433	795	1397	1265	953	678	822	1029	1349	1340	1420	600	379	567	779	535	765	584	587	713	660		
490	Dear Diary - Interactive Story	1032	1386	1320	1312	1140	1301	930	1175	1322	1214		1252	1108							1448						1458	1292					
491	Draw Something New																																
492	File Extractor for ZIP, RAR,...																																
493	UNO & Friends - The Clas...	257	287	281	288	270	282	329	315	314	321	337	356	297	404	507	541	594	525	469	403	461	489	489	530	551	506	431	547	645	673		
494	Weight Diary																																
495	PlayStation @Messages																																
496	Candy Crush Jelly Saga																																
497	Snap Up for Snapchat																																
498	Photo Lab: Art Photography,...	169	181	171	173	171	157	153	158	171	179	178	165	143	148	171	169	165	166	148	133	156	206	200	192	199	147	140	146	144	149		
499	CariCartoon - Funny Cartoon...		190	510	995	1357					316	697	215	587	1097	1409	618	923	125	570	367	803	1133					683	1042	1290			
500	Twyp																																
501	Volvo Car Service																																
502	JibJab Messages																																
503	djay 2 para iPhone																																
504	Periscope	345	286	242	298	347	382	250	209	205	215	163	201	217	262	181	208	215	203	202	255	288	317	277	198	244	310	219	250	278	283		
505	Cut The Rope 2																																
506	Fallout Shelter	202	222	224	225	312	267	285	285	256	271	313	307	342	349	375	336	373	460	714	776	1039	893	884	1037	1053	851	1078	868	1219	990		
507	Fishdom FreePlay																																
508	Cavernaut																																
509	The Sims FreePlay	167	165	180	153	144	118	134	123	134	155	176	185	181	230	230	236	309	326	231	182	219	268	256	240	290	193	175	194	205	238		
510	Trials Frontier											358	346	291	319	353	302	371	646	1451													
511	Snake'97: retro phone classic				1126	1074			1188				1294	1480	1468									1463								1307	
512	BlockPath Pro																																
513	Pic Collage Maker, Text on Photo...	908	911	888	766	862	819	847	959	816	738	920	900	783	830	744	860	893	861	736	565	561	554	453	345	340	343	343	351	378	355		
514	Daily Insist																																
515	Iberia Cards																																
516	God of Light																																
517	Crazy Wheel by Playspace																																

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
518	Face or body swap with top...																															
519	Scrubby Dubby Saga											369	341	285	338	348	350	401	564	1417												
520	Arquia Banca																															
521	Vidblend Video Blender: Me...																															
522	Piano Tiles (Don't Tap The W...	366	420	451	524	434	453	473	454	509	533	541	613	488	577	746	908	867	797	599	590	679	748	1090	930	1010	676	600	823	826	1431	
523	Ganar dinero con fairTime																															
524	Juicifi - 300+ Raw Organic J...																															
525	Yahoo Mail	392	379	351	397	442	465	403	347	344	201	284	348	453	397	395	383	350	462	478	602	491	406	430	408	338	543	538	509	364	415	
526	Gods of Rome																															
527	Delicius - Emily's Hopes an...																															
528	Elecciones generales 2015																															
529	Katy Perry PRO																															
530	Hammer Time!																															
531	Geometry Dash Meltdown																															
532	Chess and Mate - Chess lear...																															
533	El Confidencial Elecciones 2...																															
534	Selffun, the smartphones...																															
535	El Mundo Loterías - Premios...				1134	624	781	1019	1393																							
536	iPremio - Lotería de Navidad																															
537	PDF Smart Convert																															
538	TuLoteró - Play EuroMillions...	1281	749	540	487	399	644	1006	1266		1187	1199	1498				904	537	496	461	672	741	701	581	597	695	690	664	914	953		
539	Lotería de Navidad y sorteo...																															
540	Radio Nacional de España	1179	980	1325	1182	634	606	913	858	1008	1232	1130	833	690	852	836	881	880	928	712	796	867	911	879	1031	903	797	752	834	1133	929	
541	Lector Lotería																															
542	Shein Shopping - Women's...																															
543	Sniper Fury - Guardian of Li...																															
544	NocheDePaz																															
545	Christmas frames - Create c...																															
546	Christmas Quotes and Mess...																															
547	Frames and Christmas cards																															
548	SantApp																															
549	Create Christmas Cards																															
550	FlipTastic Pro																															
551	FitBit	640	459	538	506	383	321	288	345	411	464	410	429	418	413	401	409	386	448	425	416	455	490	429	428	419	400	490	566	582	560	
552	GoPro App	208	238	238	243	231	252	274	341	299	274	270	259	302	336	371	367	378	393	303	437	458	397	474	424	450	328	414	468	393	422	
553	Garmin Connect Mobile	487	524	482	451	435	526	530	521	565	634	529	436	442	515	485	512	508	491	431	512	474	486	432	479	436	513	484	583	525	542	
554	Video Star	244	223	254	238	260	250	243	271	251	253	265	220	243	332	254	312	425	413	263	301	313	385	363	415	381	224	200	325	309	387	
555	Just Dance Controller		1413			1045	1180	1418																								
556	Google Cast	679	639	555	525	490	483	591	607	859	833	700	488	504	525	438	443	444	479	445	475	648	596	767	540	564	399	455	513	592	512	
557	ZEDGE Ringstones & Wallpa...	210	191	193	179	182	197	193	186	192	212	189	158	153	170	227	225	231	208	185	199	225	229	252	242	224	185	177	206	227	257	
558	My Data Manager - Track your...	620	640	714	827	1010	1382	788	803	779	703	818	694	877	793	885	767	580	543	662	846	727	733	957	872	858	1097	1186	1048	11029	967	
559	MARVEL Contest of Champions	206	272	268	344	373	304	338	334	439	435	360	383	308	370	351	370	393	517	329	246	328	499	412	194	160	116	111	132	186	235	
560	Traffic Rider																															
561	Legendary Pirates - Pacific																															
562	harmony 3																															
563	¿Y tú qué sabes? - LaSexta																															
564	Funny Call with Voice Chan...	1250	1454	1316	1495									1154			1415															

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
565	Dumb Ways to Die 2: The Game	861	843	741	718	817	560	675	683	786	776	1012	589	657	896	975	1196	1276	1026	737	639	952	998	1493	1139	1055	932	708	1001	1139	1357	
566	RALLY THE WORLD. THE GAM...																															
567	Wave - Private Location App	551	512	535	539	521	497	562	531	445	399	376	328	347	320	356	191	190	195	200	190	251	297	314	388	510	501	452	526	593	515	
568	Volkswagen Race anywhere																															
569	Empire Warfare: Domination																															
570	Spacewar Simulator																															
571	Horoscopes – Daily Zodiac Horoscope...																															
572	InsTrack for Instagram - The Most...	262	281	288	309	276	288	249	264	253	247	277	314	332	359	332	390	335	428	451	295	311	395	368	401	406	430	348	334	355	365	
573	New year funny greeting cards - New...																															
574	Retro Collage Photo Editor	112	122	122	138	136	133	132	145	157																		183	155	151	167	180
575	DMD vClone																															
576	Pic Collage - Photo editor...	299	362	402	368	350	327	291	354	378	364	348	372	350	377	347	451	422	418	358	321	367	399	402	421	367	319	308	303	340	306	
577	Magic Photo Collage - Picture...	247	296	271	251	292	303	297	313	323	348	353	381	305	294	307	307	345	285	297	306	309	338	331	301	301	320	325	324	343	326	
578	Magisto - Magical Video Editor	164	164	178	197	239	218	204	209	200	172	180	178	180	178										241	194	186	169	189	229	225	
579	InstaVideo - Video Editor...	514	623	677	739	768	911	754	720	718	500	560	722	731	472	538	717	781	1162	765	599	654	774	761	746	821	885	703	792	855	1059	
580	Photo Grid - Collage Maker...	193	220	225	209	184	200	192	191	201	190	208	222	176	198	228	250	241	268	236	201	241	252	278	266	256	222	192	253	230	265	
581	Happy New Year 2015 - gr...																															
582	Happy new year frames – Cre																															
583	Video Greetings 2016 - Happ...																															
584	Instant picframe - photo collage...	373	400	409	462	470	408	368	408	386	423	407	431	340	317	359	403	453	400	435	363	331	391	398	504	484	425	332	420	389	539	
585	Free Music XXL - Music ...																															

		OCTUBRE																															
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1	WhatsApp Messenger	1	1	2	4	3	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	3	3	2	5	3	3	2	1	1	1		
2	Instagram	5	7	6	6	5	6	6	6	10	2	3	3	4	5	4	2	4	5	6	6	7	9	7	7	6	7	9	7	6	8		
3	Messenger	3	4	5	7	4	5	4	3	6	5	4	5	4	5	4	3	4	6	4	4	3	5	8	9	10	8	5	5	5	9		
4	Layout from Instagram	25	24	18	11	12	13	20	22	28	21	12	10	20	22	25	26	23	13	19	22	25	32	31	25	17	20	25	31	35	30	26	
5	Facebook	7	6	8	9	8	7	7	5	8	3	8	8	5	3	2	2	3	8	6	5	4	6	7	6	11	10	6	6	4	4	5	
6	Youtube	9	10	9	8	11	9	9	10	13	6	5	6	9	12	12	12	6	7	9	9	9	9	10	8	8	12	12	10	9	9	7	
7	Google Maps	13	11	12	13	13	11	12	11	16	16	10	13	21	16	17	14	14	16	16	19	17	15	14	14	19	18	22	21	19	19	20	
8	Happy Wheels	283	262	176	202	299	292	327	205	200	186	185	202	283	351	424	456	291	248	328	367	462	423	429	345	220	343	436	562	434	440	335	
9	IKEA Catalog	360	318	326	320	319	338	372	345	324	376	347	316	334	339	428	405	384	318	288	318	347	420	366	341	360	366	350	408	451	543	470	
10	Spotify Music	15	13	11	12	14	12	13	14	17	17	11	12	16	15	15	16	16	12	17	18	19	14	15	12	14	16	21	20	20	18		
11	Wallapop	2	3	3	2	1	1	2	2	9	4	1	1	2	3	10	9	3	2	3	5	8	11	11	6	9	8	8	8	16	19		
12	Snapchat	8	9	7	5	7	8	8	9	14	12	7	7	14	14	16	15	17	11	18	20	20	13	17	13	12	13	14	19	16	2	4	
13	Shazam	36	28	22	24	28	32	33	30	23	20	14	15	24	24	23	21	21	23	24	27	24	25	26	28	23	34	34	35	31	25	25	
14	RPG	427	379	500	607	683	805	851	775	306	317	286	245	263	328	411	392	422	627	873	839	887	809	972	887	760	939	900	1252	703	243	204	
15	Skype para iPhone	29	23	24	22	23	27	23	27	26	25	26	25	33	27	27	25	26	26	26	31	32	28	33	33	26	29	30	34	30	28	30	
16	Mitele web & TV	170	186	221	238	256	204	209	211	121	147	175	224	233	257	228	198	210	221	221	190	195	206	182	214	164	199	197	225	244	204	228	
17	Agar.io	66	57	45	37	58	66	65	77	59	41	38	41	54	61	57	60	50	47	55	73	95	88	99	63	51	82	112	113	83	86	73	
18	AliExpress Shopping App	26	25	25	20	16	19	19	25	34	30	23	16	18	13	14	13	18	9	8	10	10	11	12	10	9	7	9	7	6	11	3	
19	Juasapp	22	14	16	16	15	18	16	19	21	24	15	14	25	23	24	18	19	15	22	32	30	26	27	26	21	22	24	25	25	24	24	
20	Twitter	35	27	28	33	33	31	30	29	22	22	28	29	28	21	19	20	25	31	32	30	27	27	25	30	35	37	33	29	29	27	27	
21	Tiempo y Radar - Morecast	311	404	198	153	223	299	280	282	301	306	237	242	246	130	104	109	105	108	114	114	121	1	1	1	2	4	1	1	3	3	6	
22	iMovie	11	16	14	14	17	14	14	17	3	7	13	24	7	6	5	7	10	7	7	8	16	16	17	22	19	13	11	10	8	10	15	
23	Free Music - Mp3 Player and Streamer																																
24	Radio Cope	247	333	428	408	380	445	454	412	509	711	648	87	524	575	570	582	526	586	575	567	466	169	296	321	420	394	408	347	386	466	521	
25	Gmail	19	22	31	34	27	24	17	16	24	28	36	43	31	20	20	19	27	35	27	21	21	18	24	32	38	33	28	24	23	26	32	
26	Milanuncios - laforma más fácil de...	17	26	30	25	18	17	27	28	36	34	29	26	29	29	28	28	32	29	30	25	26	33	40	42	37	30	26	28	32	38	40	
27	Dropbox	30	33	37	38	31	28	26	15	25	31	31	28	23	18	18	22	28	32	28	23	22	30	32	38	43	32	31	27	28	31	34	
28	Pages	12	15	15	17	20	15	15	18	4	9	16	32	10	7	7	6	8	14	10	8	11	19	19	20	25	24	15	13	11	10	11	
29	Bullet Boy																																
30	Alpify	458	402	476	509	522	591	614	571	568	498	459	526	593	655	637	675	683	636	592	608	585	602	516	479	570	576	802	798	798	22	2	
31	Find My Phone																																
32	Numbers	14	17	17	19	21	21	18	20	5	10	17	34	12	9	10	7	10	18	11	13	12	21	20	22	29	25	17	18	13	13	13	
33	Keynote	16	18	19	23	24	23	21	24	7	11	18	35	11	8	8	8	11	19	12	11	13	22	21	21	27	27	18	15	14	14	12	
34	Emoji for WhatsApp, Kik Messenger,...	92	91	111	108	126	115	99	94	82	74	74	84	98	86	93	99	117	119	142	153	174	100	74	81	105	115	127	128	139	146	166	
35	iTunes U	31	31	27	29	35	34	31	34	12	15	20	37	17	10	11	11	13	22	15	15	15	24	18	19	24	23	16	17	15	15	16	
36	GarageBand	33	30	26	27	34	33	32	33	11	14	19	36	15	11	9	9	12	21	14	14	14	23	22	23	28	26	20	16	12	12	15	
37	1010!	10	34	42	44	56	60	47	31	19	19	24	30	44	53	59	69	63	68	88	115	145	201	205	217	219	230	271	218	205	268	274	
38	Extreme FX - Make Special Movie with...																																
39	Traductor de Google	27	32	32	32	26	26	22	21	32	33	34	33	32	25	22	23	29	28	25	24	29	29	34	36	34	36	37	37	33	36	36	
40	Fintonic - Tus finanzas personales...	91	149	125	121	59	61	51	55	123	188	117	64	53	100	119	116	131	142	141	94	83	118	171	254	174	158	144	178	223	294	223	
41	Comunio	157	159	180	200	144	151	178	186	247	256	342	350	305	295	235	231	227	185	209	171	188	193	221	203	241	228	160	186	225	235	268	
42	running...	47	61	65	58	52	49	48	59	71	77	69	56	56	59	50	87	79	38	62	70	85	85	109	105	87	79	87	93	78	121	115	
43	IKEA Store	144	127	123	125	121	146	150	154	176	170	164	139	148	160	191	193	171	168	162	173	176	222	231	194	198	185	189	206	208	222	215	
44	Privalia - Outlet online de moda	41	12	13	10	10	16	25	32	44	71	66	57	69	89	58	74	71	41	36	46	50	64	90	71	73	105	74	74	80	64		
45	Burger King España	46	35	21	18	37	51	49	57	37	27	25	20	37	46	41	35	30	27	33	43	54	50	46	34	30	38	44	50	53	37	31	



nº	App name	OCTUBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
93	Criminal Case	305	335	296	228	248	270	255	268	281	223	201	210	253	282	314	305	297	242	266	297	331	365	383	312	268	282	305	311	287	325	322	
94	Free iMusic Play Plus	179	208	189	205	203	212	202	195	206	216	256	194	166	165	180	158	140	156	183	187	178	190	158	163	168	175	167	152	178	162	134	
95	Sygc: GPS Navigation, Maps,...	368	323	361	435	436	466	375	355	312	296	355	335	381	403	348	246	271	344	423	379	365	454	418	411	463	452	441	417	417	370	393	
96	Radio FM España	98	114	94	82	86	112	112	119	124	133	137	156	145	137	131	130	112	99	110	86	78	53	63	62	78	90	95	86	80	98	91	
97	Piano Tiles 2	203	207	153	155	185	220	233	284	211	175	119	122	172	244	253	264	189	188	220	285	315	270	241	196	175	211	269	271	286	271	198	
98	La Nevera Roja	225	140	117	63	123	169	230	303	196	148	84	82	118	198	272	223	181	79	130	188	223	219	174	125	93	141	243	298	333	256		
99	Magic Piano by Smule	229	245	199	164	206	254	289	308	168	110	94	89	129	168	195	175	158	115	163	168	208	239	237	212	163	223	248	279	247	229	186	
100	Vueling - Vuelos baratos	101	99	118	123	100	99	100	99	115	142	154	149	125	103	96	117	152	135	120	95	104	105	115	143	156	135	122	120	115	126	160	
101	Catch the mask																																
102	Fisheye Plus Pro																																
103	Perfect Shift																																
104	FancyKey - Customiza tu teclado...	409	480	404	395	547	420	446	434	388	321	326																			1181	903	720
105	Plate Patrol - Stop Thefts and other...	20	19	36	26	22	25	24	12	29	51	21	17	27	28	29	32	37	38	41	35	39	41	4	3	3	2	4	4	2	7	14	
106	Google Photos - free photo and video...	199	174	194	190	225	201	163	151	138	158	148	143	132	142	154	156	154	165	165	161	151	152	148	162	186	177	164	180	164	164	182	
107	Candy Crush Soda Saga	124	105	109	101	120	127	132	118	104	108	101	99	101	102	98	98	99	82	80	109	99	90	87	93	98	86	84	65	60	62	58	
108	SoundCloud - Music & Audio	88	95	116	117	109	69	89	85	103	103	124	125	117	136	133	141	121	151	174	155	156	142	133	118	145	152	139	148	151	161	153	
109	Google Earth	106	111	108	114	122	107	105	131	118	109	108	113	124	126	121	128	124	121	136	129	117	116	111	106	122	130	132	112	105	110	104	
110	Telegram Messenger	77	79	107	107	93	84	64	72	64	94	110	117	91	74	67	66	92	107	96	79	77	71	77	88	121	106	89	94	77	78	102	
111	Frozen Food Maker - Cool Summer																																
112	Buddyman: Independence Kick																																
113	Declaración iDEA							739	801	1239								1404								1121	83	67	129	213	4402	908	
114	Wake Alarm Clock					**		676	62	68	88	109	128	148	215	611	1235																
115	Galaxy Voyage																																
116	Duolingo - Learn Languages for Free	55	69	84	92	83	68	86	79	79	104	114	108	89	75	63	67	94	104	100	82	59	65	62	72	77	80	86	79	70	73	85	
117	Zara for iPhone	93	90	85	72	69	71	66	83	102	95	92	88	88	99	91	103	85	69	71	85	86	86	97	84	90	98	108	99	96	107	89	
118	AlertCops	663	329	824			1353	1309	1060	982	943	1444		1046	1093	1470	867	1273		1422	389	371	852	1093	1068	1491			1171	1180			
119	Google Street View	366	368	369	438	356	335	341	323	406	406	393	417	401	401	383	346	357	362	417	393	413	384	407	464	384	393	310	323	276	276	291	
120	Flick Kick Football																																
121	UNKILLED	1427					1485																									1163	1075
122	Eltiempo.es+	152	164	139	138	119	129	140	141	132	127	115	118	103	107	132	125	111	111	105	96	119	148	140	127	131	113	111	140	145	151	118	
123	Dungeon Boss			1468	1342	1380																		666	430	366	432	548	557	613	1187	1462	
124	SocialDrive	123	113	93	103	108	123	121	121	117	105	30	39	55	92	117	88	67	88	76	28	28	45	54	65	88	110	114	139	137	104	86	
125	izi.TRAVEL - Guide ▾ Offline Maps	660	689	794	870	633	368	395	410	328	331	383	349	334	416	361	224	351	1026	1242	1429												
126	Eurobasket 2015 Official																																
127	Bridge Builder Simulator - Real Ro...	196	264	348	393	578	580	710	695	803	596	734	644	926	809	871	929	896	817	1024	1320	1300	1053	118	1032	1279	1184	1237			1282		
128	Foster's Hollywood	143	104	49	51	90	114	115	122	91	46	48	47	82	114	120	110	54	51	92	122	125	166	117	56	54	96	145	154	148	114	57	
129	Island Experiment			1429																769	810	1113											
130	Memquiz																																
131	Seashine																																
132	WedShoots	398	357	175	163	228	319	349	422	269	143	135	206	261	432	417	370	222	268	348	488	807	1008	264	348	519	698	898	831	733	451	421	
133	Subway Surfers	309	339	202	160	280	311	299	290	262	194	141	126	188	294	326	307	208	182	269	303	324	305	346	206	165	234	294	365	323	345	348	
134	rop																																
135	JUST EAT - Comida a domicilio	209	136	78	35	65	96	110	133	110	80	39	54	94	153	181	1151	102	42	63	105	153	200	208	102	76	112	172	210	209	154	114	
136	Brain Wars: Competitive brain trainig		1184	920	946	1187	1090	1032	840	755	850	934	956	868	916	854	692	724	715	949	850	795	914	723	789	646	742	753	821	696	675	842	
137	vente-privee - flash sales: discount...	254	256	298	333	272	341	385	397	428	351	238	212	155	184	185	256	319	299	262	255	291	372	331	243	132	165	229	160	206	311	301	
138	Rolling Ruler - Measure Length Eas...																																
139	YouCam Makeup - Virtual Makeov...	37	45	46	45	44	52	59	61	68	76	72	61	78	96	95	104	88	66	82	97	102	107	121	79	64	77	104	97	89	83	70	

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	OCTUBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
140	fotocasa rent and sale	102	131	157	126	105	101	106	114	136	156	146	141	114	108	112	121	129	89	85	77	82	120	139	150	106	100	100	114	125	149	168		
141	Weight Tracker QuickLog.me																																	
142	Linkedin	78	100	160	195	95	55	55	62	98	129	158	120	64	68	72	92	122	143	104	60	65	72	89	137	158	99	56	71	71	87	129		
143	Tinder	69	55	53	41	49	44	45	53	67	72	78	69	63	64	76	79	73	52	54	71	72	68	79	94	67	74	90	53	67	74	76		
144	Can you get 11 - Simple & fun puz...																																	
145	11 Circle - Addicting puzzle free g...																																	
146	Companion: Never Walk Alone - Yo...																	1076																
147	Kill Shot																																	
148	Hotspot Shield VPN - Free Unlimit...																																	
149	Crossy Road - Endless Arcade Ho...	463	447	283	233	366	416	410	416	352	208	174	167	245	373	461	497	330	226	333	323	328	338	373	318	245	353	387	492	471	383	265		
150	Princess Jewelry Shop - Fashion B...																																	
151	Unit Converter ∞																																	
152	Vogue Fashion's Night Out 2016...																																	
153	Liga Fantástica MARCA	1171	907	851	999	1155	1263								1409	1115	874	1379	1396			1200	1328	1338	1354	1400	1154	1282		1482	1425			
154	Educamos - Aplicación de familias	112		286	436	245	141	134	158	223	393	479	547	348	221	234	279	389	485	271	263	292	247	288	487	592	380	371	375	381	354	590		
155	eBay: Buy & Sell Electronics, Fashio...	121	116	136	115	104	108	122	108	109	111	109	103	107	121	101	120	128	126	132	117	114	109	116	126	119	108	103	109	120	112	131		
156	8 Ball Pool	151	173	170	183	175	171	177	155	198	202	165	166	163	167	170	162	192	171	167	167	168	181	190	201	170	173	177	158	182	185	174		
157	CamScanner Freel PDF Document S...	53	64	133	180	85	59	53	50	58	115	176	196	90	58	47	48	107	169	101	72	62	55	56	108	139	81	58	58	57	67	109		
158	Shopping Jam - Ready, Set, Shop																																	
159	Infinity Blade III	***																																
160	Star Wars: Uprising	535	490	379	250	294	353	399	390	372	335	261	261	364	386	381	349	279	259	314	300	332	388	362	337	330	367	390	432	431	467	423		
161	Slow Down	1418	1411			1402																												
162	FireChat																								1208									
163	CaixaBank	38	36	51	88	53	43	43	47	42	50	86	105	62	50	39	38	52	100	56	52	43	44	48	52	89	51	47	42	41	34	44		
164	Paper by FiftyThree - Sketch, Draw...	636	576	571	593	596	741	772	724	1061	1393	546	779	1096																				
165	Mucho Taco																																	
166	Boom Boom Football																																	
167	Followers Powers for Instagram - fr...	1251																																
168	Audiobooks HQ - 9,750+FREE &...																																	
169	BeSoccer - Soccer Live Scores, Ne...	166	222	120	53	92		346	399	308	287	167	259	309	344	361	303	148	81	144	185	187	176	243	131	81	133	222	258	265	207	117		
170	Jobandtalent - Recruitment Search...	21	29	40	60	32	22	28	23	39	49	56	42	34	34	40	78	135	113	81	89	92	94	81	90	33	35	27	33	34	56	107		
171	McDonald's España - ofertas cerca...	134	96	90	77	106	125	98	89	20	23	22	18	30	30	31	27	24	20	23	33	31	34	29	24	20	28	32	30	27	21	23		
172	Sky Hero ©											1187			1362			1479				1337				1248	1101	1225		1479	1063	1293	1484	
173	CloudBeats Pro - Cloud Music Play...																																	
174	Waze - GPS Navigation, Maps & So...	139	112	110	119	116	110	125	132	83	98	118	114	119	133	107	114	98	125	97	91	105	110	70	75	101	121	49	73	94	90	95		
175	Photojector																																	
176	Pop the Lock		1238	409	547	561	582	612	776	1212	956					1190	1254	1490	1370		1468	1047	1007	907	777	829	679	617	536	480	574	502		
177	La Liga TV- The official online TV t...	780	1047	429	189	199	467	915	1272			828	1092	1305				993	265	363	585	960	1388		617	326	446	612	994	1071		492		
178	Gran Hermano OFICIAL	82	56	106	122	42	75	68	91	40	85	120	101	137	39	61	39	90	145	57	98	96	139	5	27	45	14	38	23	44	17	38		
179	Thermo-Hygrometer (Barometer, F...																																	
180	VILLOID - fashion, style, community...																																	
181	Zalando - Fashion and Inspiration	62	49	38	28	30	40	42	49	56	57	55	46	46	51	48	53	58	53	51	56	58	63	86	78	55	59	62	76	79	105	99		
182	Kylie Jenner Official App	653	586	873	785	780	938	635	866	592	584	675	645	268	450	653	1097	1002	846	1212	825	885	630	717	671	851	934	720	887	964	760	1019		
183	TotalChannel	182	342	619	1221														1043	643	296	263	578	1016										
184	Office Lens	830	813	1106	1215	976	900	787	735	973	1257	1337		1235	1104	1097	850	1099	1340	1383	350	578	930	862	889	1157	1218	976	1094	912	1076	1366		
185	EA SPORTS FIFA 16 Companion	113	154	138	148	159	184	203	215	216	207	186	199	228	273	306	329	292	327	291	326	376	370	372	295	262	363	360	384	438	252	258		
186	IQ Mission 2																																	



nº	App name	OCTUBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
187	ONO TV Online Smartphone	167	240	172	158	232	279	277	312	297	304	432	509	456	396	347	328	215	260	310	214	166	154	242	164	236	303	345	374	461			
188	Microsoft Word	71	81	102	120	94	80	75	81	84	113	127	127	99	69	66	70	91	102	87	69	70	56	71	86	109	88	66	61	69	79	101	
189	Microsoft OneDrive - Cluod storag...	195	204	235	227	196	160	159	1177	189	199	217	187	164	181	160	167	201	220	171	176	210	195	212	241	227	226	215	237	196	217	275	
190	Orange TV	87	139	127	130	149	221	258	271	291	375	424	487	462	381	349	293	145	235	267	221	159	117	180	141	183	272	277	254	269	233	161	
191	Google Calendar	117	119	210	330	140	111	108	134	159	217	318	290	156	132	110	139	223	278	148	125	118	126	147	219	261	164	151	143	131	157	270	
192	Speech Recogniser: Convert your...																																
193	myTuner Radio - Live AM / FM Radio...	84	118	128	134	130	137	154	167	197	218	210	247	230	175	193	195	172	191	188	164	154	82	142	155	161	179	179	185	150	167	152	
194	Fever - Best things to do in your city	79	72	62	64	68	78	82	95	116	107	121	124	153	158	129	108	109	124	133	112	89	74	82	32	115	107	98	108	127	129	137	
195	Buddyman: Kick 2 Free																																
196	Agent Molly - Pet detective																																
197	Deer Hunter 2016	367	343	314	298	309	317	371	410	501	396	358	370	469	420	387	471	435	365	358	422	490	460	520	512	523	503	585	675	600	801	848	
198	Endless Sky	613	461	405	417	408	359	348	281	274	309	305	287	287	300	309	326	346	331	351	385	275	278	315	309	285	277	296	307	302	360	402	
199	Gravitarium Plus - Live Music Visua...																																
200	BuzzFeed	719	734	791	1032	1143	979	1161	1261																								
201	Crazy Museum Day - Epic Adventu...																																
202	Shadowmatic																																
203	Official Rugby World Cup 2015 App	940	958	599	541	708	1208	1001	1024		692	616	908			1488	863	521	1041	1499				1183	1161								
204	Air Wings	74	107	97	91	115	116	117	139	322	579	988	1333																				
205	Auctioneer								1329	1054	1053	1257	1329																				
206	Mercè 2016 Festa Major de Barcel...																																
207	LOVOO - The new free chat app to...	108	121	99	102	111	93	109	104	122	131	97	92	77	106	106	106	68	60	60	62	74	99	120	135	116	103	105	116	130	138	143	
208	Angry Birds 2	89	80	60	49	63	79	87	86	52	44	40	45	47	57	52	47	46	50	62	68	76	69	76	68	56	87	97	118	113	109	97	
209	Free Music HQ - MP3 Player and Pl...	148	137	124	136	164	183	182	175	171	169	170	163	167	169	182	154	144	175	206	213	220	230	195	180	196	210	230	230	219	199	180	
210	Order & Chaos 2: Redemption	772	1043	942	978	1210	1358						1125	945	879	1179	1035	1329	1270	1134				1270	1366	1256	1080	11453	1332	1134	966		
211	Asphalt 8: Airborne	202	215	140	133	182	192	198	229	167	125	91	93	123	157	156	155	114	97	131	121	94	97	123	109	94	124	136	155	157	116	83	
212	El Mundo 360 Realidad Virtual	1441			1388																												
213	FITAPP GPS - Running, Walking &...																																
214	Gummy Drop!	1111	1156	854	1311	1351	1296	940	1270	1058	1483	1394		1475		1102	1290							1258	1437								
215	Golden Manager - Manage your so...	713	994	972	1081	987	921	777	829	822	890	753	890	1150	1325	1111	1249	1371						1205	1205	1192		1223	1220				
216	Visage Lab - makeup genius: beaut...	165	163	146	109	124	128	129	145	153	120	104	97	108	112	118	140	127	96	111	135	136	132	129	130	107	114	126	95	129	127	128	
217	Free iMusic Play PRO - MP3 Player &...	1187	824	1265		1374		946	882	877	848	1094	932	994	1145	969	856	895	1003	880	960	874	1131	848	940	1016	1102	949	820	885	935	961	
218	Atresplayer	140	156	167	224	254	232	88	100	140	118	112	152	184	163	174	168	162	228	160	156	93	136	132	166	97	148	187	182	97	125	151	
219	Mindfulness Daily																																
220	Mediazines - Quiosco de revistas i...	632	178	396	493	392	486	659	679	515	665	638	633	599	805	729	379	591	641	606	934	658	908	503	800	955	556	720	647	1031	436	506	
221	My Talking Pet																																
222	Amazon BuyVIP	266	292	243	271	280	206	231	246	350	343	339	323	418	324	363	441	393	312	300	239	158	232	228	149	112	176	252	243	186	242	256	
223	LEO Privacy -- Password Manager...	42		504	1438		1365						123	26	67	203	619																
224	Free iMusic Play - MP3 Player &Stre	70	71	64	76	78	85	93	96	99	99	107	119	122	124	124	119	87	109	124	128	128	130	110	115	124	139	140	142	136	136	123	
225	WordReference Dictionary	83	115	135	147	110	73	69	73	105	132	178	168	121	98	78	101	123	128	108	99	88	81	104	138	160	116	93	98	100	130	196	
226	Speak & Translate - Free Live Voic...	188	213	264	277	289	233	196	190	215	252	282	297	285	216	202	212	263	200	212	207	203	228	196	208	231	229	202	166	197	249	288	
227	Runtastic Push Ups PRO - Workou...																																
228	FIFA 16 Ultimate Team	28	40	41	40	66	65	71	84	81	56	49	51	59	65	68	81	61	56	68	84	101	115	124	98	117	119	119	141	149	122	106	
229	Elections 27S	223	550																														
230	Radio España FM Gratis	97	123	129	113	129	133	147	159	202	230	248	280	213	178	175	199	285	248	400	458	483	335	416	368	424	421	497	441	533	776	680	
231	Sabadell Consumer	1011	1022					1350																					1434				
232	Mi Fibra Ono	259	319	455	545	437	350	322	235	228	362	491	622	416	223	289	381	525	623	416	405	369	354	359	425	433	417	392	360	336	401	556	
233	Subasta de Ocio - Viajes Hoteles E...	45	82	75	46	45	37	40	58	86	112	105	98	110	145	164	218	343	316	152	110	160	146	66	77	69	46	45	49	43	64	111	

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	OCTUBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
234	Regatéame - Compra-Venta de s...	307	192	336	390	298	223	191	183	229	372	430	140	274	177	176	281	341	341	387	204	226	336	348	347	253	251	289	301	418	420	678	
235	Soccer Star 2016 World Legend																			1368	1237	1139	984	1155	871	819	980	909	902	874	878	620	
236	Marry Me - Perfect Wedding Day!	1491		1379	1395						1311	1471																					
237	Music Quiz Duel - name that tune...																																
238	Vodafone Backup+	697	940	1155	1461	879	876	810	71	155	347	606	743	611	358	219	311	532	1014	763	704	699	634	650	710	1129	853	399	221	218	379	588	
239	iMusic Player Plus - Free Music Str...	64	58	48	56	64	63	67	64	63	64	79	83	96	104	89	91	77	86	98	101	112	101	95	87	102	132	120	121	118	92	71	
240	Stair Free	23	47	92	162	307	1210																										
241	Doodle Jump Spongbob Square...	75	188	***																													
242	Yelp	533	416	433	495	455	460	451	519	452	447	404	402	343	299	386	448	527	703	791	561	609	556	515	540	566	545	541	560	620	626	657	
243	Move to measure - Flying Ruler																																
244	BBVA Seguro Coche Asistencia: la...																																
245	Disney Infinity: Toy Box 3.0	236	355	327	292	472	594	553	748	1292			1297	1409																			
246	Floors	96	181	347	653	846	962	1206	1230																								
247	mytaxi - The Taxi App	131	74	80	110	151	219	214	203	192	183	211	250	280	309	255	196	177	194	195	209	231	209	145	112	126	172	195	188	155	120	39	
248	Free Music Play - Mp3 Player & Stre...	136	134	130	152	188	162	171	168	163	173	187	176	170	187	217	189	167	207	199	249	215	220	209	236	238	240	246	240	217	214	188	
249	Wish - Shoppnig Made Fun	94	94	100	93	79	91	83	87	94	96	81	70	70	80	92	94	108	83	74	74	64	84	93	82	79	84	85	85	93	102	108	
250	Khan Academy: you can learn anything	127	157	179	193	240	235	213	242	394	420	352	328	373	388	456	1191																
251	Cool...	310	521	995	1047	1031	1021	1296	1275							1490	1380																
252	Ditty by Zya	158	236	190	374	464	565	626	719	717	844	752	964	954	1132		1120	1277	1286					1108			1006	782	1217		1411		
253	Elecciones Cataluña 2015																																
254	Socialize	129	102	114	97	96	106	123	127	147	152	122	110	109	117	134	136	147	141	139	147	147	151	172	159	148	136	130	130	144	165	193	
255	The Lost Ship	***																															
256	Annotate...	105	109	154	212	145	119	102	109	112	140	193	181	140	116	100	111	125	201	150	100	97	96	94	134	188	149	113	105	126	93	127	
257	Inbox by Gmail - a new email app that...	186	221	328	342	271	239	254	252	287	344	385	400	271	260	244	241	331	355	285	216	236	279	302	399	286	314	279	235	249	261	359	
258	H&M App	85	101	88	85	74	92	107	107	139	146	162	173	162	173	138	148	166	170	154	143	138	156	176	173	208	194	231	236	232	246	261	
259	ING Direct España. Banca Móvil	126	138	211	260	160	154	133	144	135	161	270	270	189	147	142	127	165	250	159	151	143	159	162	181	239	180	147	131	123	111	140	
260	Videoshop - Video Editor	4	8	29	***																												
261	Kitty Love - My Fluffy Friend	6	41	10	48	141	417	957																									
262	Gemeliers Official App	34	75	162	411	628	835	1089			1399																						
263	Need for Speed No Limits	52	2	1	1	2	4	5	7	30	39	53	53	61	72	83	97	89	95	102	119	126	144	166	220	293	296	297	324	230	262	226	
264	My NBA 2K16	59	43	47	66	88	109	113	110	173	257	303	304	316	338	344	390	353	391	458	506	404	444	532	503	526	599	625	518	497	600	544	
265	Notes Note-Ifly: Colorful notes with...		38	81	347	644	1479	***																									
266	Santander	90	88	147	240	131	102	103	97	113	150	224	281	160	111	103	105	139	239	158	139	131	129	101	152	209	142	124	106	107	96	119	
267	readind...			***		25	***																										
268	My Sketch - Pencil Drawing Sketches					3	11	44	148	380	720	1039																					
269	SuperManager KIA					94	77	123	129	92	100	174	323	559	687	757	803	490	600	897	1303		1463	1100	745	999	1191						
270	SimCity BuildIt	315	198	148	104	112	100	118	129	149	124	111	106	130	159	209	206	160	144	143	130	108	83	75	58	48	56	72	96	95	85	84	
271	Drink Water Reminder PRO - Drinking...				***	3	8	155	***																								
272	Torque Burnout	577	83	50	47	61	64	63	76	169	423	722	1005						1275	1277	1313	1411											
273	VIP Pool Party - Make a Splash!					72	4	38	26	95	223	533	1467																				
274	BBVA net cash	350	225	640	439	39	47	73	105	172	413	498	278	40	43	54	93	275	569	175	133	155	157	178	473	725	269	203	190	174	198	469	
275	Turbo Downloader Free - Amerigo...	99	110	86	87	98	83	76	74	76	69	83	91	106	105	97	85	72	70	91	92	98	92	78	85	95	92	94	90	86	98	74	
276	Nestlé Cocina - Recetas fáciles,...	252	217	260	272	237	138	81	78	142	253	272	259	412	339	295	407	407	437	370	521	522	610	531	353	287	255	192	284	366	581	560	
277	Bowling King	224	70	56	57	54	58	58	66	97	53	42	40	45	54	75	107	110	105	126	131	140	170	255	315	306	369	333	349	318	404	391	
278	Star Wars							46	85	184	483	786	819	1061	1429				1022	774	538	649	827	1287		1440				1472			
279	(Premium)				**			40	61	412	***																						
280	Billionaire							26	18	8	6	19	65	210	378	911	1485																

nº	App name	OCTUBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
281	Chicisimo - Outfit ideas for...	393	392	583	552	488	448	139	82	160	185	171	254	278	305	325	350	361	152	107	118	135	179	150	128	134	144	162	184	229	251	276	
282	Learn English with Films - AB...	264	286	309	300	317	255	126	90	100	82	77	73	75	83	80	76	70	80	77	80	81	93	119	142	149	145	129	124	121	108	100	
283	Splashtop CamCam									2	13	45	155	459	975																		
284	Lily & Leo - Crazy Circus Day									15	43	44	21	102	336	701																	
285	Sonic Dash 2: Sonic Boom							427	35	18	9	9	22	26	32	68	101	148	264	388	539	795	917	606	577	750	817	993	1027	841	871		
286	The Walking Dead: No Man's...							280	45	37	33	11	6	19	26	43	55	67	115	47	66	106	155	245	289	256	96	125	140	51	41		
287	Mybrana. photo and video s...		1291	1439		740	232	113	69	45	47	50	39	31	30	51	42	25	20	17	16	17	36	41	42	41	59	82	111	356	831		
288	Adobe Photoshop Lightroom para iPhone		1485			1420	329	390	326	74	119	138	116	173	288	351	494	578	719	863	1020	901	892	1119	946	1195	1435	776	1125				
289	Hipstamatic	1315	413	352	312	311	361	354	417	80	58	61	65	72	91	109	133	126	139	155	194	355	412	679	1004	1172	1118	658	880	1094			
290	Blossom Blast Saga									87	35	35	100	203	480	651	962	1175	1274	1242	1049	1170	1413			1310	1026	1444	938	1245	1312		
291	Max Ammo									883	88	86	89	94	115	131	147	285	326	420	477	593	608	659									
292	Citymapper - Real.Time Tran...	178	201	215	251	241	237	292	302	96	75	80	81	79	82	88	122	143	157	151	159	241	312	322	414	500	479	486	462	440	247	332	
293	Mr. Square									154	87	73	66	67	79	102	291	712														594	481
294	Los simpsons	472	487	421	422	443	471	408	297	141	88	67	76	93	113	130	248	305	272	377	407	388	341	342	313	280	324	336	362	352	374	310	
295	Mino Monsters 2: Evolution								1189	146	97	102	104	112	140	205	271	250	258	251	331	435	575	624	389	443	411	489	539	663	937	665	
296	iBomber Defese Pacific										**	46	86	192	468	***																	
297	Paint FX: Photo Effects Editor										**	4	8	45	139	409	917									***							
298	Home - Design & Decor Sho...		189	145	118	80	81	85	93	107	114	98	78	57	62	65	84	93	103	93	78	75	104	98	111	92	69	73	80	106	123	113	
299	Sleep Better - Smart Alarm...	493	567	585	622	498	437	532	508	271	138	103	80	71	71	70	96	118	74	39	42	47	58	130	279	414	444	513	507	680	582	820	
300	Happn	103	93	96	94	71	76	91	88	101	90	85	96	87	73	74	82	78	92	103	87	90	108	114	139	155	126	133	101	72	89	90	
301	Talking Carl +											**	19	37	122	415	1028			***													
302	Enlight											**	38	***																			
303	Offerum - Ofertas y Descuen...	879	1315	1078	1261	1146	1108	834	1037	1131	1408	1130	1448	1067	44	90	298	599	872	991	1021	936	1195	1011	1061	1314	1171	1276	796	719	685	1066	
304	Baby Boom! - My network Sister														81	13	29	15	40	112	226	488	946	1239	1472	1010							
305	Trabajo Próximo	197	230	372	363	257	194	153	265	362	448	492	396	221	84	71	57	76	127	176	192	107	127	72	97	103	85	148	77	104	148	449	
306	Quiz Run - Challenge your fr...													138	97	60	54	53	57	95	140	157	178	193	253	276	219	209	219	207	216	231	
307	Norton Mobile Security - Lo...	137	224	424	469	415	394	353	384	422	618	615	525	511	405	84	100	159	271	330	313	353	433	412	532	485	471	439	402	371	394	450	
308	Is-it-Love? - Gabriel (Otome...														161	94	83	86	130	153	178	217	187	285	296	376	399	165	176	234	273	287	
309	Minions Paradise														320	152	17	5	1	3	12	18	20	39	43	40	49	57	75	103	144	138	
310	Sky Gamblers Air Supremacy												**	342	24	20	17	21	29	34	40	96	***										
311	Star Chef	627	652	555	491	568	858	959	1115	360	215	259	339	366	470	541	45	36	33	40	45	55	67	122	246	351	359	311	352	292	336	421	
312	Trivia Crack Kingdoms															535	50	33	30	37	37	36	39	65	107	127	166	234	312	380	417	397	
313	Spooky Hoofs													**	55	120	402	889		***													
314	MisLoterías	388	314	335	355	391	331	378	239	120	102	113	147	181	237	194	72	115	149	218	286	335	425	333	329	374	392	346	351	405	303	311	
315	The Walkind Dead: Dead Yo...													1099		671	89	56	55	67	75	133	186	287	314	324	345	318	315	291	240	192	
316	Airbnb	132	122	126	132	134	103	120	128	114	122	149	153	141	128	125	150	22	37	42	49	61	98	102	148	70	97	101	126	132	145	156	
317	Poker España	1118	981	1300		1310	1076	1060	1346	1276	1404		1421	976	1192	1304	1087	65	146	319	565	687	1031	1372	1369	1350	1232	1198	1048		1394		
318	Free Music Ninja - Music Pla...	173	176	155	184	200	229	224	202	214	225	236	211	212	192	177	138	81	101	117	111	129	140	126	136	128	150	166	191	171	228	230	
319	Lara Croft: Relic Run															1336	152	95	90	122	149	170	199	458	838								
320	Matchapp	258	261	112	143	190	290	323	371	399	176	229	320	315	254	283	216	96	137	222	269	338	290	249	104	152	201	261	336	369	316	145	
321	FFCV										182	233	258	224	226	157	186	97	91	137	179	302	471	534	228	207	275	362	524	671	596	277	
322	Runtastic Sit Ups Ab Trainer														**	604	577	5	13	***													
323	Netflix																	157	24	29	1	1	2	2	4	4	5	11	12	21	29	28	
324	Doodle God Blitz															798	153	106	76	106	103	110	119	292	739								
325	Sanitas HealthCoach																		1137	31	26	46	80	135	175	266	390	500	521	634	701	558	
326	Best Fiends	426	778	1026	925	863	971	942	1175	1030	1157	673	1056	1392		1437	1154	1230	211	47	55	84	134	167	223	259	328	422	418	443	524	546	
327	Justframe Pro - Collage Phot...																			**	70	***											

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	OCTUBRE																																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
328	Whitagram																				282	73	116	184	334	431	443	578	807	1071	1145	1235		1219			
329	Pursuit of Light																		**	84	127	***															
330	Equalizer Pro - volume boo...																	**	16	23	***																
331	FX Photo Studio - Pro Pictur...																			**	7	10	30	57	141	***											
332	Amazon Photos - Clod Driv...																				37	62	143	386	651	782	1020	1110	978	1321							
333	cb Time - Secure vault hidde...																**	4	***																		
334	Mermaid Princess - Underwater fun																					12	44	31	100	281	664	1205									
335	Bike Unchained																					31	13	15	16	17	23	26	37	63	88						
336	Boomerang from Instagram																					35	6	5	1	1	2	3	17	42	62						
337	ScanLife Barcode & QR Rea...	118	92	115	128	107	105	114	115	119	130	140	151	134	122	115	115	134	134	128	132	106	95	105	116	135	155	134	117	117	113	125					
338	Afterpulse																					191	23	16	18	21	29	36	42	99	259						
339	Trivial Pursuit & Friends																					163	28	18	15	15	19	22	26	45	56						
340	Firelight - Pro Editor																			**		35	51	187	485	***											
341	Guitar Hero ® Live																						61	44	49	57	60	91	114	328	763						
342	dSurvival																		**	84	319	***															
343	Duolingo English Test: English...	1096	1058	1100	1068	865	871	1344	964	893	1385	1158	1408	1029	1016	865	956	1286	1392	1018	936	438	213	92	231	451	516	611	713	770	839	920					
344	Buddyman: Halloween Kick 2																									29	13	11	10	43	153	551					
345	Sniper X with Jason Statham																						586	128	66	62	73	92	107	98	253	569					
346	VSCO	248	234	158	146	162	209	162	143	158	134	123	132	161	176	189	185	168	161	186	182	192	165	138	89	86	120	138	147	172	211	185					
347	Bubble Shooter 3.0																										36	55	152	394	1030						
348	Mister Radio (Mr.)														646	270	217	253	234	212	177	246	229	257	84	50	39	38	40	43	46						
349	Plants vs. Zombies 2																																				
350	Solitarire	631	750	926	955	829	904	756	844	698	816	763	830	955	930	883	781	813	963	828	744	759	672	885	894	96	72	75	64	66	77	80					
351	Moment Camera																								**		44	77	**								
352	BBVA Wallet	116	103	197	366	161	86	92	101	127	254	348	469	190	151	145	137	252	376	190	120	103	113	107	238	334	138	80	92	76	82	177					
353	Rumbo cheap flights search...	1100	1189	1267	1479	1253	1323	980	972	1060	1433	1224	1105	1242	1215	1124	1378	1113	1227	1047	1240	997	1038	1235		1245	1133	88	144	400	846	1431					
354	Sleep Cycle alarm clock																																				
355	2016 NBA App			1137		1340		1152	1192	1072	1133	1059	1455	1149	1180	1069	1396	1138	1263	1191	1334	1268	819	271	174	192	181	128	60	62	134	149					
356	Copiloto Repsol								1428						1109	1349																					
357	Quick Cap Pro - Add Funny...																												**	18	35	112					
358	Supermarket Girl - Baby Birt...																													22	52	22					
359	Groupon - Deals, Coupons &...	210	175	174	196	166	165	187	197	218	210	225	225	215	230	240	204	242	224	214	177	219	229	270	265	288	253	191	194	85	84	164					
360	Pipe Lines: Hexa																																	1446	23	29	
361	El Español																																	301	32	53	
362	Ryanair - Cheapest Fares	130	132	142	149	132	113	90	98	111	144	150	142	131	119	105	112	137	147	127	113	134	112	113	145	171	134	116	104	112	33	48					
363	Bucmi	726	857	999	916	710	912	984	890	1031	920	1478	1251	1064	894	1247	1086	1450	1178	1119	801	834	1088	1018	869	822	304	170	103	88	39	65					
364	Zombify - Turn yourself into...			**																					1338	962	915	715	616	531	373	222	47	21			
365	DSCO by VSCO																															548	88	162			
366	PiclabFx - add amazing fx to...																														762	94	157				
367	Double Juggle																														735	100	60				
368	ZombieBooth 2 - Zombie Se...											1100			1256	1336		1371			1030			1376	1313	1168	748	791	753	537	183	61					
369	Glow Lamp																													**						67	
370	Logo Quiz - English																																				
371	EA Sports UFC ®	676	556	700	657	760	691	825	921	979	1272	784	681	700	760	794	754	682	755	679	592	536	651	660	799	868	895	857	706	506	176						
372	Fold the World																															923	173	122			
373	Weather Now US Local Fore...																																				
374	Repost for Instagram	135	130	119	106	102	130	149	138	126	137	128	115	113	118	113	126	116	112	123	134	141	155	149	147	146	143	156	171	161	174	184					

nº	App name	OCTUBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
375	Path on - Swipe to Type																																	
376	Hyper Swiper																																	
377	Domino Drop																																	
378	Kick the Buddyman: Origins																																	
379	Club McAuto de McDonald's			1415	1067	1451		1137	1260	567	513	495	590	612	631	625	597	483	473	475	515	660	635	576	570	602	621	624	530	636	537	623		
380	Fallout CHAT																																	
381	Candy Maker Games - Make...																																	
382	Make it Girl - Summer Dream																																	
383	Groupalia - Ofertas, Descue...	282	241	239	290	305	278	262	270	323	224	223	241	281	301	313	390	318	138	189	227	260	269	304	280	337	266	237	253	243	283	257		
384	Sunken Secrets																						650	695	612	751	1439				1212	1092		
385	Fallout Pip-Boy																																	
386	Rayman Fiesta Run																																	
387	Blendimals																																	
388	Acapella from PicPlayPost																																	
389	Yousician - Piano, Guitar, Bas...			1453	1326	1425	1371	1405	991	1319	1100	951	1143	1347	1226													1436	1359					
390	Action Movie FX	1429									1466	1368	1335																					
392	Fragger 2																																	
393	AutoRap By Smule	622	569	552	486	642	616	596	616	563	436	493	490	567	588	669	478	513	526	702	862	800	561	535	468	586	632	623	640	732	563	602		
394	Zapper	778	703	214	112	303	775	1477									1038	1159					1450	1320	1496	1382						985		
395	Who viewed your profile - In...																																	
396	Sleep Bug Pro: White Noise...																																	
397	Runic																																	
398	Drives - Conduce, consigue...	1166	1130	721	1042	977	667	914	1052		1184	1110		657	829	945	819	1260		1078	776	1112	980	794	1005	1003	1155	1022	714	1387	1407	936		
399	CSR Racing	232	295	247	258	314	352	362	374	314	246	195	235	240	293	302	292	254	212	225	258	276	255	273	247	212	248	251	250	245	244	236		
400	Tody																																	
401	Sherpa Next																																	
402	Work Time - Elegant desk to...																																	
403	Geek - Smarter Shopping	245	216	225	198	172	216	223	171	235	231	205	179	157	180	183	174	186	150	149	150	109	137	175	165	138	140	121	136	128	132	154		
404	PowerUp - Retro 8-bit Video...																																	
405	Trial Xtreme 4	665	683	576	474	543	420	506	457	577	776	782	702	598	639	743	606	447	342	352	403	423	577	583	715	603	406	348	450	716	633	781		
406	car2go																																	
407	Bluristic - Pan & Track																																	
408	Musemage - Profesional V...																																	
409	Mobile Strike																																	
410	Firefox																																	
411	JollyChic - Online Mall for...																																	
412	Zombies, Run!																																	
413	Fyuse - 3D Photos	495	526	269	248	342	308	297	266	264	337	389	484	353	188	297	322	446	231	323	302	299	409	335	380	339	235	157	232	194	221	235		
414	BIDI: Lector QR y de Barras c...	154	168	168	208	154	144	160	188	180	172	203	237	199	166	158	160	174	210	182	172	173	145	127	151	185	170	150	133	135	141	120		
415	PDF Expert 5																																	
416	Skylanders SuperChargers																																	
417	Runtastic Results: Workout T...																																	
418	Shadows																																	
419	El País para Iphone	356	464	481	496	444	438	432	428	476	444	441	433	395	428	374	447	423	446	445	396	459	441	342	317	328	352	326	303	310	331	294		
420	Where's My Water? 2	1493		1083	915	1384	1315		1389	1357	1317	888	804	1070			1221	1066	1100			1188		1211	968	1230				1440	1294			
421	El Mundo - Diario online líder...	512	498	538	480	529	499	555	602	540	578	552	498	512	577	503	488	524	515	529	414	497	526	474	450	480	458	385	416	385	407	373		
422	Maratón Valencia Trinidad Al...																																	

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	OCTUBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
423	War Robots																																	
424	Super Nitro Chimp																																	
425	Dinosaur Safari Pro																																	
426	Twist																																	
427	Microtrip																																	
428	The Lost City																																	
429	File Storage - The only file m.																																	
430	Osnap! Pro Time-Lapse &S...			**	***											**	15	31	***															
431	Download Manager Pro - Do...																																	
432	Decathlon	280	287	230	336	287	265	302	292	339	350	407	356	346	311	324	269	362	371	322	293	345	349	358	394	413	385	351	409	375	345	334		
433	Vodafone TV																														748	604	133	
434	Briefr Messaging																																	
435	Kill Shot Bravo																																	
436	Stackables - Layered Texture...																																	
437	Nubefone: Low-cost intert...																																	
438	Starlit Adventures © - Dig ...																																	
439	Snapimals - An Amazing Ani...																																	
440	Episode -- Choose Your Stor...	559	636	682	757	955	1083		555	488	348	153	146	169	345	499	828	546	413	672	622	763	1040	1027	311	159	192	292	364	487	620	511		
441	Sweat with Kayla - female fit...																																	
442	Descendants																																	
443	Hop Hop Hop																																	
444	Runtastic Mountain Bike PRO																																	
445	Roll the Ball - slide puzzle																																	
446	Clue: Period Tracker, PMS al...	433	369	442	268	101	126	153	174	179	153	169	171	179	183	213	243	228	245	270	266	190	215	326	326	404	346	370	383	456	398	395		
447	ZooKazam																																	
448	MiniinTheBox - Samll &Smar...	966	1155	1132	1237	1137	1190	1227	1367	1325	1290	1209		1379	589	442	324	313	324	315	340	318	416	505	285	292	216	221	234	236	324	351		
449	Local Cloud Pro - Open files																																	
450	Week Calendar																																	
451	Mi Yoigo																																	
452	Spiritual Me: Meditation - tec...																																	
453	Gas Natural Fenosa Clientes																																	
454	MotionPortrait																																	
455	Stradivarius	187	191	185	165	180	191	201	191	219	212	189	188	178	196	165	183	199	177	192	183	175	164	187	192	201	196	207	214	188	234	241		
456	PULL&BEAR	156	147	152	124	146	150	156	166	178	157	179	178	175	179	155	157	204	172	202	203	182	177	202	211	195	213	220	157	162	152	200		
457	Bershka	235	219	217	173	215	187	190	196	210	196	212	197	209	200	221	233	226	199	150	206	228	243	256	226	243	268	260	245	216	281	281		
458	Moldiv - Photo Editor, Colla...	198	161	166	157	142	139	151	157	188	180	166	148	136	135	123	132	133	118	146	144	144	135	141	167	157	146	155	164	173	168	167		
459	myMail - Email for Hotmail,...	638	706	1037	1242	937	698	771	951	980		1426	1202	825	787	679	714	1095	1383	1005	748	831	1018	969	1030		793	712	645	704	649	907		
460	Antyz																																	
461	idealo shopping - Price com...																																	
462	Mango MNG	239	285	313	215	234	193	210	187	222	219	218	204	275	264	248	289	245	195	211	237	218	233	251	234	213	243	238	261	314	291	272		
464	Star Wars: Galaxy of Heroes																																	
465	Showroomprive - The ultima...	300	328	34	74	138	240	360	441	600	518	400	405	431	486	550	515	426	370	318	381	512	551	509	501	390	377	449	505	673	650	515		
466	To-Fu Fury																																	
467	Fing - Network Scanner	316	202	312	352	442	339	188	274	381	452	433	468	449	362	434	395	420	429	450	452	472	362	394	403	472	425	463	504	595	584	604		
468	Cube Rule - Split Second Cu...																																	
469	Maps.me - offline map...	440	424	426	482	527	393	383	378	367	379	489	497	545	599	454	425	445	531	544	487	574	548	579	596	645	595	395	449	538	527	548		
470	Sketch Me! Sketch&Cartoon																																	**

n°	App name	OCTUBRE																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
471	25 Days of Christmas - Holid...																																			
472	Sleep Talk Recorder																																			
473	Headshot Heroes																																			
474	Monument Valley																																			
475	Stubies																																			
476	Convertizo 3 - Convert Units...																																			
477	Rayman Adventures																																			
478	Santander Shareholders and...																																			
479	Roasty																																			
480	Carrefour PASS Móvil																																			
481	ElfYourself by Office Depot,...																																			
482	DKV Seguros Médicos																																			
483	Hyspherical 2																																			
484	Spider Square																																			
485	GyroSphere Trials																																			
486	Vivino Wine Scanner	640	555	450	432	506	530	673	495	558	402	250	387	572	752	538	382	354	350	414	421	422	455	357	362	370	575	569	610	261	208	248				
487	Free Transit App by Moovit	255	252	262	273	218	238	195	204	236	165	262	262	207	220	196	135	156	237	216	201	72	208	199	215	256	291	324	251	260	277	352				
488	PNP - Portable North Pole 2014																																			
489	Cheerz - Print your mobile...	833	880	905	512	431	602	870	910	1257	1376	1350	781	516	781	1187				625	834	979	1351	1345	1260		1319	1281	1422	1044						
490	Dear Diary - Interactive Story																																			
491	Draw Something New																																			
492	File Extractor for ZIP, RAR,...																																			
493	UNO & Friends - The Clas...	680	627	563	522	570	671	681	856	636	523	420	401	574	688	806	671	566	484	552	577	524	493	508	589	448	517	620	777	572	677	535				
494	Weight Diary																																			
495	PlayStation @Messages																																			
496	Candy Crush Jelly Saga																																			
497	Snap Up for Snapchat																																			
498	Photo Lab: Art Photography,...	164	165	159	151	156	155	164	160	176	160	139	129	135	139	140	144	146	123	135	141	142	133	136	132	113	123	125	123	138	135	124				
499	CariCartoon - Funny Cartoon...	619	942	1317							307	784	1133												798	1266	588	1099	444	998	1388					
500	Twyp																																			
501	Volvo Car Service														446	543	1049																			
502	JibJab Messages																																			
503	djay 2 para iPhone																																			
504	Periscope	261	257	275	257	264	268	298	245	258	299	298	337	336	350	296	334	411	263	327	283	257	272	290	342	388	467	409	293	166	300	283				
505	Cut The Rope 2																																			
506	Fallout Shelter	1324	1472	1220	1186	1024	1073	1207	963	414	325	277	265	279	261	273	464	240	192	201	235	271	227	410	623	714	778	1005	1083	906	853	800				
507	Fishdom FreePlay																																			
508	Cavernaut																																			
509	The Sims FreePlay	276	226	196	150	187	197	208	251	263	198	160	165	194	227	265	313	205	131	194	270	273	251	265	172	136	160	201	207	227	215	213				
510	Trials Frontier																608	495	522	711	692	583	514	939												
511	Snake'97: retro phone classic				1124		1138	1140	1386							1424	1425						1432						1330	1417						
512	BlockPath Pro																																			
513	Pic Collage Maker, Text on Photo...	389	322	337	297	306	260	279	334	328	381	307	277	262	291	287	317	289	323	383	275	258	258	253	290	228	258	249	248	255	279	298				
514	Daily Insist																																			
515	Iberia Cards																																			
516	God of Light																																			
517	Crazy Wheel by Playspace																																			

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	OCTUBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
518	Face or body swap with top...														**		***															**	
519	Scrubby Dubby Saga																									1302	885	960	1055	948	1219		
520	Arquia Banca																																
521	Vidblend Video Blender: Me...									**	1108		***	**		***																	
522	Piano Tiles (Don't Tap The W...	867	810	622	696	821	1037	855	777	699	609	610	582	744	877	906	877	887	877	956	908	1217	1129	1203	700	711	863	887	849	802	882	646	
523	Ganar dinero con fairTime																																
524	Juicifi - 300+ Raw Organic J...																																
525	Yahoo Mail	372	405	465	460	370	378	320	307	386	451	474	465	452	384	322	424	503	551	484	466	373	431	454	502	527	528	493	476	392	373	403	
526	Gods of Rome																																
527	Delicious - Emily's Hopes an...																																
528	Elecciones generales 2015																																
529	Katy Perry PRO																																
530	Hammer Time!																																
531	Geometry Dash Meltdown																																
532	Chess and Mate - Chess lear...																							**		552	254	***					
533	El Confidencial Elecciones 2...																																
534	Selffun, the smartphones...																																
535	El Mundo Loterías - Premios...											1115			1375	1254	702	1153															
536	iPremio - Lotería de Navidad																																
537	PDF Smart Convert							***																									
538	TuLoteró - Play EuroMillions,...	949	825	1425	585	428	413	493	492	660	631	530	666	557	663	608	493	671	610	633	462	431	666	770	939	849	767	992	1106	1039	419	308	
539	Lotería de Navidad y sorteo...																																
540	Radio Nacional de España	900	860	704	699	950	1048	977	1183	1209	836	885	901	1351	1219	914	996	890	955	832	859	953	726	668	683	632	838	783	916	697	862	909	
541	Lector Lotería																																
542	Shein Shopping - Women's...																																
543	Sniper Fury - Guardian of Li...																																
544	NocheDePaz																																
545	Christmas frames - Create c...																																
546	Christmas Quotes and Mess...																																
547	Frames and Christmas cards																																
548	SantApp																																
549	Create Christmas Cards																																
550	Fliptastic Pro																																
551	FitBit	541	477	401	478	517	426	478	480	454	488	570	586	658	593	705	557	522	588	492	507	546	547	492	543	525	579	636	608	725	656	578	
552	GoPro App	410	380	378	428	456	549	589	559	385	314	301	392	522	424	404	383	328	426	462	505	554	488	390	372	399	456	469	427	395	382	313	
553	Garmin Connect Mobile	438	516	564	619	726	603	444	469	467	450	504	434	420	471	491	567	498	539	499	536	553	535	504	417	432	501	466	436	466	500	457	
554	Video Star	404	489	241	242	358	425	437	414	401	276	209	238	291	366	477	446	286	183	337	493	509	378	361	240	215	323	383	490	447	308	262	
555	Just Dance Controller																																
556	Google Cast	558	572	498	558	647	584	706	589	435	417	440	406	403	404	418	345	324	382	360	308	311	260	280	230	296	329	340	405	403	315	250	
557	ZEDGE Ringstones & Wallpa...	208	211	161	141	173	176	181	189	184	141	126	128	165	182	179	181	175	174	215	184	201	202	286	170	184	193	216	213	200	182	179	
558	My Data Manager - Track your...	771	862	1136		1058	936	1042	973	787	967	907	1034	1114	820	722	842	928	826	847	725	968	741	973	835	1032	981	538	749	812	881	955	
559	MARVEL Contest of Champions	346	412	366	309	310	294	335	358	2511	151	133	121	151	232	150	1165	141	133	170	170	171	214	233	269	273	298	288	282	251	225	170	
560	Traffic Rider																																
561	Legendary Pirates - Pacific																																
562	harmony 3																																
563	¿Y tú qué sabes? - LaSexta																																
564	Funny Call with Voice Chan...											1445			753	636	480	448	377	429	496	541	598	548	575	469	505	476	451	467	421	385	



nº	App name	OCTUBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
565	Dumb Ways to Die 2: The Game	1277		878	692	1365					669	739	872	1148	1166	1237	1175	994	724	1025	1460					834	837	1174	1195		1338	1365	976
566	RALLY THE WORLD. THE GAM...																																
567	Wave - Private Location App	580	605	661	1206																			607	485	506	484	420	598				
568	Volkswagen Race anywhere																																
569	Empire Warfare: Domination																																
570	Spacewar Simulator																																
571	Horoscopes – Daily Zodiac Horoscope...																																
572	InsTrack for Instagram - The Most...	386	347	345	313	324	327	392	443	436	400	353	260	306	274	282	385	309	361	325	329	351	367	334	333	274	322	309	288	372	435	384	
573	New year funny greeting cards - New...																																
574	Retro Collage Photo Editor	193	193	188	170	178	202	219	172	161	203	199	162	147	152	178	197	195	178	180	202	197	172	131	144	123	101	115	138	142	153	169	
575	DMD vClone					**				1168																							
576	Pic Collage - Photo editor...	355	440	331	323	315	355	334	379	327	294	296	295	304	315	315	359	351	275	338	376	391	366	330	363	2291	284	339	386	390	481	370	
577	Magic Photo Collage - Picture...	385	375	356	373	411	368	374	429	426	352	395	408	375	379	335	375	543	628	644	717	866	835	785	979	811	851	1000	1092	1226	1135	1449	
578	Magisto - Magical Video Editor	206	214	204	171	157	199	239	236	248	221	188	191	208	222	230	222	200	222	223	230	248	242	206	198	180	163	183	228	242	265	244	
579	InstaVideo - Video Editor...	1087	970	959	746	887	635	768	1026	949	969	725	694	849	825	923	891	831	609	780	754	975	880	803	711	728	849	735	789	1026	871	951	
580	Photo Grid - Collage Maker...	281	265	224	172	250	261	270	267	228	177	172	220	242	252	282	243	247															
581	Happy New Year 2015 - gr...																																
582	Happy new year frames – Cre																																
583	Video Greetings 2016 - Happ...																																
584	Instant picframe - photo collage...	452	423	354	343	387	405	377	407	470	403	471	555	541	485	382	549	528	401	396	451	595	718	514	506	541	696	812	866	904	653	615	
585	Free Music XXL - Music ...																																

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	WhatsApp Messenger	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1		
2	Instagram	7	8	8	6	4	8	3	4	5	6	7	9	11	4	7	7	7	10	7	7	2	5	5	4	6	6	6	4	4		
3	Messenger	11	9	6	4	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	6	4	3	3	2	3	5	3		
4	Layout from Instagram	14	14	22	32	34	27	20	19	20	28	28	31	30	23	14	20	24	23	28	31	30	23	24	30	30	29	30	27	25	24	
5	Facebook	10	10	7	5	6	4	5	7	6	7	5	7	5	3	6	5	4	4	4	4	4	8	6	5	5	4	2	3	7	5	
6	Youtube	6	11	10	10	14	11	6	5	10	16	13	14	13	6	5	9	12	13	12	13	6	7	8	13	14	10	10	2	3	9	
7	Google Maps	19	23	21	19	19	16	14	15	17	19	16	16	18	17	17	17	17	17	15	16	20	22	21	20	19	18	15	16	22	22	
8	Happy Wheels	319	372	269	184	247	245	217	266	377	489	448	318	351	526	258	307	363	353	334	388	302	278	374	438	430	489	410	328	348	467	
9	IKEA Catalog	459	366	447	535	607					620	555	493	565	569	504	576	591	571	504	445	507	452	425	377	399	358	409	440	461	542	
10	Spotify Music	13	13	19	18	18	14	15	13	18	18	15	17	16	15	10	15	14	15	14	15	16	11	15	18	20	16	18	15	16	21	
11	Wallapop	12	5	2	3	5					4	6	5	12	11	1	2	2	3	5	10	8	1	1	2	2	3	13	13	2	2	
12	Snapchat	4	6	12	17	17	17	13	9	16	20	20	22	21	16	12	18	16	18	16	18	18	12	16	19	21	19	17	14	12	17	
13	Shazam	27	26	27	30	33	21	19	20	24	26	27	28	25	22	26	30	28	24	22	20	23	26	27	29	26	27	21	23	24	26	
14	RPG	222	222	229	275	316	622	906	928	1292	1485																					
15	Skype para iPhone	28	28	29	29	31	25	26	21	21	27	24	32	29	31	29	26	30	27	26	30	33	29	30	25	29	26	26	28	29	31	
16	Mitele web & TV	251	219	183	208	177	156	161	34	72	134	154	89	131	176	210	217	141	213	246	203	240	281	237	261	278	281	311	278	298	269	
17	Agar.io	62	63	85	111	121	103	62	60	81	103	117	133	114	97	90	133	136	147	157		101	93	121	132	141	140	145	93	105	132	
18	AliExpress Shopping App	1	2	5	8	9						3	1	1	3	8	4	4	5	6	13	14	17	3	3	7	8	12	14	17	10	8
19	Juasapp	24	16	20	22	22	20	17	18	19	21	22	24	22	21	20	19	19	20	18	17	21	13	19	17	16	15	16	20	15	20	
20	Twitter	30	34	31	27	24	23	23	28	26	31	26	29	27	19	23	21	22	21	23	21	25	31	28	28	25	25	25	25	32	32	
21	Tiempo y Radar - Morecast	3	4	33	97	207	197	18	52	27	36	42	18	40	40	34	45	48	29	44	62	29	42	55	51	62	62	134	258	221	29	
22	iMovie	15	11	9	9	7	3	4	8	7	8	4	6	4	5	8	6	6	5	3	3	5	10	7	6	4	5	4	7	11	7	
23	Free Music - Mp3 Player and Streamer																															
24	Radio Cope	753	708	663	480	475	541	721	534	388	507	492	566	649	396	591	391	415	401	558	579	176	387	419	434	377	202	411	451	340	502	
25	Gmail	39	36	26	23	21	18	22	31	25	22	21	23	23	24	33	28	20	19	20	19	31	34	25	22	22	21	22	24	31	25	
26	Milanuncios - laforma más fácil de...	35	33	30	33	36	32	38	38	28	33	32	38	45	45	45	36	36	33	36	47	61	63	49	48	37	41	47	60	58	47	
27	Dropbox	40	35	25	28	27	19	28	30	23	30	23	26	26	33	36	29	27	26	27	28	39	40	34	31	28	20	24	31	34	33	
28	Pages	16	17	14	12	8	5	8	10	9	9	8	8	6	7	11	8	8	7	6	5	9	14	9	9	7	7	5	8	14	11	
29	Bullet Boy																					509	482	514	554	591	615	580	525	1384		
30	Alpify	9	31	50	65	75	116	40	33	75	49	43	57	43	18	13	44	141	109	120	52	7	4	20	42	102	95	138	35	27	41	
31	Find My Phone																															
32	Numbers	17	19	13	13	11	6	9	11	11	10	9	10	7	9	15	10	9	8	9	8	10	15	10	10	10	8	7	9	18	12	
33	Keynote	18	21	17	11	10	7	10	12	12	11	10	11	8	10	16	11	10	9	8	9	11	16	11	11	11	9	8	10	17	13	
34	Emoji for WhatsApp, Kik Messenger,...	215	213	223	209	202	173	190	251	214	208	225	229	285	318	319	237	207	220	247	249	262	355	420	333	273	298	261	251	362	271	
35	iTunes U	20	22	16	15	13	10	12	17	14	14	12	13	10	13	19	13	12	12	11	12	14	20	14	14	13	13	11	12	21	16	
36	GarageBand	21	20	15	14	12	9	11	16	13	12	11	12	9	12	18	12	13	11	10	11	12	19	13	12	12	11	9	11	19	14	
37	1010!	269	282	338	317	330	291	254	267	310	310	343	329	271	216	169	148	103	103	95	114	128	170	207	202	197	225	194	210	201	217	
38	Extreme FX - Make Special Movie with...																															
39	Traductor de Google	32	29	24	25	28	26	30	29	22	25	25	27	28	28	31	24	23	22	21	23	38	37	29	26	27	28	31	34	33	34	
40	Fintonic - Tus finanzas personales...	34	37	39	84	97	118	115	216	164	136	57	85	151	280	190	94	129	123	142	261	435	300	296	291	333	328	361	44	131	178	
41	Comunio	289	235	226	234	261	198	260	238	211	264	265	295	331	378	451	416	416	429	417	346	412	384	359	330	341	327	330	346	303	359	
42	running,...	110	112	101	82	83	97	107	71	60	52	55	65	81	124	98	65	67	83	77	118	146	125	107	106	108	118	143	123	109	101	
43	IKEA Store	187	146	158	220	209					185	221	200	219	195	192	210	217	244	263	228	223	209	193		117	114	135	133	169	194	
44	Privalia - Outlet online de moda	54	50	37	44	30					32	37	50	42	34	25	23	33	39	49	66	77	49	26	21	18	24	27	33	36	35	
45	Burger King España	29	30	41	40	40	31	25	25	30	44	58	59	39	27	27	33	51	56	43	35	27	24	36	49	53	42	23	22	23	28	

nº	App name	NOVIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
46	Score! Hero	281	267	310	320	329	287	249	259	295	314	322	323	349	380	362	399	445	443	349	295	291	282	298	276	245	184	163	141	97	89
47	YOMVI	41	59	61	68	69	44	39	24	33	60	72	91	87	81	79	97	105	90	88	61	15	33	56	60	69	80	82	52	37	66
48	Dubsmash	33	45	56	60	68	57	51	46	55	70	75	79	73	62	57	73	66	60	61	73	66	58	70	63	58	56	56	50	38	58
49	Chrome, el navegador web de Google	53	60	52	47	47	40	41	51	52	54	46	44	46	41	53	48	52	47	39	44	50	71	64	53	48	39	41	39	54	55
50	Booking.com: reserva en más de...	86	77	63	56	57	46	55	74	61	57	51	58	49	75	91	63	58	55	54	54	81	86	63	44	54	51	58	66	65	42
51	TripAdvisor Hoteles Vuelos Restaurantes	77	96	77	75	70	56	49	43	47	62	69	68	63	53	46	62	75	91	94	96	93	88	90	97	107	112	109	95	88	106
52	Microsoft Outlook: correo electrónico...	65	51	47	2	2	15	29	49	38	38	33	34	33	52	77	52	40	42	38	39	63	89	57	41	33	31	39	45	48	39
53	GRU. mi villano favorito: Minion Rush	31	39	53	57	67	74	59	41	68	92	131	130	106	61	44	78	95	104	103	106	56	45	85	99	130	116	101	81	70	116
54	Runtastic Butt Trainer, glúteos firmes...																														
55	Música gratis	49	46	51	50	54	47	43	45	51	51	48	55	47	44	47	51	56	54	41	40	46	50	54	46	51	50	59	38	40	50
56	Cooking Mama Let's Cook!	809	748	913	952	1341	1075	1316	702	772	1271				808	785	973	1152	1423	1477		969	804	1143				1096	891	1002	
57	Google	38	43	40	37	39	28	31	36	32	41	35	37	38	32	38	35	39	35	29	36	43	44	50	34	35	33	40	37	39	48
58	VivaVideo - Aplicación gratuita de video...	70	64	83	86	106	81	67	58	57	63	80	104	101	79	55	61	70	86	90	100	80	77	88	89	99	91	86	70	56	65
59	Lumyer - Efectos de video para sus fotos	115	387	721	1042	1272	1330	1099	988	876	978	1382			845	455	472	366	357	339	293	365	331	307	543						
60	Geometry Dash Lite	75	101	145	164	232	212	112	72	113	184	227	271	201	115	96	147	170	231	251	182	155	112	159	251	254	268	212	122	103	157
61	vibbo - Lo vivo y luego lo vendo	85	72	70	67	72	73	88	84	71	68	73	73	93	111	102	79	60	45	42	42	65	68	59	65	46	46	70	84	87	67
62	Paradise Bay	552	386	390	441	464	472	474	462	485	425	543	469	625	712	611	646	477	415	496	486	410	419	436	406	534	497	475	556	532	295
63	La Liga - App Oficial	127	168	218	243	231	217	173	140	125	160	202	246	236	201	184	231	222	252	307	364	174	207	315	396	387	453	474	198	192	264
64	Retrica	72	86	98	108	116	82	58	68	86	100	102	103	97	73	75	102	104	105	107	111	94	95	116	117	103	109	102	69	77	104
65	Infojobs - Buscador de ofertas de empleo.	130	66	45	43	45	45	79	124	53	34	34	40	50	82	97	43	37	37	40	51	123	144	46	35	41	49	76	132	171	63
66	Marca - Diario Líder deportivo	71	100	103	81	84	78	57	48	58	90	96	90	105	72	85	109	107	97	86	112	42	61	95	127	134	115	131	85	79	108
67	futmondo - Manager de fútbol	567	506	454	474	460	483	603	593	403	431	373	429	615	862	1014	789	592	656	762	828	868	798	871	725	691	955	608	773	646	495
68	Mi Movistar	103	88	62	52	55	55	61	88	79	72	74	74	80	107	132	107	96	71	74	80	111	145	126	102	94	97	72	98	124	103
69	PicsArt Photo Studio	51	70	81	92	92	84	64	59	64	80	92	99	86	65	59	71	82	88	84	85	72	70	78	91	104	96	76	59	74	
70	Jetgo: compra y vende productos de...	79	84	74	77	91					105	85	148	252	299	285	411	565	340	560	91	110	113	94	98	101	103	130	137	143	297
71	Amazon Móvil	37	32	34	35	37					24	19	21	24	29	32	37	32	25	25	22	32	25	12	15	15	14	12	6	6	6
72	Krashlander - Ski, Jump, Crash!																														
73	Pinterest	52	58	54	51	51	49	50	54	45	48	49	51	54	56	49	47	46	49	46	48	52	48	47	47	47	47	55	55	51	51
74	PAC-MAN 256 - Laberinto sin fin	234	327	408	516	629	741	617	784	721	847	988	1065	786	687	772	736	1081	1373	1217	1447	1149	1346					757	165	81	87
75	Clash of Clans	50	68	68	71	76	70	53	61	65	78	77	95	83	55	56	70	81	92	89	98	58	65	81	87	91	84	74	58	55	79
76	Apple Store	152	148	160	153	155					40	36	36	34	38	50	40	35	34	31	26	37	56	48	36	40	38	33	36	52	52
77	Candy Crush Saga	59	71	65	53	56	54	56	64	63	65	62	66	62	54	61	69	61	57	55	58	55	57	66	62	59	58	63	48	41	54
78	Flipagram	126	140	168	182	206	179	165	134	127	137	134	146	150	135	112	150	144	172	182	175	165	137	153	142	157	165	178	160	128	155
79	Job Today	259	197	73	66	90	131	140	163	31	29	29	30	37	68	129	68	43	51	48	63	102	117	44	43	39	75	118	181	211	80
80	chicfy - compra y vende moda	350	102	72	99	62					107	152	111	148	275	325	108	91	125	144	237	315	268	98	94	154	200	254	309	300	171
81	Rain Alarm	147	74	127	211	384	537	620	887	1101	1163	1043	1157	1131			1277	1184	1130	891	310	411	479	590	826	862	871	947	1039	1196	
82	BlaBlaCar - Compartir coche	92	80	55	49	48	50	75	106	94	87	93	96	98	137	174	125	115	115	109	107	153	149	114	103	110	111	91	117	119	105
83	MyMP3	253	262	263	283	283	262	237	281	245	240	247	251	240	234	293	301	282	239	255	254	299	341	333	313	336	309	310	300	282	309
84	RenfeTicket	64	53	57	80	82	83	128	133	119	112	107	112	108	154	162	140	143	137	129	131	182	178	137	118	119	121	97	114	134	119
85	Google Drive	63	48	48	42	43	43	52	70	46	45	40	43	48	64	62	41	41	36	34	46	75	87	52	38	42	40	50	67	72	53
86	Mi Orange	114	103	79	59	59	48	54	83	69	64	53	52	57	74	109	67	55	52	51	49	69	109	83	84	64	48	57	79	106	68
87	Mi Vodafone	113	116	76	62	77	62	76	113	87	69	68	75	66	94	114	98	79	70	56	56	89	111	87	86	70	66	69	87	121	82
88	BBVA   España	133	115	64	54	50	41	73	156	70	55	56	45	52	105	180	87	54	53	53	50	104	159	92	67	52	45	42	74	118	56
89	InstaSize - Photo Editor	102	117	144	131	130	119	100	87	100	120	132	143	145	112	108	123	137	144	117	139	113	105	135	116	123	131	142	125	112	126
90	edjing 5																														
91	Sing! Karaoke by Smule	47	47	49	45	49	39	33	35	35	43	45	53	53	48	51	57	59	61	57	59	53	59	67	69	76	63	66	64	60	72
92	Followers + for Instagram	106	104	113	130	148	166	145	118	107	114	126	136	147	156	140	144	135	149	164	185	173	127	130	126	145	146	167	155	120	131

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (IOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
93	Criminal Case	307	300	317	322	301	331	292	207	281	355	266	262	345	317	313	345	353	365	383	367	346	320	388	347	329	405	404	387	330	303
94	Free iMusic Play Plus	145	144	151	138	159	132	141	166	215	200	232	206	183	205	183	230	255	210	208	216	255	278	327	297	321	276	287	266	296	283
95	Sygiç: GPS Navigation, Maps,...	476	418	500	475	437	343	324	398	373	385	382	378	361	414	408	244	42	43	87	104	119	126	250	380	56	107	189	295	405	441
96	Radio FM España	97	125	96	76	79	90	74	76	62	77	84	76	85	67	81	77	85	77	71	83	34	52	79	85	84	78	103	88	82	97
97	Piano Tiles 2	137	156	193	214	213	177	114	115	144	220	192	232	186	143	122	163	189	189	156		109	100	136	164	166	151	147	106	92	125
98	La Nevera Roja	91	111	182	253	198	150	103	57	83	138	239	250	199	118	70	116	191	222	221	151	99	73	112	216	314	273	137	121	93	135
99	Magic Piano by Smule	162	151	201	201	201	169	125	114	152	177	216	245	228	153	163	206	212	225	257	233	168	158	198	224	287	274	249	170	142	180
100	Vueling - Vuelos baratos	155	162	131	115	105	106	133	158	124	140	119	113	124	191	217	171	164	157	147	159	253	233	178	155	135	148	105	147	164	152
101	Catch the mask																														
102	Fisheye Plus Pro																														
103	Perfect Shift																														
104	FancyKey - Customiza tu teclado...	648	719	679	693	785	731	608	620	722	797	1150	1196	1232	724	1005	1214	1046	1245	1021	1381	1205	1078	1072		1251	1225	1408	946	942	1006
105	Plate Patrol - Stop Thefts and other...	5	12	18	26	58	76	86	23	4	17	18	20	17	20	22	31	31	32	35	6	13	18	17	23	23	32	53	32	43	60
106	Google Photos - free photo and video...	189	176	194	173	166	141		152	158	166	175	172	180	177	188	168	184	162	175	189	185	189	192	190	209	229	218	222	208	201
107	Candy Crush Soda Saga	55	62	66	61	66	80	101	111	120	122	140	127	99	84	83	80	78	78	81	78	86	74	68	70	75	71	77	89	91	96
108	SoundCloud - Music & Audio	176	180	169	146	153	135	144	171	169	150	128	132	134	133	134	146	126	138	126	130	134	143	142	160	175	166	165	118	139	156
109	Google Earth	111	124	128	124	109	95	110	109	110	118	109	115	102	114	110	135	122	107	119	125	131	124	146	120	128	125	124	119	116	122
110	Telegram Messenger	119	109	92	87	81	69	94	120	97	84	82	80	77	100	111	112	92	84	66	68	96	104	89	74	79	57	52	62	85	64
111	Frozen Food Maker - Cool Summer																														
112	Buddyman: Independence Kick																														
113	Declaración iDEA	1173				1398	1397																								
114	Wake Alarm Clock																														
115	Galaxy Voyage																														
116	Duolingo - Learn Languages for Free	98	24	3	7	15	22	34	40	42	47	50	48	55	71	73	86	77	63	58	64	83	90	86	83	80	81	93	94	99	98
117	Zara for iPhone	95	97	102	94	95					102	90	93	107	109	100	91	93	93	93	97	84	75	69	61	49	36	20	30	35	43
118	AlertCops			1141	1400	1034	935							458	762	598	612	662	911	1030	1401		1043	1011	544	320	486	861	1395	1209	
119	Google Street View	341	384	336	329	266	260	271	335	298	303	280	290	414	362	345	371	332	349	321	329	453	377	422	341	332	374	333	344	339	355
120	Flick Kick Football																														
121	UNKILLED	1192	1217		1433																										
122	Eltiempo.es+	109	98	134	178	236	243	291	304	334	367	312	301	289	328	361	327	320	300	217		97	85	71	114	158	211	275	352	334	357
123	Dungeon Boss						1451	1346	1152	1498	1270		1307	1121	1242	1478				1277	1109										1224
124	SocialDrive	81	120	136	145	147	100	95	99	114	147	149	123	109	127	115	152	149	158	170	113	100	120	155	171	168	187	139	126	127	150
125	izi.TRAVEL - Guide ↯ Offline Maps																														
126	Eurobasket 2015 Official																														
127	Bridge Builder Simulator - Real Ro...	1309	1345				1376	1485	1179	1116	1493		1302	1275	1272	1319	1354					1303	1402	1427					1393		
128	Foster's Hollywood	56	67	100	122	107	87	44	55	88	126	145	140	111	63	48	99	152	151	148	123	64	72	100	145	149	153	78	46	50	85
129	Island Experiment																														
130	Memquiz																														
131	Seashine																														
132	WedShoots	729	982	1178	892	686	360	435	611	917			792	1295	1369					1367	1177	1118				1179	1301	1296	1312		
133	Subway Surfers	107	126	181	228	264	246	146	130	170	245	330	415	393	215	173	285	337	317	306	272	192	165	246	298	317	329	282	191	155	243
134	rop																														
135	JUST EAT - Comida a domicilio	46	54	95	133	176	130	81	56	76	132	204	207	196	102	72	106	159	186	207		112	69	113	192	284	227	146	116	74	114
136	Brain Wars: Competitive brain trainig	704	874	955	1153	1147	1119	969	745	907	1103	1339	1255	1255	1090	1285	1238	1297	1344		1064	790	835	1018	1056	1238	1415	1349	1423	931	1425
137	vente-privee - flash sales: discount...	271	234	280	372	377					251	243	256	344	58	106	218	259	289	350	381	420	339	320	303	337	294	355	373	331	378
138	Rolling Ruler - Measure Length Eas...																														
139	YouCam Makeup - Virtual Makeov...	68	73	82	101	120	94	85	69	73	79	87	87	90	87	64	85	88	100	104	110	98	92	91	101	115	117	123	104	86	107

nº	App name	NOVIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
140	fotocasa rent and sale	150	114	106	110	123	133	154	144	117	95	110	107	100	95	82	49	53	58	60	74	107	94	82	88	88	90	110	101	83	83		
141	Weight Tracker QuickLog.me																																
142	Linkedin	174	132	71	70	65	75	113	151	90	67	71	77	91	142	165	104	65	74	79	99	160	203	111	76	86	86	114	144	175	113		
143	Tinder	76	75	89	74	71	60	65	67	59	76	78	83	76	83	71	74	74	82	69	81	78	78	73	71	67	76	62	71	67	62		
144	Can you get 11 - Simple & fun puz...																																
145	11 Circle - Addicting puzzle free g...																																
146	Companion: Never Walk Alone - Yo...																																
147	Kill Shot																																
148	Hotspot Shield VPN - Free Unlimit...																					1201		1208		1400							
149	Crossy Road - Endless Arcade Ho...	218	243	397	464	407	206	129	105	139	172	182	214	278	258	233	348	455	426	368	371	292	234	370	404	523	565	348	236	207	314		
150	Princess Jewelry Shop - Fashion B...																																
151	Unit Converter ∞																																
152	Vogue Fashion's Night Out 2016...																																
153	Liga Fantástica MARCA																																
154	Educamos - Aplicación de familias	689	584	490	388	350	345	605	760	486	392	391	386	318	540	638	450	403	361	491	753	1013	1122	678	562	527	461	791	775	944	604		
155	eBay: Buy & Sell Electronics, Fashio...	131	118	97	93	85					85	79	72	82	99	89	95	97	99	80	89	91	80	80	80	87	82	89	111	95	77		
156	8 Ball Pool	157	137	123	119	101	93	116	119	115	123	120	142	117	125	121	124	139	128	114	124	122	118	117	131	139	133	132	138	130	137		
157	CamScanner Freel PDF Document S...	156	123	90	64	61	66	126	193	106	86	63	61	70	144	177	88	69	62	59	65	152	184	106	68	68	70	79	136	204	123		
158	Shopping Jam - Ready, Set, Shop																																
159	Infinity Blade III																																
160	Star Wars: Uprising	368	367	466	453	429	750	1301						483	376	321	352	395	402	399	490	490	437	557	701	605	630	694	1166	1168	1308		
161	Slow Down																																
162	FireChat																																
163	CaixaBank	58	55	44	36	38	30	47	77	56	46	39	39	44	59	94	59	44	46	37	38	70	102	77	59	44	37	34	40	57	38		
164	Paper by FiftyThree - Sketch, Draw...													1156	1425																		
165	Mucho Taco													747	409	366	415	491	528	599	482	411	400	530	565	526	519	583	913	1121	1267		
166	Boom Boom Football																																
167	Followers Powers for Instagram - fr...																																
168	Audiobooks HQ - 9,750+FREE &...																																
169	BeSoccer - Soccer Live Scores, Ne...	89	131	139	148	132	121	92	65	89	131	160	182	176	166	136	149	182	216	260	332	142	101	157	235	269	252	286	171	104	173		
170	Jobandtalent - Recruitment Search...	142	56	32	31	29	33	70	92	34	42	52	60	34	158	175	113	100	65	75	115	213	235	108	100	96	108	174	250	200	120		
171	McDonald's España - ofertas cerca...	26	27	35	41	41	29	27	36	53	64	64	59	42	41	56	76	72	62	53	45	43	76	95	92	73	54	49	46	69			
172	Sky Hero ®														1477		1463		1494	1395		1471	1324					1302	443	427	433		
173	CloudBeats Pro - Cloud Music Play...																																
174	Waze - GPS Navigation, Maps & So...	116	122	121	109	102	63	171	91	103	115	101	106	89	117	131	151	151	146	121	117	136	148	165	157	151	135	112	108	123	121		
175	Photojector																																
176	Pop the Lock	549	538	578	620	469	510	430	521	581	465	495	353	379	437	432	513	585	492	479	593	622	821	973	1133	1232	1256	1210	1436	1170	1142		
177	La Liga TV- The official online TV t...	361	557	888	1222	1435	1315	595	377	323	714	1248		1453	1419	1487	1265	1332		1353	1396	251	155	286	495	1013	1305		542	305	425		
178	Gran Hermano OFICIAL	73	52	80	106	134	52	96	129	96	148	173	102	35	88	150	129	160	126	160	94	151	269	230	309	174	277	38	97	156	111		
179	Thermo-Hygrometer (Barometer, F...																																
180	VILLOID - fashion, style, community...															1483																	
181	Zalando - Fashion and Inspiration	82	61	58	78	94					82	86	92	128	151	120	83	68	80	96	82	68	66	60	55	55	53	46	54	53	46		
182	Kylie Jenner Official App		718	876	1098	1244	875	1097	1174		537	518	741	852	1462								900	601	578	859	992	1141	1410	795			
183	TotalChannel			864	709	596	1112																			1384	1383						
184	Office Lens	1191	1247	1134	1183	1000	765	984	1259	1095	1463	939	863	1137	1296		1068	1042	1146	963	1164		1143	1199	1000	1063	691	1139		1488	1174		
185	EA SPORTS FIFA 16 Companion	292	238	290	330	335	306	374	379	315	319	302	351	426	383	352	370	399	430	419	406	349	337	392	376	361	413	339	332	251	315		
186	IQ Mission 2																																

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
187	ONO TV Online Smartphone																															
188	Microsoft Word	123	89	78	58	64	65	83	1022	78	74	61	62	64	106	105	90	71	68	70	76	127	119	109	82	85	72	80	103	110	93	
189	Microsoft OneDrive - Cluod storag...	290	246	230	187	189	199	264	288	184	196	203	198	222	277	225	221	187	191	210	202	263	264	263	206	227	220	205	223	219	183	
190	Orange TV	276	399	297	251	269	341	321	253	286	400	542	536	418	428	555	582	442	462	352	275	105	261	369	369	312	253	408	291	316	362	
191	Google Calendar	301	210	180	166	151	154	248	317	159	171	147	129	167	242	302	226	192	156	180	222	336	334	249	178	193	194	202	283	243	198	
192	Speech Recogniser: Convert your...																															
193	myTuner Radio - Live AM / FM Radio...	167	194	170	154	145	145	130	126	118	99	113	128	164	96	135	122	121	134	146	173	51	76	97	143	146	134	151	145	129	142	
194	Fever - Best things to do in your city	128	133	118	116	126	107	97	101	102	124	124	159	204	244	248	240	183	171	184	167	198	174	169	211	201	228	187	182	179	207	
195	Buddyman: Kick 2 Free																															
196	Agent Molly - Pet detective																															
197	Deer Hunter 2016	694	783	661	599	745	740	600	635	582	597	546	568	530	578	655	702	837	641	824	718	755	628	695	699	763	1008	920	974	791	940	
198	Endless Sky	392	465	485	559	579	615	387	448	674	865	831	811	818	647	621	656	975	921	993	867	730	752	816	603	570	502	659	588	871	1059	
199	Gravitarium Plus - Live Music Visua...																															
200	BuzzFeed																															
201	Crazy Museum Day - Epic Adventu...																															
202	Shadowmatic																															
203	Official Rugby World Cup 2015 App																															
204	Air Wings																															
205	Auctioneer																															
206	Mercè 2016 Festa Major de Barcel...																															
207	LOVOO - The new free chat app to...	93	99	88	100	88	92	90	86	74	83	103	98	103	113	88	81	94	106	112	128	130	98	103	111	105	98	115	115	111	112	
208	Angry Birds 2	61	57	59	69	99	108	87	117	111	125	130	149	206	253	273	342	380	323	364	334	293	265	324	301	342	359	323	277	284	383	
209	Free Music HQ - MP3 Player and Pl...	158	167	192	179	226	172	157	165	209	176	186	185	163	170	186	185	188	178	192	172	163	179	218	226	223	185	156	99	96	117	
210	Order & Chaos 2: Redemption	942	876	828	1179	1207	1245	1382	1041	1236																						
211	Asphalt 8: Airborne	74	76	111	120	115	136	104	112	151	186	188	197	153	89	80	115	133	141	143	138	115	97	131	139	148	144	125	107	89	124	
212	El Mundo 360 Realidad Virtual																															
213	FITAPP GPS - Running, Walking &...																															
214	Gummy Drop!																					1307										
215	Golden Manager - Manage your so...								1494				1298	1417	1424	999	694	336	369	485	612	957	1051	1233	1382	994		1339	1047	1417	1449	
216	Visage Lab - makeup genius: beaut...	100	94	107	121	113	126	108	80	80	106	118	122	144	128	86	96	109	121	115	134	126	106	104	119	127	142	175	129	101	128	
217	Free iMusic Play PRO - MP3 Player &...	847	807	894	771	834	857	802	959	1051	771	768	698	778	763	754	1007	888	836	657	866	847	975	1011	1050	1051	930	973	732	775	907	
218	Atresplayer	141	147	135	102	136	127	179	221	162	158	161	167	179	126	87	131	148	118	153	156	238	229	177	138	147	162	162	168	152	163	
219	Mindfulness Daily																															
220	Mediazines - Quiosco de revistas i...	395	334	443	528	791	470	563	552	456	541	426	621	639	843	908	569	576	695	954	997	1102	1011	1065	1043	1354		1488		1474		
221	My Talking Pet																															
222	Amazon BuyVIP	324	324	301	368	348					352	164	152	152	290	491	444	354	329	271	282	330	288	184	152	133	136	140	105	113	100	
223	LEO Privacy -- Password Manager...																															
224	Free iMusic Play - MP3 Player &Stre	144	141	155	159	158	115	117	139	148	152	127	144	130	131	128	156	150	145	140	148	144	153	171	175	161	145	107	65	61	75	
225	WordReference Dictionary	201	171	154	105	108	113	172	197	129	104	98	101	136	184	207	161	124							255	156	209	253	228	177		
226	Speak & Translate - Free Live Voic...	262	278	281	250	237	232	230	252	192	202	201	210	235	224	223	207	178	170	189	227	226	215	227	220	205	208	221	308	223	220	
227	Runtastic Push Ups PRO - Workou...																															
228	FIFA 16 Ultimate Team	105	95	108	118	122	117	93	110	123	164	180	199	208	168	133	179	231	269	240	196	189	167	220	213	228	226	203	174	159	197	
229	Elections 27S																															
230	Radio España FM Gratis	761	909	825	707	591	569	672	662	592	629	651	798	739	492	656	653	593	520	507	571	334	530	568	478	467	454	542	657	761	653	
231	Sabadell Consumer																															
232	Mi Fibra Ono	619	555	520	469	326	269	405	571	419	250	326	440	474	480	608	510	294	319	398	366	496	709	499	413	366	373	450	525	480	455	
233	Subasta de Ocio - Viajes Hoteles E...	90	90	104	104	111	101	69	53	50	73	59	49	69	91	65	75	63	66	78	95	62	51	42	54	61	87	119	172	102	71	

nº	App name	NOVIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
234	Regatéame - Compra-Venta de s...	659	489	448	485	532					451	443	490	540	598	666	553	614	580	617	628	642	581	556	572	666	561	726	616	616	607
235	Soccer Star 2016 World Legend	626	636	777	970	957	778	968	946	736	893	1082	1319	805	1004	921	1081	893	1007	1188	791	748	690	766	825	761	956	737	645	453	513
236	Marry Me - Perfect Wedding Day!																														
237	Music Quiz Duel - name that tune...																														
238	Vodafone Backup+	842	906	261	395	284	68	170	312	352	496	558	591	628	771	1130	536	514	587	438	563	789		923	656	790	631	638	953	1457	658
239	iMusic Player Plus - Free Music Str...	78	78	99	79	93	85	66	73	91	89	91	110	96	98	101	121	106	114	101	109	108	107	122	108	132	124	122	109	126	139
240	Stair Free																														
241	Doodle Jump SpongBob Square...																														
242	Yelp	627	625	736	660	588	853	745	507	468	350	365	599	574	699	784	822	710	947	748	721	711	734	763	871	728	829	771	701	707	703
243	Move to measure - Flying Ruler																														
244	BBVA Seguro Coche Asistencia: la...																														
245	Disney Infinity: Toy Box 3.0																														
246	Floors																														
247	mytaxi - The Taxi App	36	81	126	155	175	122	121	160	188	288	305	155	68	57	76	114	123	132	105	69	59	84	118	133	137	130	99	110	140	174
248	Free Music Play - Mp3 Player & Stre...	213	250	265	242	249	196	210	212	259	246	212	223	223	208	270	296	293	285	269	271	285	285	278	274	297	272	301	271	268	296
249	Wish - Shoppnig Made Fun	94	93	94	90	96					66	54	54	56	60	52	50	57	59	63	77	79	54	39	50	43	34	29	26	26	23
250	Khan Academy: you can learn anything																														
251	Cool...																														
252	Ditty by Zya				1225	1489					1204	1010	1477	495	1034	1435															
253	Elecciones Cataluña 2015																														
254	Socialize	151	139	147	137	137	129	160	162	140	139	143	162	171	164	144	145	142	142	124	155	145	123	115	110	129	137	154	159	135	154
255	The Lost Ship																														
256	Annotate...	190	159	115	91	78	86	120	155	128	91	89	82	78	123	154	128	112	98	100	103	147	139	93	73	65	68	68	100	122	94
257	Inbox by Gmail - a new email app that...	382	420	307	245	216	233	311	381	289	305	241	265	266	382	498	312	256	247	276	269	355	378	305	257	291	261	278	345	408	293
258	H&M App	219	161	159	96	25					187	185	203	231	263	215	191	195	192	186	190	241	182	179	153	169	132	73	86	94	110
259	ING Direct España. Banca Móvil	182	153	124	129	125	114	137	189	178	162	135	135	146	198	283	216	172	161	154	163	212	272	234	183	153	158	127	161	213	
260	Videoshop - Video Editor																														
261	Kitty Love - My Fluffy Friend																														
262	Gemeliers Official App																														
263	Need for Speed No Limits	198	149	146	132	117	89	68	63	54	61	65	88	95	92	107	137	153	163	241	263	259	238	313	352	330	262	260	265	263	279
264	My NBA 2K16	572	449	607	744	790	743	989	977	993	1006	955	961	1025	1213	1066	1287	1173	1277				1244	1454		1453	1441	1243	1075	878	955
265	Notes Note-Ify: Colorful notes with...																														
266	Santander	179	163	117	89	103	88	134	199	112	93	95	108	113	155	218	154	118	112	102	116	167	260	162	136	109	104	87	127	170	99
267	readind...																														
268	My Sketch - Pencil Drawing Sketches																														
269	SuperManager KIA	990	1292																												
270	SimCity BuildIt	57	49	60	73	104	152	224	223	264	293	238	254	354	197	160	192	205	195	230	232	237	241	300	322	344	377	390	180	132	159
271	Drink Water Reminder PRO - Drinking...																														
272	Torque Burnout																														
273	VIP Pool Party - Make a Splash!																														
274	BBVA net cash	799	416	240	278	253	272	601	480	44	58	81	94	127	373	420	27	29	38	65	75	269	488	148	109	120	123	153	348	642	161
275	Turbo Downloader Free - Amerigo...	84	91	105	88	87	67	63	75	77	71	67	71	72	77	69	82	72	76	72	86	82	79	75	81	77	64	64	68	71	78
276	Nestlé Cocina - Recetas fáciles,...	553	533	122	193	273	487	548	370	566	655	516	685	828	1307		875	521	578	579	587	927	778	649	412	525	773	931	721	601	717
277	Bowling King	342	371	440	506	470	505	456	433	408	447	455	521	499	486	419	432	556	440	577	542	535	486	487	496	493	446	386	466	537	478
278	Star Wars	1340					1422		1446													1281	1346			1332	1118	1163		1134	1353
279	(Premium)																														
280	Billionaire																														

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
281	Chicisimo - Outfit ideas for...	265	245	315	357	382	359	278	226	237	285	316	352	396	329	127	89	131	165	188	239	188	152	210	233	283	321	335	303	274	341	
282	Learn English with Films - AB...	83	87	86	85	80	77	77	90	99	88	66	70	71	76	63	64	80	95	68	25	24	21	18	16	17	23	32	59	78	91	
283	Splashtop CamCam																															
284	Lily & Leo - Crazy Circus Day																															
285	Sonic Dash 2: Sonic Boom	746	896	914	1130	1173	890	599	659	726	763	686	818	789	632	661	652	812	1181	1090	993	1070	714	1000	1082	1454	1454	1187	1055	763	942	
286	The Walking Dead: No Man's...	42	41	36	48	53	91	143	219	294	117	114	176	156	150	147	175	219	202	252	208	179	187	223	107	144	173	229	386	430	501	
287	Mybrana, photo and video s...	1298			1268																											
288	Adobe Photoshop Lightroom para iPhone	1439	1190	1275	1190	1391			1315	669	1015	862	1013	990	1349					1331		1323	1327			1361	1382					
289	Hipstamatic	927	991	1331	1474		1482	1266	1226	1345	***																					
290	Blossom Blast Saga		1290	1039	1052	874	59	46	44	15	23	17	15	20	26	28	25	18	16	19	24	35	36	37	27	31	17	19	19	8	10	
291	Max Ammo																															
292	Citymapper - Real.Time Tran...	448	546	523	483	480	477	429	451	449	548	502	381	350	358	384	329	312	373	363	357	446	451	438	432	396	392	387	402	429	457	
293	Mr. Square	403	392	477	531	551	1211																									
294	Los simpsons	282	893	364	337	356	330	300	323	444	378	399	402	438	368	365	383	356	358	425	392	364	321	378	391	384	411	375	287	328	351	
295	Mino Monsters 2: Evolution	634	752	863	929	879	1030	964	753	869	998	887	1108		1131	776	963	1255	1134	1395	1316	931	949	1104	1228							
296	iBomber Defese Pacific																															
297	Paint FX: Photo Effects Editor																															
298	Home - Design & Decor Sho...	120	110	93	103	100	98	80	82	66	50	47	47	60	70	68	55	49	50	50	57	67	60	51	52	60	67	92	90	80	81	
299	Sleep Better - Smart Alarm...	970	742	666	764	726	863	996	929	764	844	840	763	700	908	988	813	727	729	892	1071	1168	830	879	832	1030	1261			1253	1029	
300	Happn	80	79	143	197	73	72	78	93	93	97	94	105	138	138	139	132	127	150	163	153	181	176	168	104	81	102	116	148	151	164	
301	Talking Carl +																															
302	Enlight																															
303	Offerum - Ofertas y Descuen...	1096	747	737	968	995	859	1160	788	652	803	801	728	740	920	1056	801	953	758	913	731	918	836	857	857	1355	995	1254	398	728	953	
304	Baby Boom! - My network Sister																															
305	Trabajo Próximo	1058	1333	1010	1237	1234	1285				1421	1438	1070	1057	1334	1367		1247	1141	1315	1319	1477		1435	1383							
306	Quiz Run - Challenge your fr...	163	164	152	128	135	167	235	188	185	180	193	226	242	284	262	198	201	229	218	205	249	270	242	321	326	315	320	306	304	378	
307	Norton Mobile Security - Lo...	521	503	451	431	545	455	442	474	351	416	377	261	244	406	517	400	374	341	390	393	370	490	452	408	411	476	553	483	538	508	
308	Is-it-Love? - Gabriel (Otome...	279	311	299	325	363	410	472	503	472	500	482	468	511	475	467	523	518	540	676	559	429	479	473	494	514	458	560	516	507	492	
309	Minions Paradise	136	143	207	277	319	295	288	272	321	376	451	498	308	212	191	241	298	303	234	147	26	27	38	57	72	88	108	143	216	354	
310	Sky Gamblers Air Supremacy																															
311	Star Chef	467	333	368	486	559	623	477	405	517	524	469	573	533	619	549	607	472	481	471	489	700	663	697	614	735	536	519	319	66	61	
312	Trivia Crack Kingdoms	455	497	530	482	574	542	383	401	431	420	579	519	582	716	533	712	575	502	537	547	518	569	636	588	623	793	711	771	643	690	
313	Spooky Hoofs																															
314	MisLoterías	326	400	411	407	355	226	197	240	296	313	230	299	265	239	266	332	321	281	281	183	235	307	345	350	345	415	362	322	344	346	
315	The Walkind Dead: Dead Yo...	226	322	348	410	455	1237																									
316	Airbnb	159		130	113	110	104	152	145	122	116	123	117	121	172	197	153	146	136	131	137	154	146	139	113	113	119	155	152	154	129	
317	Poker España		1163	1364		1413	1166	1107	1211	1349	1197	1429	1387	1428	1421	974	1080	1280	1479	1458	1063	1298		1079	1256	745	487	650	605	626	671	
318	Free Music Ninja - Music Pla...	263	239	303	303	385	460	579	779	698	686	740	840	642	641	736	883	789	593	535	611	656	649	614	644	773	714	421	356	383	416	
319	Lara Croft: Relic Run																															
320	Matchapp	178	275	341	323	357	253	122	159	224	276	301	327	303	136	178	258	339	348	402	308	169	212	303	367	382	408	331	151	178	321	
321	FFCV	288	451	590	757	774	810	318	340	490	636	844	952	817	462	458	548	974	1023	1237	1352	531	473	629	844	1250		1239	647	498	745	
322	Runtastic Sit Ups Ab Trainer																															
323	Netflix	25	25	28	34	44	37	36	32	29	35	44	56	61	51	42	53	64	85	92	79	60	53	72	78	89	101	88	75	62	76	
324	Doodle God Blitz																															
325	Sanitas HealthCoach	690	951	928	1146	930	1145	1166	1252	1195					1398																	
326	Best Fiends	576	576	632	653	656	713	334	97	130	191	256	350	536	398	388	497	557	616	583	641	704	554	670	696	843	893	502	549	358	240	
327	Justframe Pro - Collage Phot...																															



nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
328	Whitagram		1341								1471																					
329	Pursuit of Light																															
330	Equalizer Pro - volume boo...																															
331	FX Photo Studio - Pro Pictur...																		**			1324	724	1062	1312				1186	1396		
332	Amazon Photos - Clod Driv...	1490			1457																											
333	cb Time - Secure vault hidde...																															
334	Mermaid Princess - Underwater fun																															
335	Bike Unchained	138	185	277	354	414	466	493	614	589	736	706	757	755	910	1114	946	1102	1128	1363	1276	871	824	667	640	859	801	819	723	811	802	
336	Boomerang from Instagram	88	107	140	140	162	153	180	96	134	170	173	202	230	206	119	136	134	129	122	101	49	38	35	79	121	59	126	183	229	250	
337	ScanLife Barcode & QR Rea...	140		149	126	139	111	111	153	131	135	116	137	120	162	201	166	154	153	139	150	196	226	199	150	136	120	129	128	144		
338	Afterpulse	484	740	676	1090	899	554	431	547	575	695	659	823	1013	1149	1256	1023	959	855	1025										1458		
339	Trivial Pursuit & Friends	60	65	69	107	119	138	153	211	233	302	351	366	334	345	298	362	388	459	508	380	395	361	439	443	529	531	545	623	279	376	
340	Firelight - Pro Editor																															
341	Guitar Hero @ Live	1083	1109	1061				1327	1365	1325			1482																			
342	dSurvival																															
343	Duolingo English Test: English...	1460	328	142	177	257	321	571	644	663	732	703	642	918	1125	996	1267	878	1051	763	856	1287	1321	1202	1042	920	1094	1189	1192	1321	1435	
344	Buddyman: Halloween Kick 2																															
345	Sniper X with Jason Statham	1010	1316																													
346	VSCO	160	173	189	191	184	149	131	89	109	165	208	169	198	161	149	142	147	174	166	136	150	134	170	122	140	186	197	154	125	168	
347	Bubble Shooter 3.0																															
348	Mister Radio (Mr.)	67	136	67	114	157	382	1028	1335					304	118	92	86	87	108	126	137	140	144	115	112	105	128	130	148	141		
349	Plants vs. Zombies 2																															
350	Solitarire	101	106	110	117	98	112	98	123	126	130	137	125	125	103	93	103	102	116	128	142	143	121	119	130	150	141	168	189	202	203	
351	Moment Camera																															
352	BBVA Wallet	280	200	114	95	86	71	171	292	135	110	100	81	79	190	316	157	83	64	82	71	135	191	101	77	74	54	45	96	145	88	
353	Rumbo cheap flights search...	1293	1337		1374	1122	908	1122		1059							1071	1435								1434					1470	
354	Sleep Cycle alarm clock													**	1316	142	130	117	120	117	108	85	133	191	218	216	249	236	249	290	255	223
355	2016 NBA App	196	187	199	210	255	252	246	273	318	397	403	413	538	544	487	502	540	688	649	777	842	834	832	790	810	805	1061	838	832	711	
356	Copiloto Repsol	824	1024	1179	1200		1362					1425						1372	1283	1437												
357	Quick Cap Pro - Add Funny...	***																														
358	Supermarket Girl - Baby Birt...	69	182	427	1039																											
359	Groupon - Deals, Coupons &...	199	244	202	217	192					234	229	211	264	307	289	236	218	187	205	236	296	246	215	198	194	224	206	226	222	206	
360	Pipe Lines: Hexa	48	85	178	420	982																										
361	El Español	122	178	231	268	286	294	299	349	274	323	406	439	417	301	431	483	562	409	468	812	845	1066	861	726	909	993		1331	1494		
362	Ryanair - Cheapest Fares	45	69	75	55	42	35	48	50	37	37	31	35	41	46	60	46	45	44	47	55	76	82	59	8	9	22	35	56	63	45	
363	Bucmi	87	44	43	63	52	42	91	98	48	59	70	78	67	116	224	66	89	73	76	90	195	192	209	398	628	677	754	1237			
364	Zombify - Turn yourself into...	22	42	109	260	547	932	859	1031																							
365	DSCO by VSCO	268	442	535	673	885	794	695	681	704	980	1157	1266	1291	1108	1077										1493						
366	PiclabFx - add amazing fx to...	247	540	802	1175																											
367	Double Juggle	44	38	46	46	60	123	317	778																							
368	ZombieBooth 2 - Zombie Se...	66	145	344	727	944																										
369	Glow Lamp	146	***																				**									
370	Logo Quiz - English	23	18	38	72	156	387	874																								
371	EA Sports UFC @	96	83	91	112	138	238	397	558	633	685	774	674	648	574	445	471	482	453	551	525	479	567	592	531	498	617	693	618	715	804	
372	Fold the World	99	105	125	135	174	417	806	1266																							
373	Weather Now US Local Fore...	**	1	4	***																											
374	Repost for Instagram	137	92	120	136	149	125	149	149	137	143	151	157	158	90	103	139	128	133	168	169	170	147	150	158	142	157	181	158	153	153	

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
375	Path on - Swipe to Type	**		23	38		280	464	972	1343																							
376	Hyper Swiper			87	21	32	38	150	518	1386																							
377	Domino Drop		**	20	35		***																										
378	Kick the Buddyman: Origins			190	24	16	12	16	14	40	144	374	990																				
379	Club McAuto de McDonald's	581	757	840	83	142	242	391	652	631	858	972	869	1007	997	885	944	1021	949	893	738	698	703	902	1225	1289	1176	898	1071	852	1092		
380	Fallout CHAT				92	167	312	753			853	1108	1484																				
381	Candy Maker Games - Make...				461	23	58	24	62	217	669																						
382	Make it Girl - Summer Dream				238	26	53	21	47	145	414	1096																					
383	Groupalia - Ofertas, Descue...	305	318	304	285	63				309	327	309	414	385	395	339	292	308	354	338	386	375	297	278	350	361	388	409	391	335			
384	Sunken Secrets	1341	1457	1150	828	74	64	89	103	143	235	264	270	347	366	392	334	344	336	460	960												
385	Fallout Pip-Boy					89	61	118	232	271	75	99	158	241	272	368	323	355	410	498	485	527	621	615	912	1057	986	997	1022	908	928		
386	Rayman Fiesta Run				**	288	13	7	3	3	13	14	19			***																	
387	Blendimals				**	24	35	122	***																								
388	Acapella from PicPlayPost			683	206	127	51	42	81	98	146	122	118	115	148	126	158	173	253	220	289	314	322	334	428	349	421	400	370	353	428		
389	Yousician - Piano, Guitar, Bas...				1424	1202	79	66	79	84	109	121	138	269	386	396	447	454	518	505	893	910	1254	1258	1421	1329	1213	1185	1462	1372	1265		
390	Action Movie FX					967	99	99	128	157	192	226	244	336	337	332	458	447	412	594	1259	1309	195	379	727	1080		1442	1376	1137			
392	Fragger 2				**	37	42	***																									
393	AutoRap By Smule	605	561	704	841	748	499	45	39	49	56	60	63	65	78	67	84	73	81	99	120	124	133	129	121	131	138	152	162	163	167		
394	Zapper	379	932	1273	1091	958	469	72	66	244	621	1370	1291	1206	644	602	699	1093		981	917	1319	1059				1034	987	986	949	1193		
395	Who viewed your profile - In...								162	6	8	5	*																				
396	Sleep Bug Pro: White Noise...						**	22	41	***																							
397	Runic					1255	587	304		26	121	408	1017																				
398	Drives - Conduce, consigue...	929	937	983	626	258	142	100	95	111	139	124	112	108	99	117	120	127	137	145	138	131	138	156	182	192	207	205	186	344	275		
399	CSR Racing	181	192	262	299	295	170	102	95	101	133	125	121	243	327	383	464	377	352	359	404	359	365	405	371	416	387	367	239	209	237		
400	Tody								**	43	119	***																					
401	Sherpa Next									67	81	176	369	681	1212															299	561		
402	Work Time - Elegant desk to...								**	15	***																						
403	Geek - Smarter Shopping	148	129	129	147	160				98	105	114	141	149	125	105	111	119	136	160	222	129	132		155	126	144	140	138	134			
404	PowerUp - Retro 8-bit Video...									**	30	69	***																				
405	Trial Xtreme 4	457	251	208	233	205	319	263	243	226	121	41	33	31	39	39	39	62	75	97	122	120	115	99	137	219	353	500	703	515	590		
406	car2go									925	83	67	94	165	219	229	193	190	209	204	272	313	253	204	199	236	226	195	180	202			
407	Bluristic - Pan & Track								**	97	***																						
408	Musemage - Profesional V...								**			4	15	35	***																		
409	Mobile Strike											25	14	14	9	16	21	28	30	32	28	30	33	56	73	83	96	102	76	92			
410	Firefox											42	19	25	37	34	50	67	83	108	157	232	167	196	225	210	273	320	384	272			
411	JollyChic - Online Mall for...				335	499	513	740	493	731	902	536	46	82	237	446	897	1326															
412	Zombies, Run!											138	84	122	340	447	717																
413	Fyuse - 3D Photos	243	170	161	267	280	248	294	300	272	413	115	97	143	178	159	189	225	199	130	33	36	35	40	45	50	60	71	73	98	90		
414	BID: Lector QR y de Barras c...	166	177	165	144	129	105	124	157	108	113	104	100	92	122	156	127	101	110	106	105	133	164	145	128	116	106	117	124	150	145		
415	PDF Expert 5										**	154	32	69	152	232	308	312	367	***													
416	Skylanders SuperChargers															51	30	35	54	90	102	135	391	891									
417	Runtastic Results: Workout T...											396	58	47	21	14	26	41	67	143	224	138	154	210	282	355	468	702	779	756			
418	Shadows												75	3630	32	34	30	32	67	217	503	758											
419	El País para Iphone	325	411	494	463	409	373	444	459	362	395	355	341	406	43	74	72	99	69	110	140	208	256	256	277	233	306	429	419	385	276		
420	Where's My Water? 2	1409	1307	1396	1477			1150	1039	1220		1457	1005	162	49	43	58	84	96	111	246	443	698	1097	1164	1335			1216	1083			
421	El Mundo - Diario online líder...	375	493	532	609	526	555	615	419	390	517	386	319	374	50	95	60	87	79	113	144	239	296	283	280	222	299	433	460	490	466		
422	Maratón Valencia Trinidad Al...				290	218	413	699	606	700	270	195	118	66	24	100	329	891															

nº	App name	NOVIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
423	War Robots													132	85	78	101	119	131	141	355	705	1005								1055		
424	Super Nitro Chimp													161	86	66	93	116	122	167	462	1145											
425	Dinosaur Safari Pro													**		54	110	334	860								***						
426	Twist												270	129	58	42	47	48	45	45	44	41	45	58	66	69	81	82	100	147			
427	Microtrip				377	229	230	260	307	298	331	172	93	92	143	140	152	149	359	657	1336												
428	The Lost City													**		22	25	***	**		744	1285	1098	1270									
429	File Storage - The only file m.															**	76	***															
430	Osnap! Pro Time-Lapse &S...																																
431	Download Manager Pro - Do...																	**		24	93		***										
432	Decathlon	397	376	306	281	208					294	325	300	341	367	460	336	317	276	17	29	74	116	133	141	143	169	136	146	199	193		
433	Vodafone TV	183	256	196	189	228	251	215	175	225	329	459	480	227	331	436	350	108	94	52	88	71	162	259	173	63	93	95	42	42	49		
434	Briefr Messaging																			64	176	660											
435	Kill Shot Bravo																	140	91	41	47	62	74	112	202	348	389	421	442	461			
436	Stackables - Layered Texture...																**		328	43	40	46	53	66	90	113	158	***					
437	Nubefone: Low-cost intert...												237	589							60	180	630	1352									
438	Starlit Adventures © - Dig ...																			424	72	48	47	61	72	82	92	104	252	470	859		
439	Snapimals - An Amazing Ani...																			557	336	85	91	110	147	152	159	177	506	1290			
440	Episode -- Choose Your Stor...	284	227	312	542	822	630	646	397	455	544	710	557	729	325	189	261	413	364	178	161	88	83	102	163	351	346	401	342	347	396		
441	Sweat with Kayla - female fit...																			102	90	186	164	205	247	267	264	414	471	566			
442	Descendants					1382	648	565	807	1222				674	633	959	1206			825	180	95	81	125	194	277	275	306	500	876	1415		
443	Hop Hop Hop																			1250	121	92	108	105	105	125	128	193	350	428	591		
444	Runtastic Mountain Bike PRO																				**		9	22	***								
445	Roll the Ball - slide puzzle																			973	344	114	32	32	33	36	44	60	53	75	118		
446	Clue: Period Tracker, PMS al...	316	326	357	432	392	348	354	270	252	375	423	432	376	393	255	165	227	235	237	288	141	99	41	37	71	100	133	131	133	140		
447	ZooKazam																							**	24	38	***		**				
448	MiniinTheBox - Samll &Smar...	331	295	276	240	306					322	338	333	346	402	329	335	343	393	411	413	462	440	151	90	97	110	157	166	147	170		
449	Local Cloud Pro - Open files																						**		96	***							
450	Week Calendar																							**	24	874	***						
451	Mi Yoigo																								**	98	241	496	1048				
452	Spiritual Me: Meditation - tec...																																
453	Gas Natural Fenosa Clientes					511	480	594	396	399	402	384	415	517	995	597	500	442	524	588	738	841	393	140	100	94	84	184	290	191			
454	MotionPortrait																									462	52	106	208	336	555		
455	Stradivarius	250	207	1911	205	171					214	196	191	210	222	206	224	175	175	158	194	171	156	134	134	111	55	28	47	73	95		
456	PULL&BEAR	224	169	174	188	173					169	159	165	197	240	205	187	156	177	179	211	187	180	143	125	106	61	36	43	69	73		
457	Bershka	245	221	233	227	210					179	195	180	254	233	204	249	202	209	201	238	215	183	140	146	114	74	43	57	84	109		
458	Moldiv - Photo Editor, Colla...	121	113	122	150	163	159	176	146	138	145	136	141	157	134	116	138	132	148	152	92	73	64	62	64	78	77	94	112	107	136		
459	myMail - Email for Hotmail,...	1170	1020	841	803	684	697	1051	1301	931	693	750	683	623	1009	1173	934	864	770	703	755	1313		1135	880	896	79	161	396	754	696		
460	Antyz																			630	135	57	55	65	75	83	89	100	209	492	1419		
461	idealo shopping - Price com...																													37	92	329	948
462	Mango MNG	212	190	210	186	200					212	223	225	261	246	246	203	213	234	239	292	231	201	181	161	126	122	51	51	68	86		
464	Star Wars: Galaxy of Heroes																									463	323	65	18	9	19		
465	Showroomprive - The ultima...	369	290	289	344	434					358	260	276	411	336	272	193	258	338	312	353	290	274	158	167	164	154	67	29	28	37		
466	To-Fu Fury																								**	681	113	21	13	18			
467	Fing - Network Scanner	604	469	445	310	294	355	283	364	302	357	396	436	521	550	510	453	530	550	461	456	321	372	358	420	444	426	451	63	30	36		
468	Cube Rule - Split Second Cu...																											512	78	45	44		
469	Maps.me - offline map...	560	527	468	496	511	370	513	549	568	589	474	517	497	573	717	675	589	608	481	457	559	744	641	600	622	595	617	629	20	27		
470	Sketch Me! Sketch&Cartoon	***																													**	15	

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
471	25 Days of Christmas - Holid...																														1167	
472	Sleep Talk Recorder																														**	
473	Headshot Heroes																											342	77	64	84	
474	Monument Valley																															
475	Stubies																															
476	Convertizo 3 - Convert Units...																															
477	Rayman Adventures																															
478	Santander Shareholders and...																															
479	Roasty																															
480	Carrefour PASS Móvil																															
481	ElfYourself by Office Depot...																	1370	1282	805	832	807	723	583	559	401	203	280	313	258	248	
482	DKV Seguros Médicos																							1023	952	1253					1015	
483	Hyspherical 2																															
484	Spider Square																															
485	GyroSphere Trials																															
486	Vivino Wine Scanner	311	529	610	568	522	561	350	342	424	453	484	472	463	497	357	434	538	541	430	499	457	395	450	447	449	518	497	367	310	459	
487	Free Transit App by Moovit	396	401	358	232	252	227	289	287	262	287	231	166	177	211	235	250	237	201	254	215	266	327	284	260	220	197	213	211	246	226	
488	PNP - Portable North Pole 2014																											393	72	47	57	
489	Cheerz - Print your mobile...		1304	1296	1040	1133	973	1455		1317	637	687	1059	1062				1399	1314				1217	387	567	300	673	595	415	158		
490	Dear Diary - Interactive Story															1328																
491	Draw Something New																															
492	File Extractor for ZIP, RAR,...																															
493	UNO & Friends - The Clas...	473	414	510	604	645	715	438	333	414	508	514	608	568	401	336	423	474	495	553	463	390	335	363	479	517	432	535	383	313	402	
494	Weight Diary																															
495	PlayStation @Messages																															
496	Candy Crush Jelly Saga				1157	300	259	231	202	239	251	258	294	292	269	289	297	265	286	290	312	312	310	315	331	324	336	375	375	403		
497	Snap Up for Snapchat																															
498	Photo Lab: Art Photography,...	104	119	138	151	143	140	123	131	132	167	197	208	239	199	168	183	185	188	211	217	207	166	176	188	192	205	224	18	146	175	
499	CariCartoon - Funny Cartoon...	380	720	1139	532	1059	1446									141	391	866	1265	215	713	1148	202	549	972	1318						
500	Twyp																															
501	Volvo Car Service																															
502	JibJab Messages													1453	1209	1415				699	1033	900	722	745	898	383	485	718	630	680	642	
503	djay 2 para iPhone																															
504	Periscope	303	389	296	248	114	109	177	174	194	161	153	151	119	101	164	195	181	117	183	127	106	151	163	181	170	149	230	284	332	127	
505	Cut The Rope 2																															
506	Fallout Shelter	684	626	394	416	358	436	531	512	453	345	288	361	435	487	493	408	412	444	428	398	486	443	495	680	703	915	748	761	629	826	
507	Fishdom FreePlay																															
508	Cavernaut																															
509	The Sims FreePlay	171	172	203	229	275	250	209	201	250	280	307	320	408	274	228	273	305	297	322	305	250	221	258	262	263	362	322	267	191	253	
510	Trials Frontier																															1466
511	Snake'97: retro phone classic																1413	1412	1271	1308	999		1419	1333	1129	1394						
512	BlockPath Pro																															
513	Pic Collage Maker, Text on Photo...	237	253	256	261	246	241	244	245	241	275	296	282	286	266	256	252	249	280	266	244	256	219	200	176	167	177	182	176	157	166	
514	Daily Insist																															
515	Iberia Cards																															
516	God of Light																															
517	Crazy Wheel by Playspace																															

nº	App name	NOVIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
518	Face or body swap with top...								***																						
519	Scrubby Dubby Saga																														
520	Arquia Banca																										933	763	1276		910
521	Vidblend Video Blender: Me...																														
522	Piano Tiles (Don't Tap The W...	628	694	775	789	858	869	564	584	753	747	690	831	794	531	557	791	858	880	991	977	706	693	735	876	711	858	832	813	594	712
523	Ganar dinero con fairTime																														
524	Juicifi - 300+ Raw Organic J...																														
525	Yahoo Mail	585	570	475	451	393	352	439	460	413	421	408	348	358	388	526	410	401	371	370	383	452	547	454	409	376	409	376	476	527	420
526	Gods of Rome																														
527	Delicious - Emily's Hopes an...																														1469
528	Elecciones generales 2015																														
529	Katy Perry PRO																														
530	Hammer Time!																														
531	Geometry Dash Meltdown																														
532	Chess and Mate - Chess lear...																														
533	El Confidencial Elecciones 2...																														
534	Selffun, the smartphones...																														
535	El Mundo Loterías - Premios...																														
536	iPremio - Lotería de Navidad																														
537	PDF Smart Convert																														
538	TuLoter - Play EuroMillions,...	509	319	579	360	243	171	339	361	258	296	269	482	605	482	478	421	502	661	702	424	376	200	247	215	160	219	270	255	288	280
539	Lotería de Navidad y sorteo...																														
540	Radio Nacional de España	901	1300	1257	1256	1113	1226	1113	833	840	841	814	870	885	333	508	687	648	604	677	842	543	436	650	813	882	788	856	827	716	1036
541	Lector Lotería																														
542	Shein Shopping - Women's...																														
543	Sniper Fury - Guardian of Li...																														
544	NocheDePaz																														
545	Christmas frames - Create c...																														
546	Christmas Quotes and Mess...																														
547	Frames and Christmas cards																														
548	SantApp																						1431	1431			1476		1027	972	611
549	Create Christmas Cards																														
550	Flipstastic Pro																														
551	FitBit	618	611	748	595	550	495	508	599	559	561	504	648	549	572	613	746	765	795	704	709	654	689	664	675	647	725	551	407	450	445
552	GoPro App	363	480	495	495	459	307	262	302	346	407	465	441	469	323	358	409	461	470	435	423	417	481	475	416	443	460	324	296	295	317
553	Garmin Connect Mobile	474	486	430	336	430	365	390	452	430	457	367	403	419	530	534	551	616	530	550	467	516	541	627	582	637	472	351	339	431	365
554	Video Star	216	264	391	484	489	432	251	234	329	460	453	575	534	322	275	378	579	610	523	475	320	299	445	510	631	544	436	316	289	340
555	Just Dance Controller							1268														1187	1009						1009	1043	1357
556	Google Cast	287	377	354	302	365	326	268	301	309	359	385	392	378	342	372	474	338	435	433	361	268	308	365	462	455	481	319	220	220	273
557	ZEDGE Ringstones & Wallpa...	192	174	215	204	219	182	167	176	207	216	209	201	193	179	196	211	211	219	203	191	177	217	213	222	231	179	173	157	141	165
558	My Data Manager - Track your...	849	703	673	844	802	813	862	1049	1050	967	1083	9112	947			878	806	752	822	639	824	1155	1338	971	863	863	1348	1205	1109	966
559	MARVEL Contest of Champions	143	158	217	264	333	452	435	461	464	580	837	776	837	501	492	530	773	670	725	572	440	379	357	342	390	474	510	544	521	597
560	Traffic Rider																														
561	Legendary Pirates - Pacific																														
562	har•mo•ny 3																														
563	¿Y tú qué sabes? - LaSexta																														
564	Funny Call with Voice Chan...	465	447	469	470	496	528	530	359	488	492	417	500	327	377	339	389	392	399	454	513	547	483	446	485	500	429	413	392	412	393

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
565	Dumb Ways to Die 2: The Game	895	1053	1142		1497	1142	921	818	1055	1138	1375		1237	881	810	954	1338			1020	767	708	955	1158		1333	1144	1083	672	937
566	RALLY THE WORLD. THE GAM...																														
567	Wave - Private Location App	636	450	360	436	387	439	459	468	562	592	1407				1183	627	577	605	1057	522	695	633	656	578	491	337	321	393	365	338
568	Volkswagen Race anywhere																														
569	Empire Warfare: Domination																														
570	Spacewar Simulator																														
571	Horoscopes – Daily Zodiac Horoscope...																														
572	InsTrack for Instagram - The Most...	337	298	249	270	344	298	255	218	228	209	294	283	365	375	295	292	273	327	366	350	354	306	326	310	347	345	383	324	318	285
573	New year funny greeting cards - New...																														
574	Retro Collage Photo Editor	134	134	137	141	152	139	127	127	116	129	111	139	126	147	142	1411	145	143	132	141	178	150	127	135	124	139	150	135	117	115
575	DMD vClone																														
576	Pic Collage - Photo editor...	312	349	403	393	486	425	407	375	375	423	407	397	456	421	422	386	375	417	416	428	415	392	353	417	433	385	424	374	352	408
577	Magic Photo Collage - Picture...	790	943	779	971	1099	1176	820	643	511	582	590	524	588	672	680	609	528	506	457	473	391	415	391	393	368	400	435	378	312	304
578	Magisto - Magical Video Editor	230	206	235	230	215	214	192	168	160	217	194	193	253	283	254	227	248	259	213	181	206	220	225	242	212	204	252	243	212	224
579	InstaVideo - Video Editor...	876	756	966	868	1059	930	781	697	755	757	836	799	774	704	969	724	961	814	829	857	715	719	689	711	808	841	1077	970	677	765
580	Photo Grid - Collage Maker...	193	198	238	247	270	224	226	184	240	248	277	268	249	248	220	274	288	292	303	287	288	249	265	272	262	285	316	247	242	241
581	Happy New Year 2015 - gr...																														
582	Happy new year frames – Cre																														
583	Video Greetings 2016 - Happ...																														
584	Instant picframe - photo collage...	496	543	566	631	617	476	573	613	502	603	705	675	610	465	468	509	501	560	555	544	533	634	617	561	584	496	488	575	534	523
585	Free Music XXL - Music ...																														

nº	App name	DICIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1	WhatsApp Messenger	1	2	2	2	3	3	4	5	2	2	1	2	2	3	1	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	1	2	3	2	1	2	
2	Instagram	5	6	5	7	7	6	5	6	7	11	10	4	5	6	9	9	12	11	6	8	11	16	8	7	3	3	3	4	4	4	4	
3	Messenger	2	3	3	5	6	7	7	7	6	5	4	7	7	5	3	3	3	5	10	6	6	12	13	14	15	13	7	7	7	6		
4	Layout from Instagram	27	32	29	29	25	23	25	23	27	30	34	28	24	26	29	31	31	33	33	31	31	37	32	36	28	30	30	31	32	30	16	
5	Facebook	4	4	4	4	5	8	9	11	8	7	6	5	8	8	6	4	6	8	3	9	7	7	10	8	12	12	6	6	5	5	7	
6	Youtube	10	13	10	9	4	5	8	8	12	15	15	6	6	10	14	13	13	12	5	7	12	18	16	13	7	4	4	8	8	10	5	
7	Google Maps	21	21	18	18	16	13	14	18	23	21	19	19	22	22	21	17	18	18	19	24	21	26	21	29	29	26	24	23	21	21	26	
8	Happy Wheels	542	418	515	584	381	316	354	431	522	638	626	328	347	346	561	618	547	505	378	308	482	490	439	307	300	351	413	514	431	504	448	
9	IKEA Catalog	594	544	528	713	613	504	516	520	471	569	723	686	572	585	737	722	801	777	793	794	773	786	938			904	691	668	528	632	877	
10	Spotify Music	18	20	15	17	15	12	15	15	21	19	17	16	11	19	19	16	17	16	15	18	17	20	18	17	14	14	11	16	16	14	15	
11	Wallapop	3	7	13	15	18	14	10	9	9	14	16	17	10	16	15	14	14	17	22	22	19	24	20	32	25	22	19	18	18	20	25	
12	Snapchat	16	14	14	14	14	9	13	10	20	22	20	18	19	23	24	23	21	20	18	20	20	22	19	18	5	11	12	15	15	16	19	
13	Shazam	28	25	25	23	19	25	29	30	30	28	26	22	25	27	27	26	27	25	23	26	27	31	27	25	22	21	20	25	26	27	23	
14	RPG	248	230	323	639	792	1004	836	1122	1271	1065	937	560	505	640	590	639	863	1337														
15	Skype para iPhone	25	29	30	28	31	31	32	34	32	33	33	31	30	29	30	27	29	28	28	30	28	34	29	28	23	24	27	27	28	28	29	
16	Mitele web & TV	277	194	176	218	255	280	244	239	242	229	261	284	288	257	228	202	51	79	163	69	121	215	243	268	331	389	324	281	260	253	263	
17	Agar.io	167	164	162	156	109	88	97	114	152	207	196	170	156	233	230	177	170	163	117	115	125	128	116	93	73	75	90	104	117	127	130	
18	AliExpress Shopping App	15	15	20	22	21	26	22	19	25	25	24	26	23	20	22	21	23	29	31	34	33	38	37	43	32	31	32	33	31	33	44	
19	Juasapp	17	17	17	16	17	10	12	14	22	24	22	15	14	18	20	19	22	21	20	21	24	28	24	23	21	19	18	1	1	3	9	
20	Twitter	26	30	24	26	28	30	31	27	29	27	27	30	33	31	26	28	26	27	30	33	29	32	30	34	26	25	33	29	30	31	34	
21	Tiempo y Radar - Morecast	41	91	296	690	1091	1447		33	35	89	109	113	167	182	144	187	378	188	596	1010	1481		572	1274						32	37	
22	iMovie	6	5	6	6	8	11	11	17	10	6	5	8	9	7	7	5	5	3	4	10	8	6	7	9	4	5	5	5	6	6	8	
23	Free Music - Mp3 Player and Streamer																																
24	Radio Cope	588	455	349	450	350	576	684	548	494	475	632	694	590	406	361	538	446	619	785	406	218	217	496	647	910	1017	988	968	834	373	585	
25	Gmail	22	22	21	20	29	34	34	37	24	20	21	24	27	24	23	20	19	24	26	32	26	25	23	26	24	23	28	26	24	26	28	
26	Milanuncios - laforma más fácil de...	46	49	54	62	66	68	53	53	51	50	61	69	68	61	67	56	66	64	78	83	64	68	79	114	127	92	71	70	71	73	112	
27	Dropbox	32	26	27	27	33	40	36	38	31	31	35	35	37	30	31	29	30	34	41	47	38	40	41	50	43	42	44	40	38	40	46	
28	Pages	7	8	7	8	9	16	17	22	13	8	7	9	12	9	8	7	7	4	7	11	9	8	9	10	6	6	8	9	9	8	10	
29	Bullet Boy									710	390	370	289	280	316	353	350	419	933														
30	Alpify	111	227	330	496	469	477	630	514	484	149	243	403	432	594	571	689	773	846	731	625	825	1137	1070	1054	609	655	719	793	822	771	858	
31	Find My Phone																																
32	Numbers	8	9	8	10	10	17	18	24	14	9	8	10	15	11	10	8	8	6	9	13	10	10	11	11	9	8	9	10	10	9	11	
33	Keynote	9	10	9	11	11	18	19	25	15	10	9	11	16	12	11	10	9	7	11	14	13	11	12	12	8	7	10	11	11	11	12	
34	Emoji for WhatsApp, Kik Messenger,...	269	264	267	262	302	328	359	387	340	338	281	305	341	303	282	290	284	316	331	347	364	336	269	284	248	277	360	321	297	291	191	
35	iTunes U	12	12	12	13	13	21	21	28	17	12	11	12	17	14	12	11	10	10	13	15	14	14	14	15	11	9	13	12	12	13	14	
36	GarageBand	11	11	11	12	12	19	20	26	16	13	12	13	18	15	13	12	11	9	12	16	15	15	15	16	10	10	14	13	13	12	13	
37	1010!	230	251	244	256	258	230	209	185	216	285	235	188	143	126	114	93	113	82	70	50	42	42	35	37	36	34	37	38	67	81	83	
38	Extreme FX - Make Special Movie with...																																
39	Traductor de Google	29	27	26	31	38	37	39	39	37	37	43	39	38	34	32	32	36	42	44	54	48	54	58	61	50	48	46	39	41	43	48	
40	Fintonic - Tus finanzas personales...	162	138	107	171	289	257	211	138	156	81	119		28	46	46	73	105	227	59	96	146	171	194	366	421	226	175	88	160	225	320	
41	Comunio	320	336	371	386	387	401	355	397	410	364	366	427	409	363	368	403	374	434	424	445	525	558	484	541	456	504	511	613	576	405	449	
42	running...	102	95	95	115	130	96	102	90	95	109	111	134	121	123	106	98	129	192	187	164	153	184	180	177	143	106	95	100	98	126	154	
43	IKEA Store	210	219	230	263	195	154	162	161	178	208	245	194	195	221	223	264	302	290	314	276	262	362	433	575	511	273	238	200	192	237	327	
44	Privalia - Outlet online de moda	33	39	47	67	69	65	77	72	68	83	94	115	88	78	43	44	32	46	58	61	66	116	209	398	335	316	271	268	278	314	375	
45	Burger King España	42	47	45	37	30	28	27	31	40	45	44	27	29	36	49	43	40	39	29	28	32	36	36	54	63	41	38	37	37	44	47	





nº	App name	DICIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
93	Criminal Case	325	379	385	358	342	283	258	267	287	320	344	340	330	328	407	413	400	397	377	335	316	356	344	397	368	353	272	266	272	303	363	
94	Free iMusic Play Plus	280	242	257	254	251	265	315	314	295	317	296	273	336	301	316	301	262	369	311	339	351	369	321	323	314	329	312	341	368	322	347	
95	Sygc: GPS Navigation, Maps,...	410	456	403	335	358	399	426	474	510	573	487	455	489	472	573	562	619	545	458	672	659	532	664	677	93	50	61	151	315	445	564	
96	Radio FM España	108	99	88	96	81	83	110	111	99	97	97	97	97	88	86	101	87	91	104	88	82	41	72	105	141	132	121	124	135	94	121	
97	Piano Tiles 2	143	136	141	79	37	29	26	3	3	4	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	2	1	
98	La Nevera Roja	197	241	281	215		113	111	113	155	245	257	138	124	147	236	266	226	238	131	139	177	258	365	411	221	238	151	233	280	316	354	
99	Magic Piano by Smule	216	189	219	182	126	89	75	79	88	112	105	81	89	110	105	97	80	74	54	49	55	60	77	87	95	103	104	111	115	130	136	
100	Vueling - Vuelos baratos	133	146	161	184	242	203	170	191	180	174	164	199	197	190	155	160	174	181	228	252	190	159	159	170	167	158		145	144	164	240	
101	Catch the mask																																
102	Fisheye Plus Pro																																
103	Perfect Shift																																
104	FancyKey - Customiza tu teclado...	***																															
105	Plate Patrol - Stop Thefts and other...	72	57	96	121	150	39	90	124	83	84	84	93	96	96	119	117	79	59	39	37	37	70	105	150	131	108	85	98	102	106	144	
106	Google Photos - free photo and video...	187	200	212	232	215	259	206	186	182	182	161	148	141	136	130	91	101	124	144	150	129	157	156	167	86	100	101	114	118	118	126	
107	Candy Crush Soda Saga	96	98	93	92	111	119	113	89	105	123	115	111	139	125	127	112	124	115	103	114	115	121	125	131	98	91	82	84	88	100	100	
108	SoundCloud - Music & Audio	159		128	119	108	134	153	165	165	140	133	114	134	137	132	123	131	136	142	145	148	147	140	143	129	136	143	155	136	150	146	
109	Google Earth	123	122	122	114	105	98	98	123	127	120	120	109	142	132	157	183	161	177	176	214	193	204	239	275	212	210	185	175	161	184	217	
110	Telegram Messenger	51	53	58	61	82	86	96	98	87	77	78	78	93	74	79	68	38	49	80	98	80	88	81	89	85	90	103	96	93	96	36	
111	Frozen Food Maker - Cool Summer																																
112	Buddyman: Independence Kick																																
113	Declaración iDEA																																
114	Wake Alarm Clock																																
115	Galaxy Voyage																																
116	Duolingo - Learn Languages for Free	93	86	97	108	97	110	123	125	114	103	123	127	131	115	117	116	122	135	152	173	152	186	145	181	153	150	129	118	131	116	127	
117	Zara for iPhone	53	73	72	71	70	76	68	68	61	53	52	51	48	44	40	46	58	78	91	92	89	99	98	106	105	76	77	64	68	79	120	
118	AlertCops	973	1054	896	76	56	126	313	640	596	664	675	1084	1250	1178					1233	1359			1311	1007	1332					894	1425	
119	Google Street View	397	360	269	249	324	339	303	358	355	376	335	348	414	384	397	384	437	383	451	501	477	452	452	549	408	362	389	378	323	330	380	
120	Flick Kick Football																																
121	UNKILLED																																
122	Eltiempo.es+	318	348	336	370	295	373	366	376	364	366	288	265	312	334	306	361	431	417	405	359	387	414	355	374	290	227	207	168	176	226	247	
123	Dungeon Boss	1262	1092		1108	960	1150	880	1133	563	330	330	229	213	318	328	339	390	589	743	605	709	798	818	723	674	569	700	683	676	668	602	
124	SocialDrive	191	188	182	128	124	106	141	145	175	156	102	73	71	97	93	86	73	43	32	41	65	73	76	63	53	56	59	80	94	98	66	
125	izi.TRAVEL - Guide ↯ Offline Maps																																
126	Eurobasket 2015 Official																																
127	Bridge Builder Simulator - Real Ro...				1453	1420								1416			1375				1388				1478								
128	Foster's Hollywood	131	155	165	110	54	42	44	46	100	135	128	66	55	101	151	153	142	107	64	53	79	196	91	130	239	125	58	72	83	89	119	
129	Island Experiment																																
130	Memquiz																																
131	Seashine																																
132	WedShoots		1257	803	653	762	1158		1477			881	1076			1226	1081	1390	1489														
133	Subway Surfers	293	327	317	294	169	139	114	106	163	221	295	161	147	204	222	291	316	285	173	143	164	192	153	147	61	58	63	82	91	95	101	
134	rop																																
135	JUST EAT - Comida a domicilio	1177	201	234	175	119	74	80	91	134	192	189	84	73	102	178	195	211	219	120	112	127	178	264	316	174	157	110	137	171	238	272	
136	Brain Wars: Competitive brain trainig	1123	1177	1148	957	1101	773	858	1005	1120	1329	1324				1305	1320	1483	1344	1417	1084	1031	1092	1038	1252	1058	925	994	976	1070	958	1219	
137	vente-privee - flash sales: discount...	232	210	148	190	201	264	261	330	307	294	357	446	379	392	367	461	465	513	551	418	508	557	662	960	714	582	570	525	523	529	626	
138	Rolling Ruler - Measure Length Eas...																																
139	YouCam Makeup - Virtual Makeov...	103	102	112	115	92	71	70	76	81	88	81	72	66	79	87	95	99	105	89	91	95	123	112	120	69	69	78	86	97	115	122	

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
140	fotocasa rent and sale	86	83	103	106	117	115	140	117	97	93	113	125	128	118	107	110	125	119	150	147	133	139	245	521	475	380	333	319	336	369	426	
141	Weight Tracker QuickLog.me																																
142	Linkedin	84	82	91	97	141	208	172	137	96	98	118	179	243	156	95	105	115	147	225	262	214	169	163	228	264	280	274	198	134	149	200	
143	Tinder	66	72	76	69	77	67	71	75	75	76	80	77	69	70	84	100	108	101	102	101	93	97	106	122	117	78	70	75	81	86	99	
144	Can you get 11 - Simple & fun puz...																																
145	11 Circle - Addicting puzzle free g...																																
146	Companion: Never Walk Alone - Yo...																																
147	Kill Shot																																
148	Hotspot Shield VPN - Free Unlimit...																	813	1446														
149	Crossy Road - Endless Arcade Ho...	393	427	494	364	220	178	187	204	210	419	417	286	265	343	402	417	402	425	285	247	323	316	248	217	145	142	126	140	167	189	176	
150	Princess Jewelry Shop - Fashion B...																																
151	Unit Converter ∞																																
152	Vogue Fashion's Night Out 2016...																																
153	Liga Fantástica MARCA																																
154	Educamos - Aplicación de familias	492	481	534	581	991	1295		1197	809	938	668	1109	1200	775	633	652	583	827	1376	1481	1024	1013	1332									
155	eBay: Buy & Sell Electronics, Fashio...	76	77	67	88	94	93	88	88	79	80	82	90	91	99	90	76	77	104	101	100	92	124	128	171	121	114	100	108	95	109	139	
156	8 Ball Pool	129	116	136	122	137	112	121	120	117	127	124	145	146	139	123	137	148	80	74	58	41	51	48	45	41	47	47	41	44	53	51	
157	CamScanner Freel PDF Document S...	75	71	78	75	162	218	188	222	120	87	77	149	194	120	76	82	78	84	149	236	151	134	143	255	343	414	420	237	180	195	265	
158	Shopping Jam - Ready, Set, Shop																																
159	Infinity Blade III																																
160	Star Wars: Uprising			1449	1385	1218	1353	1196	1456		452	294	242	314	362	351	388	151	113	109	130	151	176	196	213	233	243	413	419	431	479		
161	Slow Down																																
162	FireChat																																
163	CaixaBank	34	33	31	35	48	81	64	78	56	39	41	56	78	57	37	40	34	38	50	70	39	43	40	56	71	67	79	52	39	37	42	
164	Paper by FiftyThree - Sketch, Draw...										1005	1082	1155	1376	1173	1103	1082	1468					1446						1378				
165	Mucho Taco												1491																				
166	Boom Boom Football																																
167	Followers Powers for Instagram - fr...																																
168	Audiobooks HQ - 9,750+FREE &...																																
169	BeSoccer - Soccer Live Scores, Ne...	249	214	202	244	145	90	174	211	212	243	298	147	107	149	227	286	297	329	158	144	198	357	417	526	369	295	365	370	371	224	268	
170	Jobandtalent - Recruitment Search...	92	46	36	33	43	50	45	59	47	40	32	58	81	35	34	36	43	77	128	133	58	95	150	261	482	407	348	215	242	244	387	
171	McDonald's España - ofertas cerca...	100	101	101	72	62	58	48	63	84	122	96	64	75	105	126	122	111	103	83	77	85	80	89	134	168	116	89	92	89	103	133	
172	Sky Hero ®	377	413	476	1317																												
173	CloudBeats Pro - Cloud Music Play...																																
174	Waze - GPS Navigation, Maps & So...	136	147	126	85	79	95	130	131	130	117	106	106	138	133	136	135	126	100	95	125	134	131	127	145	144	134	123	149	137	129	142	
175	Photojector																																
176	Pop the Lock	1397			1490	1273							1490					867	372	246	212	200	181	191	182	214	199	190	184	220	235	235	
177	La Liga TV- The official online TV t...	665	804	1020	1223	594	402	543	874	1026	1279	1474	776	365	407	712	1173	1132	1410	1223	595	581	1078					1395	1392	932	749		
178	Gran Hermano OFICIAL	1198	173	217	207	345	455		281	215	310	211	304	456	216	301	241	354	230	433	542	434	536	302	376	815	1300	1475	558	1181	1456		
179	Thermo-Hygrometer (Barometer, F...																																
180	VILLOID - fashion, style, community...																																
181	Zalando - Fashion and Inspiration	52	59	68	84	88	69	60	57	63	64	40	54	57	58	85	102	137	165	202	235	249	265	304	383	277	246	198	201	207	206	271	
182	Kylie Jenner Official App	925	1165								1029	1098	1141	1484	1147	1215	1128	1474		1246	1467	946	857	1194	1311		269	1048	1113	9118	1157	1280	
183	TotalChannel																																
184	Office Lens	1020	989	694	854	963	1321	1325	1284	1242	1085	1001	1189	1368	1174	1482	1200	1071	1137	1245		1485						1447	958	1118	1282		
185	EA SPORTS FIFA 16 Companion	329	371	444	470	330	321	347	390	381	484	499	396	335	390	424	508	527	500	443	373	429	470	385	224	203	221	250	283	261	294	269	
186	IQ Mission 2																																



FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
234	Regatéame - Compra-Venta de s...	676	746	670	742	878	963	739	605	574	563	651	817	685	651	612	636	709	678	805	816	734	824	816	1138	1070	779	732	642	756	802	923	
235	Soccer Star 2016 World Legend	615	556	571	555	517	453	346	417	488	662	726	531	525	637	626	543	523	656	501	471	472	439	389	380	382	395	412	436	505	528	594	
236	Marry Me - Perfect Wedding Day!																																
237	Music Quiz Duel - name that tune...																																
238	Vodafone Backup+	716	1074	705	240	231	497	664	1070	827	699	677	734	1212	671	984	747	789	700	882	1133	738	659	602	750	1040	966	1198	1236	846	923	859	
239	iMusic Player Plus - Free Music Str...	139	141	130	129	99	120	127	153	170	178	186	171	172	194	193	192	163	195	159	168	204	189	166	189	165	156	160	164	198	182	204	
240	Stair Free																																
241	Doodle Jump SpongBob Square...																																
242	Yelp	771	794	772	712	670	599	581	735	551	918	921	507	718	817	734	994	982	690	695	902	1023	1291	1439	1286		907	974	896	944	909	865	
243	Move to measure - Flying Ruler																																
244	BBVA Seguro Coche Asistencia: la...																																
245	Disney Infinity: Toy Box 3.0																		977	594	537	593	722	783	778	876	817	756	929	833	1102	1261	
246	Floors																																
247	mytaxi - The Taxi App	192	220	157	126	132	153	198	271	268	118	64	60	87	104	111	79	50	35	25	36	53	57	55	68	77	71	65	93	100	99	53	
248	Free Music Play - Mp3 Player & Stre...	301	389	356	346	392	488	494	502	581	471	473	515	534	635	618	633	562	521	508	524	564	553	627	692	579	542	554	510	550	576	551	
249	Wish - Shoppnig Made Fun	29	18	22	25	26	27	30	29	28	29	36	34	31	33	35	41	44	67	69	62	59	77	69	84	74	54	35	28	33	42	63	
250	Khan Academy: you can learn anything									1324	519	437	441	465	459	446	380	475	1113														
251	Cool...									1364									1424	1316	1439		1265	1000	585	842	1163	1465				1447	
252	Ditty by Zya																																
253	Elecciones Cataluña 2015																																
254	Socialize	154	152	160	159	165	155	165	154	140	157	176	154	149	140	135	150		146	155	158	156	155	177	195	197	165	146	141	153	177	198	
255	The Lost Ship																																
256	Annotate...	67	69	60	60	93	137	138	136	89	74	71	121	144	114	89	85	85	99	127	167	131	136	124	173	257	243	241	193	140	139	157	
257	Inbox by Gmail - a new email app that...	286	298	259	355	346	383	423	347	508	581	753	1051		1284	868	711	971	809	1023	1267	703	779	925	1202	1401	1023	1315		1202	1367		
258	H&M App	107	103	109	127	114	129	120	118	118	108	112	133	132	100	121	131	146	176	224	193	191	213	265	324	407	281	262	207	212	214	303	
259	ING Direct España. Banca Móvil	125	113	124	140	181	236	216	262	179	128	130	152	234	199	142	143	135	134	171	245	185	160	137	160	218	198	208	150	126	131	150	
260	Videoshop - Video Editor																																
261	Kitty Love - My Fluffy Friend																																
262	Gemeliers Official App																																
263	Need for Speed No Limits	302	306	239	58	34	32	33	35	33	38	66	75	92	129	139	133	136	201	268	277	282	324	311	308	287	301	258	339	348	397	373	
264	My NBA 2K16	1247	911	1497		1171	1305	1227	939	970	1402		1291	1126	675	895	1131			1362	1448			1385		1065	956	1110	1088	1022	1136	1039	
265	Notes Note-Ifly: Colorful notes with...																																
266	Santander	81	70	61	73	110	165	152	181	132	91	85	120	177	131	99	89	89	92	130	175	108	111	101	146	173	183	215	131	106	104	124	
267	readind...																																
268	My Sketch - Pencil Drawing Sketches																																
269	SuperManager KIA																																
270	SimCity BuildIt	145	150	153	226	224	195	185	169	239	289	314	393	430	508	553	524	543	185	109	95	96	102	100	100	100	85	72	73	74	88	91	
271	Drink Water Reminder PRO - Drinking...																																
272	Torque Burnout																				1475	1371	1219	930	1122	872	878	1091	1144	1142	1243	1100	1341
273	VIP Pool Party - Make a Splash!																																
274	BBVA net cash	114	142	159	198	521	827	462	695	327	225	231	481	927	341	244	285	318	303	810	1287	405	346	299	515	1009	1056	1427	565	369	376	440	
275	Turbo Downloader Free - Amerigo...	79	87	79	66	55	60	62	61	65																							
276	Nestlé Cocina - Recetas fáciles,...	607	848	893	236	250	262	218	214	115	180	227	287	168	202	129	184	237	56	16	27	54	98	160	214	195	196	162	120	46	85	205	
277	Bowling King	584	583	592	548	515	415	433	451	555	631	705	582	574	545	566	613	545	524	477	455	427	484	498	435	454	426	383	359	372	417	418	
278	Star Wars	1216	758	512	411	500	775	701	669	703	795	568	713	658	425	436	252	60	30	53	81	136	242	340	416	452	614	493	517	522	530	570	
279	(Premium)																																
280	Billionaire																																

nº	App name	DICIEMBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
281	Chicisimo - Outfit ideas for...	399	423	463	462	375	338	375	382	372	434	497	489	472	479	519	495	511	633	503	533	594	601	227	271	366	288	318	289	251	295	378			
282	Learn English with Films - AB...	97	100	115	109	142	152	135	144	133	114	104	88	104	85	74	81	91	106	135	126	140	149	151	200	215	167	149	133	147	161	180			
283	Splashtop CamCam																																		
284	Lily & Leo - Crazy Circus Day																																		
285	Sonic Dash 2: Sonic Boom	1042				1052	913	994	982	1349		136	47	34	39	52	57	68	85	79	67	71	87	83	78	67	70	140	282	460	590	631			
286	The Walking Dead: No Man's...	299	368	467	354	274	244	257	245	334	521	809	1047	1167	964	976	1094	1391																	
287	Mybrana, photo and video s...																																		
288	Adobe Photoshop Lightroom para iPhone		1425		576	574	516	453	323	363	506	719	830	498	584	632	631	664	817	821	798	928	1035	1089	1431	1229	1155	1246	1208	1232	1307	1257			
289	Hipstarmatic																																		
290	Blossom Blast Saga	13	19	23	24	27	15	24	20	26	32	38	32	32	38	55	83	112	152	192	185	106	171	292	139	120	124	93	91	113	141	175			
291	Max Ammo																																		
292	Citymapper - Real.Time Tran...	452	451	412	330	361	357	383	448	421	409	390	449	511	597	577	521	675	616	650	642	686	593	596	651	508	413	414	441	458	415	563			
293	Mr. Square											289	209	212	250	278	304	394	970																
294	Los simpsons	378	352	393	497	319	344	361	363	390	423	262	181	166	195	218	243	261	220	182	127	137	153	183	185	148	137	142	126	149	157	186			
295	Mino Monsters 2: Evolution				1018	1225	1421											1316	1396	1473		1425	1296	1201	1065	1055					1352				
296	iBomber Defese Pacific																																		
297	Paint FX: Photo Effects Editor																																		
298	Home - Design & Decor Sho...	64	66	65	77	86	72	76	80	92	96	100	91	90	84	78	96	106	158	156	165	189	216	290	405	377	190		123	151	210	316			
299	Sleep Better - Smart Alarm...	1326		1212	1341	1358	1346	893	913	568	818	908	1400	1216	1127	1228	917	1095	1273				1177						1351	1124	1124	1273	1310		
300	Happn	155	84	89	100	78	66	106	149	167	163	167	166	155	170	149	152		138	147	128	114	138	155	207	205	143	134	161	143	169	194			
301	Talking Carl +																																		
302	Enlight																																		
303	Offerum - Ofertas y Descuen...	1025	1010	1052	998	1075		1401	1353		1470	1498			1047	1198	1369	1454	1295	1112	1365		1440										1419		
304	Baby Boom! - My network Sister																																		
305	Trabajo Próximo									1381																									
306	Quiz Run - Challenge your fr...	244	280	310	375	432	388	334	412	441	467	581	478	518	367	404	727	733	850	733	643	681	761	672	831	1016	717	571	606	674	656	581			
307	Norton Mobile Security - Lo...	411	304	311	419	610	634	574	594	541	483	549	564	663	589	529	599	559	523	595	695	725	674	686	840	827	780	878	497	470	519	569			
308	Is-it-Love? - Gabriel (Otome...	497	462	516	466	492	496	466	455	506	647	642	571	606	478	488	544	517	483	579	624	486	485	597	646	597	631	558	595	515	612	587			
309	Minions Paradise	471	518	482	196	103	75	82	86	123	138	126	76	72	98	116	124	140	174	136	94	103	130	102	125	122	127	281	511	766	848	958			
310	Sky Gamblers Air Supremacy																																		
311	Star Chef	62	75	86	111	122	130	142	140	147	145	163	185	180	176	162	236	326	433	480	340	358	332	284	286	334	274	269	275	231	153	211			
312	Trivia Crack Kingdoms	740	887	675	649	617	600	585	511	371	223	194	157	173	184	206	207	256	464	568	666	645	668	685	880	652	623	427	398	428	389	405			
313	Spooky Hoofs																																		
314	MisLoterías	356	329	346	272	297	331	311	339	370	395	325	296	339	349	373	371	383	203	209	238	159	19	142	117	191	230	247	273	268	319	326			
315	The Walking Dead: Dead Yo...																																		
316	Airbnb	115	106	118	116	151	143	144	159	142	150	177	227	238	175	168	172	209	221	63	106	160	191	224	263	260	207	181	165	156	170	218			
317	Poker España	405	419	551	892	1123	1199			1098	1393	1489			1348	996	827	1002	943	1343	1271	1090	1175	1065	1350	1159	160	249	289	298	857	895			
318	Free Music Ninja - Music Pla...	474	590	607	583	545	546	613	662	590	600	543	641	577	785	819	773	715	758	829	970	851	769	680	741	920	778	754	681	718	906	660			
319	Lara Croft: Relic Run										1097	1303	971	1073	1310	1032	1063																		
320	Matchapp	475	566	754	696	632	582	745	645	557	660	516	198	232	379	476	624	769	665	272	331	570	971				1490			1478					
321	FFCV	970	1445	1466	1343	688	647	997	1180	1197	1484	1369	492	478	786	930	1382	1360	1440	856	929	1121													
322	Runtastic Sit Ups Ab Trainer																																		
323	Netflix	90	81	84	83	61	59	51	49	62	66	67	61	60	69	73	66	76	83	76	71	72	82	80	82	58	52	45	51	55	60	72			
324	Doodle God Blitz																																		
325	Sanitas HealthCoach																																		
326	Best Fiends	282	416	485	530	575	458	550	699	792	933	826	836	793	849	993	1007	914	1015	400	137	209	302	416	639	551	609	637	709	629	636	908			
327	Justframe Pro - Collage Phot...																																		

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
328	Whitagram																																
329	Pursuit of Light																																
330	Equalizer Pro - volume boo...																																
331	FX Photo Studio - Pro Pictur...	1342	1468		1462	1214	1009	1151	1035	1223	1191	1345	1177						1156	1318		1061	1161	1397	1429			1373			1458		
332	Amazon Photos - Clod Driv...																																
333	cb Time - Secure vault hidde...																																
334	Mermaid Princess - Underwater fun																																
335	Bike Unchained	899	1051	1253	1347	984	1159	1221	1292	1486				1204																			
336	Boomerang from Instagram	287	308	301	334	323	276	330	328	263	263	398	341	231	259	388	355	391	349	342	123	107	83	3	6	18	15	15	17	17	18		
337	ScanLife Barcode & QR Rea...	120	121	108	125	127	140	146	167	150	132	101	124	119	119	96	88	100	86	84	110	99	113	111	108	115	146	192	170	157	159	163	
338	Afterpulse									904	742	538	540	538	537	527	614	589	857	1341													
339	Trivial Pursuit & Friends	439	435	521	508	475	365	363	298	317	379	480	390	359	405	562	591	439	442	565	493	469	457	524	530	252	270	252	265	256	344	367	
340	Firelight - Pro Editor																																
341	Guitar Hero @ Live									1157	756	783	861	749	798	832	810	729	1244				1220	1145	789	738	648	712	748	936	991	939	
342	dSurvival																																
343	Duolingo English Test: English...	1127	1354	1192	1234			1419	1360	1334	1189					1408	1163	945	1497								1455			1305	1087	1304	
344	Buddyman: Halloween Kick 2																																
345	Sniper X with Jason Statham																																
346	VSCO	183	199	221	178	133	131	65	74	93	113	125	117	116	138	161	181	189	155	99	90	100	112	109	86	60	40	41	48	56	67	68	
347	Bubble Shooter 3.0																																
348	Mister Radio (Mr.)	118	127	149	206	270	269	291	263	282	313	248	192	191	239	257	362	353	413	496	436	462	516	542	613	663	630	529	652	701	696	649	
349	Plants vs. Zombies 2																																
350	Solitarire	214	202	169	179	194	200	173	168	178	189	230	211	188	161	182	151	194	250	235	207	211	268	252	280	330	262	209	192	205	196	244	
351	Moment Camera																																
352	BBVA Wallet	55	48	50	45	89	168	136	192	91	71	68	140	187	109	75	70	71	81	166	249	122	108	88	136	236	272	367	144	105	92	145	
353	Rumbo cheap flights search...	1390																															
354	Sleep Cycle alarm clock	225	246	285	523	848	1107	874	867	908	804	299	439	644	754	715	790	722	485	447	422	404	480	514	595	629	549	424	399	383	420	464	
355	2016 NBA App	843	757	641	872	817	759	906	731	726	751	824	659	845	1132	1278	1039	1202	1174	1029	1132	1108	1297	1354	955	813	641	848	828	874	887	777	
356	Copiloto Repsol			1083	1207					1246	1100	1110	1347			721	730	1025	1269				1369										
357	Quick Cap Pro - Add Funny...																																
358	Supermarket Girl - Baby Birt...																																
359	Groupon - Deals, Coupons &...	224	203	209	147	98	124	156	189	197	212	233	239	215	205	186	174	227	259	322	321	226	154	226	406	309	269	231	209	236	261	282	
360	Pipe Lines: Hexa																		307	1009													
361	El Español	1354	1266	1417	1203	1142	1143	947	973	1237		1492	1168	1431	1110	1172	1271	1078		1370	1055	1063	1164			1337		1183	1072		1119	1164	
362	Ryanair - Cheapest Fares	56	64	66	80	102	125	115	132	85	94	88	122	135	73	69	58	67	69	77	79	67	79	99	153	119	74	68	60	69	80	109	
363	Bucmi																1492					1336										1419	
364	Zombify - Turn yourself into...															***																	
365	DSCO by VSCO																																
366	PiclabFx - add amazing fx to...																																
367	Double Juggle																																
368	ZombieBooth 2 - Zombie Se...																																
369	Glow Lamp																																
370	Logo Quiz - English																																
371	EA Sports UFC @	776	649	656	823	661	682	661	642	695	714	844	904	709	733	617	655	714	587	653	796	711	735	770	777	633	612	617	674	616	657	773	
372	Fold the World																																
373	Weather Now US Local Fore...																																
374	Repost for Instagram	150	162	170	165	199	148	137	150	169	173	154	151	165	158	174	161	169	167	199	172	173	177	189	183	184	185	178	182	203	197	161	



FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
423	War Robots																																	
424	Super Nitro Chimp																																	
425	Dinosaur Safari Pro																																	
426	Twist	178	237	251	250	179	169	158	108	113	116	137	131	159	174	203	249	258	311	216	244	241	256	235	179	187	164	169	128	120	136	131		
427	Microtrip																																	
428	The Lost City			***																														
429	File Storage - The only file m.																																	
430	Osnap! Pro Time-Lapse &S...																																	
431	Download Manager Pro - Do...																																	
432	Decathlon	204	258	248	290	281	333	280	335	312	261	294	359	368	304	313	281	336	280	300	313	281	331	360	456	513	326	278	248	266	284	424		
433	Vodafone TV	112	191	227	292	200	348	449	510	383	250	141	89	105	146	208	278	241	348	341	234	331	402	488	572	557	481	484	357	63	56	117		
434	Briefr Messaging																																	
435	Kill Shot Bravo	509	534	520	438	331	324	391	409	524	675	378	406	425	496	545	850	1266																
436	Stackables - Layered Texture...																																	
437	Nubefone: Low-cost intert...											1398	1463				1424	853	868				1141		843					1469				
438	Starlit Adventures © - Dig ...	1205	1320	1414																														
439	Snapimals - An Amazing Ani...																																	
440	Episode -- Choose Your Stor...	440	460	421	434	296	343	266	158	234	278	352	332	282	291	356	336	330	351	324	177	253	207	217	340	341	297	258	157	164	148	209		
441	Sweat with Kayla - female fit...	708	845	572	447	682	544	670	633	718	860	777	663	660	481	565	357	271	379	538	504	580	473	463	446	720	801	576	216	283	411	717		
442	Descendants																					1423												
443	Hop Hop Hop	684	769	891	897	787	753	755	751	961	916	1072	993	1098																				
444	Runtastic Mountain Bike PRO																																	
445	Roll the Ball - slide puzzle	89	118	129	192	260	245	373	398	395	460	548	617	328	372	418	436	516	638	809	781	836	867	967	1023	960	839	593	508	902	1103	1360		
446	Clue: Period Tracker, PMS al...	209	240	220	298	311	390	343	305	195	218	250	300	284	275	272	288	278	102	47	40	45	50	126	227	246	176	84	43	59	62	153		
447	ZooKazam		***																															
448	MiniinTheBox - Samll &Smar...	164	263	280	235	217	202	200	220	272	302	217	224	211	219	215	268	259	295	319	323	168	267	349										
449	Local Cloud Pro - Open files																																	
450	Week Calendar																																	
451	Mi Yoigo	95	67	56	68	116	179	160	210	151	131	92		226	166	109	94	92	116	179	257	171	188	181	220	313	335	350	212	175	163	162		
452	Spiritual Me: Meditation - tec...		***																															
453	Gas Natural Fenosa Clientes	132	96	35	50	135	287	314	348	336	362	425	570	622	562	427	453	485	476	838	1015	664	587	708	803	1062	1367	1089	743	614	631	760		
454	MotionPortrait	797	943	853	1090																													
455	Stradivarius	106	130	134	158	168	180	159	157	173	165	166	182	154	162	143	141	1147	1142	210	201	169	196	206	229	243	175	167	136	129	146	221		
456	PULL&BEAR	98	108	137	134	146	133	129	122	122	102	116	137	123	117	101	121	130	164	194	182	147	161	158	221	233	162	151	147	130	145	199		
457	Bershka	122	133	142	146	134	127	134	121	119	115	127	136	122	111	113	139	145	168	229	189	178	175	192	246	240	182	166	169	155	185	226		
458	Moldiv - Photo Editor, Colla...	138	126	117	124	128	122	124	126	149	158	226	241	292	290	307	298	266	297	263	242	245	259	220	159	181	177	218	234	267	260	185		
459	myMail - Email for Hotmail,...	686	764	731	794	930	1063	1197	1025	866	871	848	985		1109	723	989	766	673	893	1149	931	759	1108	1200	1068	1041	1317	1207	1210	903	1115		
460	Antyz																																	
461	idealo shopping - Price com...																																	
462	Mango MNG	110	129	144	141	148	150	139	130	137	152	179	201	178	180	170	196	204	214	244	221	238	246	231	262	307	104	91	101	125	144	239		
464	Star Wars: Galaxy of Heroes	23	28	34	98	131	166	175	184	233	67	74	67	58	75	94	111	123	31	21	19	23	29	26	30	27	27	29	32	35	39	40		
465	Showroomprive - The ultima...	116	281	434	549	724	690	819	647	626	666	583	748	628	766	727	1214	954	1073	1179	127	1199	1163	1404		1368	409	527	714	1060	1342			
466	To-Fu Fury	20	23	28	***																													
467	Fing - Network Scanner	77	172	279	363	431	408	276	199	253	269	208	280	262	305	333	329	443	469	517	536	503	478	519	683	594	547	491	466	449	509	557		
468	Cube Rule - Split Second Cu...	48	56	87	284	907																												
469	Maps.me - offline map...	94	232	321	399	479	466	508	512	523	440	408	513	566	690	586	612	712	519	697	616	860	752	695	919	665	583	587	570	556	518	661		
470	Sketch Me! Sketch&Cartoon	30	***																								**	1289	***					



n°	App name	DICIEMBRE																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
471	25 Days of Christmas - Holid...	1133	794	1208																																
472	Sleep Talk Recorder	31	36	***																																
473	Headshot Heroes	91	105	151	444	1127																														
474	Monument Valley	**	1	1	1	1	1	1	1	***																										
475	Stubies	**	31	44	***																															
476	Convertizo 3 - Convert Units...			16	32	140																														
477	Rayman Adventures			71	3	2	2	2	2	5	17	29	37	42	54	59	74	88	114	112	131	158	107	97	102	107	126	117	117	128	143	149				
478	Santander Shareholders and...			77	234	539	940	1302																												
479	Roasty		149	92	112	91	117	149	162	238	391	1218																								
480	Carrefour PASS Móvil			1187	21	50	146	237	399	352	368	479	733	680	485	480	485	520	356	416	497	315	419	603	769	1084	881	714	490	457	524	641				
481	ElfYourself by Office Depot,...	222	184	133	34	24	20	16	13	18	23	25	25	21	21	18	18	20	13	8	4	5	9	6	2	13	17	21	34	45	58	45				
482	DKV Seguros Médicos	780	1079	1014	46	129	347	498	763	124	175	364	707	1101	795	866	846	1288	1289																	
483	Hyspherical 2				792	1341	899	1278	1192	819	976																									
484	Spider Square			681	78	42	46	42	47	69	104	266	671	1274																						
485	GyroSphere Trials				82	23	4	6	21	36	51	30	20	13	25	33	50	94	137	327	430	690	1086		1488	101	43	31	35	60	113	260				
486	Vivino Wine Scanner	473	515	189	87	90	84	78	93	112	129	108	107	82	65	122	168	114	94	100	108	123	118	131	110	76	86	102	132	132	152	156				
487	Free Transit App by Moovit	174	168	163	95	85	103	100	102	109	134	150	176	283	226	199	158	149	166	249	268	242	235	234	318	364	314	293	276	210	239	278				
488	PNP - Portable North Pole 2014	43	42	46	93	113	107	105	83	86	90	91	96	95	82	70	51	41	32	34	29	30	35	33	21	48	88	194	352	475	574	612				
489	Cheerz - Print your mobile...	185	235	360	401	68	135	191	300	318	210	287	353	293	352	350	176	188	213	397	467	545	612	649	899	946	728	604	487	493	601	834				
490	Dear Diary - Interactive Story			1385	163	73	64	59	67	121	167	451	863																							
491	Draw Something New				199	106	91	104	105	154	220	544	898	726	855	748	816	792	1041	1288																
492	File Extractor for ZIP, RAR,...					**		67	***																											
493	UNO & Friends - The Clas...	406	494	488	260	163	108	94	99	126	172	308	354	401	554	572	675	554	561	441	545	517	543	499	458	406	342	285	280	325	402	325				
494	Weight Diary						**		4	11	***																									
495	PlayStation @Messages							43	42	55	76	87	115	134	145	156	197	194	205	202	251	214	200	206	208	193	177	190	190	179	182					
496	Candy Crush Jelly Saga	394	459	410	389	494	550	459	70	44	62	90	141	170	237	247	262	268	239	274	298	304	69	44	58	70	64	54	55	64	83	104				
497	Snap Up for Snapchat				1259	646	513	71	125	206	259	268	247	288	331	320	348	365	367	348	366	358	333	319	284	359	398	379	382	455	366					
498	Photo Lab: Art Photography,...	158	158	174	162	149	109	107	95	103	105	103	110	100	2	4	25	37	72	86	86	83	78	65	35	42	62	86	103	133	138	78				
499	CariCartoon - Funny Cartoon...					327	779		1	3	23	43	85	164	354	696	1052	1409	1429					1431	1181	1200	1197									
500	Twyp			630	1056			449	4	1	2	14	4	4	5	6	15	22	27	23	18	23	28	33	45	35	25	24	29	29	30					
501	Volvo Car Service				185	332	673	1348		38	85	224	544	1034	1138	1424							972	1473												
502	JibJab Messages	682	662	364	172	183	144	112	107	64	95	89	153	216	231	58	78	98	108	137	84	88	101	54	31	54	107	228	405	577	607	298				
503	djay 2 para iPhone								**		26	28	***																							
504	Periscope	124	179	194	168	288	298	278	337	102	34	39	33	41	48	42	33	48	98	172	99	202	219	255	297	296	267	246	269	258	128	152				
505	Cut The Rope 2								**		44	13	3	3	13	17	22	***																		
506	Fallout Shelter	827	684	798	1145	908	814	691	1009	193	79	63	53	54	68	62	61	70	128	208	237	271	264	229	233	222	200	243	253	244	264	296				
507	Fishdom FreePlay										154	42	50	61	92	131	157	231	491	700	862	948	1308	1003	1207	1484	1267	827	790	905	1492	1299				
508	Cavernaut											**		84	***																					
509	The Sims FreePlay	300	378	329	331	189	188	171	164	188	198	162	99	79	103	120	129	156	156	108	82	75	92	82	88	82	66	67	77	87	108	114				
510	Trials Frontier				1327	1150	1193	1444	1321	1497	1151	182	95	70	63	65	54	72	93	87	97	119	129	114	128	147	169	481	977							
511	Snake'97: retro phone classic				1329		1435		1485				277	45	37	41	39	55	63	115	200	414	662	1013		1436	1381	1162	1244	1359			1336			
512	BlockPath Pro											**		51	80	***																				
513	Pic Collage Maker, Text on Photo...	168	170	180	176	193	170	163	142	110	111	95	101	98	86	104	108	110	122	138	134	126	133	122	66	90	120	127	135	148	142	64				
514	Daily Insist													**		72	145	***																		
515	Iberia Cards														135	97	263	505	735	1027		1245								1219	1461	1076	1440			
516	God of Light													**		45	74	235	686		***															
517	Crazy Wheel by Playspace														398	80	53	41	38	38	34	45	47	67	92	89	62	53	66	63	58					

FACTORES DE ÉXITO EN LAS ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (IOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
518	Face or body swap with top...																**	4	14	51	179	456	1079										
519	Scrubby Dubby Saga																	42	26	35	42	40	59	84	129	340	437	349	345	307	342	371	
520	Arquia Banca	1101	852	996	1178									1369	1289			47	97	323	648	675	888	995	1355								
521	Vidblend Video Blender: Me...															**	82		***														
522	Piano Tiles (Don't Tap The W...	884	938	746	765	534	368	357	182	210	228	215	129	106	122	134	147	95	70	46	43	51	46	38	51	51	51	52	56	54	71	69	
523	Ganar dinero con fairTime																	97	61	184	437	640	1037	1451									
524	Juicifi - 300+ Raw Organic J...																**	15	37	153	***												
525	Yahoo Mail	386	445	229	307	461	574	577	523	479	435	426	484	635	500	473	484	377	57	169	264	343	370	527	587	632	580	626	640	476	457	572	
526	Gods of Rome																	1011	60	52	65	68	89	96	91	111	121	131	138	166	173	203	
527	Delicious - Emily's Hopes an...								1354	742	332	138	202	271	477	518	526	406	71	62	85	149	367	796	1283	1316	793	1053	1104				
528	Elecciones generales 2015																		179	14	1	1	13	39	213	719							
529	Katy Perry PRO																825	496	127	68	76	94	119	108	121	155	161	136	121	141	160	165	
530	Hammer Time!																	550	141	81	78	74	76	67	64	72	84	94	106	112	125	141	
531	Geometry Dash Meltdown																			85	5	4	5	5	5	17	16	16	19	20	23	22	
532	Chess and Mate - Chess lear...																	**				12	25	***									
533	El Confidencial Elecciones 2...				1345	667	553	528	644	685	551	546	452	386	518	420	333	134	44	86	341	902											
534	Selffun, the smartphones...																	389	111	45	35	48	70	250	535	518	730	899	987	742	830		
535	El Mundo Loterías - Premios...													1263	1180	1013	474	337	541	580	175	14	39	142	313	524	710	995					
536	iPremio - Lotería de Navidad																					713	4	22	107	494	935						
537	PDF Smart Convert																					**	17	25	98	***							
538	TuLoteró - Play EuroMillions...	346	400	337	268	366	406	339	327	330	179	251	425	474	193	164	246	314	346	415	342	197	33	57	101	175	192	188	440	859	1197	1292	
539	Lotería de Navidad y sorteo...																						1159	85	260	826							
540	Radio Nacional de España	975	1055	964	883	777	812	899	1069	1199	1075	1302	1001	904	980	836	1092	956	899	1078	822	626	86	266	642	696	905	735	821	1378	843	759	
541	Lector Lotería																						96	165	511	927	1203	1407					
542	Shein Shopping - Women's...							1313	1087	1466	1148	1230	1091	823	778	749	857	1240	1474	1445	268	100	74	83	109	240	499	780	124	82	90		
543	Sniper Fury - Guardian of Li...		361	225	197	233	205	175	185	267	359	365	354	426	360	442	264	125	67	63	56	81	95	126	209	324	195	156	154	187	188		
544	NocheDePaz																									441	12	31	54	81	111	137	
545	Christmas frames - Create c...											845	428	338	271	243	272	298	318	392	343	293	209	146	38	94	225	519	855	1153	1375	467	
546	Christmas Quotes and Mess...					1444	1389	1113	1054	1020	983	930	1015	1025	786	840	662	706	577	494	384	273	154	41	140	381	918				399		
547	Frames and Christmas cards			1354	1208	1443	1201	1395	938	757	724	919	903	1003	755	699	622	683	632	549	549	476	308	175	52	154	392	825	1476				
548	SantApp	518	639	662	640	652	644	653	634	587	580	725	677	646	366	284	317	358	323	386	338	344	282	193	76	133	294	443	727	772	908	772	
549	Create Christmas Cards		891	1007	1350				1119	1309		1204	1070	1246	1089	924	1030	952	911	835	708	606	562	448	79	275	594	1402					
550	Fliptastic Pro																								**	46	94	***					
551	FitBit	455	528	440	498	527	464	517	462	438	468	506	410	458	440	415	479	538	499	438	452	412	435	425	301	52	72	116	172	214	232	290	
552	GoPro App	376	359	353	301	237	268	312	299	356	367	301	257	260	385	374	381	423	353	280	287	287	354	288	223	59	73	98	127	165	202	192	
553	Garmin Connect Mobile	414	390	363	381	457	444	442	463	452	377	431	457	516	402	287	280	332	384	383	431	374	359	402	290	62	96	153	222	270	259	243	
554	Video Star	472	489	510	484	256	247	236	251	361	441	391	219	190	310	378	341	303	275	157	142	186	158	118	113	79	79	97	112	114	123	116	
555	Just Dance Controller			1422	847	470	528	570	591	934	1125	964	638	778	883	1058	1355		1226	560	555	758	595	614	476	81	123	171	236	292	329	297	
556	Google Cast	258	383	432	392	273	251	282	315	376	392	326	316	254	321	376	374	342	338	292	295	307	330	298	251	87	128		181	201	248	216	
557	ZEDGE Ringstones & Wallpa...	200	196	192	189	155	141	148	147	177	181	191	186	204	188	179	114	133	140	125	129	142	145	142	155	91	111	113	122	127	140	135	
558	My Data Manager - Track your...	1174	646	868	1194	1160	1423	1037	969	875	865	1035	961	1286	1098	1182	807	872	792	959	1129	1143	1387	948	1017	792	97	99	179	347	503	634	
559	MARVEL Contest of Champions	562	595	533	305	261	196	178	212	192	196	202	158	133	153	183	218	220	298	290	239	260	211	171	165	138	98	108	134	142	168	168	
560	Traffic Rider																									893	169	59	26	20	19	22	27
561	Legendary Pirates - Pacific																												34	116	444	1188	
562	harmony 3																								**			88	59	77	101	125	
563	¿Y tú qué sabes? - LaSexta																							893	974	1174	755	473	227	14	25	45	94
564	Funny Call with Voice Chan...	382	374	391	394	421	413	432	480	436	411	455	366	435	429	464	438	434	564	425	486	430	408	414	489	398	456	384	44	47	110	202	

nº	App name	DICIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
565	Dumb Ways to Die 2: The Game	933	1060	1103	1044	783	754	456	491	636	740	807	687	482	777	942	971	847	1138	624	588	752	657	659	559	461	442	122	74	65	59	62		
566	RALLY THE WORLD. THE GAM...																													14	34	129		
567	Wave - Private Location App	489	554	916	1380	300	340	143	133	183	235	276	320	184	207	290	193	180	144	161	197	180	236	287	269	608	627	629	394	27	41	96		
568	Volkswagen Race anywhere																															15	31	
569	Empire Warfare: Domination																														378	18	80	
570	Spacewar Simulator																														366	19	75	
571	Horoscopes – Daily Zodiac Horoscope...																									840	1149				35	65		
572	InsTrack for Instagram - The Most...	290	301	348	384	298	325	272	250	276	280	293	290	301	294	304	382	365	388	352	362	329	345	325	305	332	211	170	153	119	90	60		
573	New year funny greeting cards - New...																			1092	685	692	521	359	157	339	535	652	639	530	387	21		
574	Retro Collage Photo Editor	105	109	120	131	136	121	116	115	107	106	122	126	120	113	110	126	120	111	141	136	116	125	120	73	83	109	120	113	122	105	20		
575	DMD vClone																														**	38		
576	Pic Collage - Photo editor...	363	349	351	407	318	272	270	273	299	283	278	247	233	220	232	232	200	245	220	215	217	227	241	137	160	191	196	245	257	217	43		
577	Magic Photo Collage - Picture...	313	331	327	328	365	312	328	341	309	335	333	346	316	266	269	307	315	304	313	278	234	225	204	187	180	218	216	240	230	231	52		
578	Magisto - Magical Video Editor	231	250	241	279	275	252	199	174	206	258	237	226	201	197	211	211	240	243	233	220	215	195	187	180	192	180	168	159	178	158	57		
579	InstaVideo - Video Editor...	837	725	758	797	677	726	805	701	709	883	1021	973	914	921	744	823	690	830	887	868	878	1018	824	671	923	1137	1145	946	738	583	73		
580	Photo Grid - Collage Maker...	279	267	276	241	236	182	222	208	267	296	241	212	200	214	242	258	243	288	234	211	240	223	208	138	103	129	147	199	221	175	81		
581	Happy New Year 2015 - gr...																															1366	86	
582	Happy new year frames – Cre																															1022	92	
583	Video Greetings 2016 - Happ...																															1057	95	
584	Instant picframe - photo collage...	423	443	469	603	504	446	415	465	478	497	639	477	508	471	456	595	577	541	545	520	497	451	465	422	429	467	507	568	514	443	97		
585	Free Music XXL - Music ...																															250	121	98

## b.2) Seguimiento diario de las aplicaciones de pago en App Store

Leyenda:

	La aplicación aparece por primera vez en la lista de éxitos
*	La aplicación ha sido eliminada de App Store
**	La aplicación pasa a ser gratis
***	La aplicación pasa a ser de pago

Las casillas con fondo gris indican que la aplicación no aparece ese día en la lista de éxitos

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	Afterlight	1	2	2	2	2	3	1	3	2	1	1	1	1	1	2	1	1	4	2	2	2	2	5	4	6	5	8	3	4	1	
2	Geometry Dash	2	5	8	3	4	1	4	2	1	2	4	5	3	5	3	4	11	6	4	3	7	5	10	8	8	4	3	6	7	8	
3	Radar Nomad (antes Avisador de...	3	4	4	6	24	14	11	19	9	10	7	7	8	3	6	6	5	2	3	5	4	4	3	1	1	1	2	2	1	2	
4	Teclado Emoji para Mi - Temas...	4	3	5	11	13	6	6	8	6	20	12	8	5	4	4	7	13	13	9	11	13	18	34	43	110	504	471	156	464	75	
5	Teclado Personalizable - Colore...	5	1	1	1	1	2	2	4	7	6	44	35	49	18	24	52	69	275	349	335	784	1109									
6	Runtastic PRO GPS Entrenador...	6	7	9	5	6	4	3	1	3	5	6	3	2	2	1	2	4	10	6	4	3	3	2	3	5	8	7	4	3	4	
7	7 Min Workout - Tabla de 7 Min...	7	8	15	14	29	16	15	13	36	164	106	488	72	38	58	46	66	274	18	40	12	19	80	53	85	100	35	12	38	22	
8	Alarma Inteligente: ciclos del...	8	13	12	23	40	52	19	18	14	19	8	23	19	10	13	40	62	272	716	1054	106	103	408	405	803	1236	1298	131	377	89	
9	Pou	9	10	13	7	5	8	10	12	5	3	5	6	4	11	7	21	20	8	5	6	5	8	6	9	20	12	6	10	8	29	
10	Facetune	10	15	28	18	11	15	9	10	12	7	15	20	16	12	12	15	10	3	8	9	6	9	16	20	12	6	9	9	14	14	
11	Lara Croft GO	11	11	11	28	58	53	72	130	147	66	189	598	201	497	80	358	731	1017	158	311	764	1098	581	932	217	621	474	872	1121		
12	ACIE	12	33	37	9	8	11	5	6	10	11	18	50	46	29	111	33	32	52	22	28	50	74	391	169	467	64	54	51	40	79	
13	iTranslate Voice - traductor &...	13	6	14	10	20	19	14	15	20	12	39	76	465	72	18	44	65	99	27	15	16	21	83	30	37	16	15	27	104	335	
14	Minecraft: Pocket Edition	14	16	7	4	3	7	7	4	4	3	9	7	7	11	13	43	18	10	7	8	6	12	14	24	9	4	5	9	7		
15	Free Music Pro - Mp3 Player	15	29	23	21	25	35	30	21	18	14	20	25	37	*																	
16	Flightradar24 - Flight Tracker	16	20	20	12	9	27	32	26	21	8	11	16	9	15	15	11	29	14	12	14	15	10	53	216	105	23	18	46	17	9	
17	Tiempo en Vivo	17	23	10	24	15	22	38	38	88	35	10	11	12	6	5	9	42	104	25	82	25	49	26	25	33	121	134	22	12	13	
18	Ski Safari 2	18	18	65	118	131	580	1013	1308		610	1002	1351		248	608	984	1254											691	1104	1419	
19	Horizon Chase - World Tour	19	44	58	16	74	31	29	25	69	83	97	450	497	897	1234							496	832	178	567	914	1320	255	583	184	1190
20	Reboard Keyboard + GIFS &	20	34	122	195	1380					247	424	189	562	881	1236									284	618	**					
21	Enlight	21	14	22	15	55	60	34	85	27	22	71	36	39	44	97	365	24	44	20	38	44	77	4	5	3	3	1	1	2	3	
22	iParadox - Alarm System Control	22	36	19	50	42	168	51	91	129	39	45	34	77	99	62	30	23	15	72	133	100	311	50	13	18	102	109	102	24	67	
23	Hablar y Traducir - Traductor Pro...	23	31	45	26	22	17	17	27	42	42	17	17	21	14	22	12	19	28	29	18	72	93	49	45	11	27	64	16	18	15	
24	Tunea Tu Sonido	24	9	6	8	10	5	8	5	11	13	31	29	30	26	32	102	354	101	100	346	55	46	145	495	846	39	178	381	81	32	
25	WiFiAudit Pro - WiFi Passwords	25	35	27	32	32	46	16	34	16	21	13	21	31	23	44	16	22	19	31	43	37	11	15	27	88	20	22	44	23	16	
26	Invenio Carmen mp3 - Oficial	26	19	25	44	16	24	35	66	145	15	56	59	86	102	39	84	82	234	294	66	57	293	146	412	29	108	464	929	82	314	
27	Sfind for Spotify Premium	27	12	17	19	28	38	21	11	8	9	9	10	10	9	10	8	9	*													
28	Photomyne - Album Scanner	28	41	32	38	33	12	12	35	37	28	2	4	6	8	8	27	25	12	87	24	71	300	811	497	14	14	13	18	25	70	
29	Trafico NOI Pro, info gasolina y...	29	21	16	20	7	9	18	9	30	27	14	14	15	31	26	26	12	5	11	23	14	30	14	17	22	55	107	30	42	162	
30	Comunio Manager	30	27	41	41	73	119	442	811	93	37	19	88	82	101	28	58	298	53	66	47	21	39	155	40	81	33	39	119	101	294	
31	VHS Camcorder	31	30	44	55	76	47	133	31	130	422	121	126	56	20	101	29	288	226	47	151	35	67	43	171	87	101	461	109	118	348	
32	Contraseña para WhatsApp	32	51	54	76	21	13	20	24	23	18	34	94	83	45	63	35	44	77	17	13	17	44	186	107	68	49	46	82	53	54	
33	ProCamera 8 + HDR	33	73	113	189	536	1026	464	83	38	61	79	446	180	476	422	426	370	301	728	1074			130	408	407	502	137	112	426	729	
34	Badoo Premium - Haz contactos...	34	39	70	31	43	57	27	37	87	431	60	70	28	75	31	49	68	51	36	31	22	14	29	11	21	29	29	58	138	301	
35	La Patrulla Canina - Al re...	35	17	46	30	17	28	40	98	51	95	35	19	14	24	46	356	350	684	143	79	149	321	63	392	58	26	48	146	399	708	
36	Plague Inc.	36	32	26	34	14	40	25	55	155	73	390	142	55	104	78	357	349	291	122	149	285	73	38	66	60	35	20	34	15	25	
37	Rain Alarm XT - Imágenes del...	37	26	31	37	46	55	95	23	34	115	453	22	58	146	433	78	318	285	356	277	743	1082	111	120	426	76	26	35	6	10	
38	Grindr Xtra - red social gay, homo...	38	49	89	461	49	32	23	20	17	16	33	24	23	19	17	24	27	20	56	8	24	25	48	10	16	60	65	56	64	20	
39	Farming Simulator 16	39	86	52	62	134	117	43	57	47	24	37	49	100	108	177	72	52	255	305	323	60	84	400	49	67	466	31	84	85	85	
40	Radar del Tiempo - Previsión de...	40	25	50	78	63	34	58	101	68	102	398	139	171	357	61	123	302	282	306	83	347	41	84	92	36	451	79	55	36	48	
41	Infinite Flight - Simulador de vuelo	41	50	111	468	889	1351	155	116	401	873	1259					397	749	121	433	354	354	734	173	420	812	543	936	1313			
42	Tabs & Chords by Ultimate Guitar - L...	42	40	73	229	461	91	556	176	447	182	23	66	457	35	47	70	283	49	19	20	76	54	39	31	70	465	877	120	62	58	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
43	Final Fantasy VII	43	116	131	474	50	149		89	67	196	415	867	563	942	83	361	732	256	708	381	366	740	1184	526	940	1341			85	322	
44	Emoji:) )	44	45	18	35	37	21	80	16	22	50	58	32	35	39	37	22	15	9	15	50	46	42	37	55	42	46	25	39	35	96	
45	Angry Birds	45	69	43	54	121	560	1003	86	380	170	500	896	1295	493	370	76	316	283	86	95	292	302	813	493	830	139	91	358	72	120	
46	Monopoly Here	46	79	84	478	84	33	13	22	44	67	131	43	22	25	9	23	63	100	42	22	20	17	9	48	82	61	36	31	26	41	
47	Tunea Tu Pantalla - Temas y Fon...	47	38	47	155	23	36	109	169		36	28	31	29	55	55	79	285	652	98	157	130	317	397	835	1167	122	113	11	33	27	
48	TapeACall Pro - Grabación de llama	48	53	176	579	90	196	147	39	48	142	105	141	508	907	464	863	1124	423	97	343	31	82	45	91	101	126	138	88	401	40	
49	iPlanner España	49	24	30	96	31	92	430	160	43	49	157	533	34	49	359	73	317		30	37	127	336	13	25	24	23	66	201	32	70	38
50	Colorburn - 1000 Filtros Cámara	50	48	29	61	85	62	88	73		851	499	907	1314																		
51	Scribbleonauts Remix	51	74	188	130	488	1001	1377			148	474	901	1304			212	471	748	1091	1417	372	749	447	461	833	204	45	98	421	344	
52	Settle Up (Legacy)	52	37	42	17	35	71	79	47	29	97	61	52	257	57	30	25	76	67	21	39	56	68	386	437	149	140	419	429	197	82	
53	PhotoSync: transfiera de forma inalán	53	65	175	82	449	983	84	211	384	30	122	145	140	42	38	34	79	111	76	41	127	389	357	161	142	540	916	29	37	50	
54	Video Explorer - ¡Reproduce cualquier	54	75	94	63	41	39	45	41		34	38	96	473	97	403	814	417	732													
55	Photo Lab PRO HD: foto montaje, filtr	55	82	59	53	122	96	108	56	55	165	107	41	44	22	57	82	36	36	69	55	41	40	54	78	384	887	177	380	80	311	
56	Monument Valley	56	81	35	60	54	20	28	111	61	40	110	33	20	52	14	28	38	35	59	84	291	87	89	400	102	125	114	53	165	31	
57	infiltr - Filtros Infinitos	57	57	191	486	897	623	196	397	747	198	419	144	98	385	822	465	101	304	734	1088											
58	Hitman GO	58	100	109	467	888	223	568	916	1192						215	536	833	1101					202	549	893	1303			233	461	
59	Football TV HD Sports	59	252	607	1048	1395							2	13	41	355	14	8	32	26	16	23	129	78	16	84	11	27	103	422	725	
60	Sky Guide: Mapa estelar	60	175	88	481	186	162	522	859	449	231	98	121	496	899	183	359	730	340	364	339	349	361	409	175	475	517	905	125	433	349	
61	Fotos Carnet	61	450	53	473	183	621	60	370		132	125	231	621	163	103	366	733	1021	1095	106	96	99	108	447	835	1259			226	447	
62	TurboScan: escáner de documentos	62	112	72	25	60	142	137	127	41	53	74	462	87	86	398	60	60	269	715	1053	64	38	35	41	146	437	459	151	459	750	
63	Clean Master	63	*																													
64	Athletics 2: Summer Sports	64	90	430	523	927	1382		274	576	499	924	1287			656	455	793	123	437	930	1290						336	171	355	789	1053
65	Maps 3D PRO - Rutas con GPS para	65	92	107	513	188	128	447	36	144	201	113	491	509	116	416	820	421	246	701	92	294	126	88	113	416	176	144	444	59	72	
66	Fast Player	66	198	82	108	106	115	440	75	123	79	111	492	970	1301		526	305	46	54	75	59	48	32	390	399	51	406	893	49	49	
67	Camara+	67	42	33	39	39	37	41	60	19	41	16	15	17	21	50	116	96	241	126	76	75	52	28	68	351	124	57	23	34	42	
68	Photokeys - Teclado coloreado a part	68	43	77	70	92	134	69	376	134	122	460	895	1326		619	972	1252														
69	My Contacts Backup Pro	69	453	91	127	108	68	110	413	73	199	46	89	451	858	1217	1243	177	39	114	376	293	88	103	98	47	202	153	465	863	402	
70	Red Car - Soccer TV	70	137	466	104	466	571	1011	1306			559	27	26	36	16	3	2	7	7	12	18	33	81	59	364	17	12	17	73	18	
71	iDownload.er Pro	71	458	865	1300												656	959	1219	*												
72	TomTom Iberia	72	63	108	75	27	43	39	30	79	56	48	37	81	33	34	168	21	26	30	27	45	78	24	110	415	907	87	25	27	71	
73	Grand Theft Auto: San Andreas	73	115	112	33	88	524	71	33	40	32	25	40	27	74	73	162	319	232	116	42	29	26	59	19	32	120	16	43	19	12	
74	PlayTube Pro: Playlist Manager for	74	47	62	144	446	558	503	51	361	853	1241	239	80	468	873	97	292	273	720	1058	168	334	809	1183	500	193	431	108	390	123	
75	Einstein™ entrena tu cerebro	75	207	521	203	543	215	156	452	119	420	864	1242	1374			91	335	670	1034	60	318	706	68	394	795	1229	216	134	126	300	
76	Akinator the Genie	76	119	418	515	87	61	36	29	65	80	73	45	62	149	142	380	53	23	13	44	30	36	353	430	820	137	37	89	100	87	
77	Rawvana's 30 Day Smoothie Challen	77	114	110	117	483	998	149	440	409	879	1272		334	679	1073	1405					597	1000	1317								
78	AudioTube HD - 888 Player for YouTu	78	97	411	139	442	54	216	515	175	111	62	29	459	59	182	392	755	1041	436	365	139	401	361	112	419	1253				215	
79	Turnos Trabajo	79	55	187	71	93	530	185	137	121	64	101	487	969	179	505	449	790	258	121	382	200	503	363	65	44	104	463	1282	487	863	
80	La Máquina Puedelotodo por Tinybop	80	240	127	80	445	982	1366	1426	251	652	1044	106	486	890	185	513	912	1177			545	949	1265				688	1053	1296		
81	iClee Pro - Memory Disk Monitor	81	241	157	563	505	1010	224	145	*																						
82	Football TV HD	82	460	868	1303	234	499	186	481	812	519		12	24	47	149	19	14	31	40	26	47	137	21	46	354	15	28	54	387	698	
83	iBolets - L'App del Boletaires	83	461	456	191	538	594	510	52	54	408	72	68	142	434	848	1203	57	65	343	71	340	723	171	134	53	455	465	111	117	297	
84	App Icons	84	22	39	27	30	18	24	14	13	17	27	28	45	37	96	114	74	277	718	1062				497	886	125	57	106	100	113	56
85	Turbo Downloader	85	56	116	79	443	981	62	106	74	33	64	53	51	64	42	43	31	42	318	273	26	20	31	35	25	34	60	36	28	78	
86	Cut the Rope: Time Travel	86	67	55	92	120	563	1007	88	382	862	1247	242	620	967	1293	524	384	711	1062							240	566	165	480	775	

		SEPTIEMBRE																														
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
87	iDownloader - Downloads	87	123	134	531	934	227	76	380	742	135	467	199	571	945	1274		126	253	*												
88	Aerofly 2 Flight Simulator	88	113	130	529	929	1383				114	452	891	1301	523	70	107	363	75	150	419	147	294	807	1181	1292						
89	EVOPLUS	89	125	458	965	219	657	91	399	749	197	531	961	1360	210	537	899	433	764	1109		181	455	164	508	158	467	880	1289			
90	Oddworld: Stranger's Wrath	90	452	862	576	958	1405						328	739	1078	1396																
91	Red Ball 4	91	126	459	968	1321																						275	626	981	1227	
92	Scanner Pro 7 - Escáner PDF de doc	92	91	53	51	38	73	111	43	24	26	41	148	468	51	20	18	47	11	35	322	73	34	65	95	13	47	104	70	51	295	
93	Calendarios de turnos de trabajo	93	496	182	484	896	523	978	1283	101	446	400	857	216	66	56	81	286	270	717	148	51	15	40	90	100	499	136	40	48	39	
94	Djay 2 for iPhone	94	389	28	50	95	31	23	106	84	42	41	404	764	1010	40	38	43	38	40	282	730	60	33	59	269	91	117	74	312	212	
95	Superimpose	95	199	431	949	530	1029	221	510	875	213	591	982	154	348	788	1154	1185					184	540	928	1244	264	447	918	1259		
96	Scan & Translate - convierte foto...	96	455	864	575	954	233	589	980	1254																						
97	Broken Sword 1 - La Leyenda de los	97	128	135								549	204	574	962	473	874	422	747	399	135	307	699	1140	218	519	961	1307		223	315	
98	Font Candy + Typography + Photo Ed	98	471	422	945	1305	1478		255	542	190	520	1021	231	610	974	200	340	677	1040					593	941	568	1021	1400			
99	Traduce Foto - Escáner cámara...	99	472	883	1315		108	126	422	766	200	536	1053	1444	257	612	974	1247											263	611	881	
100	Be Focused Pro - Temporizador para	100	487	887	1319				335	675	981	1370											602	942	1353							
101	Smart Watch Notice		28	40	72	62	203	559	68	26	62	22	30	117	48	66	17	39	16	24	81	33	7	7	12	7	22	21	14	29	19	
102	Workflow: Powerful Automation...	606	46	60	116	34	140	48	113	28	23	32	92	113	406	829	184	81	233	699	377	793	1118				89	441	894	398	706	
103	Runtastic Pedometer Step Counter &	516	52	21	43	124	569	82	198	50	57	99	95	69	40	43	69	46	238	53	45	140	37	36	393	59	111	40	121	122	73	
104	FoodMeter	929	54	132	475	486	999	219	512	890	1280					89	111	297	279	350	337	785	1127	188	63	89	123	470	437	425	734	
105	Runtastic Mountain Bike PRO	181	58	194	22	18	26	26	17	15	59	30	26	36	50	41	66	78	54	300	68	287	75	47	180	375	37	62	28	44	286	
106	Don't Touch This...	468	59	123	125	61	69	59	102	70	96	57	125	458	408	830	1185	168	224	298	80	93	345	837	1203		246	557	917	1166		
107	Musify Pro - Free Muscic Strea...		60	61	94	123	77	70	32	113	417	863	82	102	*																	
108	Week Agenda Ultimate	461	61	92	482	895	622	523	115	400	472	909	166	529	158	51	59	77	106	405	347	788	398	866	1213	212	73	422	421	32	23	
109	Full Movies - powered by Youtube	515	64	407	514	189	522	977	1279			552	509	515	431	368	410	761	1046	428	351	790	1115	370	821	1155	143	481	937	1274	427	
110	AG Drive	1338	66	412	941	1302	1491							447	629	989	1318		468	846	1162						636	1045	210	324		
111	Back to the future: flux capacitor	195	68	415	943	1304	1466					253	632	1051	1379															258	498	
112	WomanLog Pro Calendar	113	70	417	52	217	639		386	151	406	855	1238	78	370	112	370	132	343	57	77	43	133	444	122	428	507	83	357	791	52	
113	AVPlayer	121	71	419	77	111	141	1006	139	120	100	119	453	85	30	113	422	369	695	147	413	298	127	125	100	103	201	434	907	1248		
114	Full Fitness: Exercise Workout...	125	72	56	93	64	508	966	1276	187	146	47	90	450	857	889	477	141	221	336	128	413	140	127	460	425	917	1268		144	371	
115	Sound Level Meter	250	76	421	944	1303	527	980	480	165	517	954	1264	251	533	158	478	142	363	95	338	136	395	157	127	365	878	507	445	844	1106	
116	Aworded Crack (Ad Free)	454	77	81	107	105	138	135	427	368	455	63	84	103	92	59	121	301	281	721	1061	107	79	44	173	353	874	203	387	809	140	
117	LocalizaTodo Mobile	122	78	115	517	922	226	67	50	35	72	92	137	50	155	377	415	75	280	351	758	61	295	98	401	61	165	118	104	98	293	
118	Yoga.com: 300 Poses & Video Class	150	80	98	42	12	10	22	46	46	31	53	57	48	16	29	71	284	41	14	33	9	50	366	95	15	19	47	50	57	296	
119	Ship Finder	176	83	427	947	318	173	541	880	454	904	192	676	1099	1418														268	620	886	
120	MyShiftWork	181	84	117	519	923	624	1049	1325					283	577	439	80	287	271	347	70	339	354	407	119	429	918	1280	129	125	98	
121	Week Calendar	971	85	85	124	66	513	969	475	780	166	42	202	475	878	462	860	420	731	1057	1348	65	28	33	64	90	494	897	1305			
122	Pang Mobile	1348	87	105	465	885	619	1027	197	80	401	542	931	1333		507	866	162	379	762	59	82	152	457	465	424	916	516	960	1270		
123	Spring Cleaning	286	88	428	915	1306				228	605	480	905	1309				*														
124	Mobile Phone Tracker and chat...	316	89	406	938	94	529	184	482	814	1099			708	464	870	1214	457	329	743	1086				589	970	495	1040	1375			
125	Star Walk 2 - Guide to...	112	93	69	471	184	494	957	135	412	177	112	143	463	873	461	837	426	738	101	288	289	132	79	429	48	30	38	26	11	37	
126	TVSofa 2 - Track your...	520	94	124	66	192	164	269	105	143	104	165	463	952	1289		141	102	306	91	282	88	355	106	404	143	462	63	122	63	298	
127	Grand Theft Auto: Vice...	540	95	63	95	454	568	190	138	415	574	505	149	511	430	843	470	377	698	1059	1395	450	313	395	36	352	164	117	60	205	45	
128	WolfamAlpha	570	96	408	179	453	89	429	804	1108	1219	394	120	495	154	102	47	41	50	84	275	338	308	816	72	356	875	204	33	71	302	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
129	Atrévete a cocinar	906	98	434	953	1309																										
130	iWep Generator PRO - Wi...	933	99	71	472	485	997	1379	141	64	421	442	885	565	939	467	886	424	249	703	379	295	76	392	170	472	183	121	107	99	86	
131	Next Keyboard - Beautiful The...			3	13	26	95	107	123	405	875	1248			564	438	839	158	387	850	1168								48	74	305	
132	YeahKeys - Customize your key...	579	988	24	65	190	625	1051	1330			87	477	964	80	52	363	30	219	691	1041	432	889	1305		251	443	868	1279	1413		
133	Swype	447	130	34	81	112	64	432	803	1107	526	65	454	499	73	352	784	26	68	49	284	747	318	100	73	104	62	188	495	68	66	
134	Cleaner Master Pro	495	205	36										690	71	57		222	46	29	38	27	19	29	43	77	78	24	30	36	99	
135	Tube Player		449	38																												
136	True Skate	218	129	48	235	162	156	139	387	160	137	102	200	566	445	153	104	143	364	779	396	279	85	52	202	38	444	52	364	797	1059	
137	Five Nights at Freddy's 4	135	144	49	84	56	85	46	42	76	260	427	48	220	132	118	103	89	240	700	93	358	96	110	99	406	50	51	148	65	61	
138	Plate Dater	615	259	51	459	884	1042	565	899	446	909	187	573	41	131	508	170	109	314	726	386	812	393	417	174	474	944	1269	391	807	1066	
139	Runtastic Heart Rate Monitor, Heart E	1301	569	57	142	499	201	151	438	118	419	443	75	120	62	85	396	296	655	291	124	409	53	99	97	359	167	72	72	55	44	
140	Fitness Point Pro - Workout Exercise	110	117	64	469	182	161	517	80	109	414	118			111	114	423	769	1047				84	90	104	403	802	1239	214	80	414	342
141	Sleep Cycle alarm clock	476	138	66	119	484	56	42	74	360	453	873	1244	240	151	141	101	86	237	698	270	741	141	91	399	800	96	105	86	39	77	
142	Spanish TV Online Premium	137	514	67	97	428	114	129	126	63	173	55	203	573	161	378	61	111	217	38	49	69	72	390	67	92	24	53	83	384	84	
143	Typic - Beautiful captions and de...	133	510	68	120	59	195	52	90	128	60	43	60	54	103	157	55	72	229	299	721	411	135	446	38	62	166	506	936	200	110	
144	iStudiez Pro - Homework, Schedule,...	186	468	74	59	103	139	450	165	32	129	404	187	558	437	152	96	84	292	722	150	83	55	348	156	54	42	191	417	114	346	
145	WhatsApp for WhatsApp (with Pass...	199	127	75	101	432	977	554	881	1162	224	116	496	139	428	418	165	321	665	99	86	352	743	453	179	478	1063	1397	665	1025	1275	
146	Fox.Tube Free - Youtube Player	109	135	76	145	97	50	136	384	743	106	446	888	1299		799	1166		484	865	1182	551	149	467	477	152	555	943	502	445	360	
147	Crash Bandicoot Nitro Kart 3D	245	172	78	476	891	1352	564	898	1141		137	506	61	88	400	813	152	223	693	1040	1179	1439									
148	eDI Pro - Web Browser and File Ma...	191	162	79	68	438	978	1364	1348	200	554	947	1294					1449	1373													
149	Fishing Deluxe - Best Fishing Time...	305	691	80	122	487	1000	1382	144	423	887	1270			612	975	1305					325	713	1149					270	614	971	1218
150	Turnos CNP	521	958	83	123	133	581	191	395	748	43	251	177	546	929	193	512	862	369	135	35	19	47	60	413	409	1240		135	41	154	
151	Instant: The Polaroid Instant Camera		281	86	480	893	1354			220	591	983	1326			125	436	779	352	756	1080						629	987	514	930	1178	
152	KORG iELECTRIBE for iPhone			160	157	306	490	505	839	462	324	455	563	929	1385	594	817	677	790	769	1000	650				556	685	827		988	695	590
153	Sky Guide: View Stars Night or Day	60	175	88	481	186	162	522	859	449	231	98	121	496	899	183	359	730	340	364	339	349	361	409	175	475	517	905	125	433	349	
154	My Contacts Backup Pro	69	453	91	127	108	68	110	413	73	199	46	89	451	858	1217	1243	177	39	114	376	293	88	103	98	47	202	153	465	863	402	
155	Card Wars - Adventure Time Card...	158	532	93	115	436	194	555	868	1147			265	630	977	1302						469	369	113	439	826	1251	227	548	907	1155	
156	Video Web - Play videos from the...	455	553	95	462	180	159	5115	114	369	116	401	185	151	119	369	411	762	48													
157	Dr. Panda Hospital	491	940	97	73	439	979	1365	1412																							
158	Alarm Clock for Me	643	1024	99	64	137	23	47	44	66	51	21	47	25	17	25	95	40	33	71	73	42	51	23	158	462	929	210	526	441	738	
159	HD Backgrounds 4 Whatsapp &...	688	1071	100	499	906	1364										587	104	308	733	1087											
160	Cut the Rope Original™	115	497	137	29	36	25	44	124	92	135	78	69	92	87	399	811	1096	82	93	21	48	97									
161	Fantastical 2 for iPhone - Calendar...		103	437	36	19	29	31	28	31	38	96	119	136	423	54	39	37	72	357	279	86	307	394	21	40	450	189	92	56	143	
162	Don't Starve: Pocket Edition				40	48	144	33	59	117	418	865	158	522	159	471	864	157	87	380	776	102	89	404	841	1170						
163	Monopoly Game	114	498	893	45	52	45	55	72	375	169	94	93	123	61	166	1156	411	708	146	152	68	70	805	1179	35	97	126	428	835	1089	
164	ScanLoteria - Escáner de Loterías...	456	919	96	46	44	41	148	432	773	659	525	542		352	19	74	61	1105	820	524	496	562	627	485	407	446	401	404	523	414	
165	TomTom Europe	473	139	465	48	195	627	194	140	122	458	891	44	66	349	108	118	299	21	68		775	729	170	42	64	463	179	62	395	703	
166	ProCam 2 - Manual Camera and Pho	148	524	139	49	45	42	56	63	94	110	40	78	99	68	36	31	91	47	41	34	99	168	57	409	806	198	543	376	801	392	
167	Toca Life: City	531	145	140	56	65	58	75	45	25	55	77	54	33	34	179	485	855	124	33	36	124	384	156	505	154	141	490	438	849	1120	
168	Total: browser with file manager and...		177	590	57	233	683	1079	1367				263	628	974	1299					442	142	114	423	456	836	1262	226	66	102	88	
169	Papa's Burgueria To Go!			673	58	430	976	1363	1422			262	475	962	1297								332	827	1192							
170	Slow Shutter Cam		270	439	67	437	86	461	817	437	479	904	545	996	125	437	829	1122							506	894	1212					
171	Clean Master Free - Master Cleane...	963	1333	102	74	440	980	53	48	52	25	29	18	18																		
172	Visage Lab PRO HD - photo retouch.	141	521	911	83	113	94	120	84	111	415	52	127	53	356	360	155	315	658	394	788	282	685	1129	1242	128	458	131	177	67		





		SEPTIEMBRE																														
n°	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
173	My Wallet+	471	200	150	85	114	507	965	189	456	81	411		1274				1429	391	763	153	284	344	82	116	422	912	208	95	58	140	
174	Worms			240	86	452	561	1004	1304									1447	130	442	801	1181	1453	488	876	177	441	865	1275	1299		
175	Intro Designer for iMovie			89	116	564	1008	1309						289	139	442	841	155	385	823	1141				246	555	996	1333	73	406	712	
176	Call of Duty®: Strike Team	584	1006	1321	88	102	503	964	1267	1193		422	865	1276							444	839	1161						521	787		
177	SA Contacts - Export/Import contacts			244	87	115	562	1005	194	467	485	913	226	596	958	196	519	813	361	768	1071	1457					233	558	975	1302		
178	File (Tablet iFile Manager)	893	1275	231	90	117	565	1009	1315					278	74	378	740	1027														
179	Power Ping Pong			400	91	51	81	141	215	60	172	109	452	946	478	867	192	456	803	1143												
180	Fitness for women: workouts, exer...	164	153	478	98	459	986	1370		502	937	1304	278	652	457	861	1200				466	827	1198			555	898	1307	248	565	923	1171
181	Football Manager Handheld 2015	145	147	474	99	429	555	1001	1286			249	624	544	926	191	511	852	1119	487	360	356	738	849	504	871	1267	166	117	431	352	
182	Big Lens	633	222	543	100	462	988	1368																								
183	WeatherPro	131	142	152	477	53	99	65	65	58	98	36	55	32	28	86	108	149	62	131	392	363	359	846	201	504	952	120	106	115	93	
184	PDF Expert 5 - Fill forms, annotate...			271	168	57	30	50	195	81	45	117	497	972	1304		227															
185	EI Mindfulness App	123	504	468	147	68	514	972	191	59	65	402	858	11	13	21	20	18	22	75	19	27	32	42	47	17	31	59	61	66	63	
186	LaCuerda [PRO]	463	197	524	151	69	102	434	806	57	169	108	140	138	54	76	385	90	296	360	278	746	111	112	446	427		517	203	507	770	
187	PhotoPills	178	159	143	148	70	72	112	414	156	69	103	451	945	375	45	38	130	79	16	46	290	690	87	44	65	53	42	181	52	53	
188	Calendars 5 - Event and Task Manag	162	152	141	149	71	515	181	477	148	471	906	1266		136	68	202	116	323	127	296	754	1093		80	97	496	899	1307		113	
189	Quick Scan Pro - Barcode Scanner...	522	209	528	201	75	111	469	822	1115		554	58	114	94	60	62	112	320	363	130	81	348	839	1202			95	399	160	395	
190	Goat Simulator	547	971	533	202	77	48	81	87	39	48	391	852	557	920	1257	204	290	92	393	344	787	1122			206	622	197	94	124	353	
191	Rayman Fiesta Run	995	251	593	1032	78	492	956	919	1195			268	635	982	197	532	386	713	1066		472	807	1230								
192	Ewallpaper	1345	360	723	225	79	51	90	398	142	469	899	163	326	93	402	420	768	1049	435	906	1274	211	633	388	372	883	207	96	419	723	
193	SKRWT					80	493	958	1268	1224			86	472	957	1290					486	845	1213			245	553	524	919	183	820	
194	Bubble Bobble Double		683	1029	249	81	127	494	846	1140														192	566	192	126	525	920	1319	215	493
195	Matrículas Españolas PRO	469	927	1267	260	82	75	446	812	1111	533			709	1048	1362	573	877	83	378	774	1167	429	943	1293	239	682	1043	1420	269	46	
196	ComeCocos - Retro - Come Cocos			447	83	113	489	424	768	1180						282	663	981	376	933	1254				152	370	170	142	451	852	1133	
197	FaceinHole® - Procrastination tool t...	539	967	220	488	86	129	448	164	435	882	130	80	469	875	181	128	383	244	702	1048	103	104	185	530	156	44	202	505	439		
198	Leo's Fortune	896	124	133	530	89	130	495	849	443	899	506	99	476	884	1232	64	304	284	352	759	1141				522	43	43	78	95	83	
199	TouchRetouch	139	520	910	131	91	133	449	58	157	109	123	128	52	56	159	56	295	278	348	51	63	69	152	105	410	174	513	962	201	317	
200	Grand Theft Auto: Chinatown Wars		266	436	951	95	533	982	1280						534	900	1233							196	539	440	923	1274				
201	Balance Scale Pro	923	158	484	973	96	532	182	479	809	202	527	152	514	98	404	160	107	247	118	294	132	388	418	843	170	65	44	52	94	33	
202	Simple Scale		381	757	1192	98	550	996	1298																							
203	Threes!	620	997	1314		99	534	497	848	1135						210	522	820	1089	173												
204	Sinónimos					100	535	981	1281								214	475	248	706	1049				538	882		539	896	1144		
205	Need for Speed Most Wanted	902	238	562	206	550	44	153	40	33	141	473	900	221	382	808	63	115	317	738	1070	39	297	388	168	466	946	1271		221	440	
206	Tube Video Pro for Youtube	138	518	901	1336	236	49	187	136	104	76	54	81	68	412	65	50	56	61	133	99	280	683	903	207	552	994	529	77	93	292	
207	Save Contacts Email CSV	452	134	423	141	444	63	78	382	72	103	444	887	1297	515	949	197		57	67	48	74	346	838	60	216	58	108	101	389	699	
208	Panorama 360 Camera		264	580	1022	1368	65	435	161			473	164	131	501	901	1245							194	536	880	210	565	981	479	774	
209	Oldify 2 - Face Your Old Age	180	467	870	1309		66	436	807	1109	212	425	494	974	487	430	831	1127		478	836	1207						25	41	178	402	68
210	Hipstamatic					67	439	809	1110	217	690	1080	1472								233	117	394	139	455	871	176	485	415	900	1243	1274
211	Geocaching Classic	523	459	867	230	154	74	195	485	810	518	172	165	75	359	796	1162	1157	263	711	147	108	368	411	176	124	109	55	365	156	102	
212	Lotería, Sorteos y Cupón ONCE con.	464	136	464	192	149	78	455	76	124	460	890	161	527	156	466	119	98	37	309	727	1119	1143	56	39	107	501	901	1306	142	373	
213	Camscanner +PDF Document Scan.			269	589	79	49	173	448	128	49	447	942	79	354	159	35	24	83	146	104	65	384	166	45	103	110	68	54	69		
214	Clone Camera Pro	640	1021	1336	291	619	80	456	416	158	512	934	1272							436	814	1132										
215	Grand Theft Auto III	1349	173	144	539	194	82	115	377			68	406	186	42	107	365	409	760	1045	162			291	803	494	433	505	186	493	884	1100
216	Plane Finder - Flight Tracker	607	1017	1332		83	117	379	741	1162	1306	600	1025	1353	539	902	1175															

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		SEPTIEMBRE																																	
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
217	Player & Videos Playlist Manager...					416	84	460	78	108	454	*																							
218	Manual - Custom exposure camera	132	512	899	586	201	87	54	212	83	429	160	51	47	60	48	98	85	293	358	760	154	423	119	33	180	608	70	41	169	80				
219	LEGO Batman: DC Super Heroes	587	537	142	150	447	88	63	107	395	871	1249										174	484	145	462	909	1226								
220	iGyno	533	211	432	182	455	90	119	64	95	441	877	1247		43	75	383	743	1033	431	353	794	1119	478	901	376	889	1247	524	176	410				
221	Voice Changer - 18 unique effects		685	500	542	502	93	466	820	1123		633	519	985	1319	504	934	436	802	1135		197	331	826	200	508	1018	1354	236	571	839				
222	Broken Sword 2 - La Fuerza del Ma...	479	503	895	1322	569	97	467	823	439	900	507	944	1305	390	408	817	418	736	401	814	1154		197	139	442	924	1275							
223	Diet Watchers Diary	118	501	114	470	890	98	468	829	1122					621	170	491	871	1137	200	316	768	1101			227	663	1026	1406						
224	Puffin Browser Pro	207	163	118	518	921	100	66	168		478	903	1263	241	133	100	413	366	694	145	412	371	748	1168	521	114	512	903	1309	494	128				
225	Heroes and Castles 2				363	130	512	37	112	399	874	186	575	209	504	1003	1215																		
226	OwnCloud	224	169	106	138	110	505	57	100	131	465	163	162	528	157	469	862	300	69	58	301	759	154	55	26	63	464	878	490	435	126				
227	Sygy Europe: GPS Navigation	127	140	467	533	933	629	61	371		133	464	196	568	365	361	791	1093	365	374	769	101	102	109	448	837	551	85	386	815	172				
228	Geekbench 3	1311				634	216	64	374	739	1163	198	473	959	1292						58	264	712	1055	167	80	396	836	34	439	128	431	839	308	
229	WiFi Map Pro - Passwords for free...	173	157	477	535	935	230	74	110	112	416	862	157	518	433	116	427	772	351	755	1078				58	51	83	59	184	492	885	1110			
230	F1 2011 Game ™		474	871	1304		257	77	188	457	484	902	164	526	908	1252	505	812	1085	444	804	419	789	1066			232	156	456	856	1101				
231	Guardia Civil Test Exámenes				306	643	1108	85	53	367	46	93	484	967	1293						33	95	397	792	1162			577	924	566	1012	1390	148	379	
232	Asphalt 7: Heat					258	86	388	744	1164											1388	1385	164	449	790	1213			556	973	1300				
233	Louvre Audio Guide	575	1023	1337			289	87	389	137	123	458	194	152	447	850	1205						177	112	371	854	1215		262	165	472	869	1116		
234	Rayman Jungle Run	171	550	916	103	464	570	89	394	62	77	410	490	90	377	806	461	378	699	1060													159		
235	Toca Life: Town	576	38	1349		280	727	92	400	86	107	447	889	97	383	817	1175			149	108	87	3557	739	175	524	922	565	1011	1389					
236	Interurbanos		686	1032	1432		735	93	401	752	1169	210	641	1060	1385	233	559	310	661	1028										611	967	1214			
237	Color Splash	151	528	906	102	431	975	94	54	154	136	470	97	474	877	1229				1427	86	287	54	79	303	814	1185	1197	85	435	453	853	1097		
238	I am bread				931	529	1025	99	403	404	470	900	1261													427	818	1248							
239	Fantasy Premier League 2015/16...	449	195	181	531	1036	98	408	754	1170								263	557	846	1175							614	1064	1395					
240	GPS Navigation by Scout (Sat Nav...	1037	165	497	198	545	1033	97	405	750	1166		628	545	928	1264			119	326	367	764	1163												
241	Printer Pro - print documents, pho...				326	478	146	96	1104	132	120	456	499	975	1318				194	265	713	1056	439	860	1278			237	680	1042	128	130	358		
242	FlightTrack 5	111	495	891	233	571	1077	100	404	115	457	889	1256		213	541	904	1177	428	805	1123				208	557	900	1309							
243	MotionX GPS	467	925	1264	1356	467	145	453	49	133	101	120	498	89	148	119	371			239	302				144	411	144	542	915	123	121	95			
244	Voice Dream Reader				633	1100	230	61		510	937	1275						230	504	782	415	842	1212	186	548	470	851	553	939	1318					
245	Retrica Pro	184	559	931	105	434	192	146	67	98	113	450	192	57	205	529	434	777	1062	430	815	1190						604	962	507	904	1152			
246	Cut the rope 2	581	994	221	630	204	637	199	69	105	75	26	122	498	898	1244		473	749	1092	61	314	700	1141	76	383	886	1245							
247	Cita Médico Galicia	656	1039	228	674	1036	645	205	70	37	118	454	893	1298	189	561	173	322	673	1036			113	289	804	1180	490	1007	1344	360	792	1052			
248	Instabanners - Post banners (Insta...	481	942	1277			290	71	425	888	1271						130	120	373	704	1075						261	584	1032	1365			190		
249	Pako - Car Chase Simulator					279	726	459	77	378	47	95	74	464	150	120	374	736	1023	103					286	687	1130	208	388	32	119	367	157	390	
250	TwoNav GPS: Premium	935	245	563	153	504	151	509	79	362	852	82	464	956	483	883	88	331	668	74	327	779	392	67	159	463	515	909	126	436	351				
251	Worms 4				178	145	152	512	81	110	99	441	886	1283	522	173	495	146	262	346	755	1146				523	861	465	959	1271					
252	Dr. Panda Daycare								92	388	864	1251																							
253	Instant Blend Pro - Double Exposure								93	389	865	1254		729	1070	1383													712	1075	1444				
254	English Spanish Dictionary - Unabrid								94	391	867	1255							206	488	868	1184			209	622	1000	1309							
255	Equalizer PRO - volume booster, gre								95	392	868	1256																276	748	498	953	1289			
256	Neutron Music Player - The audiophi...								96	393	869	1257																							
257	Red Dot Camera - Manual Rangefind	876	1259						97	365	856	1243	1434		287	649	180	443																	
258	Glitché	242	179	492	197	185	495	177	99	366	163	67	455	948	178	357	787	150	63	344	753	1143	427	74	52	27	38	23	91	111	345				
259	Colin McRae Rally	624	1004	1319		257	176	529	174	45	131	407	73	63	90	109	369	352	43	44	10	11	16	20	86	400	498	135	436	841	1090				
260	Bridge Constructor	221	591	956	592	983	229	608	179	49	94	24	39	40	106	364	793	106	245	304	724	412	309	817	104	52	54	14	57	46	124				

		SEPTIEMBRE																																		
n°	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
261	BringGo Western Europe	574	224	546	212	156	112	68	373	53	58	161	539	997	1316					138	475	833	1205			143	118	128	67	373	799	1062				
262	City Maps 2Go Pro Offline	931	1304		266	582	1048	226	523	56	409	859	1237	225	69	95	407	759	1030			165	451	366	410	445	150	549	478	931	1272	151				
263	Top Camera 2 - HDR, Slow...	811	1208	1496	830	144	593	101	372	71	134	466	898	1327								236	589	1001	31	149	440	829	1254							
264	Joe Danger Infinity	124	505	896	236	163	123	490	842	75	427	867	83	470	876	1227			179	417	795	399	844	1166												
265	Polomatic by Polaroid	1328			270	167	155	516	170	77	86	76	46	150	438	844	1194	450	752	1096	435	97	310	818	1187		601	959	1346							
266	AppGoles HD Sports	450	917	1260	241	433	504	963	190	78	428	75	13	38	117	23	5	7	17	23	30	54	290	97	711	355	36	175	487	168	65					
267	Measure Map - By Global DPI	944	244	410	939	1299	1429		229	82	105	445	146	510	427	845	1195			56	339	749	1142			62	349	872	1237	508	905	1153				
268	All-in Fitness: 1200 Exercise...	485	202	518	200	457	985	118	82	84	405	152	530	191	89	53	364	87	73	355	757	305	35	13	22	106	500	185	2	50	17					
269	Threema	241	480	180	128	109	506	180	392	85	407	154	445	940	1282	199	540	282	649	392	770	1158			374	167	469	519	910	1315						
270	TeamSpeak 3	535	121	420	140	497	202	152	439	89	432	871	1248			224	110	93	297	89	280	748	1083	479	914	1231		595	1006	206	475					
271	Tiny Beats - baby heartbeat...	925	1298		305	645	1113	1462	584	90	438	451	77	466	874	1228	133	395	719	1073	302	765	155	482	473	50	452	80	382	112	92					
272	TomTom Western Europe	462	923	1263	1359		256	433	805	91	436	162	130	500	900	186	130	382	710	1058	1365	53	312	51	402	801	1237	525	972	1271						
273	Where's my Water?	219	168	485	972	221	172	526	857	96	440	872	538	995	1307				1422	1347	1345	161	444	784	1164		468	180	489	883	1096					
274	Toca Lab	166	539	922	1333		287	642	947	99	412	860	221	579	77	382	417	766	349	757	297	133	390	420	846	1078										
275	Sonic the Hedgehog	1325		158	549	942	626	1047	1318	100	74	156	38	94	379	64	85	324	97	43	74	95	360	847	1208		86	436	906	1247						
276	FaceUp, desconecta y vive...		293	627	1065	1404				107	29	68	457	947	1285	207	550	849	368	809	1131	319	707	1145												
277	My Photo Pro - Passport...	942	1324	570	1118	228	774	1165	1449	257	44	91	485	137	425	417	75	320	286	55	384	367	362	850			876	1239	190	108	340					
278	PDF Converter - Convert...		698	205	160	520	1018	225	513	903	54	51	1191	564	943	1265			122	328	742	1084			584	965	1277					192				
279	ClearTune - Chromatic Tun...									102	63	185	550	1009	1336	87	395	746	1031							193	534	439	180	518	961	1273				
280	Runtastic Road Bike GPS	460	118	416	516	496	148	505	855	1146	70	90	71	118	409	148	125	380	700	1064				171	118	362	816	69	56	411	897	1242	1148			
281	Body Sculptor: Build Stren...										71																									
282	MyNuva - Ring Contracep...	484	944	1280			341	681	428	78	392	853	1271	187	637	1004	1278				572	368	804	1134			654	81	432	369	158	391				
283	Ninox database	810	1191							672	82	418	881	1291														805	1174							
284	Trivia Crack (Ad Free)	504	208	525	1003	541	122	132	426	769	84	159	534	93	378	407	161			231	697	1045	792	397	159	503	441	508	906	496	434	350				
285	iReal Pro - Music Book &...						618	449	787	85	114	124	67	96	110	421	765	80	70	324	346	95	105	406	804	199	544	167	139	375						
286	Pocket Casts				670	1029	1464					87	395	854	1268	1371	128	442	784	1068						189	553	939	1253		264	598	957	1204		
287	Normal: Battery Analytics										88	428	866	1277	516	961	1288																			
288	Simple DoF Calculator									89	429	868	218	518	970	1300																		501		
289	Deemo		340	694	221	463	577	1018	1314		90	433	873	1282																						
290	SynoDS									91	432	872	1280																							
291	Claves Wi-Fi - WPA/WEP									92	438	880	1290							622	117	423	948	1314												
292	Learn Languages for Free...	1157			373	769	1245			93	439	882	1292								607	961	1326	575	167	518	1022	225	172	482	170	404				
293	Rambo - The Mobile Game											50	449	60	71	350	362					1018	1171													
294	Restaurants sin gluten...	930	1300		770	213	531	994	1297		321	69	118	456	870	1223	1369								120	352	842	1206	190	739	1104		626	894		
295	iScanner - PDF Documen...											70	65	116	95		**																	6		
296	Photo Measures		615	198	159	141	588	508	861	1145	543	80	132	502	902	1246				476	321	365	763	158	83	399	838	1168	227	567	983	1309	163			
297	Goblin Sword	936	1312								218	582	81	72	119	355	792	1158	1172						178	450	885	1244								
298	Audiko Ringstones for iPhone	949	246	564	209	155	126	493	845	444	901	83	471	504	904	187	510	839	1108						69	421	813	138	479	158	466	364				
299	Map my Ride+ - GPS Cyc...										556	985																								
300	LIGA BBVA - Liga Adelante...	937	1315									85	67	186	484	884	190	493	770	154	456	855	404	895	1253			593	1004	1330						
301	Fake-a-location™											88	479	88	376	807	1178								575	926	437	919	1331		641	536	931	1332		
302	InstaSquarer - No Crop...	1159										89	480	506	426	840	1188	458	881	1217					599	950	1363	674	1021	1408		295	672	940		
303	Who uses my wifi?...			162	16	202	167	458	417	116	117	100	486	187	487	99	115	267	697	398	348	351	737	174	523	916	1322					586	442	354		
304	Boating Europe	192	567	955	1368							486	124	42	152	49	880	472	817	1060													235	65	396	336

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		SEPTIEMBRE																																
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
305	Plants vs. Zombies											449	56	84	85	397	798	1097	1345	1343	1335	1405	324	821	1189	1195					218	437		
306	Five Nights at Freddy's 2	117	500	894	237	165	157	140	431	774	1191			61	183	480	885	191	497	774	155	459	858	1179	527	916	1233	633	196	515	181	122		
307	Toca Kitchen 2	549	972	1298	109	128	575	1016	1312					62	184	481	887	1209	336	671	50	25	40	301	147	498	852	206	546	1016	1340			
308	TubeMate Pro for Youtube...													63	115	112	115	424	770	356														
309	Mando a distancia para...					343	839	213	402	758	1174			64	455	868	375	414	763	81	370	765	1171		350	398	799	1235	90	410	827	1084		
310	Sports Live TV	507	950	1286										85	179	477	864	1201	455	766	1110		487	821	1241							471		
311	iSafe Pro	1021	1374		658	1017	1451							245	86	445	860	1218																
312	MushTool Pro						488	841	1133			315	87	122	413	831	1189	460	905	1234	309	69	304	821	1131		395	770	1155					
313	8mm Vintage Camera	175	160	426	946	216	636	1055	1317		147	408	91	471			780	409	709	1056	156	34	64	383	820	1153	226	553	164	378	692			
314	eWeather HD - Accurate 10...	223	627	971	244	597	211	154	131	410	175	508	98	477	886	376	797	414	310		1076	313	704	169	417	811	1243				231	456		
315	TV App	1335		628	1068	1407						411	861	100	480	153	35	54	71	113	292	718	1116	1181				117	467	371	424	726		
316	Faded - Photo Editor	295	671	1021	1424						620	1007	1345	43	27	82	408	365	690	1051	416	143	406	906	1262							559	303	
317	IP Television	1097	1452	712	1161				288	602	1032	1385	341	59	147	460	851	1136							248	634	983	142	103	423	834	1095		
318	Mini Dash													65	152	415	824	1114										324	706	1118	1433			
319	My Baby's Beat - Prenatal...	465	924	151	540	196	131	496	852		481	405	123	70	53	77	105	145	261	85	336	135	319	150	391	31	70	58	69	43	64			
320	iTDT Television	244	473	942	1356			241	517	818	1211	215	170	73	81		789	1087	359	764	1068	1415	1435	189	529	875	1288							
321	Catan	134	511	185	585	967	166	1066	1320	204	562	171	551	74	358	143	381	356	294	123	383	814	1116				523	964	148	463	120	97		
322	Kitchen Scales	916	1291											182	76	363	800	460	803	1078	217	539	946	1259			727	1093						
323	SayHi Translate		263	159	479	892	1353	238	526	824	1215			255	79	367	802	1160					104	350	353	731	1169			233	536	123	299	
324	Worms 2: Armageddon				493	187	163	142	429	771	1186	135	507	91	105	363	792	1092	1089	1399	1398	1458		490	879	480	133	416	419	832				
325	CineXPlayer HD - The best...	943	1305									221	584	95	380	811	1170					454	143	458	883	178	597	955	1344					
326	Double Dragon Trilogy											254	635	96	381	145	463	799	1069				188	476	913	1268	222	478	886	179	496	825		
327	Nominazer - Cool names...														344	32	178	498	904	1170						283	617	1401						
328	Street Hoop														367	58	40	99	64	277	696	1047	434	377	858	1219								
329	MyTopFans Pro - Track your...	939	1320				311	475	831	1125	223	641	213	586	63	208	561	865	1133									229	153	423	422	833	1094	
330	iMedimecum FT		105	128	121	132	579	506	856	451	183	510	516	193	65	371	412	134	348	369	131	417	782	1181										
331	FilMIC Pro	545	218	531	1005	1334	279	632	936	192	585	977	554	200	67	373	782	837	1106	464	824	1197			554	159	561	977	1359	146	376			
332	VLC Streamer	251	613	958	1369					223	385	461	893	1254		70	372	795	412	734	148	414	831	1154	499	887	1205							
333	CQ Policial 2	508	515	902	588	972	132	134	383	398	423	158	535	520	76	379	45	67	102	45	844	1217	61	349	811	461	115	468	155	465	365			
334	Peace Turbo Browser Editio...													428	915	78	356	789	410	728	1085													
335	Dukan diet tracker	526	216	540	548	197	635	197	489	948	1342					82	393	806	1106			583	936	1293		137	481	436	920	1292		219		
336	Video Download & Play (Pro...			331	801	1164										83	107	368	734	342	747	1093		221	652	480	857	557	945	1333	624			
337	Atlas Income															84	394	808	1107									272	752	1124				
338	Instapload for Instagram. M...	900	1280				716	1112	117	140	468	898	224	158	100	362	36	151	64														486	
339	Instafollow + Get Famous wi...															335	27	48	239	93	319	733	1126											
340	GoodReader - PDF Reader,...	268	633	975	597	1000	528	183	393	139	124	457	193	478	879	49	360	131	341	310	729	1123				235	533	973	1314	207	526	791		
341	BeSoccer - Live Scores (No...	1337												298	170	123	67	51	294	276	719	295	341	725	1161	106	108	127	89	393	819	1078		
342	Photo Transfer App - Easy b...				292	471	198	557	894	1151					284	138	69	373	735	1022											574	934	1180	
343	SafFinder		631	488	980	1331	246	621	924	190	150	104	489	968	1302	72	53	70	228	115	292	131	81	398	117	49	107	111	418	164	400			
344	Pantone Studio					593	210	569	447	786	204	529	947	226	541	79	105	359	689	1049					504	892	1210							
345	TripTrap	1391				281	500	960	1269	1236	617	1006	1342	299	600	81	389	752	1039			109	300	693	1135									
346	Wikango HD Speed Camera	503	949	218	616	982	1421		218	476	913	1284		615	961	84	394	92	74	359	72	52	153	476	466	845	1257				506	99		
347	AirMusic															88	399	751	1038															
348	Geometry Wars 3: Dimensio...	667	543	925	1339	238	748	207	500	902	1292					90	402	361	692	1050							232	667	1034	1413				

nº	App name	SEPTIEMBRE																																				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30							
349	Codificado					313	477	832	1126							91	403	753	1040	164	506	909	1226						98	406	821	397						
350	UTM Convert					780	210	503	919	1306						92	112	362	693	1054																		
351	Renfe Tempo															93	100	351	685	1045									276	639	385							
352	TestCNP	559	980	1307												94	405	757	1043																			
353	Online TV	477	929	216	617	984	235					257	163	120	98	166	88	120	295	125	408	136	449	462	834	1258	542	462	428	730								
354	Do not believe his lies: Th...						368	772	1084	1354							10	17	34	308	726	153	413	935	1217													
355	Code for Whatsapp - Pass...		3365	728	154	506	517	974	1277							260	32	16	29	301	722	152	412	122	458	844	1273			273	528							
356	Policia Nacional Test Exame...	968	1318		169	517	1016	223	143	422	886	1269		301	109	409	37	50	146	330	742	1133	58	95	114	420	178	145	448	79	81							
357	Sounds for Whatsapp,Wech...	909	1285	236	669	1028	1462					264	607	996	230	599	960	41	54	257	342	276	87	92	107	444	430	179	146	447	60	74						
358	Soulver - the notepad calcul...															42	291	654	1023	1164							236	676	1039	1415								
359	USB Disk Pro - The File Man...			576	1018	1365		244	521	821	1213					65	280	90	371	766	157	116	421	455	832	1256	152	115	61	147								
360	Tank Hero	899	1279				265	557	856	1248						217	67	307	659	140	102	383	757	1179														
361	Fontmania - Add Artworks &...																68	59	66	28			66	385	438	825	547	942	1321		47							
362	Voice Translate Pro	566	529	907	156	450	559	189	483	808	1183			245	525	432	77	80	71	354	756	414	101	30	34	79	440	864	1274	137	372							
363	Tarjeta Roja Directa Brazil...	1302	1389										108	128	417	833	86	289	653	139	404	878	1199		575	411	908	1262										
364	Give it Up!		393	777	1219			359	706	1015	1401		370	132	421	837	87	326	236	117	293	753	1088					313	715	1082	1334							
365	TouchOSC								506	940	1308			281	572	934	89	333	669	1033				179	523	911	1227											
366	The Sims 3 World Adventures	107	494	181	581	966	1387					217	171	532	915	1253	90	329	98	320	326	777	156	75	428	819	40	130	110	423	125							
367	iTransfer Pro for iPhone...																93	348	290																			
368	Speed Grid 3D: Impossible...																94	55	27	297	720	1118	1299	658	1028	1334												
369	Crystal Adblock - Block un...																					**		1	1	2	4	21	24	38	163	393						
370	Peace: Block Ads and Track...																6																					
371	Aerlink	538	965	539	1013	1356		483	167	441	905	412	871	1281	190	390	805	28	158	332	89	360	742	1190			704	1067	193	604	135							
372	Goddess Moon Dial																	34	70	353	761	1147			688	1073	1353				668	942						
373	Purify: Block Ads and Tracki...																45	59	125	37	28	22	160	61	2	2	5	13	21	35								
374	Runtastic Altimeter GPS PR...	934	1308										860	559	940	468	861	49	250	704	1050			445	881	206	529	970	212	401	75	287						
375	TV España-toda la TDT para...					609	1074	1472	555	854	1246						217	51	91	290	716	1115	1168								468							
376	Stylebook				166	514	1013	1391	213	510	944	1312					398	73	230	695	1046	1206	180	529	917	1235			222	544	28							
377	Shopping list Courzeo	1313	257	165	561	199	631	1050	200	387	863	1250				236	401	94	298	725	1064					225	152	491	945	469	753							
378	iWatermark - Watermark 1...	1309	101	444	956	1312	248	640	946		410	155	531	983	180	104	418	97	76	88	342	137	399	867	1214		632	139	439	846	1114							
379	Night Sky Pro™	669	1050	1361		290	542	987	1289	197	447	880	540	999	1322	577	446	99	303	731	1083			580	475	435	509	912	501	887	1124							
380	Windfinder Pro	605	998	226	634	990	1426			205	112	399	184	149	361	795	122	100	302	90	340	786	396	158	502	884	550	194	385	161	396							
381	Mahjong																521	819	25	119	378	365	732	1171				236	538	895	1143							
382	Caçador de bolets	212	593	980	1385		276	471	825	1117	221	144	460	182	479	882	1196	452	38	61	65	134	113	419	845	476	131	417	901	1245	429							
383	Deluxe Moon Pro - Moon...																545	493	167	546	196	127	973	1301	196	40	288	321	345	726	172	135	367	932	520	449	848	146
384	Comunizate 14-15 Full (Co...	517	959	1288		298	773	1167	502	923	215	434	874	219	521	1019	497	403	45	293	719	151	322	402	442	828	203	548	1072	211	533							
385	El gurú de Pilates		308	644	1085	1423										613	168	129	311	55	338	751	1144	59	378	828	1161											
386	Cloud Music Pro - Free Musi...	365	800	1143				704	1011	220	729	1120					295	346	58	303	723	1117	162	650	1034	1341												
387	Money Pro - Bills, Budgets a...			295	727	1092	648	1164	1444	255	655	1042	1371	323	399	821	186	113	60	129	298	343	727	1162			673	492	946	135	367							
388	Micromon																218	488	78	311	272	288	688	1133	1243				133	397	707							
389	Guia per trobar bolets							301	623	1045	1401			769	1109	1416		221	89	317	734	1125			288	139	535	477	934	1288								
390	Youlify for Spotify Premium...	652	227	155	558	949	1395	239	577	880	1271	250	176	145	927	192	132	309	94	396	790	1160			377	827	1160				250	587						
391	MarineTraffic - Ship Tracking	451	196	121	143	498	1008	431	122	760	508	471	195	567	446	420	828		96	73			281	342	102	441	111	45	30	45	110	55						
392	WRC The Official Game	1303	1425											678	549	931	1267	206	556	841	32	64	85	91	354	813	373	936	522	967	1285							

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
393	eBolets SETAS BOLETS CAT...	146	150	424	180	146	121	444	163					135	424	151	468	804	1077	34	269	123	385	115	453	431	511	913	503	171	105	
394	Ad Block Multi																			39	67	92	358	844	1223				274	534		
395	80s Arcade Games!	524	964	224	492	905	1362						327	143	449	848	428	739	60	318	344	728	1163			156	424	903	1246	434		
396	Euros pesetas conversor										1079								1021							439	703					
397	Minecraft Multiplayer Mods...				815	1283	581	1130	1404				111	401	824	1179				64	53	125	316	820	1188		94	454	427	132	369	
398	Blockr - Privacy, Media and...																			65	746	98	364	851	1224			308	826	1083		
399	Period Tracker Deluxe	984	249	583	207	152	596	514	860	1144				198	521	879	1152	132	79	329	348	730	1159									
400	Pro Music Search for Spotify	563	987	222	491	493	1004	1381								562	866	1130	80	69	32	23	11	18	19	13	17	8	16			
401	TETRIS ®				575	1040	1385	210	472	908	1262		603	162	465	859	1115	378	94	281	745	1081	1208			84	408	892	1239	1137		
402	Traktor DJ for iPhone	108	133	136	532	932	101	73	109	406	126	461	147	121	411	413	822	1110	383	96	158	376	100	356	431	148	112	132	433	116	347	
403	Vext Keyboard													**							17	90	357	845	1207							
404	Forest: Stay focused, be pre...	914	1290				759	208	118	141	125	459	894	1322	520	171	493	874	371	316	32	80	305	815	103	41	99	460	432	843	1093	
405	LEGO ® Marvel Super Heroes	226	595	495	984	1340		274	150	421	885	1268	245	671	461	866	1207			490	58	311	350	840	203	505	188	530	1022	1344		
406	Bazaar Photo Collage Editor...	890	871	985	925	1078						452	887	1253	387	776	455	855	161	388	387	57	283	343	836	1196	191	160	499	954	1292	
407	NBA 2K 15	1023	575	1003	1405	267	709	535	874	1153					585	946	1278					62	89	356	843	1204	188	98	127	430	838	1092
408	Madrid Offline Map																					63	332	719	1154					649	918	
409	Silentium																					85	156	431	980	517	996	1275		264	508	
410	The LEGO ® Movie Video Ga...											330	740	1079	1390						551	90	361	744	1191							
411	WorldSBK Live Experience...																			184	613	91	362	745	1200							
412	Tweetbot 3 for Twitter, An el...	208	566	954	1367		664	1059	1351				617	882	1230	507	816	260	710	94	364	134	448	817	1154		50	79	413	719		
413	Secret Photos KYMS: vault...	505	513	900	1323			148	418	474	905	104	125	416	832	1184	410	787	97	299	128	364	818	1157			553	175	408	896		
414	Mextures	1005	570	979	598	1002	1437	262	552	168	527	972	1315	267	551	916	1248	180	419	796	98	381	755	1176		252	583	467	865	403		
415	Bridge constructor playground		325	669	1104	1440								314	630	990	1317				109	88	36	124	22	89	147	438	176	488	871	1119
416	Dr. Panda's Carnival																				676	145	49	306	393	834	1171		99	361	793	1054
417	Cartoon Wars 2: Heroes													261	544	908	1241				66	298	389	832	1156	582	965	1350				
418	Fox Tuber - Best Client for Y...	1200			845	1220									366	801	1167						67	338	832	1198						
419	St. Josemaria	989	568	959	594	989	1425	102	120	114	456	888	1255	242	135	436	836	154	382	777	394	77	347	17	54	360	493	898	180	106	90	
420	TUS Santander	177	555	192	591	1083					497	465	198	569	448	855	193	325	680	144	103	78	304	27	172	473	132	474	113	392	334	
421	Worms3	478	932	215	489	898	1356								515	430	774	1056	324	328	94	94	406	844	171	581	953	1343	224	444		
422	Mortgages & Logan payment...																						24	153	126	437	921	1294				
423	Construction Simulator 2014	102	456	863	228	153	597	1028	199	468	185	133	459	950	177	383	416	764	347	753	1075	315	29	61	85	99	449	462	153	133	363	
424	Lapse It Pro - Time Lapse &...	1001	164	489	981	1333		625	928	1202	238	143	513	519	909	188	131	389	716	1069	159	479	43	358	815	1152	583	975	510	234	460	
425	Gravity Duck Islands																						45	18	96	404	904	1265				
426	DataMan Next - Track...	644	1026	1339		265	707	1103	1388	225	601	991	1332									60	537	924	487	134	475	932	1280			
427	Sherlock Holmes																						62	379	829	1162						
428	Vademécum de Productos...																					63	351	812	167	577	1122					
429	MONKEYZ																				**	278	71	154	501	873	1281					
430	ALON Dictaphone Super No...	309	699	505	991	1350							311	704	1045	1361		533	815	1146			86	401	840	1169				323		
431	NandaNocNicStudents	301	679	1026	1426		280	583	885	1275													328	64	416	819	1244					
432	Lifeline...	911	1287			284	501	961	1270	1241	154	128	503		793	1159	1205							70	395	796	1230	1351		149	101	
433	Unboxed - QR Code Reader...				301	543	988	1291	198	650	1037	1367	318	141	446	845	1131						71	396	797	1231	532	1050	1371			
434	Ecuestre: Entrena tu caballo				386	781	1253					320	748	1168	1474					610	371	807	157	76	109	414	910	209	530	1059	1301	
435	iFiebre	1039	1390	270	297	902	1360	588	965	1239				678	1020	1338		518	796	1131			322	710	90	56	362	169	404	889	453	739
436	Jakdojade - public transport	1079	1430			775	209	501	913	1300	273	663	1084	1407	247	586	891	1154				543	881	92	28	66	114	112	157	20	34	

		SEPTIEMBRE																																	
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
437	Billabong Surf Trip	511	954	1284	257	598	1063	570	921	458	932	1300		641	166	477	892	1165		458	818	1192		93	57	361	168	508	939	1277					
438	VideoGet for Facebook - Vi...		482	879	1311				240	511	189	517	209	581	170	582	916	110	251	120	380	815	1125	94	435	823	113								
439	Amway Europe and Russia	681	230	553	1107	1443	312	685	992	1285					634	995	1323		473	379	773	1166	164	96	115	421	914	1263							
440	PewDieDie: Legend of the B...																								6	9	7	10	7	31	26				
441	media player OPlayer - classi...															511	429	773	1055						37	80	68	73	90	417	722				
442	Guess the person? HD	152	542	481	537	938	526	979	1287		630	177	169	146	441	852	475	800	353	836	1155			572	58	363	879	1242	528	128	356				
443	Five Nights at Freddy's					272	180	144	435	777			622	204	499	951	198	508	787	323	331	780	1109	480	69	94	497	900	182	403	91				
444	Spanish Thesaurus			640	1081	1418											235	516	794	1129			190	555	70	378	892	1250							
445	Duet Game					290	163	454	791	1195					219	550	439	782	1066	326	741	1132	426	901	74	387	173	511	965	467	811				
446	The Impossible Game	1326			162	451	509	967	1273	1176			545	933	1335		518	811	360	766	387	820	1113			77	381	74	425	424	836	142			
447	Dictionnaire Espagnol-Franç...	257	621	965	1375			251	536	837	1229														79	385	182	509	963	1276					
448	vMEyeCloud		185	503	199	547	1034	1395						689	1033	1349									81	389	893	1252							
449	Anatomy Quiz																								82	394	899	1256							
450	Comprueba tu cupón																								83	396	901	1258							
451	SPL-T																								84	398	106	412	898	457	361				
452	Splashtop Personal - Remot...			279	689	1051	1482							304	615	977	1304	**				***			88	401	903	1251	199	567	831				
453	Audio memos - The Voice R...	214	592	195	132	135	582	1020	1305						134	435	835	1119			174	271	337	722	365	94	403	75	426	904	196	313			
454	Smart Crop																									26	175	515	968	1291					
455	Astrá																								155	30	18	34	37	22	11				
456	Scrabble™			241	627	979	1418										1448	1372	1371	1360	1430	1454			36	442	866	1276	478	767					
457	VesselFinder Pro	518	210	527	205	125	576	1017	1313		285	430	869	1279		240	144	399	724	51	285	749	1086	483	476	51	453	873	1286						
458	InstaLogo Logo Creator - Gr...																				312	763	1097	481	941	56	435	862	1278	1347					
459	CamCard - Business card sc...	260	623	967	1377															133	455	136	420	804	1227	233	57	457	874	1283		59			
460	2XL Supercross	986	1348	246	632	987	1424								199	386	801	1101								71	469	879	1288						
461	Virtua Tennis Challenge	1365	104	438	184	147	519	971	476	811	1188												439	836	403	875	1233	72	471	181	63	227	450		
462	SlowCam - Slow Motion Vid...					700	1097	1383							276	567	163	388	750	1036	434	139	423	824	1244		73	472	881	1290	495	802			
463	Kinectimals	225	594	1014	1415																			471	907	1261	74	476	884	1293					
464	Five Nights at Freddy's 3		181	494	983	1341	249	164	456	793	1197			294	595	957	199	513	791	1126	475	875	1196			75	477	885	1294		181				
465	Voice Recorder Pro - record...										289	656	521	987	1323												77	481	888	1296	498	861			
466	Bike Fast Fit					359										261	149	404	725	1081						78	486	892	1300						
467	Fit Men Cook - Healthy Reci...	892	1274	1398											109	400	823	466	802	1076					561	378	861	1221	95	41	66	93	96	333	
468	Snow Bros													104	387	810	1169						431	828	1151		229	96	448	870	1281	1306			
469	GoKeep+ for Google Keep		341	695	220	160	607	520	865	185	547	491	917	1324			257	550	837	1170	528	931	1247		281	98	67	88	394	822	398				
470	Toca Hair Salon 2				163	510	518	970	1275	196	559	955	230	127	415	150	384	742	1032				434	830	1053		48	125	429	77	307				
471	Guasapp jaja: Bromas telefó...																										52	56	20	13	5				
472	ToonCamera	142	522	908	238	566	1054	1414			228	420	863	217	513	896	1229					446	807	161	436	871	1229	72	421	902	1244	152			
473	Carrot Weather - Talking...	1476																							264	149	455	78	405	891	1240	109			
474	Fake Location	1384			667	1026	1460	653	457	794	206	533	518	194	492	886	1208					476	384	758	1182	221	557	79	407	896	195	416			
475	Slow Motion Camera Extreme	897	554	936	1343		705	1016	1288		274	671	148	444	854	127	303	656	1029	160	326	714	1150		223	596	80	429	922	198	435				
476	Travel List - Trip Packing an...	321	722	1065	1462			268	570	999	1357														611	958	83	451	924	1262					
477	Cleaner master for iOS - Re...																									790	82	433	85	119	94				
478	Touchgrind BMX	618	995	225	4494	490	147	504	428	408	878	188	574	198	128	434	425	771	1057								87	437	908	1249					
479	Talking Pocoyo					135	498	850	1136				260	623	969	1295		477	113	322	736	1126					88	438	909	460	751				
480	Ricky Carmichael's Motocro...	628	1009	1324			271	160	450	788	1190			592	1018	1345								173	512	899	1216	90	409	895	149	409			

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		SEPTIEMBRE																																	
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
481	GPS Kit - Offline GPS Tracker																											91	442	912	1252				
482	Photogene	312	705	207	608	1070			262	560	980	1348				242	146	400	723	408	793	1165		583	964	1275	92	450	921	1261					
483	Exploration					679	1148	235	610	912	1299						255	546	831	1162							93	452	149	1263					
484	Notes Note-Ify: Colorful not...					857	1249						**		***												95	457	927						
485	Move to measure - Flying R...																							553	998	**	***	33	152	463	759				
486	Angry Birds Space				623	975	1386				1487	540	929	1302			514	806	1051	102	286	744	1080	1207			589	69	372	798	1060				
487	Bridge Constructor Stunts																										863	71	375	800	1065				
488	Tomb Raider I																							457	856	1178	209	559	903	1311	74	377	802	1061	
489	My Movies Pro - Movie & TV...				305	749	1112		634	940	1326													213	631	1009	1317	304	76	49	383	24			
490	Flyskyhy	735	1119	1426												630	935	1197					224	554	1001	1342		77	379	804	1064				
491	iHandy Translator Pro	564	984	1292	106	104	137	502	847	1134				246	527	891	195	467	744	411	134	415	142	445	877	1172		92	395	808	394				
492	KAYAK Flights, Hotels & Cars						246	525	823	525	950	544	1008	1310										493	882	1203		93	396	810	1067				
493	Diptic	213	590	952	1366					557	952	1298			193	384	799	1099					1422	453	791	1214		94	397	811	1068				
494	Castle of Illusion Starring Mi...													660	999	1320												96	403	818	1076				
495	Super Slot																												97	405	820	1079			
496	Streaks										374	781	1166												715	1113	1420		100	362	794	1055			
497	Punch Kidd	766	548	425	948	1307						308	736	1158	1475											325	684	1130		75	109	341			
498	More than today widget - ...																												76	382	695				
499	Night Sky 4																	330	287	307	725	1120					382	105	129	87	386	696			
500	iZip Pro for iPhone - Zip Un...		754	1098	1490				588	500	925	1286												691	438	861	1187		410	99	388	700			
501	FileExplorer																								201	499	940	1290		675	197	516	45	288	
502	Sky Live™ - Clear Dark Night			**					***		632	1020	1412																	404	76	306			
503	Lifeline 2																									344	490	133	435	78	309				
504	Things		262	579	183	532	207	561	893	1142				249	531	897	1230						429	826	1150			234	562	978	83	316			
505	Settle Up - Group Expenses	190	161	147	536	936	1397			136	424	866	536	195	126	431	832	1129	127	52	268	742	1079	1256							84	321			
506	YoFormulo	128	508	897							648	1036	1427	246	591	955	1227										592	1039	1373		86	21			
507	Mushrooms PRO - NATURE...													251	598	177	438	827	1158							242	688	1051	1427	87	325				
508	SneakyPix																																88	327	
509	ECSI																																89	330	
510	Wrist Sudoku																											350	743	1158	90	331			
511	Notability	586	154	479	975	1337	247	162	132	411	176	509	926	1306			220	117	324	740	1079				141	447	930	1279	198	91	290				
512	ProTube for Youtube		336	685	1125	1461		718	1024	1298								344	682	1044		118	375	859	1220				257	92	291				
513	The Sims 3 Ambitions									199	553	946	1293	161	451	421	825	1116	1364	1365	163	446	786	1210					201	503	30				
514	SamCard Pro-business card...	996	1356											208	124	435	778	350	754	389	378	733	1175			202	611	969	1353	524	51				
515	AB Math - fun games for kid...																								204	552	896	212	161	468	866	57			
516	Friend Blender HD - Swap...	134		257	650	1009	1446				599	989	233	658	1000	1321				141	329	740	1131				214	636	994	1373		60			
517	Tengami																605	909	1171														62		
518	3D Animated Emoji PRO + E...					745	1134	205	550	980	1339												515	362	359	741	176	527	943	1340		241	150	76	
519	AfterFocus	966	1309										270	639	985	1307	533	830	366	132	299	758	1092		546	890	1300	578	168	140	100				
520	Juxtaposer	279	645	989	1393				562	863	1255		603	1028	1356														217	539	805				
521	My Scans Pro - best documents...	1086	1433		729	1095	649	1172	1454		661	1048	1375				92	343	681	1043					148	369	882	1243		276	530				
522	Howlsay English Pronunciati...				672	1031	1463		245	524	955	1320	251	564	1006	1343				182	64	328	814	1273	216	585	976	487	967	1308		95			
523	HoPiKo																										342	491	81	144	456	745			
524	Baliza Track Live	459	922	214	133	441	557	188	484	817	1205									562	390	783	1176							691	958				



nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
525	The Sims 3	174	552	915	1327		660	198	490	164	514	931	1262	595	450	155	469	795	1054	427	797	308	696	1138			229	551	455	855	1099	
526	SMS Smileys						303	675	183			495	921	548	1000	1321				466	844	101	386	760	1185			168	621	187	108	
527	Legend of Grimrock																															
528	Superbrothers: Sword & Swo...										261	646	1064	1388																260	503	
529	Domino Drop																															
530	Parkit - parking location and...																															
531	KAMI																															
532	Out There: Ω Edition										280	684	1105	1431																		
533	Strata																															
534	Classic Calculator M1																															
535	Angel Bike										243	614	1036	1364				499	776	1115			181	532	921	1238	260	600	1011	208	478	
536	Runtastic Cardio Pack - Runn...																	139						130								
537	Angry Birds Star Wars	612	991	1291		252	595	897	1175	1490		246	604	949	1282	390	745	1029	1348	304	755	1089	1486	528	155	548	935	1308				
538	CoPilot Iberia - GPS Navigati...					288	644	950	1220											494	828	463	918	1237								
539	MapsGPS for Pebble - Smart...				268	708	534	873	452	902	190	616	1037	181	126	438	781	1065		178	497	147	369	825	470	947	1281					
540	Rory's Story Cubes			307	646	1112	574	182	460	961	1325			231	566	931	1203		499	854	1224	191	561	472	854	1269						
541	AmpliVision. Lighted Magnifi...					321	697	1004	1277																		279	634	989	1236		
542	Fungipedia	1078	1428			333	166	461	162	521	938	1282					258	342	679	1041				135	124	112	510	473	159	472	556	
543	80 Days													256	605	967	1236								613	451	937	1288				
544	WaterMinder® - Hydration Re...			736	1011																			285	134	529	925	1325				
545	Decked Builder															261	555	838	1168													
546	Kiwanuka																															
547	Terraria	1377	280	442	954	1310				589	982	1324			218	138	392	718	1071							256	590	1002	1328			
548	CarAppraisal		276	602	1040	1380	277	628	933	1207													452	163	129	444	926	519	446	845	1111	
549	Sorcery! 3																															
550	Rules!																										277	167	475	393	704	
551	Cut Paste Photos Pro Full Ed...														131	448	375	706	1080													
552	Funny Veggies! Educational...	130	120	454	188	539	208	121	420	764	1178	211	666	1089	1416					536	392	765	367	819	1163	586	1062	192	601	869		
553	Desafío Champs Sendok...	232	182	496	1985	544	1032	1394		519	490	917	227	598	1014	1332		118	252	707	1051		470	908	511	919	314	609	1021	1345		
554	Slow Shutter!					277	724	1118	1402																		652	1009	1388			
555	Smart Merge Pro - Cleanup...									151	409	861	1273									490	146	368	824	374	885	1249	392	816	1073	
556	Videoshop - Video Editor		664	1012	1413				517	949	518	986	583	1010	483	441	372	702	1072		187	468	428	177	93	495	82	384	806	1077		
557	hocus.																															
558	VivaVideo Pro - Powerful Vid...	185	564	938	1345	691	1165					340	758	173	492	990	444	864	160	548	148	419	976	516	164	573	1082	1454				
559	iParking Where is my car?	1394																												564	828	
560	Video Saver & Uploader-Sav...	147	527	914	1351							726	1146	188	392	807	1105						139	485	861	1280						
561	Cardiograph: Heart Rate Pul...	474	930	1265		673	1069	492	830	1222	223	587	1013	1340						452	818	1188						541	899	1146		
562	Data Counter - Universal Dat...	1392	675	498	986	1342															144	115	429	855	1180							
563	InstaSaver Pro for Instagram...																															
564	Scan - QR Code and Barcod...	641	1022	547	1058	157	599	114	415	761	511	169	167	540	924	1261			432	375	345	138	400	117	450	839	1266	228	572	932		
565	Marinus: boating rules ColRe...	101	479	877	232	570	1075	1433			243	572	962	1359									205	553	445	927	1277	197	530	796		
566	ToonPAINT			574	1016	1363						546	935	1337						1378	1375	1374	1434	325	151	499	869	1255	132	438	737	
567	Yomiwa Offline Translator...																								690	1035	1422					
568	Car Radio Code for Renault...						376	729	1034	1413																						

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
569	Popcorn Films - What's the M...																															
570	Compatibility Drugs																															
571	Video Browser, Player, Strea...																			247	607	1012	1322					327	734	449	362	
572	myLightMeter PRO				320	663	1133	1480		250	645	1033	562	1072	1396				156	110	290	751	1085							265	510	
573	Over	1327				245	669	1064	1354										401	314	731	1121										
574	Ski Safari: Adventure Time - ...				280	608	1073	1431						269	553	162	482	836	1105													
575	RODE Rec	1042	1394		310	475	993	1373			155	486	911	1316			236	519	798	1132												
576	Pocket Anatomy - Interactive...																															
577	Photon Flash Player for iPhone	253	616	960	1370	250	677	1074	1361	206	564	959	552	199	129	117	372	355	687	1048		462	144	459	467	848	1261					
578	Jtube -- Playlist manager for...																															
579	iTheme - Themes for iPhone...										227	547	936	1338					1393	1388	1378	1447										
580	Filters for iPhone and iPad																												75	15	204	433
581	SuperCam_Pro									244	574	207	153	458	862	1199	169	424	801	1119	182	456	888	1247				212	533	130		
582	Private Photo Vault Pro - Saf...				299	765	1156	1436							245	578	882	1146														
583	Web Video Downloader																															
584	News! Plus Español																															
585	Tempo - Metronome with Se...	270	635	977	1384																									236	463	
586	Epidemia				243	665	1060	1350	479	184	132	510	979	1312										138	115	513	904	1310				
587	Darling																															
588	Ultimate Food Value Diary - ...	793	1177	1479																												
589	[The Sequence]																															
590	Fake Phone Call - Get out of...			363	867	1231					321	760	1182													375	773	1186				
591	Twinki Alphabet Cards & Let...																															
592	music.mp3 pro - Free MP3 M...																															
593	New Emoji - Extra Emoji Stic...	238	189	509	544	138	516	443	162	436	889	193	576	210	506	451	850	160	85	382	777	1169	430	974	75	393	897	1254				
594	Chromakey Camera - Real Ti...																															
595	PAUSE - Relaxation at your fi...																															
596	Adamant																															
597	Truck Simulator PRO 2016																								377	785	136	49	81	415	720	
598	Quit smoking - QuitNow! PRO	172	551	923	1335		647	455	792	520	936	1274	287	584	164	484	850	1117	482	840	1209		213	144	366	880	1241	527	942	1188		
599	Stickman Base Jumper																															
600	Tap Battle Edition for Dragon...																															
601	LightSpectrum Pro																															
602	Callcorder Pro: Call Recorde...	662	228	551	216	557	1120	233	152	150	127	462	197	452	865	1221	1296			504	861	165	487	925	1281			235	570	836		
603	Super Sharp																															
604	Lirum Device Info																															
605	One key video downloader																			660	1012	1374										
606	Synctastic for Google - Sync...			706	1143	1478													169	569	919	166	533	971	132	452	182	523	450	167	312	
607	Motorsport Manager	1380	291	624	1064	1403			602	478	902	1307		549	912	434	777	1116					566	911	1317	446	917	1258	430			
608	Carmageddon	272	637	981	1386						279	169	459	863	1198																	
609	1 Second Everyday: Video D...	585	536	189	463	181	160	518	171		480	907	1267	243	137	387	158	415	112	404	826	1157	120	425	853	1177						
610	Zolper Premium SIP softpho...																															
611	Spring Cleaning 2							327	661	1075	1435											226	621	381	863	205	380	900	1257		295	564
612	Bomberos Test Examenes								631	1056	1412				704	1067	1397							556	999	1341						

		SEPTIEMBRE																																	
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
613	FBCV - App Oficial								325	664	1086	206	739	1165	1476	271	152	406	727	1083				563	1011	213	660	1101	1436						
614	Red Johnson's Chronicles										51	110	434	330	779	447	884	1275																	
615	Planes Adventures by BUBL																																		
616	La Alhambra Official Guide			267	167	515	1014	222	511	882	530	482	908	1312				190	451	828	1146				578	925	215	613	1026	1349					
617	Age of Zombies™	1000	1359	594	1033	1375																					616	974	1357			167			
618	The Survivor: Rusty Forest	703	1088	1391											261	615	976	1245						207	619	998	1308								
619	NBA JAM by EA SPORTS™		174	486	195	458	567	113	108	397	121	455	892	1296	512	892	196	468	315	736	388	813	394	865	1209		593	949	504	889	145				
620	IDMSS Plus				283	610	213	572	181	459	939	1307			275	565	928	1260									211	627	986	1365					
621	Real Racing 2				625	977	1416												1435	1358	1358	1349	1418	1441											
622	Cook'n Thermo: Recetas par...	527	960	129			675	1072	1360							213	134	306	657	1027											145	374			
623	The Adventures of Tintin: Th...						261	604	905	1182		220	582	197	494	898	1231										235	157	458	858	401				
624	Video Rotation: Flip and rota...	513	516	903	1324		339	731	462	797	1203				260	620	982	1255				543	394	766	454	868	175	713	1076	1447					
625	The Mesh					169	600	193	396	746	509	935	1273			225	140	393	305	729	1081								253	578	939	1185			
626	Aprende inglés + 2500 pala...	154	464	177	577	968	1390																317	705	1144	219	531	888	1246						
627	Pixel Cup Soccer																			533	385	779	1172	432	1002	1344					632	893			
628	Footpath Route Planner - Ru...											***											612	955	1362										
629	Tuneln Radio Pro - NFL Audi...	1307	1334		573	1038	1384			1486	213	578	1003	1306			171	390	761	1067	1423	484	464	831	1249										
630	645 PRO Mk III				278	604	1069	1427	232	497	933	1301	273	646	988	1310					184	307	342	724	1160										
631	Health Importer																																		
632	Alto's Adventure	510	953	1283										168	454	156	473	797	1063	457	817	421	703	440	865	172	147	116	366	385	332				
633	Assembly - Graphic Design...																																		
634	xTube - Playlist Manager for...																																		
635	Disney Karaoke: Frozen	927	243	566	1070	1410		648	954	1225	257	597	210	582	1009	1330											267	606	1018	1341					
636	Playtime with Blaze and the...									353	692	1104	1462	374	827	1181						641	407	780	1206		702	110	32	67	105	338			
637	Calculator Easy HD									258	554	982	1342										494	937	1287	589									
638	The File Converter - Convert...		702	1045	1444				603	905	1293																591	191	533	1049	1369				
639	Veditor - editor de video año...																																		
640	Dust: An Elysian Tail																																		
641	Weblock - Adblock for apps...	555	219	538	1012	549	497	962	1271													556	291	752	1087		615	966	220	660	1071	212	526		
642	Spider-Man™: Total Mayhem													247	528	893	1226		1389	1386	1376	1444													
643	SpongeBob Tickler	486	933	1269			260	602	902	1179		548	937	101	386	809	1168	166	394	770			689	168	507	877	1289	561	457	857	1102				
644	Metal Detector!																	184	437	813	1129														
645	Dr. Panda's Restaurant 2				711	1076										592	447	788	1073	165	510	911	1231					640	1052	1372					
646	Disney Karaoke: Descendan...																																		
647	Simply HDR			249	639	995	1431								640	986	1308								511	897	1215	247	579	992	1318				
648	Voice Translator with speech...						433	856	1169	1433																									
649	Chueca Mobile Gay	475	931	1266		264	703	1099	1385				610	541	439	847	1202																		
650	Cloud Baby Monitor ≈ Video...	649	1030	1342			712	1108	1393														185	547	936	1250	644	1002	1380						
651	Spy_Watch																																		
652	EasyDocScan OCR + PDF...																																		
653	Shadowmatic				282	168	125	492	844	1139							**											***	978	1360					
654	Mad Skills BMX																137	391	717	1070															
655	Elhuyar Hiztegiak offline	288	660	1008	1410							247	620	1041	1367	127	440	783	1067							214	570	915	1321						
656	SkinneePix												689	1079	1457										556	958	1269		290	630	1076	223	675	1035	1282

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
657	Lux Light Meter -lux measur...				347	710	614	1041	1338				284	181	552	934	1272			170	333	745	1138		244	637	165	574	1090						
658	Kero Blaster																																		
659	Recetas Thermomix	269	634	976	1383		274	161	451	789	205	530	955	1352							462	822	422	816	1236		250	443	914	1254					
660	Final Fight	630	1011	1326					549	848	1240								178	415	792	397	842	1164							525	790			
661	NBA 2K 16																																		
662	Minecraft: Story Mode																																		
663	Oceanhorn ™								363	854	1240	1308	637	165	476	891	1164								545	889	1299	576	990	1317					
664	BANG! the Official Video Ga...	483	937	520	1007	1338			234	505	188	516	515	982	1315																				
665	Touchgrind X-Sports Bundle																																		
666	My Jump	228	599	1094	253	697	1164			267	680	1071	1402	341	678	1047	1075						216	595	979	1322			271	617	383				
667	Vocal Translate - does recog...																																229		
668	Notion																																		
669	Live GIF																																		
670	Pregnancy ++																																		
671	File - Best File Manager...																																		
672	IP Cam Viewer Pro	572	151	472	974	1330		616	918	1194	149	127	243	631	978	381	802	1102	126	456	816	1191	446	886	1139	530	971	1312		230	112				
673	BMX Streets																																		
674	Syberia (FULL)	1082	1432																											259	605	873			
675	Downwell																																		
676	Super Barista																																		
677	iPrimitiva	262	625	969	595	994	169	528	869	1148																									
678	EvoCreo - A Monster Captur...								316	645	195	525	1113								244	599	1004	1311											
679	Mood meter - building your...																																		
680	TextGrabber - image to text:...	965	1307		637	206	640	1073	1362									351	781	1088	1093	453	352	791	1117			568	166	481	782				
681	Football Sports All Leagues																					246	606	1010	1320										
682	Backflip Madness	105	492	878	582	970	231	123	418	762	1176	532	966	1362	561	925	1257				468	138	309	56	352	157	91	28	19	59	47	289			
683	Test Motocicleta - Autoescue...											656	1041	564	1076	1401		147	103	307	732	1085							281	640	997	1244			
684	Runtastic Squats - Workouts...						633	937	1209	586	978	1320														140	446	928	1278						
685	Tap the Frog	1359		245	631	985	1422																			195	537	881	1292						
686	Sports TV App	183	558	934	1338							263	136	462	871	180	490	870	1136	199	315	150	407	919	160	464	933	521	162	468	835				
687	Satellite finder - Satellite dis...					787	1178		504	931	536	1052	1381	329	643	172	496	147	374	862	1178			235	619	964	219	659	1075	1393					
688	Repulze				**		***																												
689	My Maps for Google Maps ™		347	700	222	560	1161					671	1058	1447		257	606	905	1172																
690	llovecraft (H.P. Lovecraft Col...																																		
691	myTubes HD - For Youtube B...				753	523	1020	1400			677	181	566	550	932	1269				163	552	904	1268	520	961	1312	620	461	876	1287					
692	BADLAND					273	622	925	1199			141	154	517	432	846	189	451	322	739	1077														
693	Cclean for IOS - Clean & Re...																																		
694	Graphic - vector illustration a...																																		
695	RollerCoaster Tycoon® 3	210	166	119	520	924	1379										589	376	738	1025					268	601	460	466	154	134	368				
696	Free Music Video Player for...										451	1122	1457					661	961	1226							354	456	925	1266	156				
697	Learning the Alphabet in Sp...																678	1041	1311																
698	Weather Bundle - Forecast...																																		
699	Syberia 2 (FULL)																																		
700	Grand Theft Auto: The Trilogy																																		117

nº	App name	SEPTIEMBRE																																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30						
701	Artemis Director's Viewfinder																																				
702	Sleep Talk recorder		292	625	556	947	1393	587	952	1222					426	495	973	1305	503	910	1184						467	866	1188								
703	Ejercicios y test psicotecnic...			275	685	1046	1477						535	965	1327			302	605	444	843	156	386	831	1150	190	479	916	1272								
704	Runtastic Push Ups PRO: Wo...	466	201	517	1001	1327									487	914	1265				385	800	1100	380	775	393	141	402	**		***	599	957	506	897	1107	
705	1080	216	171	120	522	926	1381							286	431	870	1278																				
706	Learn Japanese with Tako...						107	480	166	440	903	191	179	548	443	154	476											387	132	527	923	1322					
707	Tiny Wings	613	992	1312										136	505	190	488	879	1192	1428	1353	1352	1341	1411	1431							550	454	854	1098		
708	Pano	265	630	973	1381		272	619	922	1197																											
709	Boxer Pro		314	657	1093	1431																														500	
710	Distilled - The Ad & Content...																																				
711	Virtual Trainer Suspension											273	624	1010	1403												185	324	711	126	463	841	1270		605	962	1209
712	iChant Gregorian																																				
713	TOP APP Productivity Pack																																				
714	Web:TV Remote	529	215	537	1010	1346	541	986	1288																												
715	NOAA World Radar - Rain, H...	651	1032	227	135	136	150	83	385						388	850	1267																				
716	Spyglass																																				
717	OldBooth						242	518	**																												
718	HiFolder Pro - keep lock priv...											234	621	1010	1346																						
719	Duomatic - The Double Expo...																																				
720	DNA Play																																				
721	AeroWeather Pro																																				
722	Mindfulness Bell	1059	1409	288	703	521	1017	1397																													
723	Premium Music Search Pro f...																																				
724	Eguraldia																																				
725	Justicia test examenes																																				
726	MemoCal mini																																				
727	Food Additives Checker (E N...																																				
728	InstaMail Photos and Videos	1015	1370	610	211	553	1076	1434																													
729	FlightBoard - Live Flight De...	1330			495	899	1357																														
730	Voice Translator with Offline...																																				
731	48H Open House BCN																																				
732	Billetes de euro. detectar lo...																																				
733	Neo Monsters																																				
734	Brothers: A Tale of Two Sons																																				
735	Safe +		335	687	1126	1459																															
736	GOSTS'N GOBLINS GOLD	156	531	917	1328																																
737	Table Tennis Touch																																				
738	Frozen: Storybook Deluxe...																																				
739	Delete Contacts Fast - delet...																																				
740	Documents to go Premium...	983	1346																																		
741	Fast Player Pro 9 - Multi-form...																																				
742	Evel Knievel																																				
743	World Conqueror 3	168	546	928	1348	240	814	1211	1492																												
744	Hola Jesús! Rezar con los ni...		350	707	1145	229	546	991	1294																												

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
745	LUCID by Perfectly Clear																														
746	Photo Lab PRO editor: face p...	1329				265	122	125	371	858	1244	1303	256	389	813	1172	167	403	780	1107	463	799	1222								
747	Pirlo Sport Football										271	661	1080	1403		148	313	663	142	303	771	1103							270	517	
748	Keyboard Themes - Custom...										339	764	1183		395	809	1109					242	690	1070	1382						
749	The Beggar's Ride																														
750	Touchgrind Skate 2		180	493	196	151	1030	1392				290	666	1007	1328					470	869	1190	544	932	1247						
751	iRecorder Pro - Audio Recorder	1013	1368														222	491	768	152	455	854	1177				625	483	940	1279	
752	Green kitchen						716	1026	1297		275	672	1092	505	1009	1337	123	330	312	730	304	697	441	867	477	949	1287				
753	TripRoad Pro																														
754	Heads Up!	187	560	190	485	900	1358	585	180	125	119	403	859	560	919	190	391	748	1035	432	137	105	105	85	111	417	177	427	905	1255	
755	Toca Tailor	231	653	999	247	624	1090	1445				286	662	1003	1324											639	997	1375			
756	Pregnancy Progress: baby jo...	1072	1422																									642	999	1246	
757	AppMaldita: Libro de terror L...	1146	255	745	1187			682	995	1364	714	524	524	913	1275						601	940	1352								
758	Pixelmator	571				255	686	1082	1370	208	570	964	1307		207	105	117	368	696	1050	415	837	1059	199	163	121	456	871	1284	454	
759	Interlocked																														
760	Earn ti Die 2	941	1323		329	479	995	1375				110	129	418	834	467	801	1074					808	1182	1297						
761	Star Wars Journeys: The Pha...																														
762	Downloader (Internet Down...																														
763	Toca Life: School																														
764	Living Earth - Clock & Weather	453	918	516	978	1325		519	819	140	472	500	977	1308			1451	1375	443	802	1182	1457			193	592	193	127	437	727	
765	Network Multimeter	1397			308	647	1114	1463	248	529	959	201	134	501	906	1249								146	119	129	418	147	458	752	
766	Lumino City																														
767	Please, Don't Touch Anything																														
768	Air Video HD - Now with mul...	1332																420	797	400	380	363	848	1212				235	114		
769	Gallery Doctor																														
770	Audiobooks HQ - 9,750+ FR...	116	499	183	587	508	585	138	128	373	459	**			***	223	332	235	340	750	155	424	894	509	901	213	445	916	1257	111	365
771	Elder Sign: Omens																														
772	IBEX Bolsa de valores PRO				776	1143	245	170	134	414	880	1274					279	124	333	746	1092			253	652	120	130	474	161	474	761
773	Fake Call App													348	699	1063	1390	216	514	896	1209	217	537	983	1328				631	900	
774	PDF Scanner - easily scan b...																														
775	Heart Rate Variability Bundle																														
776	Printoo																														
777	Street Fighter II Collec...	498	206	519	1000	540	153	507	430	772	516	932									428	825	1149	191	533	157	560	954	494	440	728
778	Vampify - Turn yourself into...													243	585	950	1222			523	877	430	862	1277							
779	WeightCalculator - Check yo...																														
780	Next for iPhone - Track your...																													407	713
781	Fotor HDR - HDR Camera &...	938	1317			129	511				403	857	101	124	175	121	375	737	1024	163	486	886	1207	564	191	493	1013	218	607	964	1211
782	MoneyWiz 2 - Personal Fina...	591	1037	1348			276	579	883	1273												684	1132	1269	565	189	531	1024	485		
783	WinZip Full Version - The lea...	298	132	462	967	220	658	1120	1403								338	674	1037				855	1216	189	653	1013	1391	161	133	
784	Forvo Pronunciation	1378	106	443	955	1311		639	945	1217					26	549	848	1037								635	993	1371			
785	CameraSim for iPhone												707	1047	1360																
786	Settle Up Bundle																														
787	Lost Within		749	1092	1483																										
788	Slingshot Racing								230	609	998	1338																			

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA Y EMPRESA

nº	App name	SEPTIEMBRE																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
789	Verbusters Phrasal Verbs																																			
790	Battle Supremacy: Evolution																																			
791	Octodad: Dadliest Catch																																			
792	Viewer for D-Link Cams																										671	1033	189	580	847					
793	iFaces - Custom Themes an...																																			
794	Wauoo Tools																																			
795	Phone Finder - Find your iPhone by...																																			
796	Kingdom Rush Frontiers																219	489	765	151	450	849	1172													
797	Call of duty: black Ops...	932	1306			248	674	1070	1358					255	538	903	1236	174	402	778	395	833	1156													
798	Lucky Craft ...																																			
799	InstaGood Pro photo editor-everything	157	466	179	580	973	632	525	863	1160				321	637	998	1325	540	823	1156																
800	DailyCost - Personal Finance													106	394	818	1176																			
801	Warmlight - Manual Camera & Phot...				286	738	1130	498	424	179	512	150	512	435	851	1210	170	225	337	748	1134								259	499						
802	Viva Sancho Villa																																			
803	Til Morning's Light																																			
804	Marisma			732	1170																															
805	WorldScan Pro - Scan Documents &	276	642	984	1390																					208	621	981	1362							
806	Save Contacts Email	506	951	1287	258	127	573	1014	1310					226	558	924	1196							552	189	489	999	1336								
807	Dark Echo																										157	141	443	851	1131					
808	Ver TV en directo																				**					***		**						***		
809	The Room Three																																			
810	All Your Passwords	144	122	455	190	537	1027	1387		211	574	967	1311		214	535	388	715	1068						205	615	973	1356								
811	Paquete embarazo +: 3 geniales...																																			
812	Domino for iPhone																								526	913	1230	258	594	1005	1331					
813	Rawvana's Raw Recipes			771	1134	243	485	838		483	912	1285			614	918	1183		555	956	1273	246	639	987	222	687	1102	1418								
814	NotMyPhone																																			
815	Pedi Safe - ICU, OR, ED Medications			284	611	1078	229	561	862	1254														133	468	849	1263		215	404	710					
816	Snail Bob	1439			314	788	1179	1460		671	1059	1386																								
817	Calendario Laboral España 2015 A...		325	791	1160								779	1123	1439										282	757	1125									
818	Explain Everything™ Classic																																			
819	Bria iPhone Edition - VoIP Softphon...	528	212	532	1006	1336		149	420	475	908	1268											458	890	1249		586	169	483	798						
820	Blackboard for iPhone and iPod - w...					650	956	1227					621	542	925	1262		506	783	414	841	1210						256	584	944	1191					
821	MotoGP Live Experience 2015	913	1289								264	649	1068	1393		570	875	1140								231	154	493	947	470	754					
822	Zoiper Premium SIP softphone - Vol...																																			
823	RCOG Guidelines																																			
824	LEGO® Ninjago™: Shadow of Ronin																																			
825	Boletus																								517	853	1271	255	573	1022	1357					
826	rop				**				***				366	795	1136	495	181	445	878	1207	320	773	1105													
827	METAL SLUG Pack																																			
828	Rowmote: Remote Control for Mac		610	953	242	588	154	513	858	1143			254	162	452	857	471	796	1058		430	827	158	494	181	481	962	1273	535	893	405					
829	AirWeb - Web Browser for Apple TV	1399																		455	377	779	1164													
830	House Design Pro	722	1106	556	1134	1468		309	154	426	890	1273			258	604	907	374	866	1183				621	1002	185	710	1074	1449							
831	Red Phone							294	606	1029	1384																			274	630	897				
832	Chili Fish								603	1025	1381																									

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
833	Sendokai Champions	1370								499	935	1302	274	647	989	479	897	1170	416	793	398	843	1165					249	581	995	1321	
834	Sky Gamblers: Storm Raiders	487	935	1271						498	934	197	594	1021	1348	216	537	832	1102				177	448	883	1240				208	527	792
835	AUTODEF	1019	573	997	601	1008	170	532	872	1152			613	144	440	849	1204						493	106	359	162	122	521	911	1317		
836	GoodNotes 4 - Notes & PDF		311	651	1091	1428						259	645	1062	1383							183	115	373	856	204	507	1014	1349		495	
837	Simpler Pro - Smart contacts manag...										393	138	507	905	1248						471	831	1202		522	910	1228			541	807	
838	Confession: A Roman Catholic App																															
839	PrintCentral Pro iPhone/iPod Tou...											651	1071	1394								525	148	466	961	1273						
840	Mail+ for Outlook				294	623	1089	1443				285	659	1001	1322										531	920	1234					
841	FreedivePro																															
842	SADE Video for Facebook																						588	931	470	1029	187	730	1091		208	
843	Shift Cal - CuadraTurnos PRO (Work																															
844	Guasapp Bromas Telefónicas																															
845	Reyes Magos																															
846	69 Positions - Sex Positions of Kam...											563	950	1348															549	174	407	
847	Sound Touch		277	603	1042	1382							272	556	921	1253																
848	Aha Bluetooth Tools																															
849	iMaschine 2																															
850	Caveman																															
851	This War of Mine																															
852	The Walk - Fitness Tracker a...																															
853	Sun Seeker: 3D Augmented...				261	697	1093	1381									541	838	1107	105	355	355	735	1178	220	537	978	1318				
854	Secret Photo+Video ...	1358				668	200	491	826	1217				194	122	432	776	1061				110	314	62	415	809	1242			160		
855	Madrid Barajas Airport ...					**																										
856	Myths of the World: Black R...																															
857	Tee de Salida																															
858	Metal Slug 3	161	465	178	578	969	1391			237	142	953	1351				486	760	1105									556	915	1163		
859	AlienMobile+																250	577	952	1262											250	
860	2015 CDC STD Treatment...																															
861	Stellarium Mobile Sky Map		286	620	1060	1399							581	441	840	1126					176	320	349	403	443	827	552	938	498	182	106	
862	Relight - Better Photos																															
863	Zodiac: Orcanon Odyssey																															
864	Thirty Days & Seven Seas - ...																															
865	My fonts - Custom font styl...																															
866	LIMBO	993	1353				268	613	446	785	1189		262	167	121	423	827	1121		178	441	377	753	1174	133	116	514	907	1311		451	
867	AnyFont	1412	696	1042	606	519	590	511	862	1157					238	388	803	1103							148	414	808	1241	123	426	840	144
868	Tiny Rogue																															
869	Remote Mouse	1369			274	599	1064	1423	546	419	884	1267	244	644	987	1309		483	114	77	330	778	1107	477	898	1217	614	971	1355		458	
870	Ski Safari	143	523	909	157	507	1009	1386							195	518	171	431	750	1093										511	129	
871	Offline Maps Pro - for Google...																					228	632	972	1382							
872	El Principito (ilustrado)																															
873	WorldCard Mobile - busines...	256	176	487	979	1329						557	945	1344				175	405	782	1109	173	443	878	1236							
874	Ultra Downloader Plus																															
875	Kalo Calculator																															
876	2Download: All-in-One Do...																															515





nº	App name	SEPTIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
877	A2																										328	708	1119	1435			
878	HappyCow Vegan / Vegetar...	609	231	554	1109	1445									251	543	825	1155	512	389	138	452	866	1185	584	1045	1422			516			
879	All New Dreamdays - Count...	1306						267	569	993	1355																						
880	Couple foreplay erotic game							618	1041	1396				272	391	367	353	686	1055														
881	Text Extractor Pro (The scan...																																
882	6 Plus HD Wallpapers for i...																																
883	Tiny Pirates! - Pirate Cannon...																																
884	The room two	222	476	874	1306		175	116	378	740	1161	1295			123	433	371	701	402	786	1155	170	373	434	822	1250				452			
885	Emoji Emoticonos & Animate...	1314	258	129	526	191	165	524	172	453	130	463	897	223	384	820	124	381	703	1076			225	422	412	909	514	114	391	705			
886	Hidden World			705	1141	1476									747	1087	1398											292	674	1030	1278		
887	iCalendar														255	604	450	789	1075														
888	Bloons TD 5			660	209	643	1106	1391	227	604	994	1335						442	819	1137				569	913	1319			552	818			
889	Super Hexagon	1372								245	575	965	1361						187	451	850	1173		239	538	979	149	469	867	1112			
890	Handy Photo	952	562	935	1340		304	681	988	1262															679	1040	1418						
891	Blue Iris														262	132	452	137	357	758	1089												
892	WikiCamps New Zealand																																
893	Musicloud Pro - Music Player...																												352	783	1044		
894	Waterlogue									386	462	894	1257		578	440	838	1125	384	376	771	159	425	899	510	909	563	991	1369				
895	Football Manager Mobile 20...																																
896	Home Design 3D Gold	550	973	1300											562	927	1200				479	879	1200										
897	Guitar Pro				286	641	453	790	1192						222	547	846	1115								597	1008	207	476				
898	Dr. Panda Firefighters																																
899	iSecret! - Protected Photos																	461	839	1157													
900	Picfx	193	469	872	1305	568	1057	1417	529	828	1220													540	883	1294							
901	The Secret of Grisly Manor																																
902	Premium Unlimited Music fo...																																
903	Last Horizon																																
904	Traffic Rush																																
905	FindShip Pro - Ship tracking...	611	1128	1434	778	1140									292	618	337	751	1096	442	936	1341	297	646	1093	1425	281	152	386				
906	Launch Center Pro																																
907	Madcoaster																																
908	Legend - Animate Text in Vi...	915	242	569	1115	1450							331	648	1010	1335		481	860	1175	545	882	1297			291	652	1065	1384	195			
909	Pegaso Plus						266	568	997	1354											541	880	1296	267	594	1044	534	1053	1373				
910	visor -vlow vision magnifier														338	766	1068	1044															
911	WikiLinks - Smart Wikipedi...													869	1219															**	***		
912	King Tongue																																
913	Flick Football																																
914	Cheeky Fingers Piano Chord...																																
915	Invisible friend App																																
916	Paprika Recipe manager for...	198	579	1041	1441	288	743	1137	1418																				622	977	1223		
917	Temple Run: Brave	220	589	949	1364	242	174	527	867	183	542	951	1297										190	532	878	1290		534	892	1141			
918	Rabbids Big Bang											255	636	1052	1377												615						
919	Sun Surveyor - Sun & Moon...							248	643	1030	1363	310	626	987	1315					204	500	901	1220			479	183	491	888	1125			
920	Agent A: A puzzle in disguise...																																

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
921	Recam : Touch and Hold Scr...			786	1222																	624	1026	1338								
922	Hydra - Amazing Photograp...																					500	836	1253		219	149	486	440	847	1117	
923	Retranslator - translating we...																							659	1003	1391						
924	AvisaMe: SpeedCams Spain	140	519	905	234	161	595	454	815	1112	211	541	930	1332				1426	1351	1351	1340	1410	1430	485	873	1196						
925	iRingtone □ ringtone and ton...																	1424	1349	1347	1337	1407	1427	1485								
926	Chess Premium																	1404	1400	1389	1459							559	976	1303		
927	Nighty Night! - The bedtime...	548	525	186	590	971	630	143	433	776	1194	209	617	1038	498	943	1273	500	778	1117						265	603	1014	1337			
928	vividHDR												369	802	1143	1450																
929	MoneyControl Pro - Track y...			250	642	999	1435												414	791	1117					248	160	466	864	1109		
930	Instant Heart Rate+: Heart R...	1356											253	614	960	1289	109	358	688	1047	1397				228	518	960	1306		443		
931	Shortcut for WhatsApp Plus...			407	797	1268	237	725	1026	1416																						
932	Sable Maze: Sullivan River -...																															
933	DragonBox Algebra 5+			707	1073				254	649	1036	238	706	1049	1363							524	864	1283		285	639	1051	1370			
934	Satellite TV				590	1056	1416							517	431	775	1059	428	811	1187						238	158	460	860	1104		
935	Autoescuela Móvil Pro. Apru...			615	1054	1394	285		944	1216			284	657	998	1319	224	334	288	723	1063				241	546	988	1327		245	115	
936	Thug Life Generator			763	1200			791	1104	1375																						
937	Taco Mensajero 2016																															
938	Pinypon Play World																															
939	Pocket Glasses Pro - text...																															
940	Double Fisheye Bundle																															
941	Reeder 3			290	618	1083	1438									546	845	1114				492	370	412	449	838	1264					
942	Good Morning Alarm Clock																															
943	iExplorer File Manager Pro -...																							800	125	113	63	68	374	418	343	
944	DOFMaster	1331	256	161	553	139	584	1023	1323				275	648	990	1311			418	794	154	481	815	1235								
945	El Mus	1401				298	665	133	374	859	1245			609	167	488		243	705	1052						658	1020	1398				
946	Red Onion - Tor-powered w...	1455							272	686	1075	567	1111	1435							559	959	420	977	1319	624	1071	1404	266	614	885	
947	Ometime Messenger																															
948	Fruit Ninja	569	983	1290	615	203	525	976	1274	1174	1485		601	947	1250		1420	389	760	1066	1402	1422	1481		510	951	1267					
949	Prune		348	708	1148	1479																				638	1084	1413				
950	BuzzKeys																					***	341	835	1201		**		***			
951	Architecture of Radio																															
952	Christmas Eve: Midnight's C...																															
953	TruckSimulation 16																															
954	Broken Age™																															
955	Timepage - Calendar by M...	713	1095	1403					265	675	1063	1391			622	975	1243	161	544	899	1264	516	960	1309								
956	RoomScan Pro - The App th...	311	701	206	607	1065	646	1144	1430					703	172	488	947	1219		194	530	109	414	487	1184							
957	Transistor			414	187	148	120	445	375	396	466	895	1258																			
958	Downwell																															
959	Perfect Video Editor - Movie...	480	439	1274				576	879	528	174	556	1042	1368	230	553	856	1122			501	378	413	407	405	906	1261			482		
960	Snowboard Party 2																															
961	Speed Tracker. GPS Speedo...	567	985	1293					483	918	196	468	954	482	428	826	1120					440	874	1232			237	398	812	1069		
962	Scanio - Document scanner...						**		***																		394	804	1217			
963	Estrategias Terapéuticas en...	551	974	536	547	937	1398					623	1012	1405				195	456	832	1149						449	920	461	366		
964	Sago Mini Superhero																															

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
965	PAC-MAN Championship Ed...													277	642	1007	1276	517	897	1211												
966	One Button Travel																											424	97	543	178	
967	Path Input: Better Swipe Key...		343	696	570	960	1407									266	562	115	417	898	1263											
968	Amazon Game Studios Dou...																															
969	iFile ™ @																															
970	Sesame Street Alphabet Kit...																															
971	Little Fox Animal Doctor - B...																															
972	Smart Productivity Pack																															
973	Max Payne Mobile	544	970	530	1004	1332				236	115	493	971	1303								477	812	461	185	484	187	428	913	1253	428	
974	Lotería de Navidad 2014 y...																															
975	Papa's Freezeria To Go!	577	462	457	964	1322		671	976	1249			109	454	867	1222	1311										283	632	1041	1362		
976	iStroboSoft																															
977	VinoCell: manage your wine...																															
978	Live Pictures Cam - A camera...																															
979	PDF Pro 2 - The Ultimate PD...																						196	596	973	497	1042	1374				
980	Pumped BMX 2		299	163	557	948	1394		241	520	951	519	992	1388						194	477	876	1197			221	150	488	943	203	432	
981	Aha Notification Provider	670	155	482	976	1348		284	591	893	1283																					
982	iMuscle 2 - iPhone Edition								534	835	1227		261	626	972	1297	528	824	1094		440	374	751	450	864	1175						
983	Luxómetro	290	665	1013	1414						259	600	988	1383	222	555	921	1192		485	846	1215						227	556	378		
984	NormalChild: Growth & Medi...	322	723	1062	1460																											
985	The Document Converter - C...								289	711	1099	1424																299	673	937		
986	Uvemaster																															
987	Password for Whatsapp AppLo...					498	179	473	807	1210	539	1133						568	943	1267				715	1066	1457						
988	Ski Tracks				264	610	911	1188																				239	542	900	1147	
989	Valoracoches																581	884	1148						147	368	881	206	130	444	741	
990	ablab									331	726	216	588	1114	1425									673	1017	1403			307	584		
991	Either																															
992	Hitman: Sniper	552	148	475	194	548	1035	1396													199	538	875	1288			642	1054	1374			
993	Crazy Taxi				267	470	824	1116								529	825	1095														
994	Animated 3D Emoji Pro - Ne...																					487	887	1208								
995	EZMP3 Player Pro																															
996	lleyes																															
997	Monument+ for Monument V...					390	800	1114	1374																							
998	League of Stickmen																															
999	Infuse Pro 4										178	147	442	853	1213										263	585	190	150	477	874	1126	
1000	San Juan																															
1001	Drumtune PRO   Drum Tuner	749	1125	1429							352	772	1112	1418											273	747	1114					
1002	Kid Tripp																															
1003	Cmoar VR Cinema																															
1004	FhumbApp								268	678	1066	1389	734	1075	1385								521	958	1308					547		
1005	Xenowerk	494	204	523	1011	1352		297	611	915	1303				253	590	402	109	321	735	1136			595	979	1288						
1006	Roma audio guía turística (au...											269	636	983	198	135	387	714	1067							246	577	991	1316			
1007	Control TV Soccer see all Le...												177	472	875	1220																
1008	Call of Duty: Zombies						245	522	822	1214		172	533	916	1254	506	815	362	769	1072					517	959	1305			441		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		SEPTIEMBRE																																
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
1009	Madrid Subway																		131	447	349	789	1114							509	779			
1010	Draw It: Mini Game With Wo...																																	
1011	Offroad legends 2							609	911	1298	651	1039	1429											599	977	1284			639	996	1243			
1012	Bridge Construction Bundle																																	
1013	Cut The Rope																													412	718			
1014	Toca House				289	617	214	573	941	1213											458	857	405	897	1255			162	116	429	731			
1015	Babanjo Radio FM Pro																	610	891	422	933	1296												
1016	iHandy Carpenter	974	1337				255	598	442	781	1184	526	934	1336	364	794	183	429	743	1090	1361	1431	1455	129	123	434	506	187	124	394	702			
1017	New Lucky Build Battle...																																	
1018	SpotSearch for Spotify (Prem...		102	435	524	928	1378						252	613	959	1288	520	814	1087	1402	1390						516	958	1304		158			
1019	iSwap Faces	229	614	197	158	511	205	562	177	450	921	1265			200	523	881	1154						296	806	496	847	1260		513	777			
1020	Street Fighter IV																	1436	1359	1359	420	818	1141											
1021	Text 2 Group Pro - Quickly s...		730	1071	1468																	207	512	166	514	960	1357							
1022	Strawberry Shortcake Berry...																												331	750	1106	1348		
1023	Day One Classic		273	600	1039	1379					242	570	959	1357								179	451	162	418	145	544	937	1314	239	466			
1024	Recorder															617	179	441	844	1176				519	959	1310								
1025	PDF Pack by Readdle																																	
1026	Kids Education Game 2																																	
1027	Tiny Planet Photos and Video			616	1056	1396	704	1100	1386		252	588	978	1375	576	940	1270		139	476	835	1204	463	898	1256									
1028	RadarFix Pro	163	535	920	239	164	124	491	843	1138	144	477	291	479	880	184	509	144	367	798	401	845	1167		237	534	975	213	558	918	1165			
1029	Dobble HD					408	818	1131	1398																									
1030	Transformador de Voz																												249	566	924	1172		
1031	Word Swag - Color fonts, typ...	499	947	1275			728	1125	1408							235	560	863	1129						221	590	938	1336	268	610	186	417		
1032	My Sprint																																	
1033	Toca Doctor																																	
1034	Awesome Note 2 for iPhone...	1353																	393	767	1101	1446	434	869	850	1173		232	533	891	1139			
1035	Auto Bild Matriculas			251	643	207	641	1086	1374					645	455	859	474	7998	1064					201	548	892	1302							
1036	Duet Display													311	627	986	1314																	
1037	TV English	252	475	873	231	465	510	968	474	784	203	528	153	157	371	144	382	357	259	361	129	162	326	822	1190	379	171	143	206	514	778			
1038	Farming Simulator 14						271	567	169	597	988	1330							435	812	1130						473	182	383	805	1075			
1039	TV España - La TV en directo				796	1161	653	1209	508	970	1355									589	942	1306						315	411	828	1085			
1040	VVVVVV																																	
1041	Rummikub®					67	439	809	1110	217	690	1080	1472								233	117	397	139	455	871	176	485	415	900	1243	1274		
1042	Aprender a hablar inglés rá...	619	996	125	525	500	1007	1378			229	551	939	575	964	474	876	1118																
1043	Super Dance Elf Christmas 2																																	
1044	Storyist																																	
1045	Sports-Cam																																	
1046	Pinnacle Studio - video...																																	
1047	Catequesis Las Tablas																																	
1048	Her Story																																	
1049	Parchis!		628	972	1380			159	448	161	138	126	501	188	490	881	188	482	757	1101			175	447	161	128	443	925	1276	523	911	1159		
1050	iCupones						248	531	831	1223					201	524	882	1155						117	345	808	1149	1295			515	779		
1051	Series.ly 3.0	446	194	145	161	509	204	463	818	379	181	504	925	1303			210	114	316	737	1069	1443			372	165	465	945	1270					
1052	ETA - your GPS driving assistant...																											270	599	1045	1377	253	594	858

nº	App name	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1053	Ring Ring Christmas																															
1054	pCars Dash																															
1055	HeartWatch. Heart & Activity...																															
1056	Big Day - Event Countdown	645	1025	1338	657	1016	1450	273	572	874	1267											183	538	927	1243		601	1012	1335			
1057	Lotería navidad 2015																															
1058	Money - World best budget...											**	***								693	1094	1398									
1059	Easydom Next																															
1060	Cut The Rope: Magic																															
1061	Listen Music for music...																															
1062	SkySafari 5 Pro																															
1063	Toca Blocks																															
1064	JotNot Pro - PDF document...										214	579	1004	1334		207	328	667	1032	1342	1412	1432			192	145	480	935	199	426		
1065	Mi Tele	165	538	921	1332	235	698	1094	202	504	488	915	1269		391	814	185	454	325	366	341	350	736	1180								
1066	Recorder	964	1303				457	816	1113				610	955	1286				1383	168	1370	1437	166	489	878	1200						
1067	Pinturillo 2	537	963	223	620	1044	237	474	828	1120		135	461	410	414	823	1112					485	924	1278			271	615	443	740		
1068	Sidefari - Web browsing com...																															
1069	Lux Meter - light measureme...		431	830	1267							397	861	1210																		
1070	PE Mods - Custom Keyboard...																															
1071	Badland 2																															
1072	Pic Ninja																															
1073	Skater - Skate Legendary Sp...																															
1074	Stickman Volleyball																															
1075	Earn to Die													588	950	1280			484	843	1211											
1076	Ho'oponopono Clean and Er...													693	1058	1384								642	1087	1418						
1077	Tube Box Pro - Youtube Vide...																															
1078	Slidey - Create Video Slides...													660	1020	1289																
1079	Christmas Magic Pack: 10 ap...																															
1080	Bastion	948	1313		281	469	989	1369											465	825	163	454	887	1246								
1081	LEGO © The Lord of the Rings™			604	1044	1384	694	1090	1378													180	453	886	1245							
1082	Claus - Christmas fun photos																															
1083	Civilization Revolution									486	922	1291																				
1084	Kwit 2 - quit smoking - smok...	317	187	507	993	1353																										
1085	Splendor™																					657	997	1402								
1086	The Amazing Spider-Man 2	947	561	932	1331				501	187	515	956	1354													617	976	1358				
1087	Fonta						**					***																	641	998	1245	
1088	Cut the Rope for iPhone - Va...																															
1089	KIMOJI																															
1090	Fernanfloo																															
1091	DuckTales: Remastered																						558	1005	1345							
1092	Infinity Blade III									**																						
1093	Blek									607	996	465	958	1291															585	945	1192	
1094	Face Swap Live																															
1095	Camera Plus Pro	1360		581	1023		263	609	910	1186	230	140	511	516	118	419	163	423	733	1061	166	457	794	1217		196	598	956	64	154	389	
1096	Broken Sword 5 - the Serpe...	303	687	203	604	1049	238	124	419	763	1177		644	1063	1387		238	339	676	1039	417	385	759	1183	525	937	1337					

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	SEPTIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1097	Granny Smith	1396		273	680	1041	1473																								
1098	SkySafari 5 Pro																														
1099	Sports TV Pro																														
1100	My Talking Pet				273	717	536	875	1154													**		***	130	135	476	933	1282	153	
1101	Grim Fandango Remastered	1092	1443	296	743	1109							672	1036	1358																
1102	Procreate Pocket	1428				328	710	1020	1292															272	605	1052	1382		275	525	
1103	Live Wallpapers for Me - Ani...																														
1104	edjing Pro DJ Music Mixer: tu...		869	149	546	941	1414	594	1124	1397			379	759	1134	1465															
1105	Simple Machines by Tinybop	1100	1451	704	1144	1480																963	1274								
1106	Tiny Guardians									356	769	1156																			
1107	Bingo!! - Bingo Caller									365	809	556	938	1281																	
1108	Trick Shot					176	391	138	467	901	1260									567	924	1287									
1109	myTuner Radio Pro: Stream a...	482	934	1270		594	1060	228	539																528	969	211	400	813	1070	
1110	LG TV Media Player	302	184	499	987	1344	250	473	827	1119				604	966	1294					191	329	824	1191							
1111	Hitman Essentials																														
1112	Grand Theft Auto: Liberty Cit...																														
1113	WWE 2K	1462			346	712	1179			612	1040	1398																			
1114	Lingvo Dictionary Pack: Engl...																														
1115	Dude, your car!				680	218	576	1012	126	463	896	103	481	888	463	865	1133												283	538	
1116	Live Studio - Video an GIF...																														
1117	DrawRace 2	616	463	869	1301		663	1058	1349	383	861	1246							1408	1404	1392				195	595	951	1341	222	442	
1118	LEDit - The LED Banner App	1352	260	575	1017	1364								611	956	472	869	1117	1386	1383	1374	1341	1465		515	957	1303				
1119	iChimeBells																														
1120	New year funny greeting car...																														



















BIBLIOTECA DE ECONOMÍA Y EMPRESA

nº	App name	OCTUBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
367	iTransfer Pro for iPhone...					93	417	854	1188																										
368	Speed Grid 3D: Impossible...																																		
369	Crystal Adblock - Block un...	858	121	27	35	104	56	32	19	16	21	10	5	8	18	4	12	14	38	97	17	26	100	169	53	81	204	538	394	424	174	79			
370	Peace: Block Ads and Track...																																		
371	Aerlink	51	134	467	207	109	370	470	420	877	1227																								
372	Goddes Moon Dial	1371																																	
373	Purify: Block Ads and Tracki...	123	83	430	53	84	53	54	85	12	11	63	18	25	57	177	36	62	247	572	146	457	166	122	596	581	982	197		165	460	43			
374	Runtastic Altimeter GPS PR...	810	172	150	576	946	1303	212	394	850	1209	637	1009	463	892	193	563	957	1415							555	955	1301		204	580	215			
375	TV España-toda la TDT para...	447	792	1189		590	979	1336																											
376	Stylebook	156	414	859	1303	215	566	80	385	852	1210	639	1033	1389																					
377	Shopping list Courzeo	1161	224	604	1068	1376																													
378	iWatermark - Watermark 1...		212	574	1038	526	114	495	106	134	435	983	1326	1388																					
379	Night Sky Pro ™	573	890	1271	116	425	430	862	1193																										
380	Windfinder Pro	438	778	514	570	934	187	564	916	1283																									
381	Mahjong																																		
382	Caçador de bolets	445	790	148	48	122	112	64	192	569	176	114	63	329	58	355	71	425	126	71	343	819	1262	1328	625	1121									
383	Deluxe Moon Pro - Moon...	500	884	1266	711	1042	1390		140	477	894	1357																							
384	Comunizate 14-15 Full (Co...	972	1250		335	149	475	902	1221																										
385	El guru de Pilates																																		
386	Cloud Music Pro - Free Musi...		260	171	598	961	1325																												
387	Money Pro - Bills, Budgets a...	171	431	883	1312																														
388	Micromon	466	808	1188																															
389	Guia per trobar bolets	622	949	1323																															
390	Youfit for Spotify Premium...	930	442	934	247	144	116	497	165	521	918	607	1049	471	936	1223																			
391	MarineTraffic - Ship Tracking	66	316	119	84	34	43	75	360	160	27	92	384	144	100	27	112	96	129	498	345	94	42	73	114	517	37	30	38	146	44	24			
392	WRC The Official Game																																		
393	eBolets SETAS BOLETS CAT...	393	754	144	574	942	1321	59	368	436	163	112	436	875	1223																				
394	Ad Block Multi	982	1276																																
395	80s Arcade Games!	957	86	443	957	1284																													
396	Euros pesetas conversor																																		
397	Minecraft Multiplayer Mods...	855	1168		373	732	1126																												
398	Blockr - Privacy, Media and...		242	671	227	537	1117																												
399	Period Tracker Deluxe	520	829	1221	272	139	457	171	471	903	1236																								
400	Pro Music Search for Spotify																																		
401	TETRIS ®	1451	1405																																
402	Traktor DJ for iPhone	118	377	844	1297																														
403	Vext Keyboard																																		
404	Forest: Stay focused, be pre...			286	141	117	433	867	1194	72	442	185	484	910	1246	491	88	471	103	125	37	64	81	63	231	179	450	416	39	83	480	200			
405	LEGO ® Marvel Super Heroes																																		
406	Bazaar Photo Collage Editor...																																		
407	NBA 2K 15																																		
408	Madrid Offline Map	1317																																	
409	Silentium	956	1252																																
410	The LEGO ® Movie Video Ga...																																		
411	WorldSBK Live Experience...																																		
412	Tweetbot 3 for Twitter, An el...																																		















FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	OCTUBRE																																					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31							
689	My Maps for Google Maps™					276	646	1038	1346								92	553	1005	1323																			
690	Ilovecraft (H.P. Lovecraft Col...)															338	145	93	519	41	73	73	398	829	100	510	936	1290	1318	247	34	65							
691	myTubes HD - For Youtube B...	603	922	1299												257	643	1038	9	1	1	1	2	3	8	9	11	22	15	17	22	27							
692	BADLAND					583	174	553	442	450	875	1349			227	509	910	1292	42	131	407	403	110	432	979	1436						584	1017						
693	Colean for IOS - Clean & Re...																146	520	45	189	357	827	185	517	1146	183	96	463	808	70	62	240							
694	Graphic - vector illustration a...															106	119	58	255	626	1018	204	132	541	219	455	864	125	436	913	1319								
695	RollerCoaster Tycoon® 3	433	784	515	1005	1318		637	982	1341				601	972	473	1171	454	86	453	836	1226	1387			327	772	541	493	830	1240		721						
696	Free Music Video Player for...	653	404	870	1322			287	715	1062	1419							466	87	117	109	461	459	869	1336	272	753	62	97	374									
697	Learning the Alphabet in Sp...							329	694	1083	1419						319	158	92	257	649	1039	206	646	1131	660	1203	216	588	1019	1414								
698	Weather Bundle - Forecast...	124																90	119																				
699	Syberia 2 (FULL)																	849	93	118	337	331	866	1238						237	145	524	990						
700	Grand Theft Auto: The Trilogy									109	45								98																				
701	Artemis Director's Viewfinder	240	504	935	1364	246	584	975	1288																														
702	Sleep Talk recorder					613	995	1350											308	68	340	820	1263	1342															
703	Ejercicios y test psicotecnic...							623	451	454	879	1355			360	66	359	825	1218	669	76	179	556	173	358	942	1410	218	612	77	99	487	966						
704	Runtastic Push Ups PRO: Wo...	519	828	1220				574	913	209	572	1053	1383						283	79	351	95	461	871	1335	669	84	439	794	1204									
705	1080	586	903	1282															342	82	354	826	1267								540	964	1355						
706	Learn Japanese with Tako...	263	551	204	198	508	926	544	179	522	1183	622	192	479	970	1253			81	93	334	868	1237	1450					267	539	169	143	575						
707	Tiny Wings				259	377	851	1230	191	547	925	1379				510	831	1213	543	1042	95	100	335	869	1236	628	1126	1430											
708	Pano																	217	574	1065	96	372	836	1271															
709	Boxer Pro	942	1223																	100	376	841	1277					319	676	1035	1300			272	708				
710	Distilled - The Ad & Content...																																						
711	Virtual Trainer Suspension														225	580	898	1271																					
712	iChant Gregorian																																						
713	TOP APP Productivity Pack																																						
714	Web:TV Remote	401	153	509	103	406	880	1256			119	470	563	176	344	789	1115			197	152	90	385	897	1267										320				
715	NOAA World Radar - Rain, H...			279	693	1026	1375																														306		
716	Spyglass									393	849	193	636	1007	1367	533	853	1230	566	1057	1428																		
717	OldBooth	844	1146	535	1010	1328																																	
718	HiFolder Pro - keep lock priv...			597	1062	1370																																	
719	Duomatic - The Double Expo...	615	934	1310																																			
720	DNA Play																																						
721	AeroWeather Pro																																						
722	Mindfulness Bell	202	529	958	1384			603	999	1308																													
723	Premium Music Search Pro f...			***	**			***	**												***																		
724	Eguraldia																																						
725	Justicia test examenes																																						
726	MemoCal mini																																						
727	Food Additives Checker (E N...	1158				623	1004	208	564	962	1302																												
728	InstaMail Photos and Videos	1208																																					
729	FlightBoard - Live Flight De...		203	553	1020	1333																																	
730	Voice Translator with Offline...	1421		397	159		**		***		502	222	160	430	870	194	2	3	15	34	55	327	413	901	1295														
731	48H Open House BCN				329	669	1054	1401																															
732	Billetes de euro. detectar lo...																																						
733	Neo Monsters																																						
734	Brothers: A Tale of Two Sons																																						

n°	App name	OCTUBRE																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
735	Safe +														273	390	846	1232	672	549	905	172	548	46	187	534	946	191	456	963	1361					
736	GOSTS'N GOBLINS GOLD	217	468	898	1334											343	553	946	1405																	
737	Table Tennis Touch																					576	431	927	61	48	45	54	166	316	90	439	190			
738	Frozen: Storybook Deluxe...																								62	20	28	47	53	35	30	88	131			
739	Delete Contacts Fast - delet...	528	158	519	218	524	973	1331		567	944	1395			538	858	1236			703	1093	1400			577	74	548	1078	564	946	1190					
740	Documents to go Premium...	218	469	899	1335																															
741	Fast Player Pro 9 - Multi-form...	152	410	876	1326				146	495	910	226	525	1167				334	773	1263												365	187			
742	Evel Knieval																																			
743	World Conqueror 3				407	774	1154		683	192	551	1184																								
744	Hola Jesús! Rezar con los ni...	1279			275	142	441	157	419	854	1329																									
745	LUCID by Perfectly Clear																																			
746	Photo Lab PRO editor: face p...				275	573	965					250	545	924	1265					246	697	1089	1395													
747	Pirlo Sport Football	391	751	1161	257	655	1039	1394																												
748	Keyboard Themes - Custom...									316	740	189	632	1188			675	174	528	207	661	1242														
749	The Beggar's Ride																																			
750	Touchgrind Skate 2															277	580	965	1300																	
751	iRecorder Pro - Audio Recorder					140	461	890	1208																											
752	Green Kitchen				262	620	184	489	1007	1346							265	580	482	912	383															
753	TripRoad Pro															678	1066	1385	252	431	879	1355														
754	Heads Up!	538	849	431	125	435	104	432	832	194	544	1071	145	417	835	1146																				
755	Toca Tailor																																			
756	Pregnancy Progress: baby jo...															612	981	1262	620	515	228	579	923	1280												
757	AppMaldita: Libro de terror l...				330	811	1146																													
758	Pixelmator	181		481	982	515	940	1276	202	564	941	1392																								
759	Interlocked																																			
760	Earn ti Die 2																																			
761	Star Wars Journeys: The Pha...																																			
762	ldownloader (Internet Down...																																			
763	Toca Life: School																																			
764	Living Earth - Clock & Weather	1151	192	544	1011	1329	531	924	481	463	870	1340	217	507	373	138	495	924	512	976	1300	175	430	845	1319	668	188	535	98	373	879	1291				
765	Network Multimeter	1159	507	201	621	1031	196	618	961	530	976	1422																								
766	Lumino City																																			
767	Please, Don't Touch Anything																																			
768	Air Video HD - Now with mul...	444	379	845	1299		217	587	926	1291																										
769	Gallery Doctor																																			
770	Audiobooks HQ - 9,750+ FR...	738	503	987	200	130	118	372	438	431	184	483	404	829	186	420	174	620	206	365	839	187	513	216	645	532	915	1196	74	101	545	1034				
771	Elder Sign: Omens																																			
772	IBEX Bolsa de valores PRO	471	164	432	963	1290		147	455	893	1252																									
773	Fake Call App	1300																																		
774	PDF Scanner - easily scan b...																																			
775	Heart Rate Variability Bundle																																			
776	Printoo																																			
777	Street Fighter II Collec...	1153																																		
778	Vampify - Turn yourself into...																																			
779	WeightCalculator - Check yo...																																			
780	Next for iPhone - Track your...	1133																																		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	OCTUBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
781	Fotor HDR - HDR Camera &...	245	514	944	248	633	1018	131	113	453	880	1356		578	949	468	939	219	746	1133	1434				734	1203				401	81	527	
782	MoneyWiz 2 - Personal Fina...	381	365	836	1291		236	141	112	413	161	600	982	1337		247	152	602	1034	1355								142	448	83	167		
783	WinZip Full Version - The lea...	477	160	523	1056	1367		253	139	416	851	1322		571	177	467	62	99	130	135	346	823	1266	1359			663	502	836	479	85	130	
784	Forvo Pronunciation				681	1014	1365		227	585	498	1020	1352	499	175	464	472	904	1377	253	127	429	924	1283				245	496	916	91	535	
785	CameraSim for iPhone																														98	728	
786	Settle Up Bundle																														99		
787	Lost Within											517	921	1305																142	136	35	
788	Slingshot Racing																															61	
789	Verbusters Phrasal Verbs																															63	
790	Battle Supremacy: Evolution																														160	78	
791	Octodad: Dadliest Catch																														430	83	
792	Viewer for D-Link Cams	1246																													284	88	
793	iFaces - Custom Themes an...			425	948	509	452	880	384	843	1216	243	689	1073	1393		105	481	568	512	876	1288		274	800	616	131	530	334	414	902	96	
794	Wauoo Tools																															98	
795	Phone Finder - Find your iPhone by...																									423	814	1169	1433				
796	Kingdom Rush Frontiers					219	589	929	211	595	1074	631	500	834	1233		102	88	207	542	961	1321			654	1041	1332						
797	Call of duty: black Ops...		475	246	645	468	442	164	473	79	418	182	481	890	81	90	392	131	586	202	114	417	911	1274					475	890	1291		
798	Lucky Craft ...	807	1114										305	720	462	821	1210																
799	InstaGood Pro photo editor-everything...		234	634	1090	1395	139	516	169	523	920	1360					283	198	547	422	141	514	903	244	515	935	1289	1319	595	189	611		
800	DailyCost - Personal Finance	144	396	862	1307																				316	752	1088	1414			626	1052	
801	Warmlight - Manual Camera & Phot...	941	1222		712	1044	1392		241	610	985	1428													320	677	1034	1299	579	1007	1389		
802	Viva Sancho Villa																														161	590	
803	Til Morning's Light																732	1216							412	210	556	938	1222		326	136	
804	Marisma					681	1066	1374					280	656	1027	1304																	
805	WorldScan Pro - Scan Documents &...																222	582	1072	1442													
806	Save Contacts Email													567	938	1225									130	149	587	985	1342		225	617	1045
807	Dark Echo	212	569	992	1413								271	634	1006	1283								235	442	858	1329	271	727	1084	1351		155
808	Ver TV en directo	**				***										**				***	**				***								
809	The Room Three																																
810	All Your Passwords													539	859	1237																	
811	Paquete embarazo +: 3 geniales...																																
812	Domino for iPhone		491	921	1355		228	598	938	1302																		595	898	1289			
813	Rawvana's Raw Recipes										697	1168													371	752	1106	1372					
814	NotMyPhone																																
815	Pedi Safe - ICU, OR, ED Medications	194	452	917	1352		238	546	944	1285																							
816	Snail Bob																																
817	Calendario Laboral España 2015 A...																332	849	1239	512	1060				411	882	1226						
818	Explain Everything™ Classic																																
819	Bria iPhone Edition - VoIP Softphon...	1205						244	597	1076	212	542	911	195	570	964	1422	278	126	425	921	173	653	1164				215	594	1024			
820	Blackboard for iPhone and iPod - w...							589	965	1412								311	169	448	145	511	901	1353					221	612	1040		
821	MotoGP Live Experience 2015	1163															423	210	567	922	1277				565	133	488	887	1176			105	
822	Zoiper Premium SIP softphone - Vol...			942	1273	1441		93	456	996	1335																						
823	RCOG Guidelines																																
824	LEGO® Ninjago™: Shadow of Ronin™																																
825	Boletus						264	586	986	205	733	1075	1423	590	908	1281											260	363	828	205	631		
826	rop		336	813	1149									650	981	526	1057							247	689	1053			**				



BIBLIOTECA DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE

nº	App name	OCTUBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
827	METAL SLUG Pack																																		
828	Rowmote: Remote Control for Mac	441	141	415	199	507	905	1270		554	492	571	400	382	418	790	1173	136	161	1019	1334	136	160	477	63	518	937	1292	430	161	539	159			
829	AirWeb - Web Browser for Apple TV			493	992	1317										232	601	992	1445														316		
830	House Design Pro				340	150	476	903	1222					666	169	497	941	191	671	1161								284	147	118	110	549			
831	Red Phone	484	940	1320			273	680	115	457	884	1368																				538			
832	Chili Fish											365	702	1088	1405																				
833	Sendokai Champions	536	847	223	658	991	1345												143	503	869	1250			287	190	528	911	1192		239	667			
834	Sky Gamblers: Storm Raiders	1199				228	550	941	1256					541	861	1238				275	542	928	1334								585	1018			
835	AUTODEF				296	608	177	554	945	1309					554	923	1213				562	155	525	961	1417										
836	GoodNotes 4 - Notes & PDF	935	1216								269	724	1064	1414	582	900	1273						139	459	995	1446		613	121	430	908	1313			
837	Simpler Pro - Smart contacts manag.	1213					227	597	937	1301				233	518	916	1296								703	1171	144	501	835	1234					
838	Confession: A Roman Catholic App																																		
839	PrintCentral Pro iPhone/iPod Tou...													252	557	959	1336			298	596	434	930	1289											
840	Mail+ for Outlook																							223	712	1175									
841	FreedivePro																																		
842	SADE Video for Facebook	371	315	807					823	1225	213	174	474	897	476	830	1202	205	656	1187			269	406	965	1424		457	804	470	938	601			
843	Shift Cal - CuadraTurnos PRO (Work...																																		
844	Guasapp Bromas Telefónicas																																		
845	Reyes Magos																																		
846	69 Positions - Sex Positions of Kam...	894		557	577	945	1302				143	582	964	1329					699	1091	1398														
847	Sound Touch										248	677	1024	1378	226	542	1035																295		
848	Aha Bluetooth Tools																																		
849	iMaschine 2																																		
850	Caveman	677	991	529	1142	1445																													
851	This War of Mine																																		
852	The Walk - Fitness Tracker a...																																		
853	Sun Seeker: 3D Augmented...											261	560	943	483	869	1247	255	713	219	493	931	1337			254	144	399	852	1262					
854	Secret Photo+Video ...	139	390	854	235	411	870	195	387	847	525	1037	1343				238	687	1080	1386	507	957	1311								573	1008			
855	Madrid Barajas Airport ...								***																										
856	Myths of the World: Black R...																																		
857	Tee de Salida																																		
858	Metal Slug 3											672	1017	183	542	364	829	1217	266	630	948	1314			1031										
859	AlienMobile+	150	406	872	1323																		327	136	615	1116									
860	2015 CDC STD Treatment...																	486	939	1269											296	753	1184		
861	Stellarium Mobile Sky Map	388	748	1158			567	181	484	949	1293	692	1036	1392			233	594	1084	240	561	947	200	555	648	1061	206	497	164	142	573	1051			
862	Relight - Better Photos																																		
863	Zodiac: Orconan Odyssey																																		
864	Thirty Days & Seven Seas - ...																																		
865	My fonts - Custom font styl...																																		
866	LIMBO	890	1179		648	469	162	542	900	1256			663	1006	1366				248	515	566	919	1267		682	598	992	1336	186	530	958	1346			
867	AnyFont	501	888	1172	256	424	431	863	1192		452	137	446	882	1234					293	588	977	1373		323	765	1104	211	144	450	923	1316			
868	Tiny Rogue																																		
869	Remote Mouse	899	438	910	1345		548	939	1254				206	389	761	1158			702	214	490	422	919	1276					481	900	1298				
870	Ski Safari	473	826	1218		225	133	508	432	880	1234						211	558	1051	580	937	177		424	971	1428					228	647			
871	Offline Maps Pro - for Google...													11	710	1074	1351																		
872	El Principito (ilustrado)																															554	982	1367	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

n°	App name	OCTUBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
873	WorldCard Mobile - busines...				277	576	459	888	189	143	493	1014	1346		224	106	905	1290			191	518	969	1320											
874	Ultra Downloader Plus							335	702	1099	1430						85	336	827	1226															
875	Kalo Calculator																																		
876	2Download: All-in-One Do...	955	1234			259	138	412	822	1222	1330				251	556	957	1335				574	1033	1381	68										
877	A2								277	681	1055			722	1109	1428	263	657	1054							387	769	1121	1386						
878	HappyCow Vegan / Vegetar...	958	1235		739	1074	1418									573	974	1350													249	654	1082		
879	All New Dreamdays - Count...				264	623	1013	1319				746	1092	1438	261	128	481	911	1382											256	665	1090			
880	Couple foreplay erotic game		250	677	597	960	1322									306	712	1194												634	1062				
881	Text Extractor Pro (The scan...				314	722	1108	1416																											
882	6 Plus HD Wallpapers for i...																																		
883	Tiny Pirates! - Pirate Cannon...																																		
884	The room two	891	182		111	417	872	1250			581	1063	1393		225	382	836	1224	185	538	421	865	1290	512	1024		616	176	434	894	214	512			
885	Emoji Emoticonos & Animate...	128	386	849	1310	546	117	435	155	501	919	609	113	97	361	752	493	188	637	1059	117	348	157	356	132	161	207	556	161	61	114	157			
886	Hidden World																																		
887	iCalendar		560	984	1405															308	617	1005	1402												
888	Bloons TD 5	1221		271	686	478	918	201	508	187	546	1087	214	558	864	187	585	201	178	542	143	459	470	435	206	639	184	527	905	1297					
889	Super Hexagon								225	577	951	1399																				242	670		
890	Handy Photo								276	645	1116	1437						765	1151	1448				598	1084	654	1118	1444			285	724			
891	Blue Iris										344	675	1058	1381			288	683	1165			604	1061	1410								366			
892	WikiCamps New Zealand				850	1178														869	1259														
893	Muscloud Pro - Music Player...	1441			883	1218	128	413	54	83	80	40	46	27	46	68	24	40	24	15	22	13	25	101	74	110	63	81	49	44	124	52			
894	Waterlogue	550	863	1249				244	554	952	1294									305	652	967	179	595	959	1415		600	160	488	987	1373			
895	Football Manager Mobile 20...																																		
896	Home Design 3D Gold											288	597	982	1316																				
897	Guitar Pro	917	1200			235	564	957	1271							221	580	506	1032	237	122	427	923	1282						251	679				
898	Dr. Panda Firefighters																																		
899	iSecret! - Protected Photos																																		
900	Picfx																							132	448	984	1434								
901	The Secret of Grisly Manor																																		
902	Premium Unlimited Music fo...																		502	184	465	84	455	867	1337	681	1257		618	389	121	143			
903	Last Horizon																																		
904	Traffic Rush				579	970	1328									507	906	1291																	
905	FindShip Pro - Ship tracking...	871	1169									386	738	1127	1439	626	1025	222	822	1218	174	636	1093	1437		380	763	1118	1384						
906	Launch Center Pro						235	135	472	483	515	919	1303	1276					705	1095	1402	361	877	1245	651	1156	578	984	1191	136	510	980			
907	Madcoaster																																		
908	Legend - Animate Text in Vi...	591	399	866	242	548	1049	1402							604	928	1297															298	182		
909	Pegaso Plus	260	543	968	521	919	1288			278	649	1120	1441																						
910	visor -vlow vision magnifier																																		
911	WikiLinks - Smart Wikipedi...										368	900	480	904	1254	493	1060	1438																	**
912	King Tongue																																		
913	Flick Football																						221	530	1021										
914	Cheeky Fingers Piano Chord...																																		
915	Invisible friend App																																		
916	Paprika Recipe manager for...																															282	181		
917	Temple Run: Brave											535	162	480	842	1221			683	1076	1382			194	670	1135									
918	Rabbids Big Bang																										315	669	1029	1294					

nº	App name	OCTUBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
919	Sun Surveyor - Sun & Moon...	249	527	955	1382																			239	744	1213				238	641	227			
920	Agent A: A puzzle in disguise...																																		
921	Recam : Touch and Hold Scr...	**					***						724	1090	1365				368	707	1101														
922	Hydra - Amazing Photograp...							230	591	967	1414	585	969	1304						202	552	1007	1355						223	615	222				
923	Retranslator - translating we...					695	1038	1394				156	655	1026	1305																				
924	AvisaMe: SpeedCams Spain		457	888	243	539	946	198	501	180	528	194	487	905	470	823	182	456	216	570	888	1255			159	594	989	1328							
925	iRingtone □ ringtone and ton...	1450	1404		170	459	897	1266								897	1249	662	1065	1330			551	912	1339	113	433	854	1143	392	442	948			
926	Chess Premium				263	556	952	549	908	513	930	1341																228	465	160	538	1003			
927	Nightly Night! - The bedtime...		582	1046	1358							611	1086	1410			223	586	978	1431															
928	vividHDR										336	833	478	902	1253																				
929	MoneyControl Pro - Track y...	496	839	222	177	472	913	1279																											
930	Instant Heart Rate+: Heart R...	885	1174						518	917	1262	650	990	1353								564	923	1386											
931	Shortcut for WhatsApp Plus...											336	766	1130	483	1065	1442					268	749	1125			372	771	1077	1457					
932	Sable Maze: Sullivan River -...																																		
933	DragonBox Algebra 5+	582	898	230	733	1064	1409					261	600	971	1254		279	768	1155	1450						332	700	1057	1323						
934	Satellite TV					540	932	1247														813	955	1309		696	1032	203	471	884	1286				
935	Autoescuela Móvil Pro. Apru...	386	746	1157		597	176	128	110	452	877	1353		217	141	365	439	886	1361		557	942	198	549	1042		637	997	1266	555	511	981			
936	Thug Life Generator											822	1164																				650	1079	
937	Taco Mensajero 2016																						387	138	129	576	977	195	459	1061					
938	Pinypon Play World																																		
939	Pocket Glasses Pro - text...																															867	1282		
940	Double Fisheye Bundle																																		
941	Reeder 3			291	601	986	1342				603	1082	1408					587	1076	1446												605	1035		
942	Good Morning Alarm Clock																																		
943	iExplorer File Manager Pro -...	1143	88	103	544	927	1292	218	652	1059	1411															862	1325			701	1132				
944	DOFMaster			255	661	994	193	138	443	451	876	223	421	860	1216	207	568	961	1419		198	581	945	247	714	1047	1378			149	568				
945	Ei Mus		520	947	1075		593	514	884	1262		299	611	995	1329			630	1113		577	969	1367												
946	Red Onion - Tor-powered w...	482	930	1311											282	606	998	1377				240	671	1044	103	564	969	1317							
947	Ometime Messenger																																		
948	Fruit Ninja	1447	196	540	1007	1304																							223	133	439	905	595		
949	Prune												622	172	524	1027	1389				631	1022	535	1031				296	664	962	493	521	987		
950	BuzzKeys																																		
951	Architecture of Radio															649	1045	260	754	1084	1448														
952	Christmas Eve: Midnight's C...																																		
953	TruckSimulation 16																																		
954	Broken Age ™																																		
955	Timepage - Calendar by M...										294	676	1148	513	1052	1376		247	632	1026		729	1054	1410											
956	RoomScan Pro - The App th...	251	532	960	250	647	1031	1382	587	988	1331				595	916	1287			329	691	153	475	1025	1374		328	472	873	1161		151	148		
957	Transistor												698	1089	1408													375	755	1108	1373				
958	Downwell													341	42	29	28	61	72	35	54	45	113	146	125	483	116	422	495	974					
959	Perfect Video Editor - Movie...	924	1206	278	533	915	1285				707	466	894	1244	490	930	1307			285	566	956	1355		306	739	196	543	912	129	513	982			
960	Snowboard Party 2																																		
961	Speed Tracker. GPS Speedo...									222	571	1052	1382						690	1083	1389				674	1139									
962	Scanio - Document scanner...																		**																
963	Estrategias Terapéuticas en...	169	429	882	614	1034	1384	256	399	855	1213									288	128	430	926	1287			670	1030	1295						
964	Sago Mini Superhero																																		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	OCTUBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
965	PAC-MAN Championship Ed...																															
966	One Button Travel	518	199	84	455	937	1283																									
967	Path Input: Better Swipe Key...						292	143	483	898	1364																283	566	990	1378		
968	Amazon Game Studios Dou...																															
969	iFile ™ @																															
970	Sesame Street Alphabet Kit...																															
971	Little Fox Animal Doctor - B...																															
972	Smart Productivity Pack																															
973	Max Payne Mobile	900	1186					219	427	858	1325	521	933	1272						274	541	927	522	941	1399		625	981	435	901	1299	663
974	Lotería de Navidad 2014 y...																															
975	Papa's Freezeria To Go!				320	648	1033	1383				167	866	1157				295	592	982	1380										283	720
976	iStroboSoft																															
977	VinoCell: manage your wine...	630	1044	1457								837	1184																			
978	Live Pictures Cam - A camera...																															
979	PDF Pro 2 - The Ultimate PD...		547	972	1397		646	989	1347													644	1012	1458					244	648	1074	
980	Pumped BMX 2	451	797	1194	169	481	921	1288			711	190	473	937	1224			734	466	843	1225						512	936	1330	698		
981	Aha Notification Provider		227	612	1074	531	178	555	969	532	987	619	1069	1418							210										180	
982	iMuscle 2 - iPhone Edition				276	575	967	204	524	184	540	579	296	1328	211	381	835	1223														
983	Luxómetro	863	1158				233	60	87	435	865	1335				241	606	1093	1462								250	504	167	546	221	
984	NormalChild: Growth & Medi...										417	974	1318	1452				293	790	1177			774	1242								
985	The Document Converter - C...	1327									162	513	1033	1371		649	972	1339			659											
986	Uvemaster																															
987	Password for Whatsapp Appl...					850	1236	128	493	909	1376			671	1004	66	447	212	568	924	1290			178	619	1008	531	62	93	441	946	
988	Ski Tracks																						219	128	602	1107				232	651	
989	Valoracoches	1165	454	965	1392				628	1004					271	652	1135							340	156	508	841	1243				
990	ablab	1020	1295																													
991	Either																															
992	Hitman: Sniper						645	987	213	650	1121	508	1018	1350														549	973	1363		
993	Crazy Taxi										251	423	858	1214																		
994	Animated 3D Emoji Pro - Ne...																				560	1014	1364									
995	EZMP3 Player Pro																															
996	Ileyes																							716	1205							
997	Monument+ for Monument V...																					671	1119								413	
998	League of Stickmen																					797	1254									
999	Infuse Pro 4			296	184	487	113	492	872	1264		309	622	1007	385	766	180	458	564	1394				321	764	1097	132		465	922	1315	
1000	San Juan																															
1001	Drumtune PRO   Drum Tuner									317	709	1179	516	1098	1421																	
1002	Kid Tripp																				351	688	1080									
1003	Cmoar VR Cinema																															
1004	FhumbApp	987	1261																													
1005	Xenowerk		237	638	1102	1409								245	624	1017																
1006	Roma audio guía turística (au...			250	651	985	1339	227	528	468	888	1346	419	156	469	827	1190	572	1062	1434			205	685	1148		480	899	1297			
1007	Control TV Soccer see all Le...	665	982	1356																		697	1071									
1008	Call of Duty: Zombies	883	1173	241	264	557	953	447	416	869	1222			219	500	901	1286					561	920	245	691	1028	1364	189	516	946	250	
1009	Madrid Subway	198	342	820	1275								199	517	840	1219					182	501	951	1306								
1010	Draw It: Mini Game With Wo...																															

nº	App name	OCTUBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1011	Offroad legends 2											749	1094	1440	602	925	1295							646	1014								
1012	Bridge Construction Bundle																																
1013	Cut The Rope	1139			190	501	449	493	876	525		1373	288	371	811	1123				853	1249			701	163	643	1282	154	432	92	410	897	1304
1014	Toca House	1156		572	1036	1350																		551	1044	646	1058	1389					300
1015	Babanjo Radio FM Pro																						654	1108	1454								
1016	iHandy Carpenter	192			498	897	1271	203	513	914	1259							235	187	531	890	1256	128	354	183	166	512	898	1179		224	639	
1017	New Lucky Build Battle...																																
1018	SpotSearch for Spotify (Prem...	103	367	838	234	540	169	550	909	1254						547	938	1399															
1019	iSwap Faces	1186	201	550	1019	205	403	842	1178		574	1056	1386	202	527	422	867	1254	665	1085	1392			198	678	1142				398	886	243	
1020	Street Fighter IV		459	889	1327															259	370	833	1259	1302									
1021	Text 2 Group Pro - Quickly s...																																
1022	Strawberry Shortcake Berry...																																
1023	Day One Classic	183	441	486	567	455	901	1281		572	946	529	931	177	106	404	855	1243	1359														
1024	Recorder					260	103	418	872	198	132	445	879	1235				667	1152			622	1012	1409		356	815	1162					
1025	PDF Pack by Readdle																																
1026	Kids Education Game 2																																
1027	Tiny Planet Photos and Video											238	552	921	196	581	199	649	1108	1414													
1028	RadarFix Pro				229	554	944	1259	241	450	990	1328					218	576	1007	1437				210	692	1157						294	
1029	Dobble HD																																
1030	Transformador de Voz											561	944	1282			220	580	1069	1439										216	595	160	
1031	Word Swag - Color fonts, typ...	125	381	848	1309	545	1015	1369	238	603	979	1424	602	986	1324	538	938	1316						572	1063			256	521	945	216	706	
1032	My Sprint																																
1033	Toca Doctor																																
1034	Awesome Note 2 for iPhone...							209	550	929	1382						207	140	583	1018	1332	184	559	919	1383								
1035	Auto Bild Matriculas												207	540	860			863	1348					580	942	1400							664
1036	Duet Display																																
1037	TV English	1187	473	199	163	126	441	873	1204	540	936	613	1001	454	438	796	415	171	619	1052	1338			396	956	629	1014	1334	449	889	540	214	
1038	Farming Simulator 14			575	1039	1351				250	609	623	500	955	1294								196	542	990	179	705	235	581	998	1268		303
1039	TV España - La TV en directo						310	667	1066	1401							316	727	1212														
1040	VVVVVV							627	1025	1362			238	614	934	1302														223	610	1036	1413
1041	Rummikub®	273	579	1004	1427	278	654	1044	1356				247	641	968	525	1049	659	1206	121	438	933	1294	264	837	1184							
1042	Aprender a hablar inglés rá...			269	563	958	1317																216	524	1014							275	
1043	Super Dance Elf Christmas 2																																
1044	Storyist																																
1045	Sports-Cam																																
1046	Pinnacle Studio - video...																																
1047	Catequesis Las Tablas																																
1048	Her Story								737	1210																				696	1125		
1049	Parchis!																	701	539	897	1269						245	575	872	1270			
1050	iCupones	1188	474	480	985	1308		576	915	1282				528	851	513	950	1408				218	127	601	1106	1433							
1051	Series.ly 3.0	508	816	1209		224	534	927	1242			532	410	833	1137		236	514	978	1301	1003	214	392	954	628	233	137	389	427	173	598		
1052	ETA - your GPS driving assistant...	1254			257	611	1003	1313																									
1053	Ring Ring Christmas																																
1054	pCars Dash																																
1055	HeartWatch. Heart & Activity...																																
1056	Big Day - Event Countdown				237	569	960	1273					219	565	884	518	976	1430					598	963	250	195	535	918	1200				

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	OCTUBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
1057	Lotería navidad 2015																																		
1058	Monify - World best budget...														338	711	1091																454		
1059	Easydom Next																																		
1060	Cut The Rope: Magic																																		
1061	Listen Music for music...																																		
1062	SkySafari 5 Pro																																		
1063	Toca Blocks																																		
1064	JotNot Pro - PDF document...	881	1149						220	562	1045	1376			216	378	833	1220			258	519	902	1312	184	659	1127		220	460	874	1279			
1065	Mi Tele							544	942	1284				544	913	1205			581	1070	1440														
1066	Recorder														218	379	834	1221																	
1067	Pinturillo 2	1162	194	605	1069	1375		261	579	978	204	725	1066	475	448	159	507	189	636	1138	504	965	529	982	1434		267	617	403	855	1267				
1068	Sidefari - Web browsing com...																																		
1069	Lux Meter - light measureme...															689	1092																	881	
1070	PE Mods - Custom Keyboard...																																		
1071	Badland 2																																		
1072	Pic Ninja																																		
1073	Skater - Skate Legendary Sp...																			815	1205	509	1035	205	635	610	1111								
1074	Stickman Volleyball																																		
1075	Earn to Die																										308	651	1011	1278					
1076	Ho'oponopono Clean and Er...				726	1015	1463																												
1077	Tube Box Pro - Youtube Vide...																309	716	1198																
1078	Slidey - Create Video Slides...																						295	662	1152										
1079	Christmas Magic Pack: 10 ap...																																		
1080	Bastion			564	1029	1343								212	140	426	856	1244				930	1336		630	988	1257								
1081	LEGO® The Lord of the Rings™		563	1028	1342	218	588	928	1293										291	635	952	1317													
1082	Claus - Christmas fun photos																																		
1083	Civilization Revolution								558	935	1387							245	695	1088	1394														
1084	Kwit 2 - quit smoking - smok...																													254	664	1089			
1085	Splendor™																																		
1086	The Amazing Spider-Man 2			664	997	1350		539	937	1280				555	938	1278																			
1087	Fonta											322	155	428	848	1158																		**	
1088	Cut the Rope for iPhone - Va...																																		
1089	KIMOJI																																		
1090	Fernanfloo																																		
1091	DuckTales: Remastered																																		
1092	Infinity Blade III	***				211	577															188	513	963	1315										
1093	Blek		275	532	445	892	1263																												
1094	Face Swap Live																																		
1095	Camera Plus Pro	173	425	877	237	567	455	170	470	902	1235							561	584	1021	1336							237	567	868	1261				
1096	Broken Sword 5 - the Serpe...											302	615	427	847	1156	540	994	1448	681	1000	1359	622	985	1436										
1097	Granny Smith			709	483	1016	1367																												
1098	SkySafari 5 Pro																																		
1099	Sports TV Pro																																		
1100	My Talking Pet	407	762	508	1004	1314		248	397	853	1211								195	543	900	1271													
1101	Grim Fandango Remastered											298	772	1118				637	1029	657	1188													371	
1102	Procreate Pocket	967	189	637	225	533	1052	1404		632	506	573	958	1342			270	653	238	588	1032	180	438	854	1327										



		OCTUBRE																																	
n°	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
1103	Live Wallpapers for Me - Ani...																																		
1104	edjing Pro DJ Music Mixer: tu...																																		
1105	Simple Machines by Tinybop				780	1114	1458																						630	1055	1431				
1106	Tiny Guardians																																		
1107	Bingo!! - Bingo Caller																																		
1108	Trick Shot								703	1108	1438	412	767	1157														357	754	1052	1430				
1109	myTuner Radio Pro: Stream a...	207	477	905	1340						142	581	963	180	136	425	869	1256	666	1090	1396					561	577	978	1325			655			
1110	LG TV Media Player			285	706	1037	1387					293	604	990	1325					747	1135	1435				109	561	964	1311						
1111	Hitman Essentials																																		
1112	Grand Theft Auto: Liberty Cit...																																		
1113	WWE 2K																																		
1114	Lingvo Dictionary Pack: Engl...																																		
1115	Dude, your car!	977	1253	648	1107	1413																													
1116	Live Studio - Video an GIF...																																		
1117	DrawRace 2	884	181	547	215	407	868	1248						511	171	371	442	887	534	990							562	921	1384	692	189	130	391	844	1255
1118	LEDit - The LED Banner App														513	420	865	1250																	
1119	iChimeBells																																		
1120	New year funny greeting car...																																		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	Afterlight	4	3	4	3	4	4	3	2	2	3	5	5	3	4	2	3	4	4	3	5	4	5	6	6	6	3	3	4	3	2	
2	Geometry Dash	6	4	5	19	40	33	11	7	9	12	12	15	12	5	8	7	21	29	53	15	9	8	15	18	12	40	21	12	25	18	
3	Radar Nomad (antes Avisador de de...	3	2	3	4	3	5	2	3	4	4	2	2	2	1	2	2	3	4	3	5	6	10	5	3	4	2	1	2	3		
4	Teclado Emoji para Mi - Temas...	34	78	176	65	72	28	33	57	69	48	79	416	98	29	47	35	55	66	14	6	12	7	5	11	27	61	79	145	145	59	
5	Teclado Personalizable - Colore...	82	400	27	66	90	470	5	10	31	110	479	905	1236	580	990	1329															
6	Runtastic PRO GPS Entrenador...	12	8	8	8	8	10	10	5	5	6	8	3	5	7	6	4	3	6	6	10	13	9	9	8	5	11	7	9	4	5	
7	7 Min Workout - Tabla de 7 Min...	2	5	2	2	2	3	4	4	6	5	3	4	7	11	9	5	5	5	7	14	28	12	4	1	1	2	8	15	5	4	
8	Alarma Inteligente: ciclos del...								620	139	422	481	908	1229			524			126	411	842	559	49	78	300	343	797	520	991	265	482
9	Pou	5	7	7	7	5	7	7	6	7	15	21	10	18	6	7	8	12	10	16	33	8	11	12	7	11	14	17	17	9	6	
10	Facetune	1	1	1	1	1	2	6	8	1	1	1	1	6	3	3	1	1	1	2	4	1	3	2	3	4	6	10	2	1	1	
11	Lara Croft GO		146	480	918	1315		697	1081	21	9	38	166	584	1013	1354	186	527	933	1291							88	49	43	38	36	
12	FACIE	20	49	21	49	102	56	17	13	12	30	78	24	25	24	24	12	17	14	11	12	7	13	13	29	39	43	15	18	20	27	
42	iTranslate Voice - traductor &...	42	85	50	37	91	118	72	473	937	71	410	108	108	35	74	379	344	105	82	37	64	70	354	145	118	378	118	129	75	136	
14	Minecraft: Pocket Edition	7	6	11	25	14	15	8	11	13	37	55	33	81	10	11	14	58	37	27	11	10	4	8	12	7	9	12	13	6	17	
15	Free Music Pro - Mp3 Player																															
16	Flightradar24 - Flight Tracker	13	18	9	13	20	16	30	30	21	24	48	23	24	19	21	17	29	34	42	93	51	45	36	40	15	33	18	32	26	14	
17	Tiempo en Vivo	53	23	24	12	35	59	193	160	26	20	24	42	34	52	31	28	26	43	22	62	48	22	31	47	21	31	52	124	71	21	
18	Ski Safari 2	114	111	93	43	50	99	67	118	58	162	94	65	68	43	121	430	362	844	1258	212	677	143	418	759	1171		194	639	1090		
19	Horizon Chase - World Tour	592	409	73	392	866	134	949	231	96	393	121	137	412	91	451	154	82	392	862	1221			392	732	1143		263	675	240	614	
20	Reboard Keyboard + GIFS &																															
21	Enlight																															
22	iParadox - Alarm System Control	529	109	45	32	17	27	73	474	54	17	19	18	28	135	72	79	20	8	12	19	80	455	937	25	14	17	13	26	120	98	
23	Hablar y Traducir - Traductor Pro...	9	9	13	11	6	6	15	19	10	11	6	12	20	26	17	13	34	25	37	58	25	24	47	108	36	128	499	992	40	42	
24	Tunea Tu Sonido	14	21	67	40	15	43	61	62	419	153	432	75	78	25	30	30	33	159	123	67	478	29	95	51	88	80	135	86	114	179	
25	WiFiAudit Pro - WiFi Passwords	19	24	15	15	9	12	26	38	35	52	23	17	19	51	15	31	44	104	13	7	30	31	20	24	31	32	20	34	66	45	
26	Invenio Carmen mp3 - Oficial	156	87	399	104	70	111	204	499	187	125	218	567	421	39	20	16	30	81	398	152	127	139	100	69	83	39	33	85	36	63	
27	Sfind for Spotify Premium																															
28	Photomyne - Album Scanner	33	62	117	124	41	89	451	148	104	400	40	25	17	33	13	9	11	40	53	101	46	37	150	453	164	532	1041				
29	Trafico NOI Pro, info gasolina y...	22	14	18	18	47	31	44	29	46	51	68	61	9	36	28	32	37	78	45	24	36	27	43	16	19	73	27	19	15	19	
30	Comunio Manager	558	954	527	132	479	485	92	61	417	396	472	174	449	94	105	58	90	98	403	841	1237	1347	534	824	465	457	883	1324	685	154	
31	VHS Camcorder	1399	218	147	479	917	199	571	212	565	440	965	528	153	465	492	377	751	1190	1307		278	673	128	352	112	99	40	215	86	82	
32	Contraseña para WhatsApp	60	96	53	397	143	133	70	468	124	189	110	45	59	63	45	121	122	28	154	71	44	47	97	284	139	476	97	126	550	54	
33	ProCamera 8 + HDR	641	129	30	45	79	39	66	92	67	190	543	499	402	53	81	98	111	352	51	427	882		432	113	51	48	77	51	22	30	
34	Badoo Premium - Haz contactos...	44	25	17	39	31	48	19	46	49	58	45	43	27	23	29	24	39	47	65	418	875	81	81	57	38	152	149	76	123	456	
35	La Patrulla Canina - Al re...	68	54	33	71	61	26	22	27	75	18	20	16	36	13	12	15	24	19	33	38	18	17	24	27	58	38	46	16	10	11	
36	Plague Inc.	18	17	16	20	26	8	21	28	23	38	82	53	65	70	23	25	47	51	15	18	54	20	27	23	24	44	67	87	44	131	
37	Rain Alarm XT - Imágenes del...	61	39	69	233	580	502	194	590	1004	1286	566	960	71	590	181	494	839	1215		223	138	129	360	711	1129	191	567	1018	85	128	
38	Grindr Xtra - red social gay, homo...	39	35	22	14	24	24	28	25	24	46	415	171	23	22	16	23	23	31	17	28	31	28	52	68	30	72	39	45	34	40	
49	Farming Simulator 16	49	22	41	36	39	50	65	466	81	95	464	121	397	30	26	68	27	33	48	191	579	530	993	1271	1271	541	1071	105	449		
40	Radar del Tiempo - Previsión de...	148	76	177	144	80	158	522	203	445	158	529	947	172	614	516	436	792	123	480	886	572	516	364	149	120	452	195	176	58	150	
41	Infinite Flight - Simulador de vuelo	25	117	112	121	475	942	1321	169	521	876	1329		132	476	909	1266			212	141	125		428	292	398	834	1226		309	677	
42	Tabs & Chords by Ultimate Guitar - L...	1015	426	456	883	525	973	222	504	426	800	523	921	170	579	87	391	761	460	410	158	128	451	933	1220		135	64	156	43	80	
43	Final Fantasy VII	1013	209	551	1009		109	478	984	1355	499	1040	537	953	245	64	374	343	151	421	849	1253	92	372	332	801	1167				288	
44	Emoji)	16	12	20	35	7	9	12	14	11	19	30	39	41	140	122	47	36	21	31	76	37	40	28	86	87	110	57	36	78	185	



n°	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
45	Angry Birds	23	30	51	396	867	983	533	542	497	164	527	179	123	524	169	480	463	885	195	573	187	486	777	711	1204	615	225	590			
46	Monopoly Here	226	33	23	27	23	72	43	23	16	13	28	21	13	16	18	20	28	20	21	74	23	33	30	13	10	27	26	47	98	53	
47	Tunea Tu Pantalla - Temas y Fon...	11	13	12	6	29	14	9	9	14	29	17	20	15	8	5	10	15	12	5	2	2	1	1	2	9	12	5	5	17	12	
48	TapeACall Pro - Grabación de llamad	225	424	171	142	32	35	87	117	66	44	59	52	147	152	76	95	24	25	39	65	105	378	43	141	22	73	75	121	510		
49	iPlanner España	40	108	89	26	10	20	36	39	42	56	109	97	26	72	92	29	16	32	38	80	106	42	56	42	62	48	274	72	49		
50	Colorburn - 1000 Filtros Cámara	790	1133		273	116	37	15	15	23	39	28	58	475	497	912	1209					272	619	914	1296			731	1214			
51	Scribblenauts Remix		160	407	851		45	18	48	43	173	37	125	401	195	132	83	83	393	464	875	198		446	456	100	482	214	657	1103		
52	Settle Up (Legacy)	32	52	183	509		487	82	128	129	354	118	434	810	79	439	51	295	57	90	96	46	134	80	306	782	1155		115	581	517	
53	PhotoSync: transfere de forma inalár	41	37	59	406	871	527	945	228	451	405	939	136	55	128	430	146	397	355	101	426	515	502	975	1250	495	119	76	136	76	183	
54	Vídeo Explorer - ¡Reproduce cualquier	81	119	37	196	44	22	118	50	149	207	165	132	43	121	57	110	360	841	173	102	113	210	60	53	342	151	147	137	142	522	
55	Photo Lab PRO HD: foto montaje, filtr	153	45	35	51	67	445	181	60	47	34	26	14	29	49	89	44	43	42	77	36	63	103	94	50	26	41	247	42	82	16	
56	Monument Valley	119	179	384	841	85	55	435	524	191	84	414	109	109	50	48	87	84	348	99	35	27	71	114	127	40	75	87	38	49	25	
57	infiltr - Filtros Infinitos				316	708	1125																786	1205				340	796	1274		
58	Hitman GO	208	153	403	440	892	1300																			207	548	948	1375			
59	Football TV HD Sports				586	499	958	224	170	528	883	1336											475	951	393	846	190	615	106	50	109	
60	Sky Guide: Mapa estelar	186	412	904	1274	201	596	995	600	1016	133	**																				
61	Fotos Carnet				590	999	1370				587	969	1274				148	436	889	510	927	212	547	836	470	891	530	563	1087			
62	TurboScan: escáner de documentos	538	467	945	78	130	61	437	191	544	168	36	40	50	54	34	42	42	16	23	114	117	135	414	756	1167	239	180	627	531		
63	Clean Master																															
64	Athletics 2: Summer Sports	875	1216				338	468	976	1347			702	436	916	1279	518	994	1399													
65	Maps 3D PRO - Rutas con GPS para	113	72	55	403	46	151	151	31	52	149	430	428	46	97	459	420	357	155	92	115	42	41	39	117	352	418	53	204	51	37	
66	Fast Player	93	43	85	72	189	454	45	146	103	32	175	417	802	150	506	380	298	804	140	32	69	63	48	109	406	160	82	184	539	122	
67	Camara+	90	206	537	55	69	18	16	22	61	104	113	87	18	25	41	136	30	19	57	55	75	51	41	41	52	45	61	115	123		
68	Photokeys - Teclado coloreado a partir...														720	1091	1423											671	1070			
69	My Contacts Backup Pro	583	115	416	61	111	124	440	958	216	378	44	86	143	479	119	93	108	107	468	470		57	126	92	397	431	95	143	124	458	
70	Red Car - Soccer TV																															
71	iDownload.er Pro																															
72	TomTom Iberia	27	66	48	23	36	37	32	44	45	40	77	30	57	62	58	69	96	82	32	17	35	34	38	93	89	81	31	25	64	95	
73	Grand Theft Auto: San Andreas	37	31	52	34	54	53	47	51	51	150	159	90	144	12	37	38	115	84	50	43	109		86	316	144	93	51	203	84	23	
74	PlayTube Pro: Playlist Manager for																															
75	Einstein™ entrena tu cerebro	1122	551	492	187	529	976	1333			99	468	480	845	1269	231	403	350	837	1233				227	469	428	443	890	1336		448	
76	Akinator the Genie	181	38	60	89	48	432	49	73	151	210	66	82	62	69	61	113	41	345	20	52	47	69	99	85	86	36	58	24	23	32	
77	Rawvana's 30 Day Smoothie Challenge																						835	1253								
78	AudioTube HD - 888 Player for YouTu	1222					740	221	449	838	83	457	833	1265	140	468	817	238				218	77	163	303	785	484	919	248	593	1059	
79	Turnos Trabajo	75	113	385	842	1232	73	426	522	85	372	168	91	99	514	933	483	371	848	68	420	878	206	514	922	1302		174	167	623	1080	
80	La Máquina Puedelotodo por Tinybop				682	1075									701	1076	1407															
81	iClee Pro - Memory Disk Monitor																															
82	Football TV HD	550	949	134	468	94	436	910	45	50	74	446	889	1213	581	185	497	124	67	436	166	17	19	45	84	393	121	491	217	24	64	
83	iBolets - L'App del Boletaires				618	185	553	82	434	804	1279	226	544	988	1336																	
84	App Icons	609	984	136	109		481	932	1366	237	510	994	1356		595	514	923	1215								373	847	586	220	596		
85	Turbo Downloader	59	29	32	53	38	29	27	18	28	25	14	13	39	15	14	27	11	17	28	27	52	32	22	14	18	7	14	29	32	29	
86	Cut the Rope: Time Travel	690	1024	1420								238	504	202	133	116	365	845	1244	207	79	454	936	1221								
87	iDownloader - Downloads																															
88	Aerofly 2 Flight Simulator	828	1170																													
89	EVOPLUS	1108					245	616	1063	1423			252	532	976	1323	215	453	440	155	129	537	1009	194	132	425	849	1235				









FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
270	TeamSpeak 3	1049	542	993	1323			620	557	433	157	93	466	146	558	966	1299	461	441	892	192	593	107	106	288	395	831	1227			89	
271	Tiny Beats - baby heartbeat...	189	489	965	1327	566	1042	230	182	72	42	412	472	839	1260	232	136	56	357	456	170	568	62	199	481	904	504	980	1404	747	1169	
272	TomTom Western Europe					223	587	983	597	1009	1284	577	956	175	586	971	191	292	801	1207	1271	228	598	444	778	455	450	489	987	266	637	
273	Where's my Water?	1427						104	147	494	856	1306						520	832	121	476	429	165	548	170	305	780	184	535	182	154	153
274	Toca Lab	157		400	848	1237	1364	267	670	523	878	1331			108	56	365	745	1183	1290				645	1068	1335			517	610	1072	
275	Sonic the Hedgehog	613	190	532	931	1268			256	161	431	80	92	44	42	35	55	67	93	401	108	522	504	363	712	1134	1208		114	207	584	
276	FaceUp, desconecta y vive...							284	638	181	440	892	167	583	1009	1347				36	98	467	526	505	980	1266	498	965	902	1337		
277	My Photo Pro - Passport...	**						**			81	113	430	141	555	957	1307					305	715	1137	4112	938	1286					
278	PDF Converter - Convert...		675	1094	1429		94	431	953	543	170	142	496	854	1284										511	933	1281					
279	Cleartune - Chromatic Tun...	640	192	533	948	1270					79	411	468	837	1255					194	430	851	1243				212	457	154	147	426	
280	Runtastic Road Bike GPS	601	985	1385				269	600	177	544	501	858	1278	78	355	339	830	66	441	1167	89	215	134	423	847	1233	618	236	611		
281	Body Sculptor: Build Stren...																															
282	MyNuva - Ring Contracep...	635	498	970	101	103	122	490	988	1374			48	63	85	419	106	356	413	405	95	514	1000	1412	424	956	196	133	546	1082	223	
283	Ninox database		341	810	1185														329	816	1238											
284	Trivia Crack (Ad Free)	1090	1408	223	422	105	123	492	198	550	898	195	146	420	526	942	1294					231	499	985	85	148	363	811	1195	252	580	1047
285	iReal Pro - Music Book &...	291	594	129	460	163	70	442	959	217	496	497	922	1235								434	165	565	64	291	143	478	199	491	1112	224
286	Pocket Casts															641	1021	1359	475	919	69	447	892	1315								
287	Normal: Battery Analytics																															
288	Simple DoF Calculator			148	481	919	1316						274	566	1008	1354							91	477	953	1238			6	754	1176	
289	Deemo			663	1081	1444					691	1066	1360									320	734	1151	1407	238	404	863	1307			
290	SynoDS																															
291	Claves Wi-Fi - WPA/WEP	861	1205	558	1102				772	1096					489	917	481	830	1239				365	802	1225						872	1285
292	Learn Languages for Free...			98	437	159	433	908	1353	314	693	1006	1412	327	725	379	834	1197														
293	Rambo - The Mobile Game																															
294	Restaurantes sin gluten...					305	731	1134			641	1128						268	568	171	533	1059	1418					712	1158		336	
295	iScanner - PDF Documen...	29	46	28	22	16	32	53	77	33	31	22	22	32	20	53	40	6	9	18	16	33	35	29	17	32	34	24	40	27	9	
296	Photo Measures	1086	71	387	436	157	531	969	1380			589	971	467	536	949	189	321	148	507	911	1272	616	1038	157	513	893	1267			255	
297	Goblin Sword								260	530	181	447	825	215	462	889	1187								457	888	1239			312	490	
298	Audiko Ringstones for iPhone																															
299	Map my Ride+ - GPS Cyc...	1166																														
300	LIGA BBVA - Liga Adelante...																									462	893	1244				
301	Fake-a-location™										268	737	1106	1400							445	867	1257									
302	InstaSquarer - No Crop...							377	798	1120																		361	836	1312		
303	Who uses my wifi?...			238	582	496	171	538	549	977	1289	581	889	480	948	1304									475	898	1249			332	276	
304	Boating Europe	685	1019	1414			230	588	1036	1398			235	96	509	929	1283			195	552	925	1301				250	647	234	608		
305	Plants vs. Zombies	609	73	391	438	891	1288		171	508	165	108	55	340	48	36	147	314	811	64	437		437	152	386	819	1169		113	546	1034	
306	Five Nights at Freddy's 2	65	174	523	909	1276		35	64	422	796	1275	212	540	96	456	108	302	808	1212	1295	57	100	410	752	1146		168	166	622	529	
307	Toca Kitchen 2	567	960	1363				109	118	407	941	1308	191	47	32	99	351	838	1234			267	67	353	707	1132	1248	273	63	41	173	
308	TubeMate Pro for Youtube...																															
309	Mando a distancia para...	104	421	911	1277	440	928	529	1022	1377			689	1021	1408	315	412	776	1206	544	124	536	1014	496	815	462	176	455	975	656	192	
310	Sports Live TV					248	618	155	500	863	1330													470	949	1233		561	959	1384		
311	iSafe Pro														630	521	928	1220									221	575	969	1392		
312	MushTool Pro	676	204	423	875	193	139	512	98	113	403	943	1312						278	717	1094	1443	321	721	1011	1382				359		
313	8mm Vintage Camera					224	576	1026	1389	211	574	953	1264									533	178	564	442	767	1176	511	922	1353	691	1111
314	eWeather HD - Accurate 10...	670	1033	206	102	469	937	1320							251	551	861	186	564	936	207	95	351	107	90	415	93	482	200	580		

n°	App name	NOVIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
315	TV App	55	92	84	120	418	903	1301	59	414	795	1272	535	924	57	82	34	87	394	865	1222						216	569	506	995		641	
316	Faded - Photo Editor	324	637	495	911	1279	220	635	560	989	1291	568	268	133	463	160	477	806	1227	192	585	982	1389			223	584	981	1403		281		
317	IP Television	218	524	404	442	108	126	493	994	555	899	1343						61	362	459	880	200	93	373	720	449	871	1248	271	188	562		
318	Mini Dash																																
319	My Baby's Beat - Prenatal...	634	495	962	512	496	946	1332	87	62	174	140	441	103	472	495	911	161	369	144	503	483	179	131	116	111	438	886	1332				
320	iTDT Television		564	469	905	1303				242	503	494	180	452	924	1250												240	181	561	175		
321	Catan	151	395	393	175	97	473	928	585	504	166	539	184	124	116	62	76	59	91	458	872	1263	50	157	388	843	1147		651	235	610		
322	Kitchen Scales														102	411	775	1205															
323	SayHi Translate	223	533	477	897		453	922	582	1005	195	567	188	466	201	455	424	784	1209									249	646	1127			
324	Worms 2: Armageddon		230	429	859	1242				244	506	989	1352																				
325	CineXPlayer HD - The best...																																
326	Double Dragon Trilogy									546	506	927	1247	259	658	1025	1310	552	963	1319													
327	Nominazer - Cool names...	825	1167		308	688	1106																										
328	Street Hoop		304	388	845	1233																											
329	MyTopFans Pro - Track your...			**			***	714	1095	1378						242	503	948	1327							504	436	857	224	624	1200		
330	iMedimecum FT	199	508	479	901	1275	457	482	196	64	88	117	120	89	139	109	72	98	404	870	507	929	214	583	95	104	115	121	537	1075	593		
331	FiMiC Pro		588	574	424	907	1299	251	164	433	958	526	875	1276		566	125	423	879	197	592	1059	504	866	96	114	445	958	160	464			
332	VLC Streamer	285	588	81	395	868	192	447	962	1336					539	847	1261	200	541	940	1353												
333	CQ Policial 2	229	429	119	64		471	185	587	202	66	408	157	121	528	173	487	369	420	113	474	914	1334	527	297	106	64	122	538	1076			
334	Peace Turbo Browser Editio...																																
335	Dukan diet tracker		296	689	1082		330	781	535	172	539	80	360	879	1242	206	550	118	131	498	922	1340			209	603	987	545	1130		451		
336	Video Download & Play (Pro...																																
337	Atlas Income	404	760	1182																						591	1015	1357					
338	Instapload for Instagram. M...	1423		616	987	1344				222	622	1000	1300		269	134	48	112	112	473	530	183	491	358	812	84	431	953	227	600			
339	Instafollow + Get Famous wi...																																
340	GoodReader - PDF Reader,...	1437	600	490	462	899	542	971	592	143	424	172	523	56	233	143	445	797	1220	190	555	954	1364		82	338	150	80	138		78		
341	BeSoccer - Live Scores (No...	247	100	409	178	120	496	937	1388	160	367	166	1331		169	128	437	364	157	514	912	1276	267	358	710	164	503	976	1399	59	172		
342	Photo Transfer App - Easy b...	727	197	139	136	95	437	911	102	448	824	1289			262	402	768	1198															
343	SatFinder	646	1039	1433				254	648	1034	1325	596	980	1283						209	556	184		453	783	168	5113	207	599	1137			
344	Pantone Studio						248	635	1023	1316																201	539	939	1368				
345	TripTrap										635	10113	1313		655	1023	1308			234	590	1188	574	1090	1353								
346	Wikango HD Speed Camera	233		58	405	146	135	80	484	184	465	418	473	840	1268									210	434	859	1216	241	638	230	606		
347	AirMusic		256	626	996	1352									303	651	175	418	923	1305													
348	Geometry Wars 3: Dimensio...					267	672	1071							320	687	1048	1330			624	997	1361					173	98	109	94		
349	Codificado		268	657	1031	1383																301	710	1131	1385								
350	UTM Convert							330	470	834	1298	228	603	1048	1388										205	593	969	1334					
351	Renfe Tempo	1420				294	713	1113		319	390	169	134	414	897	1277	517	961	1366								651	1051	609	1262	232		
352	TestCNP															287	604	1041	187	692	1091												
353	Online TV		68	46	226	593	200	599	512	868	193	545	891	1303												304	781	370	845	239	92	469	
354	Do not believe his lies: Th...														354	732	1095	1375								216	613	175	547	1124			
355	Code for Whatsapp - Pass...	662	202	555	1047	1399	290	693	1140						683	1059	196	537	169	94	465	906	1327			76	405	864	1308		310		
356	Policia Nacional Test Exame...	594	980	1383	547	992	1382			547	1035	450	830	216	139	86	85	395	863	1224				665	1091	1359							
357	Sounds for Whatsapp,Wech...	1012	208	548	988	203	638	503	200	446	815	1291		374	873	90	395			363	54	98	518	1004	488	810	1190	578	973	1396	151	461	
358	Soulver - the notepad calcul...																			256	622	1018	1424										
359	USB Disk Pro - The File Man...		567	941	75	458	920	581	1003	1285																			276	696	1114		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
360	Tank Hero									625	940	1383	149	423	903	1258						252	638	1060	1327	255	141	94	121	136	555	
361	Fontmania - Add Artworks &...	79	399	163	172	515	172	541	551	61	57	200	72	351	187	552	96	299	608	1211	1330	81	460	941	126	420	56	439	149	161		
362	Voice Translate Pro	668	1012	1407	94	441	914	1303	105	454	816	1283	141	416	196	556	166	1138	86	399	153		137	415	757	1168	200	563	1014			
363	Tarjeta Roja Directa Brazil...	212	513	182	417	879	1292	239	687	1071	488	1032	214	375	875	1238																
364	Give it Up!																															
365	TouchOSC					609	508	952	1386									459	905	1287		635	1069	1458						494		
366	The Sims 3 World Adventures	174	405	902	1272	538	989	1363			505	988	1351						505	484	892	1269	224	535	361	820	1171		277	577	1044	
367	iTransfer Pro for iPhone...																763	1072					358	777	1073	186	701	1100				
368	Speed Grid 3D: Impossible...																															
369	Crystal Adblock - Block un...	523	144	62	408	873	528	948	591	29	68	436	116	396	61	428	416	779	178	95	425	881	1309	380	730	452	451	124	84	556	79	
370	Peace: Block Ads and Track...																															
371	Aerlink	101	148	79	419	149	533	974	234	453	352	913	130	348	141	435	873	1175	130	634	123	535	510	429	774	460	379	440	103		515	
372	Goddess Moon Dial														425	159	475	824	1244													
373	Purify: Block Ads and Tracki...	54		123	74	420	64	123	527	132	417	947	445	106	127	496	429	361	842	1251							222	577	971	257	736	195
374	Runtastic Altimeter GPS PR...	197	506	402	849	1236			270	605	922	546	977	1281		249	549	860	1270										288	175	547	
375	TV España-toda la TDT para...			230	423	881	1289									283	619	990	1275				463	947	1231		374	848	170	621	1079	
376	Stylebook			237	425	470	938	1322		631	947	1389			291	147	453	802	124	52	84	502	988	1399	169	131	464	901	11335	283	699	
377	Shopping list Courzoe				274	448	921	1310	106	466	830	1294																284	708	1190		
378	iWatermark - Watermark 1...	611	488	964	1322	77	52	119	472	420	797	69	102	104	516	939	1285		375	106	428	883	1311		466	116	442	889	1334			
379	Night Sky Pro™		264	652	1025	1379	668	1066	245	672	988	1429		575	1023	221	137	311	145	503	915	1283										
380	Windfinder Pro	98	147	453	410	874	1286	1371						510	953	1302	212	328	817	506	910	1271	615	1037	1305				185	149	534	
381	Mahjong	688	1022	1418				622	1012	1306		236	499	943	1294																	
382	Caçador de bolets	149	465	120	126	42	71	425	63	99	397	936	206	488	74	42	112	363	417	877	1249		251	565	365	824	1179					
383	Deluxe Moon Pro - Moon...											647	200	479	1011	219	601	907	1310						195	565	171	156	576	222	601	
384	Comunizate 14-15 Full (Co...									174	452	487	915	1255			254	529	969	1350												
385	El gurú de Pilates						286	702	530	113	482	913	1249														141	511	998			
386	Cloud Music Pro - Free Musi...							177	574	999	1303		705	1037	1431								286	590	1016	1358						
387	Money Pro - Bills, Budgets a...	249	101	88	400	145	526	139	482	942	1257					609	916	1323									24	78	258	182		
388	Micromon	299	390	894	1264	1320			509	188	467	984	525	912	1275											125	463	900	1331			
389	Guia per trobar bolets					323	742	223	579	1065																						
390	Youtify for Spotify Premium...	1443		623	137	482	167	539	550	979	1290			552	540	953	488	370	847	1254			266	599	887	1268		109	489	1046		
391	MarineTraffic - Ship Tracking	80	118	63	91		193	429	952	148	361	163	133	47	60	426	366	104	351	454	47	96	48	23	38	55	49	437	83	111	453	
392	WRC The Official Game			662	484	922	1320		185	534	171	437	478	842	220	580	1051	1332	582	990	1343				516	440	859	1246		357	760	
393	eBolets SETAS BOLETS CAT...	645	1008	1393		454	927	117	144	493	853	433	885	1219		721	1085	1368	255	666	188	587	1145		213	608	983	1348				
394	Ad Block Multi																					727	1123						394	903	1315	
395	80s Arcade Games!		690	1110				308	739	1120	1400					154	386	756	458	160	513	1020	561	103	333	802	1168	558	1091	572	181	
396	Euros pesetas conversor									237	636	1176												1158								
397	Minecraft Multiplayer Mods...			750	1133										739	195	509	1024	1421										832	646	1096	
398	Blockr - Privacy, Media and...										673	1152	541	1046	1435					305	703	1101				649	1030	1392				
399	Period Tracker Deluxe	1431	227	141	471	908	196	568	1040	1401						596	965	416	890	1275									578	1030		253
400	Pro Music Search for Spotify	620	997	535	936	1280																										
401	TETRIS®	1372				580	976	1370				573	952	1226	254	585	171	404	872	174	60	193	563	438	766	1175		561	1013		636	973
402	Traktor DJ for iPhone	228	155	483	456	897	1307		633	1021	1314	98	469	77	136	434	417	116	414	872	435	112	447	155	125	353	153	150	560	1088	598	
403	Vext Keyboard																															
404	Forest: Stay focused, be pre...	637	496	77	52	37	194	157	561	25	85	38	35	61	132	71	33	14	26	29	22	68	109	107	337	34	28	129	46	113	96	





nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
405	LEGO @ Marvel Super Heroes	147		467	889	1262		631	1081	1438				639	187	123	383	857	1253								242	617	1064			
406	Bazaart Photo Collage Editor...	665	525	126	106	89	63	439	957	1334	76	114	431	809	1247	1406				446	868	1259		113	289	778	1151	1358		839	204	
407	NBA 2K 15																															
408	Madrid Offline Map																															
409	Silentium													259	723	1093	1425					690	1087		700	997	1366					
410	The LEGO @ Movie Video Ga...			300	674	1090	1451								257	540	980	1357	644	1041									337	806	1220	
411	WorldSBK Live Experience...																															
412	Tweetbot 3 for Twitter, An el...																															
413	Secret Photos KYMS: vault...	1098	1416		563	956	1349		272	459	822	188	455	823	1256	229	400	765	1195			619	190	499	849	375	97	481	547	1083	592	
414	Mextures			144	474	912	1309	450	964	1338								73	374	461	877		465	160	391	843	1178			177	471	
415	Bridge constructor playground	766	1108	211	614	1005	1393					658	1031	181	656	1034	1369	203	569	977	1332		282	623	913	1289				766	1187	
416	Dr. Panda's Carnival	584	975	1374																										195	572	
417	Cartoon Wars 2: Heroes	632	990	1386																							448	876	1229			
418	Fox Tuber - Best Client for Y...																						128	407	749	1163				434	878	
419	St. Josemaría	196	415	905	211	438	915	1304	612	1017	1310	588	970	1275	105	116	370		465	906	1196	613	1049	196	441	869	69	71	133	602		
420	TUS Santander	574	114	111	206	407	900	98	137	70	357	161	520	866	1286			75	380	145	431	887	552	124	59	351	804	1202	179	540	505	
421	Worms3	684	1018	1413					261	456	818	1285	103	54	218	575	961	1247								507	880	1260			249	
422	Mortgages & Logan payment...							369	846	1227																						
423	Construction Simulator 2014	92	69	74	174		488	93	120	57	67	95	167	446	130	176	119	120	416	58	154	95	148	422	760	121	101	37	72	89	68	
424	Lapse It Pro - Time Lapse &...		131	431	860	191	455	182	583	201	470	180	524	906	1274					523	165	132	123		454	784	371	812	1210	267	176	549
425	Gravity Duck Islands																															
426	DataMan Next - Track...														266	578	886	1294						145	367	825	1181					
427	Sherlock Holmes																															
428	Vademécum de Productos...	1279									689	1173										339	769	1202								
429	MONKEYZ																															
430	ALON Dictaphone Super No...			622	1011	1398			281	567	1057	216	579	1028	1368					248	145	546	185	493	812	1197	254	637	1182			
431	NandaNocNicStudents	1037	68	169	77	96	472	90	946	84	26	29	73	91	505	167	390		461	61	436	893	551	123	114	412	439	125	541	1077	222	
432	Lifeline...			246	603	995	207	640	1091	1447					306	664	1029	1314					283	678	1102	1363						
433	Unboxed - QR Code Reader...	638	194	536	1029	552	1059	1424		679	445	176	138	413	895	1271			581	988	1345	681	199	383	743	1156						
434	Ecuestre: Entrena tu caballo	859	1204								663	134	494	856	564	969	492	986	1390											380	880	1292
435	iFiebre			67	74	156	523	201	552	430	67	436	813	1249			476	920	1303													
436	Jakdojade - public transport	672	1113						692	1009	1449			232	663	1044	1378						164	465	793	1200						
437	Billabong Surf Trip	294	598	1023	1361		604	1053	1413																180	519	898	1272				
438	VideoGet for Facebook - Vi...																															
439	Amway Europe and Russia	235	544	185	418	885	88	452	971	219	500	1054	1404		111	480	899	1197	192	627	1000	583		435	71	372	814	1216		350	121	
440	PewDieDie: Legend of the B...	1056	1387												300	643	949	1349								211	601	977	1341			
441	media player OPlayer - classi...		579	1005	1349	78	459	921	226	450	404	938	135	410	522	940	188	320	405	869	1235	221	601	1022	1296	74	106	441	956	1430	226	
442	Guess the person? HD	128	439	921	213	567	512	497	993	225	498	1039	536	950	244	665	75	319	822	419	848	1252	230	158	56	348	416	874	1320	285	726	
443	Five Nights at Freddy's	525	466	466	888	1261		84	462	180	462	962	1328		632	522	929	162	497	946	1303	265	653			544	168	130	155	617	1076	
444	Spanish Thesaurus	742	1082								228	630	1007	1308	302	650	1018	1303						269	604	891	176	582	978	1402		
445	Duet Game						628	1076	157	366	919	1293	189	627	1007	1346								229	471	430	852	1239	269	179	553	
446	The Impossible Game					225	577	1027	1390								207	437	431	60	433	517	1002	1410			192	134	143	553	1086	
447	Dictionnaire Espagnol-Franç...	1092	1410																				241	621	1041	1308	128	460	198	175	625	1078
448	vMEyeCloud		250	427	883	1293		305	660	974	1418				235	493	442	893	1254	595	195	510	900	1278								
449	Anatomy Quiz																															

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
450	Comprueba tu cupón												358	710	211	570	1145	1419						348	760	1047	1413						
451	SPL-T																																
452	Splashtop Personal - Remot...	333	438	920	1287			285	701	1085	1368							195	556	167	521	189	575	1101	408	916	1265		120	118	508		
453	Audio memos - The Voice R...	589	483	957	147	485	83	445	961	1335	135	496	181	454	926	1253	84	51	64	74	422	879	88	57	72	369	155	523	221	164	467		
454	Smart Crop																																
455	Astrá				96	455	926	1315																									
456	Scrabble™				239	577	986	1361								236	528	837	1251														
457	VesselFinder Pro	779	1122	554	1032	1384							289	594	210	135	462	812	470	909	1258	295	700	1124	1384		605	1006	1427	186	561		
458	InstaLogo Logo Creator - Gr...				255	643	1042	1449						555	999	1343				231	587	984	219	603	889	175	581	211	605	243	617		
459	CamCard - Business card sc...	237	539	184	510	492	945	1329	613	141	78	444	119	346	865	1233	193		438	473	885	570	1029	88	87	100	425	878	1318				
460	2XL Supercross																																
461	Virtua Tennis Challenge	694	1027	1423	247	592	1002	1374						602	984	1324			199	433	855	1247	226	552	841	1232	216	162	165	559	1038		
462	SlowCam - Slow Motion Vid...	723	1063				263	666	1052	1340	235	590	922	239	145	448	798	1222				630	1064	505	872	1255			295	725	1145		
463	Kinectimals	211	512	976	1326																												
464	Five Nights at Freddy's 3	1276			108	122	125	411	940	1307	190	168	417	414	62	342	838	1211		473	1079	1344	548	926	539	1063							
465	Voice Recorder Pro - record...				291	655	1072	231	731	1114	1397	677	1051	1349															328	794	1211		
466	Bike Fast Fit	831	1172																								620	994	232	779	1257		
467	Fit Men Cook - Healthy Reci...																	530	970	530	1028	1392					272	668	1016		771		
468	Snow Bros	229	587	1035	1397		52	115	392	519	937	1290																					
469	GoKeep+ for Google Keep																																
470	Toca Hair Salon 2						242	624	205	480	997	1358						443	889	274	139	122	512	979	1260			282	704	1121			
471	Guasapp jaja:Bromas telefó...	94	32	42	31	101	479	91	119	418	86	115	432	102	126	429	92	105	83	46	34	84	177	130	1115	28	25	140	242	63	38		
472	ToonCamera				242	98	476	930	1365						197	164	513	922	1214	191	551	924	1300			194	524	925	1356				
473	Carrot Weather - Talking...		280	688	1060	1415																											
474	Fake Location	84	404	451	882	434	475	186	495	949	72	441	893	168	159	524	930	1221	498	950	202	142	529	992	1270			300	134	519			
475	Slow Motion Camera Extreme		686	1107	1440			671	216	569	1018	1457		236	674	533	438	793	471	911	1260			636	373	418	845	1247	626	1220			
476	Travel List - Trip Packing an...									298	589	1078	1424																329	793	1212		
477	Cleaner master for iOS - Re...	172	481	102	439	107	484	190	163	507	421	50	112	391	521	171	4911	829	1235	266	147	550	515	984	155	127	369	478	101	569	177		
478	Touchgrind BMX	1079	213	572	945	1306								583	966	465	941	208	534	843	1256						528	929	251	700	1017		
479	Talking Pocoyo				246	591	1000	1372		250	513	998	1359																				
480	Ricky Carmichael's Motocro...	1099	1417		250	594	1005	1377															250	562	850	1238		256	187	563	1041		
481	GPS Kit - Offline GPS Tracker	706	1042	1436					255	523	1008	1365										247	632	1053	1321								
482	Photogene	350	674	1091	1421			720	1103	1383												678	1112	382	742	1154							
483	Exploration				287	653	1071	1436	186	533	888	1342											692	1122					326	789	1207		
484	Notes Note-Ify: Colorful not...																						723	1119									
485	Move to measure - Flying R...																		452	901	1263												
486	Angry Birds Space	1071	1370			579	975	1369				212	553	880	98	457	880	1178	1248			216	136	519	978	1256			272	689	1108		
487	Bridge Constructor Stunts							397	835	1160																							
488	Tomb Raider I	263	613	1032	1369			176	436	807	1278																536	915	227	677	635	1087	
489	My Movies Pro - Movie & TV...					671	188	560	219	572	1028							532	977	1355	283	148	534	997	1280				94	128	513		
490	Flyskyhy							785	1170	1451						321	682	993	1395				736	1168									
491	iHandy Translator Pro	152	116	417	445		451	916	1357	581	901	1350				466	883	1180			548	920	1298	596	34	58	350	802	1199	250	695	1113	
492	KAYAK Flights, Hotels & Cars							259	595	907	1356									507	916	1274	155		431	768	1179	512	926	596	231	478	
493	Diptic		582	1009	518	172	551	989	1378				459	820	1254				72	371	847	1218						245	643	232	607		
494	Castle of Illusion Starring Mi...																																

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
495	Super Slot																															
496	Streaks																			267	688	1064	1432									
497	Punch Kidd														346	722	156	490	1061	1417				149	378	355	805	1203				
498	More than today widget - ...																															
499	Night Sky 4						581	1030	557	176	535	961	1233																			
500	iZip Pro for iPhone - Zip Un...	363	693	1115	531	180	566	96	502	955	97	466	78	33	75	440	874	158	502	492	898	1284				585	472	494	552	1092		
501	FileExplorer														692	1104	521	970	202	689	1113	232	719	1071	315		809	324	700	1261		
502	Sky Live™ - Clear Dark Night	752	1095											310	668	1032	1317	223	606	978	1347											
503	Lifeline 2					355	805	1249							356	740	1051	1456					747	1043	1412							
504	Things	1067	538	1008	1317	224	591	988	1405			86	458	819	1253	97	103	89	398	864	1236				178	508	882	1261		294	657	
505	Settle Up - Group Expenses		640	1056	1393	256	115	483	985	1354			152	428	908	206	100	352	839	1236	210	657	108	381	338	149	486	916	1343			
506	YoFormulo			658	207	553	1060	1425										444	157	512	930	1337		200	136	381	851	1297		166		
507	Mushrooms PRO - NATURE...	354	683	1100	529	1016	1405																									
508	SneakyPix																									621	996	1357				
509	ECSI																															
510	Wrist Sudoku																															
511	Notability	302	609	408	852	518	176	537	1064	1362								179	525	62	438	889	1312			210	557	955	1380			
512	ProTube for Youtube		667	1084	224	449	161	81	47	199	475	130	487	150	563	509	918	1226		246	146	547	186	494	360	413	118	126	151	153	527	
513	The Sims 3 Ambitions	83	93	205	157	491	84	64	116	416	395	933	1294	486	937	1290	527	836	1250		218	137	453	156	387	841	1170	234	633			
514	SamCard Pro-business card...	599		474	899	1272	218	600	1049	1410		220	62	164	567	989	1328	448	163	127	97	516	1001	87	317	108	65	59	486	1043	213	
515	AB Math - fun games for kid...	300	605	188	522	967	1357				140	501	491	398	890	450	878	1186									555	502	219	660	1104	
516	Friend Blender HD - Swap...	309	617	1036	1372	444	918	1307	253	461	825	1290			635	452	801	1225	191	565	186	572	1073	131	427	851	223	620	1161			
517	Tengami																															
518	3D Animated Emoji PRO + E...	531	943	1353	1400		262	643	101	34	96	60	425	807	1246	1348	230	330	821	120	484	915	113	385	738	1150	130	509	557	1091		
519	AfterFocus	1436			249	133	504	947	1381				147	900	100	469	886	1183					618	1054	1447					307	675	
520	Juxtaposer	126	434	917	1284			664	144	425	951	1324	188	620	517	924	1217				562	958	1368						319	689		
521	My Scans Pro - best documents...	178	80	396	21	25	108	436	956	74	91	119	58	343	184	549	935	164	35	391	835	1236	1396	49	282	775	183	114	533	1071	217	
522	Howjsay English Pronunciati...																															
523	HoPiKo										344	767	1083	1440															531	1069	583	
524	Baliza Track Live										797	1188						621	172	535	125	481	977	1395								
525	The Sims 3	227	425	170	76	131	442	180	580	984	468	982	1315			586	954	1241	131	481	890	151	115	386	726	450	449	123	540	1074	220	
526	SMS Smileys										661	1035	1331																			
527	Legend of Grimrock	663	1166																													
528	Superbrothers: Sword & Swo...											617	948	1341										236	492	913	1262					
529	Domino Drop		**				***																	270	563	985	1330					
530	Parkit - parking location and...																															
531	KAMI																															
532	Out There: Ω Edition														709	1072	1354						311	723	1143	1400			330	797	1214	
533	Strata																															
534	Classic Calculator M1																															
535	Angel Bike	311	620	1039	1374								212	167	520	927	1219			220	142	544	1017	1419		227	601	1051				
536	Runtastic Cardio Pack - Runn...				149										83																	
537	Angry Birds Star Wars	608	983	419	87	431	906	99	467	935	1251	541	942	1227	103	464	423	782	1208					233	529	818	1218	392	856	1299	280	645
538	CoPilot Iberia - GPS Navigati...		249	436	864	1246																									327	702
539	MapsGPS for Pebble - Smart...	200	509	78	416	878	1291									222	465	910	1293					230	472	431	854	1241				

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
540	Rory's Story Cubes	1356														593	900	1305														286
541	AmpliVision. Lighted Magnifi...														246	332	824	1222														
542	Fungipedia	1181	220		288	452	925	527	206	553	1003	1446															662	580	1106			
543	80 Days	789	1131										654	983	1372													306	748	1228		
544	WaterMinder® - Hydration Re...		273	674	1046	1397		678	1123							253	524	967	1345				290	645	374	830	1191	238	747	1230		
545	Decked Builder																							249	526	947	1295					
546	Kiwanuka																															
547	Terraria	722	1060	543	199	543	1016	549	1067	1425				166	127	381	754	176	540	950	322											
548	CarAppraisal			231	572	966	557	1013	1421				53	51	110	518	938	1295						573	864	1248		262	669	1149		
549	Sorcery! 3																															
550	Rules!	657	1098																								249	629	232	272	164	
551	Cut Paste Photos Pro Full Ed...	573	965	200	548	1017	1403	671	1044	1342	325	150	97	113	412	874	1238									579	957	1325				
552	Funny Veggies! Educational...	795	1138			279	696	1094	71	428	801	1276	218	601	76	441	875	1176				314	481	957	1241		665	581	1107			
553	Desafío Champions Sendok...	176	90	104	407	872	1282	1401	108	463	826	191	549	159	155	523	931	163	499	951	1306	269	162	461	789	1191		119	208	585		
554	Slow Shutter!	653	1080	207	591	984	1374		686	1070	1355								597	970	1340				224	583	979	1401				
555	Smart Merge Pro - Cleanup...	649	1061				262	1175	522	877	197	548	424	904	1259					242	629	1063	1454	188	533	912	1286			267		
556	Videoshop - Video Editor	1023	1357	425	866	1247						619	503	861	560	180	486	888	55	414	846	1241			473	158	502	99	44	85	61	
557	hocus.			312	697	1114						308	135	40	49	50	88	23	47	424	880	1310						320	590	1056		
558	VivaVideo Pro - Powerful Vid...	1417		151	485	923	1322	572	220	573	1035	203	669	999	1387									262	139	49	133	514	1001	268	485	
559	iParking Where is my car?											307	716	67	481	83	56	152	95	80	109	523	102	77	99	345	798	148	161	618	188	
560	Video Saver & Uploader-Sav...																															
561	Cardiograph: Heart Rate Pul...						267	458	821	1288	225	131	535	948	1292																254	
562	Data Counter - Universal Dat...		625	995	204	642	208	501	189	371	921	1299	490	998	218	135	128	425	152	72	484	975	1393		552	169	540	1066				
563	InstaSaver Pro for Instagram...																															
564	Scan - QR Code and Barcod...			260	135	509	953	162	505	167	141	495	851	1277					531	485	893	1274	228	586	120	354	419	190	79	554	128	
565	Marinus: boating rules ColRe...	617	993	1389	546	964	1356				229	148	116	527	172	120	121	418	878	1250			220	135	424	848	1234	619	1148	613		
566	ToonPAINT	1077	1398		222	586	982	235	586	902	1351						171	504	914	1270												
567	Yomiwa Offline Translator...									291	756	1123																				
568	Car Radio Code for Renault...								310	761	1186																					
569	Popcorn Films - What's the M...	1237	561	1163					340	664	1146					779	1140	1423					340	735	1027	1398			886	1293		
570	Compatibility Drugs		277	662	1053	210	697	1146	574	1037				349	155	466		366	845	1227												
571	Video Browser, Player, Strea...																															
572	myLightMeter PRO										263	635	965	1356										201	137	471	908	247	169	558		
573	Over	182	411	118	63	34	81	74	99	447	820	1287	224	130	534	947	1291	430	887	126	486	911	1330			511	889	1265		298	159	
574	Ski Safari: Adventure Time -...									259	527	1012	1368				565	875	1281						184	526	904	1278	667	239	479	
575	RÖDE Rec	1069	1380			259	462	969	1341		641	508		152	562	968	1302	483	928	1311	258	660	1093	508	898	177	587	985	606	1178		
576	Pocket Anatomy - Interactive...																															
577	Photon Flash Player for iPhone	532	175	522	906	63	233	164	81	109	107	422	159	444	525	941	1293					96	464	525	449	931	389	821	189	555	1032	257
578	Jtube -- Playlist manager for...																															
579	iTheme - Themes for iPhone...	260	103	159	112	876	1285										530	373	158	512	908	1268	116	387	727	1140			291	652		
580	Filters for iPhone and iPad						289	709	1091	1375		627	958	246	675	1038	1323												762	155		
581	SuperCam_Pro			233	576	425	908	1300	252	621	936	144	191	471	975	1324								221	458	889	1240	589	1040	270	680	
582	Private Photo Vault Pro - Saf...		677	1095	1428																		701	1125	1383		650	1096				
583	Web Video Downloader	422	772	1186	151		494	192	135	130	416	171	522	878	1290	748	1105	1395				318	752	541	1003	1285	191	146	518	1005		
584	News! Plus Español																															

n°	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
585	Tempo - Metronome with Se...											249	528	970	1318							1313		219	455	886	1237				160	
586	Epidemia	1081	1400			225	592	991	1406										197	538	937	1350	213	438	866	1221				251		
587	Darling						362	839	1217																							
588	Ultimate Food Value Diary - ...																															
589	[The Sequence]	1307																														
590	Fake Phone Call - Get out of...			353	762	1183																										
591	Twinkl Alphabet Cards & Let...																															
592	music.mp3 pro - Free MP3 M...																															
593	New Emoji - Extra Emoji Stic...								662	978	553	1021	1321	313	674	1037	1322	559	966	1322								285	709	1193	229	
594	Chromakey Camera - Real Ti...																															
595	PAUSE - Relaxation at your fi...	1040	124	426	448	160	537	973	233	664	984	1426										291	696	1120	1380							
596	Adamant																															
597	Truck Simulator PRO 2016	605	127	97	402	870	1283	233	187	440	811	138	551	40	58	84	89	294	396	866	1226			639	928	1306			770	252	158	
598	Quit smoking - QuitNow! PRO	210	510	125	457	901	1312		283	97	102	61	79	357	507	931	63	91	100	110	473	909	557	440		459	455	892	1339			
599	Stickman Base Jumper																															
600	Tap Battle Edition for Dragon...			653	1026	1377		297	717	1098	490	1053	1402		319	686	898	1196														
601	LightSpectrum Pro																															
602	Callcorder Pro: Call Recorde...	1150			607	178	561	1053		275	555	1043	215	564	542	956	1305	169	379	852	430	886	1317	206	493	159	505	988	1408			
603	Super Sharp	833	1175											631	1078	1414			626	1033	1387							334	528	614	524	
604	Lirum Device Info						711	1162			706	1077	182	174	536	942	1232													842	1255	
605	One key video downloader	675	1199		698	511	969	154	489	944	123	103	476	88	504	503	916	1211					315	697	1000	1371				362		
606	Synctastic for Google - Sync...				303	380	1098	159	569	994	1297			612	548	959	80	323	150	509	485	532	1013	1425	172	599	976	1338		372	169	
607	Motorsport Manager	1128	125	435	865	192	574	206	603	208	484	1025	1380		264	404	769	1199									169	572	1100			
608	Carnageddon						258	656	1044	1334	231	583	917	237	472	890	1188															
609	1 Second Everyday: Video D...	1109	214	589	963	541	1011	547	209	156	434	959	1323					454	900	1283			258	576	366	153	489	914	592	1152		
610	Zolper Premium SIP softpho...		278	681	1054	1406	96	466	973	1344				240	679	1056	1391										242	623	1024	1443		
611	Spring Cleaning 2	545	472	950	148	489	950	1351					694	1028	1415			565	1007	1385	303	150	538	1000	1283	190	650	213	177	644	466	
612	Bomberos Test Exámenes		306	734	1107						278	752	1124	183	709	1083	1417						318	705	999	1365				856	1271	
613	FBCV - App Oficial				687	1079			760	1088	556	1120	1415							299	702	1089										
614	Red Johnson's Chronicles																															
615	Planes Adventures by BUBL																															
616	La Alhambra Official Guide	264	638	1057	528	501	491	68	121	123	109	477	176	458	930	1265				596	181	108		424	765	1170						
617	Age of Zombies ™			586	960	202	611	1009	1418	611	178	438	888	1212				178	522	929	1286	139	523	987	1263							
618	The Survivor: Rusty Forest																					324	739						767	1243		
619	NBA JAM by EA SPORTS™				240	132	500	943	159	502	860	1319										227	597	1019	1295			634	1118	147		
620	IDMSS Plus	591	979	201	80	426	65	488	987	221	137	132	492	850	227	578	74	100	406	56	432	885	1313	526		475	910	1285	318	687		
621	Real Racing 2														235	525	834	1249														
622	Cook'n Thermo: Recetas par...	79	384	755	1188		543	942	217	551	840	1231																			258	
623	The Adventures of Tintin: Th...	560	466	952	1310			262	593	909	1358	559	887	1299					508	917	1275		237	538	827	1224		246	644	1126		
624	Video Rotation: Flip and rota...	170		470	894	1289											258	544	170	531	186	585	1128		533	117	448	895	595	1113		
625	The Mesh											614	994	1295																		
626	Aprende inglés + 2500 pala...	293	597	488	886	1259		250	638	520	875	1328								444	168	550	1010	1262								
627	Pixel Cup Soccer			689	1064	1418	302	25	43	82	65	64	41	37	117	490	426		466	908	1253		281	112	54	63	386	853	1305			
628	Footpath Route Planner - Ru...				727	1163																										
629	TuneIn Radio Pro - NFL Audi...	201	499	959	1307	560	984	534	1014	1358		211	552	154	559	964	1288		370	846	1214	1296		528	817	1174	391	855	240	665	537	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
630	645 PRO Mk III	710	1046							18	36	186	160	445	93	449	152	399	875	175	552	182	568	1054	158	521	900	1274					
631	Health Importer																																
632	Alto's Adventure	45	185	529	194	527	130	137	238	163		50	99	424	139	478	163	387	757	1189	538	934	1307		555	845	1235	397	92	481	199	579	
633	Assembly - Graphic Design...																																
634	xTube - Playlist Manager for...																																
635	Disney Karaoke: Frozen	733	1072								223	152	504	862	1280																181	66	
636	Playtime with Blaze and the...							350	742	1061				362	750	1111	1392						311	679	967	1341							
637	Calculator Easy HD										564	1052	**			***																	
638	The File Converter - Convert...					647	1064	1428		282	568	1058	1407																				
639	Veditor - editor de video aña...	105	422	912	1278	216	462	136	481	128	415	948	83	367	512	934	1287	146	449	898	200	135	87	58	74	373	78	453	965	91	468		
640	Dust: An Elysian Tail	912	1254			443	832	1293																									
641	Weblock - Adblock for apps...					668	1084	1445	111	415	152	522	933	1252						251	136	499	1396			240	619	1019	1438	368	775		
642	Spider-Man™: Total Mayhem											579	959	1269		237	529	838	1252														
643	SpongeBob Tickler		220	552	943	550	987	1404				214	557	885	230	592	960	1246		549	922	574	1046	1440				243	182	630	1083		
644	Metal Detector!																												266	680	1162		
645	Dr. Panda's Restaurant 2	776	1118							693	1007	1447					140	388	863	1261		298	705	1130	1388		606	1008	1428		755		
646	Disney Karaoke: Descendan...	1255	563	1169	535	1097		110	513	959	1267												376	787	1083	1443		752	1200				
647	Simply HDR														276	606	977	1263															
648	Voice Translator with speech...		337	746	1138																												
649	Chueca Mobile Gay								280	117	406	476	906	1242		263	575	381	855	1250									678	1159			
650	Cloud Baby Monitor = Video...					249	631	1033	1440							268	582	127	424	881	1252												
651	Spy_Watch																																
652	EasyDocScan OCR + PDF...																																
653	Shadowmatic	184	486	961	511	935	198	458	965	218	136	428	165	353	469	493	910	1207	495	931	1287		157	371	719	364	813	1211					
654	Mad Skills BMX						247	460	967	1339																							
655	Elhuyar Hiztegiak offline			615	984	1341										298	642	1011	1296	536	944	1299	263	652	127	351	811	1182		735	1155		
656	SkinneePix		279	152	487	924	1324	240	763	1149	1429																						
657	Lux Light Meter -lux measur...							188	536	889	538	951	1259														260	648	1049				
658	Kero Blaster																																
659	Recetas Thermomix	648	1048			599	1009	1381						246	525	967	1315	214	449	895	1279		252	567	856	1241		258	662	1143			
660	Final Fight	707	1043	1437			91	457	963	1337				278	612	982	1268						620	192	501	852	124	461	492	988		640	
661	NBA 2K 16	26	59	26	38		153	127	205	94	14	56	19	31	55	421	868	157	46	402	155	558	1018	70	94	114	440	490	104	203	43		
662	Minecraft: Story Mode	31	19	29	1145	43	206	56	53	239	382	469	902	169	64	197	65	309	813	119	121	120	85	366	715	1137		630	33	18	35		
663	Oceanhorn™	198		80	394	410	77	116	521	186	121	87	460	817	213	577	173	140	358	841	82	497	986	191	420	879	1232		655	1135			
664	BANG! the Official Video Ga...	1115					264	667	1053	203	609	990	1291									243	631	1065	1455				265	516	1058		
665	Touchgrind X-Sports Bundle																			117													
666	My Jump	1196			657	1048	1435				257	74	415	138	553	958	190	433	964	183	453	900	209	74	98	346	790	1198	1435	366	498		
667	Vocal Translate - does recog...													310	635	1081	1418					310	734	1163				90	472	976		242	
668	Notion																										299	739	1142				
669	Live GIF	258	567	500	1189	533	978	542	1115	229	146	407	878	1203	1368		247	518	959	1340		110	84	101	331	167	132	145	558	218	603		
670	Pregnancy ++			298	696	1088													271	695	1067	1428				77	408	867	1311				
671	File - Best File Manager...	57	95	106																													
672	IP Cam Viewer Pro	110		457	453	895	535	970	230	79	83	455	169	122	148	124	432			122	479	77	471	971	1389	1312	129	67	448	108	568	514	
673	BMX Streets	627	1003	1402			349	795	1243															794	1087	1448	707	1110					
674	Syberia (FULL)						95	465	535	974	1280	71	414	801	1009	1353	406	771	177	542	994	1362											

nº	App name	NOVIEMBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
675	Downwell		568	1085	1439											156	467	816	1237			294	711	1142				246	107	146	41	33	34		
676	Super Barista																																		
677	iPrimitiva					238	166	554	987	1288																	518	897	1271						
678	EvoCreo - A Monster Captur...						339	796	1178																										
679	Mood meter - building your...																															890	1298		
680	TextGrabber - image to text...	1087	1405				600	202	167	518	873	1327			201	601	983	192	150	341	837	81	107	497	970	1252									
681	Football Sports All Leagues	72	392	896	1267	13	87	448	970	1342														58	18	44	144	361	35	192	589	226	599		
682	Backflip Madness	530	942	1352	523	969	559	1022	241	65	188	550	986	1288	106	473	891	1189			214	445	890		439	769	1185		166	48	42	73			
683	Test Motocicleta - Autoescue...				283	649	1065	1430	319	691	1008	202	462	831	1263							638	1010	1375				580	959	229	733	1216	624		
684	Runtastic Squats - Workouts...					239	617	1018	1426								455	899	1282																
685	Tap the Frog	1409											198	596	978	1319								241	544		469	887	225	649	1130				
686	Sports TV App	757	1100		610	504	962	1343								237	495	940	1321	603			178	482	791	1195						107	450		
687	Satellite finder - Satellite dis...										281	668	994	1383									282	698	201	517	937	1314				369	778		
688	Repulze					692	1139							347	722	1084	1366														765	1242			
689	My Maps for Google Maps ™																																		
690	llovecraft (H.P. Lovecraft Col...	21	50	76	33	144	525	195	132	483	849	533	186	460	1031	1384		210	599	1009	1363									41	68	545	125		
691	myTubes HD - For Youtube B...	36	27	34	42	30	41	60	34	60	69	65	74	48	149	51	150	57	73	39	128	76	54	66	35	35	83	62	492	97	91				
692	BADLAND	262	602	1026	1363		243	608	492	945	369	920	1297		165	126	435	791	180	539	938	1309				205	546	946	600	632	1085				
693	Clean for IOS - Clean & Re...	173		459																															
694	Graphic - vector illustration a...	574	620	172	143	488	949	1348											649	1057	1409								178	64	96	110			
695	RollerCoaster Tycoon® 3	96	158	499	9114	1285			314	121	351	1160	131	407	92	420	144	131	427	114	476	531	1012	1422	422	435	446	196	508	1055	588				
696	Free Music Video Player for...																																		
697	Learning the Alphabet in Sp...		750	1174																667	1073	528	1086		701	996	182	145	450	962	1434				
698	Weather Bundle - Forecast...																																		
699	Syberia 2 (FULL)		570	512	923	1294			790	460	62	183	463	933	1272	623	930	1333			280	701	1141												
700	Grand Theft Auto: The Trilogy										126					88																		140	
701	Artemis Director's Viewfinder					256	169	493	946	1256	442	894	1216							548	957	520	980	218	601		478	930	1302		743	1164			
702	Sleep Talk recorder	524	939	1345	1375		624	210	563	952	1395											641	1077	198	470	429	444	891	1338						
703	Ejercicios y test psicotecnic...	1424						273	553	507	928	459	931	1267						219	134	492	919	1335						699	1181				
704	Runtastic Push Ups PRO: Wo...			576	470	907	1306	569	1039	1402		586	968	1273			209	327	147	505	909	1270		546	835	1228									
705	1080											292	596	1040	1379									633	926	1301							299		
706	Learn Japanese with Tako...	540	947	1355									134	546	508	161	411	878	1262	620	1015	1425								736	249	623			
707	Tiny Wings	71	389	893	1263	199	581	977	1400		502	492	917	1228	578	970	36		459	478	883	202	583	1015	1257			562	224	87					
708	Pano																																		
709	Boxer Pro	1147																						273	146	371	828	495	202	594	1184				
710	Distilled - The Ad & Content...	321		639	504	918	1288		730	1049																									
711	Virtual Trainer Suspension											2272	562	1007	1352			193	555	489	479	171	558	1011	1272										
712	iChant Gregorian																																		
713	TOP APP Productivity Pack																																		
714	Web.TV Remote	213	515	978	1329	568	1047	1412		169	442	966	1334		309	673	458	808	183	130	495	920	215	139	370	827	1185	85	500	1050	215				
715	NOAA World Radar - Rain, H...	734	511	975	514	487	947	1335									472	917	1300			651	1085												
716	Spyglass		235	579	954	1313			634	1022	1315			514	956	1305						544	943	1355			200	537	500	193		483			
717	OldBooth	161	474	946	1309	215	584	980	596	203	59	75	440	816	556	179	484	825	1213		219	600	1036	1432			206	565	1016		245				
718	HiFolder Pro - keep lock priv...																													698	1179				
719	Duomatic - The Double Expo...																																		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
720	DNA Play	624	1000	1399	1155	430	911	524	1023	1379		746	1126	1432																		
721	AeroWeather Pro	238	430	173	504	936	545	1028	1436																							
722	Mindfulness Bell		261	642	1016	172	264	173	566	200	132	131	488	151	81	443	148	134	430	882	1255	596	1099	201	499	921	1271	632	1078	273	738	
723	Premium Music Search Pro f...																															
724	Eguraldia																															
725	Justicia test examenes																															
726	MemoCal mini			257	164	428	909	1302										443	894	1257					324	146	483	918	1349			
727	Food Additives Checker (E N...			620	991	1347				648	964	1406												232	480	902	1253					
728	InstaMail Photos and Videos			235	579	973	1362						587	920	1320				208	437	857	196	588	1065	1332					688		
729	FlightBoard - Live Flight De...	1044	156	482	898	1271		595	1044	1405											233	615	189	498	842	471	165	153	498	1049	214	
730	Voice Translator with Offline...	496	858	1313	550	978	157	531	165	99	52	409	111	116	136	53	32	84	376	183	587	126	101	185	145	412	876	1317	236		49	
731	48H Open House BCN																															
732	Billetes de euro. detectar lo...		285	700	1082	209	746	1168																								897
733	Neo Monsters	537	468	947	215	565	186	556	1094										263	685	1058	495	992	1403	425	974	1319				790	
734	Brothers: A Tale of Two Sons	257	566	1049	1388																								355	190	568	
735	Safe +		134	440	449	476	944	1325	255	687	1010	1451					249	333	825	1224	51	99	442	411	755	1155			317	780	1200	
736	GOSTS'N GOBLINS GOLD					231	590	1038	1400				237	502	945	1296											531	206	598	1129		
737	Table Tennis Touch	631	995	534	935	1278			654	970	1412				659	1026	1311				30	130	517	168	399	848	1184	277	693	1175		
738	Frozen: Storybook Deluxe...	588	978	1382							240	594	927	1325									30	130	517	168	399	848	1184	277	693	1175
739	Delete Contacts Fast - delet...					610	1007	239	609	432	957	1320								70	435	856	1248		81	99	113	444	957	1433	227	
740	Documents to go Premium...																					234	608	1029	1300	198	533	933	1361		659	
741	Fast Player Pro 9 - Multi-form...	97	413	907	1279	129	524	140	151	499	865	143	497	855	1293																	
742	Evel Knievel	1179	1383																													
743	World Conqueror 3	544	948	1356				175	573	998	477	178	530	1017	1411		676	998	1401			312	161	540	1002	1284		287	697	1146	677	1250
744	Hola Jesús! Rezar con los ni...	809	1147			675	1093																									
745	LUCID by Perfectly Clear	231	140	392	846	188	564	210	86	439	810	1281											315	740	1180					871	1284	
746	Photo Lab PRO editor: face p...	614	492	960	219	564	1001	1373				591	973	1277		245	57	348	834	1230				244	142	295	401	833	1223			
747	Pirlo Sport Football	1013	1452																	640	1012	154	461	942	1225						497	
748	Keyboard Themes - Custom...		779	1194				834	1223				335	685	1126		283	600	1042	1423								316	749	1196	680	1302
749	The Beggar's Ride																															
750	Touchgrind Skate 2	245	552	1042	1379	620	510	954	498	948	1263	210	595	928	1327										90	322	791	1158				
751	iRecorder Pro - Audio Recorder																218	458	904	522	952	1324			222	461	892	1243				
752	Green kitchen							701	448	971	1339	192	671	1051	1386					641	1013	1377	714	183	411	438	447	894	1350			
753	TripRoad Pro																															
754	Heads Up!	595	188	418	446	474	483	933	593	1006	471	499	484	849	225	461	155	95	403	55	100		131	412	754	94	423	191	507	608	1070	
755	Toca Tailor													110	424	867	1172	1293			1172	844	1076	1471						1459		
756	Pregnancy Progress: baby jo...					683	1082											208	586	992	523	190	576	1133	1390							
757	AppMaldita: Libro de terror l...	853	1197			321	722	1177	578	1070		314	644	1094	1436			577	1017	1395											348	
758	Pixelmator	1045	70	168	502	934	203	597	1046	155	116	485	911	1234	255	604	444	306	144	417	847	1239				75	1	1	3	8	26	
759	Interlocked					333	189	537	891	1344																						
760	Earn ti Die 2	1176	219	150	138	113	127	441	960	1333	208	670	1046	1345																796	200	
761	Star Wars Journeys: The Pha...																															
762	Idownloader (Internet Down...	1419		294	693	73	434	433	955	1332	77	450	98	385	883	1248			223	631	1050	1405					692	1088		364		
763	Toca Life: School	10	11	25	30	45	38	41	55	80	365	463	435	60	84	111	421	781	1210				317	166	468	355	817	1194		755	642	1093
764	Living Earth - Clock & Weather		573	1001	1346									233	495	938	1291	126	372	849	1241			595	1018	1294	73	372	846	1295		





nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
765	Network Multimeter	254	99	410	86	432	913	1308				246	605	117	529	504	917	1222		232	589	187	464	162	302	783	482	201	593	1174	225	
766	Lumino City	8	10	6	9	19	47	58	67	137	73	97	470	389	73	438	872	132	68	440	861	15	23	73	97	344	414	873	109	576	180	
767	Please, Don't Touch Anything	232	536	997	1335									269	492	920	1274															
768	Air Video HD - Now with mul...	162	402	901	1271	1319				612	928	1373								569	489	918	91	217	453	884	1235		289	714	550	
769	Gallery Doctor	1401				306	735	1137																					401	906	1318	
770	Audiobooks HQ - 9,750+ FR...	1355		257	408	899	215	500	131	355	461	173	94	143	123	431	786	1221	541	954	1326				534	913	1287	189	634	465	881	
771	Elder Sign: Omens	658	1120		116	471	939	1324																				435	954	259	625	
772	IBEX Bolsa de valores PRO	163		471	895	195	577	1103			613	1105	1457					224	628	1037	1390				220	624	998	1361				
773	Fake Call App	1038	1369			698	1117			320	626	1117				317																
774	PDF Scanner - easily scan b...	259	569	1144													685	989	1388						567	990	1335	693	1142			
775	Heart Rate Variability Bundle																															
776	Printoo	1402																														
777	Street Fighter II Collec...	1422				582	991	225	505	951	124	426	482	847	223	136	143	196	421	151	509	177	554	174	397	863	1173		698	543		
778	Vampify - Turn yourself into...	56	133	437	867	1248					232	642	199	480	1022	1365													289	723	248	622
779	WeightCalculator - Check yo...	549	951	1376																												
780	Next for iPhone - Track your...	1017	1352	562	204	550	511	955	1387													583	979	1388								
781	Fotor HDR - HDR Camera & ...	1019	210	427	868	523	497	938	1389			252	105	165	82	418	863	313	812	1213	211	659	1091	507	369	826	494	917	1345		723	
782	MoneyWiz 2 - Personal Fina...	612	189	138	133	421	905	217	615	210	487	1031	1386					192	378	851	1223							23	78	228	146	
783	WinZip Full Version - The lea...	593	64	47	100	460	480	187	586	1007	197	153	442	818	1250	579	1017	1302						533	770	1192	515	101	127	119	126	
784	Forvo Pronunciation	1021	534	994	1324			268	671	1056	1343									582	956	210	649	459	787	1187						
785	CameraSim for iPhone	774	1116																237	633	1004	1368						293	725	1208		
786	Settle Up Bundle																															
787	Lost Within	89	145	394	404	462	934	1312				268	463	832	264									255	538	961	15	50	59	52	144	
788	Slingshot Racing	91	407	903	1275	1342																										
789	Burbusters Phrasal Verbs	108	53	127	131	481	951	1353																		316	757	1157				
790	Battle Supremacy: Evolution	24	48	178	154	429	910	218	617	1102	1381		645	984	249	733	469	818	1240		91	507	993	1404						803		
791	Octodad: Dadliest Catch	63	47	174	507	940	548	149	540	982	1300		306	628	1095	1456													421	943	1350	
792	Viewer for D-Link Cams	548	950	1366																												
793	iFaces - Custom Themes an...	556	968	1371			731	1169			723	514	872	229	463	428	303	809	1215	1367		750	472	798	1205			197	643	1094		
794	Wauoo Tools					75																										
795	Phone Finder - Find your iPhone by...	73	394	898	1269	211	730	1139	249	746	1060																					
796	Kingdom Rush Frontiers																216	456	901	1284									671	1153		
797	Call of duty: black Ops...	87	42	38	62	412	901	216	165	514	870	1325		508	203	563	967	1253					155	449	350	806	188	160	564	221	597	
798	Lucky Craft ...	74	184	526	937	1296																										
799	InstaGood Pro photo editor-everything	120	82	397	176	516	963	1344				287	587	1036	95	407	772	1202		270	147		436	773	1198			730	1213			
800	DailyCost - Personal Finance		83	133	465	480	948	1341															271	609	895	1274					722	
801	Warmlight - Manual Camera & Phot...			36	73		112	135	150	224	380	49	50	38	119	27	52	65	94	30	20	11	10	7	22	57	129	503	555	216	62	
802	Viva Sancho Villa	607	989	65	409	463	936	1327																								
803	Til Morning's Light	536	946	70	108	466	164	532	1020	1373																	294	713	237	168	569	
804	Marisma		293	72	412	877	1287														313	733	1165							395	816	
805	WorldScan Pro - Scan Documents & ...			86	424	882	1290															257	642	1064	1331							
806	Save Contacts Email			87	426	155	532	197	594	209	486	1029	1384	551	994	216	584	891	1297	229	580	977	1387	598	886	1267			690	1170		
807	Dark Echo	121	112	110	44	126	516	960	1392				590	1045	1390									736	1157	1411			526	212		
808	Ver TV en directo			333	48	66	447	915	225	585	1077			705	193	505	1000	1419	703	1182	219	815	186	416	442	862	1252					
809	The Room Three				58	27	1	1	1	3	2	4	8	11	9	33	18	19	22	34	26	6	14	18	39	56	50	91	125	73	50	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
810	All Your Passwords			601	1025	92	442	916	1305										203	565	937	1308				451	882	1234						
811	Paquete embarazo +: 3 geniales...				93																													
812	Domino for iPhone			95	443	159	525	204	551	179	551	127	404	892	1261																			
813	Rawvana's Raw Recipes			98	100	121	491	989	1376	209	705	1084	1382		729	1091	1377		279	664	192	578	1170	1429							799			
814	NotMyPhone			99	459	931	1318																											
815	Pedi Safe - ICU, OR, ED Medications			81	460	928	1361							589	156	568	1000	1339																
816	Snail Bob			82	461	925	1362																											
817	Calendario Laboral España 2015 A...	405	763	1175		83	463	926	1363									583	1025	1398									371	862	1276			
818	Explain Everything™ Classic				730	86	449	975	1346			735	1112	1407																				
819	Bria iPhone Edition - VoIP Softphon...		132	432	862	1244	90	459	966	546	43	96	471	145	557	965	1296											224	593	1043				
820	Blackboard for iPhone and iPod - w...		628	1047	1383		92	461	968	1340													161	460	788	1188		272	686	242	615			
821	MotoGP Live Experience 2015	570	962	1365		93	57																											
822	Zoiper Premium SIP softphone - Vol...		278	681	1054	1406	96	466	973	1344			240	679	1056	1391										242	623	1024	1443					
823	RCOG Guidelines					97	471	979	1350																									
824	LEGO® Ninjago™: Shadow of Ronin™					76	31	21	56	154	76	49	339	137	499	94	109	411	873	1239	223	727	1153	1419					398	822				
825	Boletus	1151	126	438	870	1250	575	69	193	545	884	1338			276	600	906	1309		263	666	1097												
826	rop					***	86	49	215	60	106	187	359	877	1240	125	312	101	81	94	111	446	932	1226	126	473	171	497	206	476				
827	METAL SLUG Pack					97																												
828	Rowmote: Remote Control for Mac	185	146	452	884	1258	217	586	79	432	156	136	490	848	224	46	354	740	1177	1271				467	945	1229		211	575	1026	131	459		
829	AirWeb - Web Browser for Apple TV	751	1094	210	602	994	1383	282	88	437	808	1280											675	1099	1362	226	589	987	1409	3340	720			
830	House Design Pro	112	387	891	1266	1395		89	409	793	1273	1425		339	716	465	815	1236	543	1026	1385				531	954	1304	176	582	224	605			
831	Red Phone	1027	1360					90	110	402	937	1310											768	1187	166	615	991	1353						
832	Chili Fish						327	91	93	101	473	175	450	199	562	1062	1347																	
833	Sendokai Champions	1105			236	114	481	96	444	814	528	946	1238	279	423	865	1170	479	930	131	124	450	934	1222				117	133	151				
834	Sky Gamblers: Storm Raiders			569	961	1354	611	100	560	927	1372			280	613	983	1269			567	939	1310			183	523	901	1275						
835	AUTODEF		621	493	464	900		674	87	344	911	518	860	1278					250	503	498	971	76	378	820	524	1009	661	1152					
836	GoodNotes 4 - Notes & PDF	272	437	919	1286		281	694	88	379	927	1300							74	441	863	1251		235	490	911	193	623	1070	672	1172			
837	Simpler Pro - Smart contacts manag...							90	98	467	901	1223								247	636	1070	197	463	426	850	1237							
838	Confession: A Roman Catholic App							92	389	1106	1453																							
839	PrintCentral Pro iPhone/iPod Tou...						298	719	1101	75	413	879	1202	1351						609	1006	1412				572	951	1319		768	1189			
840	Mail+ for Outlook							80	447	890	1214																476	918	1290					
841	FreedivePro							82	454	168	448	934	1287			634	1048	1431					356	786	1101			374	864	1346				
842	SADE Video for Facebook	623	152	476	904	534	979	544	218	571	94	35	123	115	474	162	479	92	399	465	119	528	509	983	1278		266	470	973	68				
843	Shift Cal - CuadraTurnos PRO (Work...											32	31	79	500	927	356	340	397	149	5	539	104	105	334	151	487	308	525	213	74			
844	Guasapp Bromas Telefónicas											63	34	21	27	19	22	10	18	35	50	61	130	98	88	394	832	218	621	127	103			
845	Reyes Magos		584	959	1318				254	521	81	446	824	1257	230	554	863	478	926	1283		249	561	119	113	437	96	484	136	520				
846	69 Positions - Sex Positions of Kam...					236	131	533	971	1277	85	420	803	1242	1306	547	857	1268						557	847	1237	1219	583	1035					
847	Sound Touch	715	1053				256	651	1039	1330	89	421	804	1243	1322							251	637	1058	159	528	905	1279	670	1150				
848	Aha Bluetooth Tools										90																							
849	iMaschine 2											7	1	1	4	6	13	15	10	21	26	36	32	15	13	23	30	22	31	31				
850	Caveman										91	464	834	1266																				
851	This War of Mine											26	8	28	60	367	746	1185	1342															338
852	The Walk - Fitness Tracker a...											308	29	119	531	174	359	741	1180	1366														
853	Sun Seeker: 3D Augmented...		239	591	964	542	1012	1383		261	141	503	68	347	185	551	953	1216					159	456	73	337	795	217	602	1151				
854	Secret Photo+Video ...		586	1014	223	586	994	1367					87	371	510	86	357		457	887	1244		239	541	830	1226	396	188	588	1111				

nº	App name	NOVIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
855	Madrid Barajas Airport ...												88	378	878	1241																	
856	Myths of the World: Black R...											89	382	882	1245	519	1965																
857	Tee de Salida									335	903	1284	72	495	924	1277					349	770	1193										
858	Metal Slug 3					613	1011	602	1035	1326			73	484	913	1269								218	454	885	1236			308	676		
859	AlienMobile+												75	494	922	1276					338	774	1206			284	703	1104					
860	2015 CDC STD Treatment...												76	497	925	1278																	
861	Stellarium Mobile Sky Map	543	995	1325	247	628	1030	242	462	159	530	185	95	470	907	1265	1288	135	486	894	1275	589	1072	1339									
862	Relight - Better Photos											412	97	145	437	37	296	349	100	192	472	492	118	290	142	122	493	158	619	189			
863	Zodiac: Orcaanon Odyssey												383	31	55	158	135	428	153	514	931	1338				270	680	1143		828			
864	Thirty Days & Seven Seas - ...												332	67	108	419	780	179	545	190	590	1187											
865	My fonts - Custom font styl...				398	885	150	152	431	806	1282	229	639	77	98	409	354	154	422	850	1258	151	474	801	1209	204	473	212	570	1043			
866	LIMBO	207	505	974	1319				632	519	874	196	454	822	80	99	104	349	835	1231		500	182	485	356	410	161	531	1008		470		
867	AnyFont			428	884	1294						155	509	865	86	445	151	133	88	457	873	492	101	377	723	166	131	512	999		643		
868	Tiny Rogue												409	381	144	50	91	63	343	139	502	923	1342										
869	Remote Mouse						643	1029	1320						52	362	103	408	467	881	1273				450	880	1233	255	656	1136			
870	Ski Safari	1084	1403		554	174	553	992	236	595	911	1360		501	115	65	376	747	1181	519	927	575	188	489	832	1180		183	156	532			
871	Offline Maps Pro - for Google...												750	1076	576	77	382	110	50	406	157	562	1034	495	814	1207	632	1037	263	836	1253		
872	El Principito (ilustrado)																66	308	400	867	1237								296	726	1146		
873	WorldCard Mobile - busines...														202	603	986	81	329	818	1218						218	163	565	1093			
874	Ultra Downloader Plus								299	733	1158	538	1207																				
875	Kalo Calculator										897	1276	126	118	106	59	49	39	24	29	21	37	40	55	*								
876	2Download: All-in-One Do...	348	668	1087	1420				284	385	470	903	1224			241	53	350	840	1213	359	124	401	741	1153	517	997	259	764	557			
877	A2					728	1129			333	643	1129				323	687	368	856	1229	224	769	1193										
878	HappyCow Vegan / Vegetar...								695	447	970	1338					74	347	839	1212	1371	703	1128	165	578	172	158	578	1105				
879	All New Dreamdays - Count...			669	1041	1392					273	652	981	1370			76	381	146	504	932	1339											
880	Couple foreplay erotic game	389	728	1150			313	726	1173			293	691	1023	1409			77	383	855	1228												
881	Text Extractor Pro (The scan...																	78	385	858	1231												
882	6 Plus HD Wallpapers for i...																79	388	860	1234													
883	Tiny Pirates! - Pirate Cannon...																80	389	148	99	1006	1414									**		
884	The room two	224	523	455	183	62	25	14	17	27	28	15	11	14	21	10	26	18	54	36	31	53	26	17	36	81	18	32	53	79	99		
885	Emoji Emoticonos & Animate...	183		437	902	1282		645	1097	228	145	105	429	337	862	198	501	310	59	91	116	527	507	977	1274	97	426	193	590	229	602		
886	Hidden World																	334	60	420	463	907	211	140	122	72	401	861	1304				
887	iCalendar															252	522	63	427	865	1255												
888	Bloons TD 5	314	162	494	910	531	977	1334		166	437	127	485	852	1279	138	454	804	65	428	860	197	590	1075	1341	218	573	144	88	558	1039		
889	Super Hexagon	1110				246	617	1065	562	938	1381	253	534	537	950	1297			71	395	837	1235	570	1059	1326	209	556	954	1379				
890	Handy Photo	1164																75	442	864	1254												
891	Blue Iris	814	1157								696	1075	1368					76	97	466	908	1328											
892	WikiCamps New Zealand					360	801	1246						747	1116	1451			77	448	869	1260											
893	Musichoud Pro - Music Player...	76	396	49	85	52	79	75	58	95	22	70	106	86	59	73	48	60	92	400	840	86	76	96		336	53	68	28	39	48		
894	Waterlogue	310	618	1037	225	612	1025	1394	281	165	436	961	1326					181	97	462	878	1264											
895	Football Manager Mobile 20...																			26	13	14	16	11	9	17	13	34	54	45	33		
896	Home Design 3D Gold														644	188	499																
897	Guitar Pro	1120																		70	446	891	1314										
898	Dr. Panda Firefighters																			72	65	41	21	68	294	400	835	1228	112	35	104		
899	Secret! - Protected Photos																				71	450	897	1320									290

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
900	Picfx																			76	423	164	547	985	1259								
901	The Secret of Grisly Manor																		542	88	40	211	651	82	281	101	428	879	1319				
902	Premium Unlimited Music fo...	600	981	1394	420	33	11	13	16	8	7	7	9	4	14	22	11	7	13	8	9	24	30	14	28	16	19	16	7	21	10		
903	Last Horizon																				25	22	15	16	21	22	26	103	509	1059			
904	Traffic Rush				248	593	1003	1375												560	41	43	99	376	722	1141							
905	FindShip Pro - Ship tracking...	136	450	932	1295	217	147	513	1008	1378			636	1079	1424				266	692	79	496		437	775	1206				835	1236		
906	Launch Center Pro	1438						255	650	1037	1328		250	529	971	1319	132	379	853	1248	85	475	972	1390	1323		550	949	1376				
907	Madcoaster																			88	504	990	1401										
908	Legend - Animate Text in Vi...	158	470	948	1312	571	187	557	567	136	112	483	914	174	585	1043	1379			89	505	500	973	1254		612	513	1000					
909	Pegaso Plus								292	580	1067	1415								90	506	991	1402				89	468	210	653	191		
910	visor -vlow vision magnifier																			92	510	996	1407				323	775	1229				
911	WikiLinks - Smart Wikipedi...		***	820	1166																19	43	67	163	581	968	1342						
912	King Tongue																				32	39	35	67	365	422	119	539	1078				
913	Flick Football	125	433	916	1282															202	103	39	90	216	444	872	1225						
914	Cheeky Fingers Piano Chord...											374	740	552	963	493	831	1245			337	50	82	125	349	818	496	920	1352		323		
915	Invisible friend App															***	**		***		454	82	962	**				***		93	541	**	
916	Paprika Recipe manager for...	192	494	967	1331										283	611	917	1319	620	988	88	478	954	1239		251	636	577	1104				
917	Temple Run: Brave	280	581	1007	1351																89	466	944	1228									
918	Rabbits Big Bang	747	1089																		90	476	952	1236									
919	Sun Surveyor - Sun & Moon...	554	963	1367				311	671	987	201	630	431	910	1270		202	568	974	1329	92	479	955	395	849	1187							
920	Agent A: A puzzle in disguise...	1385	431	198	150	510	173	545	1021	1371		683	1059	1355					664	1086	1433	93	147	421	762	1173							
921	Recam : Touch and Hold Scr...																					94	486	962	1246								
922	Hydra - Amazing Photograp...	652	1076	547	986	1345															255	97	490	966	1235	188	96	116	135	122	457		
923	Retranslator - translating we...																271	572	1011	1390	309	100	501	974	1255								
924	AvisaMe: SpeedCams Spain	557	952	1357			222	574	552	983	1282					234	523		473	158	508	926	64	207	426	852	1206						
925	iRingtone □ ringtone and ton...	1403	1395																	546	918	201	65	92	319	788	1154						
926	Chess Premium	1430					579	1029	1392			556	884	1297									66	350	706	1130	1215			171	541		
927	Nighty Night! - The bedtime...																						73	357	709	447	853	1240					
928	vividHDR																						74	359	283	776	1152	1362			825	201	
929	MoneyControl Pro - Track y...				567	175	556	1008	240	610	926	547	979	179	611	993	1332					246	97	93	328	799	481	913	244	583	518		
930	Instant Heart Rate+: Heart R...	559	955	1358		581	990	1364		455	817	1284	223	369	190	447	877	1181					153	59	287	777	1150	107	513	609	184		
931	Shortcut for WhatsApp Plus...					375	472	194	547	900	540	1155	1454						387	147	506	933	1345	79	101	66	371	134	495	141	65		
932	Sable Maze: Sullivan River -...																							91	49	147	385	854	1312				
933	DragonBox Algebra 5+						322	686	1002	1443														245	31	119	445	893	1348				
934	Satellite TV				553	945	1338	105	140	487	845	1309						372	848	1219			605	1026	62	357	806	1200	266	701	1118		
935	Autoescuela Móvil Pro. Apru...	1440		596	200	544	407	951	1385		220	151	126	403	891	1262				580	955	1327		223	63	54	384	185	171	646	187		
936	Thug Life Generator	399	744	1168																				282	64	359	807	1204					
937	Taco Mensajero 2016	432	794	195	539	512	970	1356		351	674	1167			389	791	472	821	472	912	1267			65	360	808	1205	628	256	635			
938	Pinyon Play World																					406	873	1299	525	75	23	20	11	8	19	22	
939	Pocket Glassess Pro - text...	269	836	1255									418	487	109	359	156	516	917	1288	806	1216	79	47	92	187	55	67					
940	Double Fisheye Bundle																							83									
941	Reeder 3														632	450	800	1224						226	467	20	42	182	82	103	447		
942	Good Morning Alarm Clock																								***	44	63	128	153	12	13		
943	iExplorer File Manager Pro -...				769	1177	237	833	63	348	116	433	811	1252	223	666	968	188	443	167	489	495	166	130	48	195	672	1118	674	1229			
944	DOFMaster	1047	540	992	1320					257	525	1010	211	524	966	1314								566	855	68	398	858	1300				

n°	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
945	El Mus					154	515	958	232	583	976	1419					196	558	967	1321				615	904	69	400	487	984	264	642	
946	Red Onion - Tor-powered w...			693	1065	1417				311	614	1102	1451			101	410	774	1204				672	963	70	108	138	549	1084			
947	Ometime Messenger																									79	76	452	966			
948	Fruit Ninja	1035	1354				573	490	183	463	955	1314	186	65	432	871	1174	1247					232	110	335	91	417	872	172	48	44	
949	Prune								719	1040																45	90	71	56	112		
950	BuzzKeys				**																		***									
951	Architecture of Radio																						957	1384		54	9	20	30	28		
952	Christmas Eve: Midnight's C...																									91	63	128	138	135		
953	TruckSimulation 16																										25	6	14	20		
954	Broken Age™																										109	75	56	37	60	
955	Timepage - Calendar by M...																									275	86	503	210	477		
956	RoomScan Pro - The App th...	188	490	966	1330		656	144	545	194	375	922	1302		314	677	1041	143	116	115	475	172	559	441	772	1196			21	11	7	
957	Transistor		725	1146												741	181	425	993	1372					617	382	186	31	46	132		
958	Downwell		568	1085	1439											156	467	816	1237		294	711	1142		246	107	146	41	33	34		
959	Perfect Video Editor - Movie...	1441				624	1036	1403	292	167	439	963	1330			117	425	358	843	1235	209	141	457	939	1224	239	613	50	99	475		
960	Snowboard Party 2																											58	13	15		
961	Speed Tracker. GPS Speedo...										585	967	1272		241	537	845	1258									213	458	60	262	638	
962	Scanio - Document scanner...																										16	19	67	205	586	
963	Estrategias Terapéuticas en...						302	656	971	1413	461	829	1262							602	974	580	1092			586	984	69	548	507		
964	Sago Mini Superhero																											113	80	102	481	
965	PAC-MAN Championship Ed...						783	1165	1441							683	982	1381									177	89	94	107		
966	One Button Travel																															
967	Path Input: Better Swipe Key...		682	1055	1405									242	687	1061	1394											319	95	566	1042	
968	Amazon Game Studios Dou...																														28	58
969	iFile™ @																									758	1135			60	77	
970	Sesame Street Alphabet Kit...																												477	61	90	
971	Little Fox Animal Doctor - B...																										429	148	65	127		
972	Smart Productivity Pack																														69	
973	Max Payne Mobile	244	549	489	907	1273	219	606	1056	1415		572	904	235	610	980	1266	204	566	488	917	1331		452	883	501	945	1373		71		
974	Lotería de Navidad 2014 y...		622	1040	1376						613	993	1294						211	585	959	1330			191	541	920	1292		72		
975	Papa's Freezeria To Go!	248	555	1080	1418		267	463	534	973	1279				282	610	915	1318				283	626	917	1291	599	998	1418		86		
976	iStroboSoft																															87
977	VinoCell: manage your wine...																															88
978	Live Pictures Cam - A camera...			433	156	534	499	541	195	376	923	1306			103	413	355	840	1237												389	
979	PDF Pro 2 - The Ultimate PD...																			257	623	1017	1423									
980	Pumped BMX 2	1137			589	982	1372				604	936	241	649	456	805	1226		256	654	1088										279	
981	Aha Notification Provider	621	191	1392			292	710	1092	1372	255	153	430	911	1269					244	608	1002	1409			53	149	43	49	204	145	
982	Muscle 2 - iPhone Edition		432	915	1281		602	999	1411										556	176	576	1050	1443	106	404	836	1224					
983	Luxómetro	651	1075			252	636	1038	1445							583	890	1296	226	575	972	1382	231	477	900	1251						
984	NormalChild: Growth & Medi...	366	697	1116							661	991	1379												520	943	1290					
985	The Document Converter - C...				312	747	1152									236	656	1067	1421			800	1221	167	138	383	852	1298				
986	Uvemaster																													531	504	
987	Password for Whatsapp AppLo...	633	999	1396	237	701	444	479	538	975	1281	72	156	443	915	1278			265	447	168	131	86	430	776	1210			845	1257		
988	Ski Tracks	1088	1406																										284	174	546	
989	Valoracoches													235	669	1048	1383															

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
990	ablab			745	1115																						271	674	1072			
991	Either																									245	705	1083	1443			
992	Hitman: Sniper										674	1045	1341					511	360	843	1216		285	629	916	1293			111	147	211	589
993	Crazy Taxi																										536	937	1366			
994	Animated 3D Emoji Pro - Ne...																															
995	EZMP3 Player Pro																															
996	lleyes																	708	1114	1462												
997	Monument+ for Monument V...	876	1218		709	1101															327	755	1186	521	988	1359		714	1161			
998	League of Stickmen					397	857	1302																							979	1386
999	Infuse Pro 4			275	137	110	476	537	972	1278				311	672	1036	1320			612	496	921	1336		196	564	943	1313	706	1188		
1000	San Juan																															
1001	Drumtune PRO   Drum Tuner												646	1090	1425																	
1002	Kid Tripp																															
1003	Cmoar VR Cinema												302	797	1165			641	1087										774	1224		
1004	FhumbApp	815	1150																							292	655	947	1323			
1005	Xenowerk			270	643	1035	1421										251	521	962	1344		687	200	516	121	417	844	1244		361	763	
1006	Roma audio guia turística (au...			160	423	157	521	1016	223	495	1005	1362		468	906	186	417	894	520	177	571	1053	1446		203	543	942	253	712	1130		
1007	Control TV Soccer see all Le...		755	192	534	1084						315	640	1085	1429											635	1014	1378				
1008	Call of Duty: Zombies	682	195	538	195	124	443	914	1356				497	940	207	531	840	1253			229	600	1021	1227			569	1020				
1009	Madrid Subway							260	592	908	1357																					
1010	Draw It: Mini Game With Wo...																															
1011	Offroad legends 2					670	1118							670	1050	1384																
1012	Bridge Construction Bundle																															
1013	Cut The Rope			301	692	1085		85	464	477	412	944	1311	492	1069	1411		567	119	84	112	74	58	182	413	953	1306	315	196	158	139	
1014	Toca House	725	1064																530	938	1294					562	960	1386				
1015	Babanjo Radio FM Pro	137	452	175	414	467	940	1326	618	1151	1431			175	537	941	165	503	1024	1377			765	1190		256	142	416	1003			
1016	iHandy Carpenter	242	547	486	455	896	1304			413	794	521	920	1231								221	602	1038	1433	428	854	1209		275	694	1112
1017	New Lucky Build Battle...																															
1018	SpotSearch for Spotify (Prem...	277	104	406	850	1234	215	580	207	556	906	1321																		637	562	1040
1019	iSwap Faces	202	504	973	1318		243	627	515	871	1324			271	597	966	1251						242	549	838	1229						
1020	Street Fighter IV										213	554	882	1295																		
1021	Text 2 Group Pro - Quickly s...																															
1022	Strawberry Shortcake Berry...																															
1023	Day One Classic		161	130	463	164	543	972	1383	617	933	1378	577	911	1315		563	873	1279		237	623	1057	502	859	173	552	951	111	116	454	
1024	Recorder				654	1046	1431	689	1137					173	129	439	794	1234	194	634	549	1021	379	724	1158						168	
1025	PDF Pack by Readdle																															
1026	Kids Education Game 2																															
1027	Tiny Planet Photos and Video		246	606	202	1333		622	1071	1429							463	908	1291									597	1046		270	
1028	RadarFix Pro	713	1051												617	988	1273		213	559	957	1367					588	569	1097			
1029	Dobble HD																															
1030	Transformador de Voz	184	487	180	513	168	544	1021	1429					616	996	1335																
1031	Word Swag - Color fonts, typ...	1146			604	996	208	171	563	991	1293			273	565	543	955	1304								560	470	906	1346	286	727	
1032	My Sprint																															
1033	Toca Doctor					***							566	897	1308											540	449	961	1432			
1034	Awesome Note 2 for iPhone...												555	883	1296				439	883	1270											

		NOVIEMBRE																															
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
1035	Auto Bild Matriculas	1102		229	568	960	1353					597	981	469	963	1311									182	522	462	899	1330				
1036	Duet Display																		575	979	1334												
1037	TV English	552	957	1360	542	947	1340		628	516	872	1326			600	515	434	790	1218		542	180	165	1036	404	358	421	443	207	159	533		
1038	Farming Simulator 14	728	1066						634	949	1392								533	940	1297			589	879	1262							
1039	TV España - La TV en directo	402	753	193	533	1083		355	177	457	978	1346		**										714	1005	1370		**		***	818		
1040	VVVVVV																																
1041	Rummikub®	391	448	930	1293				323	622	1111	1459				671	392	867	1266			342	169	473	799	170	519	1033		380	499		
1042	Aprender a hablar inglés rá...	205	503	539	947	1308																		238	540	829	467	884	1262				
1043	Super Dance Elf Christmas 2																					230	584	981	438	927	123	416	162	533	1010	662	1159
1044	Storyist																																
1045	Sports-Cam															392	819	1127															
1046	Pinnacle Studio - video...			368	814	1204													771	1156													
1047	Catequesis Las Tablas																																
1048	Her Story																							758	1052	1414							
1049	Parchis!			583	473	910	1308	238	637	1025	481	1006	1363						517	925	1282		248	559		472	120	60	488	1044	581		
1050	iCupones																											215	580	1031			
1051	Series.ly 3.0	1065	1373			579	988	103	139	486	844	1308	452	387	884	553	440	787	1214			222	603	1039	1434		503	456	896	1322		651	
1052	ETA - your GPS driving assistant...													593	1039	1376																777	198
1053	Ring Ring Christmas																																
1054	mpCars Dash								847	1167																							
1055	HeartWatch. Heart & Activity...																																
1056	Big Day - Event Countdown					250	168	558	197	473	985	1327		109	476	894	1191			222	570	965	1375	396	736	1148			682	1164			
1057	Lotería navidad 2015																								263	743	1121						
1058	Monefy - World best budget...	921	1266								841	1220							308	776	1151												
1059	Easydom Next																																
1060	Cut The Rope: Magic																																
1061	Listen Music for music...																																
1062	SkySafari 5 Pro																																
1063	Toca Blocks																																
1064	JotNot Pro - PDF document...		128	428	857	1241	214	575	1025	226	134	493	918	451	923	1249	201	325	815	1216					427	853	1207	233	630	1115			
1065	Mi Tele			256	602	1014	1385					232	585	919	238	624	995	1280				241	628	1062	1453			167	571	1099			
1066	Recorder																		172	133	116	477	910	1329	205	430	856	1211					
1067	Pinturillo 2	335	652	1068	1405			307	661	977	1420	623	954	571	1026	1363				225	608	980	1349								165		
1068	Sidefari - Web browsing com...																																
1069	Lux Meter - light measureme...	1333				771	1195		382	475	841	1304			362	755	1071			318	716	1120											
1070	PE Mods - Custom Keyboard...																																
1071	Badland 2																																
1072	Pic Ninja																														529	1031	
1073	Skater - Skate Legendary Sp...				705	1122		322	628	1114	1460							555	450	899	1262								354	837	203		
1074	Stickman Volleyball																																
1075	Earn to Die	317	106	109	444	894	1302																										
1076	Ho'oponopono Clean and Er...				295	716	1115							361	746	1107	1388															397	815
1077	Tube Box Pro - Youtube Vide...																												343	805	1282		
1078	Slidey - Create Video Slides...														769	183	427	1018	1399							644	1021	1384					
1079	Christmas Magic Pack: 10 ap...																																

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1080	Bastion					619	1017	1425			230	582	916	1318	621	992	1277															
1081	LEGO® The Lord of the Rings™						257	652	1040	1331				284	620	991	1276									529	906	1280	293	720	1138	
1082	Claus - Christmas fun photos																															
1083	Civilization Revolution				227	597	996	1409																								
1084	Kwit 2 - quit smoking - smok...					305	733	1117	1396								209	587	995	1349						584	960	1327	323	782	1202	
1085	Splendor™														158	473	822	1243														
1086	The Amazing Spider-Man 2	616	992	1388	545	963	205	612	556	988	472	983	1322	531	973	1321			205	572	944	1316	254	571	861	1246						
1087	Fonta	***																					720	1139	1394							
1088	Cut the Rope for iPhone - Va...																															
1089	KIMOJI																															
1090	Fernanfloo																															
1091	DuckTales: Remastered																															
1092	Infinity Blade III					245	630	206	377	924	295	487	951	1301	211	149	437	890	1247						512	892	1266	283	173	545		
1093	Blek	629	1948	1384																				476	899	1250						
1094	Face Swap Live																															
1095	Camera Plus Pro	130	430	122	473	165	531	1015	1360							173	134	412	844	1238	225	543	833	468	886	1264						
1096	Broken Sword 5 - the Serpe...	339	656	1071	1409		172	564	501	419	953	1333				194	557	415	160	561	1033	1421		135	469	907	1347		732			
1097	Granny Smith	332	651	1067	1404				552	1037	1390																	305	757	1179		
1098	SkySafari 5 Pro																															
1099	Sports TV Pro																															
1100	My Talking Pet			162	497	956	1336											227	578	974	1384		478	**		***	688	1169				
1101	Grim Fandango Remastered	821	523	985	1340									724	1086	1367			284	703	1135											
1102	Procreate Pocket	785	1127		629	506	965	1346		290	578	511	931	462	932	453	900	1198	501	987	1341											
1103	Live Wallpapers for Me - Ani...																															
1104	edjing Pro DJ Music Mixer: tu...																															
1105	Simple Machines by Tinybop																															
1106	Tiny Guardians																															
1107	Bingo! - Bingo Caller																						390	832	1124							
1108	Trick Shot												266	176	540	945	412	879	176	688	1072										503	
1109	myTuner Radio Pro: Stream a...	615	991	1387		230	606	1003	1414	603	919	545	976	1280		248	128	376	852	1247			246	143	362	822	1175		303	489		
1110	LG TV Media Player		633	1004	1360	260	170	562	990	1292			646	1024	1360										339	413	871	1302	284	721		
1111	Hitman Essentials																															
1112	Grand Theft Auto: Liberty Cit...																															
1113	WWE 2K		720	1093		718	1121		743	1064				743	1104	1389						773	1192					356	843	1252		
1114	Lingo Dictionary Pack: Engl...																															
1115	Dude, your car!		272	649	1041	1427																										
1116	Live Studio - Video an GIF...																															
1117	DrawRace 2										580	962	176	592	976	1317						227	608	1043	1437		504	877	536	1021	267	654
1118	LEDit - The LED Banner App	276	576	1003	1348									264	589	957	1244									523	924	1355				
1119	iChimeBells													682	1057	1392														802	1218	
1120	New year funny greeting car...																															















		DICIEMBRE																																	
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
276	FaceUp, desconecta y vive...				251	677	1021						266	692	1090						686	1038	1427	615	1119	766	653	1199	680	1167			232		
277	My Photo Pro - Passport...				280	153	588	200	613	96	417	908	1323			661	1009	1331						408	892	1266									
278	PDF Converter - Convert...	285	690	1053	1411						248	637	1060	1388					269	699	1123	1445	74	423	255	662	1098				722	1187			
279	ClearTune - Chromatic Tun...	187	147	122	473	970	1312	238	616	1016	1414			647	1047	1434	551	151	515	988	1351														
280	Runtastic Road Bike GPS	997	93	397	100	139	497	1015	1417				239	576	1059	1442					655	1008	1401	274	121	213	609	129	540	1082					
281	Body Sculptor: Build Stren...																																		
282	MyNuva - Ring Contracep...	436	185	393	99	561	193	133	534	165	399	893	1257	248	457	181	416	827	1257		759	519	994	252	228	734	636	1188	282	499	167	187			
283	Ninox database																																		
284	Trivia Crack (Ad Free)	223	100	64	401	200	462	983	570	1002	87	39	108	519	590	122	448	420	467	953	1354		118	420	185	693	275	202	537	111	498	1061			
285	iReal Pro - Music Book &...	441	494	163	517	577	962	224	603	1024	188	433	420	184	392	903	197	483	961	480	543	145	92	435	609	312	680	1219	214	116	504	1062			
286	Pocket Casts												274	707	1109			561	406	919	591	497	977	1325	329	676	1107			332	205	199			
287	Normal: Battery Analytics																																		
288	Simple DoF Calculator																				297	717	1069	1453						425	795	1246			
289	Deemo																									480	846	1346	292	550	995	206			
290	SynoDS																																		
291	Claves Wi-Fi - WPA/WEP	548	1130	216	717	239	581	1214	600	1170																									
292	Learn Languages for Free...		167	129	424	941	213	639	1208		110	446	872	1337	577	209	528	1027	205	747	1175	235	783	1142							816	540			
293	Rambo - The Mobile Game																																		
294	Restaurantes sin gluten...	715	1118	540	1074	990	1332			320	727	1152								296	756	229	559	580	972		384	160	660	1132					
295	iScanner - PDF Documen...	16	16	12	22	49	32	18	31	51	140	62	49	34	20	27	13	21	29	42	141	55	22	25	110	207	76	45	27	33	18	51			
296	Photo Measures	574	85	424	464	571	959	1404			205	144	480	1011	1398	566	933	1257				269	584	278	760	1178			141	521	1068				
297	Goblin Sword	465	506	924	1301											569	915	1329					283	604	1111	761	1190								
298	Audiko Ringstones for iPhone																																		
299	Map my Ride+ - GPS Cyc...																																		
300	LIGA BBVA - Liga Adelante...																																	747	
301	Fake-a-location™			313	708	1150			762	504	962	1373			274	699	1048	1365				741	579	971					888	622	1037				
302	InstaSquarer - No Crop...																									990	296	764	1383						
303	Who uses my wifi?...	442	443	882	199	622	458	986	222	104	56	99	454	996	1382	155	473	858	1275	596	575	963	1360		235	723	1138	105	523	1075					
304	Boating Europe	986	1360	565	183	615	991	1407					552	974	1310		217	580	76	371	65	476	539	195	601	230	688	1192		168	731	1187	1018		
305	Plants vs. Zombies	1374	575	70	47	93	68	80	133	67	377	881	1241	55	96	469	175	461	932	102	513	189	594	437	268	663	176	671	1139			141			
306	Five Nights at Freddy's 2	924	1322		600	163	511	123	150	467	939	207	118	526	982	1385		148	488	514	55	61	131	147	622	1139	152	620	242	194	573	273			
307	Toca Kitchen 2	508	945	520	80	133	444	182	65	131	500	415	79	57	97	471	867	1208	420	195	68	415	189	97	38	116	169	85	116	100	494	115			
308	TubeMate Pro for Youtube...																																		
309	Mando a distancia para...	530	1086	1418					321	111	479	944	525	1042	1415						376	745	110	77	570	1122		366	859	1310		848			
310	Sports Live TV				596	1045	1368	1413																											
311	iSafe Pro																												406	769	1227				
312	MushTool Pro	749	1162											816	1218																				
313	8mm Vintage Camera	1430				278	166	576	195	523	972	1342		253	582	197	509	884	1262					116	450	613	1137			306	692	1061			
314	eWeather HD - Accurate 10...	930	1314	220	575	1024	1351	251	625	1023	1421					593	940	1264								739	160	558	233	608	535				
315	TV App	1036	581	1016	1379	112	457	985	1394	193	592	1011	1343			270	586	931	1343			307	135	476	910	1400			830	1247	663	1109	313		
316	Faded - Photo Editor	620	1020	1353			268		522	462	442	176	519	1036	200	629	972	1293							766	1233	134	640	1118	529	985	1444			
317	IP Television	947	222	551	1049				307	710	177	138	496	198	547	1002	1318						318	750	1105				470	860	134	486	1058		
318	Mini Dash					390	752	1216														298	755	1180		780	1135	119	660	1101					
319	My Baby's Beat - Prenatal...		119	114	420	939	212	137	153	69	68	400	843	587	127	493	881	471	938	232	95	105	467	908	299	762	1191		527	557	556	1094			
320	ITDT Television	510	941	517	940	1339					423	901	1314	93	187	539	973	1296	500	945	1343	630	499	980	1313										
321	Catan	993	66		441	565	500	188	163	478	936	422	67	99	163	139	136	418	167	460	532	940	1335		732	1194	1310	150	519	83	218	652			

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

n°	App name	DICIEMBRE																																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
322	Kitchen Scales																293	641	1077	1455													865				
323	SayHi Translate		617	474	915	1341			241	577	994	1389			216	579	928	1253							729	330	694	1236	689	597	1013						
324	Worms 2: Armageddon	245	613	473	914	1340				575	991	1385																728	1164								
325	CineXPlayer HD - The best...																																				
326	Double Dragon Trilogy					274	701	1129							672	1085	1399									283	130	633	1112			782					
327	Nominazer - Cool names...						**			***															494	868	1368										
328	Street Hoop														771	1184															868	1244	221				
329	MyTopFans Pro - Track your...																	265	691	1115	1437								812	1265	646	1196					
330	iMedicum FT	963	1321	79	115	145	501	152	147	466	938	1354			607	955	1276	577	1016	1405			120	421	1026		311	818	638	1140	699						
331	iFiMIC Pro	880	283	58	105	564	194	610	1064	77	141	469	468	88	55	103	396	814	57	472	965	1314	147	471	1047	150	341	207	599	1115							
332	VLC Streamer						249	621	1020	1418	566	934	224	596	1016	1338				594	1025	1354				728	316	693	524	983	1434						
333	CQ Policial 2	152	451	62	429	210	465	993	574		384	456	879	594	1035	1402	47	334	858	1287	611	1048	1436	292	763	1230		414	784	1238	518	1074					
334	Peace Turbo Browser Edilio...																																				
335	Dukan diet tracker	873	548	943	1327		317	762	1180	548		482	896	223	576	208	527	1012	1416	83	505	919	1333	573	1186					377	239						
336	Video Download & Play (Pro...																																				
337	Atlas Income				156	593	974	1423							291	731	1081	1399																			
338	Instapload for Instagram. M...	81	435	874	196	621	1025		267	628	174	537	979	233	67	104	59	350	871	98	130	467	964	1292	327	837	1211										
339	Instafollow + Get Famous wi...																																				
340	GoodReader - PDF Reader,...	432	129	117	50	523	931	602	93	385	138	466	187	598	177	114	442			507	976	1356	259	665	235	694	1201			213	584	1115					
341	BeSoccer - Live Scores (No...	146	447	884	1275					638	1054	217	605	560	1006	1403										848	1222										
342	Photo Transfer App - Easy b...		263	598	994	1407	112	529	995	1381		148	487	1016	1402					133	529	999	1335			755	722	1137		742	1105						
343	SafFinder				300	616	11077			213	571	990	1323		617	200	513	906	1320		115	449	533	946	1427				748	1206	516	263					
344	Pantone Studio																																				
345	TripTrap																						654	1084	1410												
346	Wikango HD Speed Camera	983	1310		221	647	452	549	90	413	898	201	242	642	505	975	1299			215	605	1035	544	1013	1315	336	642	1089	311	677	253	624	280				
347	AirMusic																										440	577	1148					144			
348	Geometry Wars 3: Dimensio...	453	919	1265																																	
349	Codificado							298	695	1098												730	215	621	1075												
350	UTM Convert			283	661	1108	1429				247	151	494	1020	1412	567	1015	1338																			
351	Renfe Tempo	162	537	944	1329						676	1102	1423					244	679	1113							421	928	1347								
352	TestCNP										419	903	1260	249	772	1189																					
353	Online TV	884	1281		146	579	508	1020	1427	191	114	451	875	120	479	962	1290						650	1002	1395		392	723	313	691	1191	60	161				
354	Do not believe his lies: Th...			292	675	1121	1441					685	1054																								
355	Code for Whatsapp - Pass...	677	1079	1413		736	949		492	957	1366	140	493	1021	1413									716	1145	552	1174	362	585	1157							
356	Policía Nacional Test Exame...	627	87	103	467	529	934	82	487	160	493	958	520	201	555	133	459	175	600	213	148	483	205	527	1079												
357	Sounds for Whatsapp,Wech...	878	1280	532	188	543	944	216	78	82	380	884	1242	56	118	485	178	366	158	563	209	539	1076	1323		185	575	287	667	1168							
358	Soulver - the notepad calcul...																							215	679	654	1095	341	721	1259							
359	USB Disk Pro - The File Man...	1433				281	477	995	1400	190	545	967	1304	255				222	507	173	162	566	200	169	567	1086											
360	Tank Hero	1021	519	978	1351													78	387	810	1243	1365	291	617	1048	1376		819	1192								
361	Fontmania - Add Artworks &...	33	81	420	165	600	93	91	190	383	882	1306	1364	174	522	127	103	54	92	66	136	115	85	98	369	643	1090	339	220	165	93	518					
362	Voice Translate Pro		239	556	182	614	202	611	1060	525	168	524	916	596	1030	1390										638	986	1381		331	788	1164		144	543	990	1442
363	Tarjeta Roja Directa Brazil...																																				
364	Give it Up!	773	1177	218	743	1190		371	802	1206																											
365	TouchOSC	898	1294	221	598	1047	1370					591	961	229	639	521	899	1229									352	821	1236								
366	The Sims 3 World Adventures	1380	235	559	954	1374			613	132		488	185	58	58	51	389	115	457	199	598	977	241	452	1037	259	641	227	612	1124	623	195					
367	iTransfer Pro for iPhone...																									415	814	1233									



nº	App name	DICIEMBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
368	Speed Grid 3D: Impossible...																																		
369	Crystal Adblock - Block un...	58	202	530	972	542	191	513	142	401	378	882	88	496	170	76	408	819	190	462	58	107	519	110	102	204	147	616	1102	633	572	1104			
370	Peace: Block Ads and Track...																																		
371	Aerlink	112	26	32	101	522	84	178	159	471	82	38	85	70	134	502	102	51	163	131	541	197	491	72	62	46	25	84	81	106	81	258			
372	Goddes Moon Dial	362	832	23	38	266	712	1183														819	1239			547	945	1438			415	933			
373	Purify: Block Ads and Tracki...	149	531	461	907	1350																83	488	214	678	327	687	319	681	1225					
374	Runtastic Altimeter GPS PR...	931	1315			299	614	580	1038		453	925	1281		613	198	511	899	1314	619	216	546	1031	1360		401	735	1245	284	710	255	551			
375	TV España-toda la TDT para...	1410			586	222	569	1079										536	974	1363													565		
376	Stylebook	1033	1402	142	130	155	505	1023	1435									545	983	239	685	1037	1426						141	146	555	1002	1443		
377	Shopping list Courzeo							281	428	905	1319																		426	231	615	1034	547		
378	Watermark - Watermark 1...	263	158	415	463	966	1307	140	477	944	1353			104	112	445	849	1197	1337			134	534	156	191	697	1125			214	152	184			
379	Night Sky Pro™					87	128	550	1016	1400			627	1117		638	990	1314				522	930	1340						807	1258				
380	Windfinder Pro	190	566	955	1311	180	519	1030	226	562	1001	1397		655	1954	1441		518	957	1350								258	632	190	565	1102			
381	Mahjong																																	337	
382	Caçador de bolets																																		
383	Deluxe Moon Pro - Moon...	965	1328							228	628	1001	1431					218	617	1051	1433				381	224	616	1175							
384	Comunizate 14-15 Full (Co...				288	738	1082															315	757	1108											
385	El gurú de Pilates		677	1037	1398				277	652	1071	1459						150	489	965	1361						373	859	1272						
386	Cloud Music Pro - Free Musi...											322	516	978	216	541	159	102	44	263	172	164	46	109	208	174	212	604	581	234	548				
387	Money Pro - Bills, Budgets a...	460	923	1278	114	567	957	1405	607	1076											679	1109	1431	236	726	1141	350				350	235			
388	Micromon		638	998	1364		256	669	1093			111	421	976	1373			534	973	1362			282	603	281	271	220	233	615	1128					
389	Guia per trobar bolets																																		
390	Youfit for Spotify Premium...		663	73	111	526	181	67	469	451	925	1334			238	620	968	288	595	532	1002	1339	635	166	636	318	132	408	775	256	639	1175			
391	MarineTraffic - Ship Tracking	874	88	425	28	81	126	80	223	103	75	53	46	468	466	953	203	373	66	130	489	87	77	217	177	101	54	85	59	102	122	66			
392	WRC The Official Game	1103				721	1067	68	479	946	1355									270	702	1132	1453	311	456	618	166	559	680	189	580	564	1108		
393	eBolets SETAS BOLETS CAT...																																		
394	Ad Block Multi																												455	664	1137				
395	80s Arcade Games!	515	198	525	1029	263	485	1007	1410	566	1092			151	450	854	1200				728	1082	175	170	639	319	230	238	617	1132		560			
396	Euros pesetas conversor																														419	898	1208		
397	Minecraft Multiplayer Mods...	1422		322	734	1182			797	1198		316	721	1206	565	1191																			
398	Blockr - Privacy, Media and...												326	811	1210																				
399	Period Tracker Deluxe	573	979	206	147	533	935	1392	168	485	947	527	192	492	79	455	857	1204									329	791	1206		682	1146			
400	Pro Music Search for Spotify																									857	1230								
401	TETRIS®	1307									41	48	413	127	403	908	1250	173	421	924	1327	163	553	951	1434	378	714	1231	676	1162					
402	Traktor DJ for iPhone	424	488	116	205	72	442		481	158	490	487	892	1350	206	157	139	423	468	510	75	92	493	430	81	233	299	72	183	158	171	70			
403	Vext Keyboard																																		
404	Forest: Stay focused, be pre...	131	67	76	162	132	63	34	54	45	31	28	52	186	35	73	81	111	459			130	156	480	264	749	284	94	84	50	102	165			
405	LEGO® Marvel Super Heroes				325	650	1112					496	424	977	1374						288	183	508	986	251	226	725	1140		298	758	1125			
406	Bazaar Photo Collage Editor...	545	1116	213	700	237	79	509	520	973	186	552	1057		321	668	128	400	141	549	946	1348		243	659	1100		301	828	1203	219				
407	NBA 2K 15																																		
408	Madrid Offline Map																																		
409	Silentium																																		
410	The LEGO® Movie Video Ga...														314	658	1007	1412			361	721	1148			161	554	1139		365	834				
411	WorldSBK Live Experience...																																		
412	Tweetbot 3 for Twitter, An el...																																		
413	Secret Photos KYMS: vault...	962	1317				250	661	202	539	1017	1411	256	664	1062	1449						114	187	590	980	1439							347		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
414	Mextures	885	1282			252	73	475	453	162	523	919	1352			257	563	909	1323																	
415	Bridge constructor playground																			688	1111	1434														
416	Dr. Panda's Carnival	955	224	553	501	991	221	637	1186				695	1192					354	815	1170				871	1335		501	908	1366						
417	Cartoon Wars 2: Heroes		246	574	970																												345			
418	Fox Tuber - Best Client for Y...	1227									748	1178			180	535	998	1325		722	1158															
419	St. Josemaria	431	909	198	143	160	509	1021	1428				653	1053	1440				221	610	1041	1371									684	1184				
420	TUS Santander	910	144	469	910	1358			696	1101	401	78	39	54	95	436	71	131	115	150	554	202	171	164	99	133	539	1134	117	53	175	99				
421	Worms3	567	200	528	957	1377			170	483	96	395	840	212	548	1010	1332	191	130	525	995	536	1005	1316								227				
422	Mortgages & Logan payment...																																			
423	Construction Simulator 2014	115											425	468	132	48	56	105	177	465	935	568	89	68	525	941	140	86	126	345	563	179	559	1098		
424	Lapse It Pro - Time Lapse &...	483	939	1289	555	1033	226	665	1088				575	945	1389			83	379	883	1301	261	605	1037	1366				751	255	517	118				
425	Gravity Duck Islands																																			
426	DataMan Next - Track...													265	691	1089																		752		
427	Sherlock Holmes																																			
428	Vademécum de Productos...				421	797	1263			294	722	1146					86	388	891	1309				344	890	1353					914	1293				
429	MONKEYZ																																			
430	ALON Dictaphone Super No...										236	642	489	537	993	1406	220	579	1017	1400									871	1284						
431	NandaNocNicStudents	153	110	53	419	940	1285			60	394	418	975	86	461	864	165	129	151	557	952	244	189	656	1160			374	785	258	641	1178				
432	Lifeline...										33	22	116	96	395	470	868	1209						293	769	1237										
433	Unboxed - QR Code Reader...			629	1031	1438		297	694	1099			643	1133									402	286	553	286	118	519	978	1437						
434	Ecuestre: Entrena tu caballo										712	508	912	1370					303	767	1188															
435	iFiebre		667	1025	1387		655	1118	591	134	511	1027	230	709	519	984	1308						698	1050						765	1132	554				
436	Jakdojade - public transport	91	437	876	1273	1436				153	474	942	523	1040	1411																					
437	Billabong Surf Trip		249	577	974	616	1003	617	1084	1407			243	579	1065	1447					559	209	146	481	970	524	1076									
438	VideoGet for Facebook - Vi...																																			
439	Amway Europe and Russia	468	190	514	949	1357							267	633	1123		292	621	444	473	957	245	574	1108	260	791	173	565	1153		685	1153				
440	PewDieDie: Legend of the B...																							753	1106						823	507	522			
441	media player OPlayer - classi...	438	910	196	112	76	439	977	220	533	992	1388		257	590	512	891	1218	38	113	150	479	969	247	180	142	546	146	549	230	606	534				
442	Guess the person? HD	1060	1428		262	551	46	214	592		80	104	455	530	986	1386				669	1093	230	505	154	628	1146		376	152	558	557	267				
443	Five Nights at Freddy's	522	960	1291		319	83	104	59	395	887	130	134	536	991	220	538	933	1344	52	70	112	522	940	682	1178		170	568	1094		154				
444	Spanish Thesaurus						267	694	1122	**														624	1129											
445	Duet Game	937	1323				261	682	1108					158	483	959	213	154	362	876	1295			291	126	166	649	100	53	68	46	62	119			
446	The Impossible Game											441	912	1272	157	391	902	919	1245				266	579	1010	1348					300	183				
447	Dictionnaire Espagnol-Franç...	1408	236	570	966	1386								270	443	934	1265					277	448	532	945	1425										
448	vMEyeCloud		278	59	425	209	550	197	577	492	448	178	522	1038	1407									121	142	617	1140									
449	Anatomy Quiz										680	1105	1429																							
450	Comprueba tu cupón													754	1238								388	788	1282											
451	SPL-T																						401	787	1211											
452	Splashtop Personal - Remot...	909	1298							38	374	880	210	615	521	986	1310						656	1087	1413											
453	Audio memos - The Voice R...	172	142	411	873	246	80	503	983	144	403	168	138	542	70	224	425	829	191	595	212	440	198	178	199	698	277	745	262	641	578	608				
454	Smart Crop																																			
455	Astrá											109	112	128	478	956	1369	1444	609	1046	1422	1133							374	820	1192					
456	Scrabble™																			541	983	1375					385	241	703	1163					711	
457	VesselFinder Pro	944	571	175	528	1089	1412		289	675	1095				296	627	981	1384																		
458	InstaLogo Logo Creator - Gr...	209	582	1023	212	689	1037		58	605	497	425	978	1375							699	212	615	1045												
459	CamCard - Business card sc...				233	660	1000								241	119	135	405	911	1255	1262														343	

nº	App name	DICIEMBRE																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
460	2XL Supercross																																			
461	Virtua Tennis Challenge	1378	597	981	1350	294	82	504	984	1369		240	574	77	431	932	493	875	511	995	1353	255	656	1004	693	331	232	709	1154			721				
462	SlowCam - Slow Motion Vid...															605	954	1275								416	757	1265								
463	Kinectimals									232	602	1021	1352																							
464	Five Nights at Freddy's 3														448	936	1268		596	212	1176	507	107	445	1034						714	635				
465	Voice Recorder Pro - record...															270	607	1044	1423																	
466	Bike Fast Fit													272	698	1045	1362					317	512	931	1417				175	171	570	230	656			
467	Fit Men Cook - Healthy Reci...	1113				300	166	554	167	398	30	64	50	52	25	29	116	460	200	600	982	1362	60	74	277	163	83	127	224	115	543					
468	Snow Bros					605	1067					530	857	1325																						
469	GoKeep+ for Google Keep																																			
470	Toca Hair Salon 2	1439		232	569	532	186	604	1061	1404	103	431	126	140	409	910	1253	480	952	1348	651	1003	1396		731	1193	309	789	1204							
471	Guasapp jaja: Bromas telefó...	36	36	119	211	137	123	545	89	64	76	54	435	95	43	67	405	399	68	85	97	405	152	476	576	141	92	142	25	20	50	56				
472	ToonCamera							649	538	976	1379	91	415	973	1370	1433		510	948	1345	287	583	1014	1350	727	1191										
473	Carrot Weather - Talking...																																			
474	Fake Location	917	219	138	66	129	139	557	148	464	941	208	549	1087	552	203	422	404	899	565	1026	436	200	522	272	754	221	696	195	586	241	662				
475	Slow Motion Camera Extreme	660	535	941	1322			303	701	1105	517	191	534	568	1012	1410			643	1075	1456					191	584	291	671	1176						
476	Travel List - Trip Packing an...							305	707	1111														412	898	1272							750	1214		
477	Cleaner master for iOS - Re...	516	133	459	171	612	981	614	208	545	176	426	870	151	34	92	92	41	149	556	1008	227	637	133	189	102	102	215	539	226	607	1123				
478	Touchgrind BMX	1435		230	567	220	567	1066			203	562	930	604	1046	146	468	417	906	1319							244	198	593	114	144	270				
479	Talking Pocoyo			228	656	996												198	553	994	1384			586	1096											
480	Ricky Carmichael's Motocro...	220	599	987	1355			158	543	981	1383							524	962	1354	279	601	1033	1361				337	798	1214	537	551	1093			
481	GPS Kit - Offline GPS Tracker										572	991	1324																							
482	Photogene									246	633	1051	1379					261	590	1026	1408	336	677	1111	1433			435	576	1101						
483	Exploration	541	536	172	529	95	469	1006	1411					293	746	1143	232	633	986	1391	303	96	403	925	1280	317	884	293	757	1288						
484	Notes Note-ify: Colorful not...									304	746	1159											796	1212	**			***								
485	Move to measure - Flying R...														360	748	1159																			
486	Angry Birds Space	1405												251	579	1003	1295							245	641	988	1432	377	713	1230			295	707		
487	Bridge Constructor Stunts														312	773	1139								482	1000	1377									
488	Tomb Raider I	1412	603	1010	1375				613	1035	1428						267	577	922	1334										333	740	1102				
489	My Movies Pro - Movie & TV...	914	1306																													357	754	1217		
490	Flyskyhy								280	699	1123	1443																492	236	627	1040					
491	iHandy Translator Pro	1432				280	594	1056						639	504	974	1297						581	1012	253	724	716	1135								
492	KAYAK Flights, Hotels & Cars	132	504	165	434	943	1286	630	1072					644	1045	924	1248	216	133	542	194	600	979	304	797	1174										
493	Diptic	985	1311	139	487	977	1311		2	105	150	477	888	219	434	928	44	74	410	915	1324	570	1017	256	163	231	621	299	673	1164	196	626				
494	Castle of Illusion Starring Mi...																	547	985	1373														54	38	
495	Super Slot																																		808	
496	Streaks																										908	1408								
497	Punch Kidd		318	689	1099	271	763	594	1051			718	1086			301	660	1095	248	795	1138				244	255	637	305	688	1178				410		
498	More than today widget - ...																																			
499	Night Sky 4																																			
500	iZip Pro for iPhone - Zip Un...		76	417	879	1318				690	1110					669	61	355	391	913	238	557	576	967	308	220	544	1137	273	669	1163					
501	FileExplorer	804																																		
502	Sky Live ™ - Clear Dark Night	631	1031	1364	263	700	1049														713	1065	1451		**							***				
503	Lifeline 2							361	780	1203					811	1227																				
504	Things	204	578	973	1342			453	928	1345	526	86	491	966	214	536	894	1309				585	1016	255	728	329	693	706	1153				715			
505	Settle Up - Group Expenses	272	666	42	73	67	441	116	524	124	496	957	518	1096	199	160	475	860	1278			315	651	569	226	219	708	1126			122	154	521			

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
506	YoFormulo	500	516	120	475	969	220	141	156		125	457	880	1343		647	77	331	861	1289	1439													
507	Mushrooms PRO - NATURE...									686	1105																							
508	SneakyPix																	247	683	1117													870	
509	ECSI																																	
510	Wrist Sudoku																																	
511	Notability				308	623	201	452	930	1346	936	1284								273	670	1022	56	96	46	234	45	44	38	92	47	77		
512	ProTube for Youtube	918	221	548	1024	627	192		462	84	142	472	83	494	482	965	208	504	74	461	482	484	105	444	257	105	104	102	149	238	157	523		
513	The Sims 3 Ambitions	412	123	449	900	1333			237	424	51	204	99	128	99	472	870	168	528	204	173	432	154	155	629	241	208	49	98	505	169	58		
514	SamCard Pro-business card...	532	983	207	69	534	187	605	1062	1406	104	432	858	1327		253	558	902	59	471	964	125	527	943	1426			388	745	602	571	1103		
515	AB Math - fun games for kid...	229	640	999	1365				603	1025	1418			674	1072																			
516	Friend Blender HD - Swap...	604	1006	209	447	952	1291			616	467	181	516	1034	1404	611	142	425	910	1325		273	102	74	93	130	170	624	1108					
517	Tengami																								656	1157	361	816	1320					
518	3D Animated Emoji PRO + E...			266	188	529	568	1027	1411								572	1008	241	186	511	483	913	1404						773	1142	316		
519	AfterFocus	1006	1378	236	445	144	955	219	77	404	892	516	918	221	571	199	512	903	1317									389	226	603	1021	545		
520	Juxtaposer	1022	228	588	985	1399										242	540	183	583	1057	1385	676	1023	697	333	697	318	694	1215	635	536			
521	My Scans Pro - best documents...	42	78	97	125	569	196	155	532		131	117	130	533	987	151	54	42	45	464	199	124	136	129	605	1136			337	726	638			
522	Howsay English Pronunciati...								641	1057	1444								247	659	1084	1411												
523	HoPiKo	954	1347																															
524	Baliza Track Live																																	
525	The Sims 3	557	967	1306		642	984	1028	1421					502	168	537	463	101	448	197	597	58	191	516	269	151	239	239	619	187	502	256		
526	SMS Smileys																																	
527	Legend of Grimrock																													367	775	1233		
528	Superbrothers: Sword & Swo...											622	992	1423																340	789			
529	Domino Drop					330	789	1211							707	1054	1372													373	784	1246		
530	Parkit - parking location and...																						**		***				**					
531	KAMI		281	656	1102	1419	224	642	1074	1455																								
532	Out There: Ω Edition	289	638	1039	1448															309	738	1091												
533	Strata																																	
534	Classic Calculator M1																																	
535	Angel Bike		431	884	1323	294	648	1062	1378																		253	639	1117					
536	Runtastic Cardio Pack - Runn...															116																		
537	Angry Birds Star Wars	201	1308			239	642	535	130	497	184	216	156	416	913	144	182	537	151	54	60	462	905	176	650	606	295	665	252	194	75			
538	CoPilot Iberia - GPS Navigati...	493	514	930	1317										269	584	929	1341	642	1069	1396							831	1244	662	1108	216		
539	MapsGPS for Pebble - Smart...		248	605	1052	1374					593	1012	1344												426	195	681	251	533	104	91			
540	Rory's Story Cubes	626	1026	1359		329	657	1121	593	1067	102	438	863	1332					608	1045	1426				375	677	1108	743	628	1131				
541	AmpliVision: Lighted Magnifi...		277	648	1093	1414																								221	597	1124		
542	Fungipedia														604	1042	1419																	
543	80 Days				352	695	206	596	1106																									
544	WaterMinder® - Hydration Re...																					316	669	663	1166					745	1209			
545	Decked Builder																																	
546	Kiwanuka																																	
547	Terraria		589	984	258	626	1087			607	1030	1423		169	512	982	151	358	874	75	139	474	967	525	131	140	301	138	162	565	558	1099		
548	CarAppraisal										581	951	1393						424	927	1330						344	208	600	1119	192	615		
549	Sorcery! 3																																	
550	Rules!	499	949	524	948	1354					498	904	1357									320	659	1089	547	133	669	615	153	553	567	561	269	
551	Cut Paste Photos Pro Full Ed...	657	1058	1390								276	162	567	1011	1409	539	979	1386							315	803	1269	315	876	1290			

Table with columns 'n°' and 'App name' on the left, and a grid of 31 columns (1-31) under the header 'DICIEMBRE'. Each cell contains numerical data representing app usage or counts.

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
598	Quit smoking - QuitNow! PRO	89	473	901	1286													210	589	1029	1417															
599	Stickman Base Jumper																																			
600	Tap Battle Edition for Dragon...																262	592	1029	1409					307	793	1258							375		
601	LightSpectrum Pro		313	678	1083																															
602	Callorder Pro: Call Recorde...			259	622	1069	572	1127				260	615	1110									708	112	593	1132			375	230	166	546	1089			
603	Super Sharp	188	149	471	911	1363																														
604	Lirum Device Info					375	738	1199	599	1139																									872	
605	One key video downloader	164	453	888	1277											385	803	1213											513	939	1392					
606	Synclastic for Google - Sync...	503	952	526	950	1362										345												910	1330	289	756	1220				
607	Motorsport Manager																		588	1028	1416							361	833	1206				708	633	
608	Carmageddon		643	1001	1367			254	173	488	949	1349																			142	524	1071			
609	1 Second Everyday: Video D...		641	182	110	566	956	220	491	950	1359		156	554	1002	1398							234	657	124	630	1111					634	126			
610	Zolper Premium SIP softpho...										659	1080	1404																			826	1191			
611	Spring Cleaning 2	882	1286				329	782	1200		260	696	1064			325	673	1024	1424			527	936	598	495	635	1151						403			
612	Bomberos Test Exámenes								364	785	1176		707	1076																						
613	FBCV - App Oficial	329	769	493	935	1368	238	804	1231													349	807	1158												
614	Red Johnson's Chronicles																																			
615	Planes Adventures by BUBL																														419	859	1318			
616	La Alhambra Official Guide					113	435		450	439	81	409	850	214	553	1072	1388	557	995	1383	314	412	96	441	1032			264	644	249	98	90				
617	Age of Zombies™			238	148	582	199	612	1063	1408							234	528																		
618	The Survivor: Rusty Forest												303	762	1161								364	722	1147	553	1175	912	1288							
619	NBA JAM by EA SPORTS™	487	936	1281			241	71	471	940	1349	244	546	888	1304		640	989	1383			332	278	644	1193			671	1137							
620	IDMSS Plus	1020	1389							210	147	486	1015	98	154	472	857	195	483	971	223	177	500	1060					145	171	552	1095				
621	Real Racing 2											229	557	544	996	1389																				
622	Cook'n Thermo: Recetas par...	576	201	529	963	1383						567	936	152	508	191	502	874	1270	613	1044	1374				340	803	1179	250	633	588	1014				
623	The Adventures of Tintin: Th...					179	76	237	171	484	946	1345				215	578	927	1251			268	586	217	539	132	666	1102			301	674	198			
624	Video Rotation: Flip and rota...					733	533	1041	1444	569	1119	544	1034				165	448	474	958	108	447	949	1297		473	840	327	702	617	246	664				
625	The Mesh									223	18	29	27	23	24	32	17	27	48	27	158	224	496	920	113	158	116	196	591	129	485	246				
626	Aprende inglés + 2500 pala...		248	576	973	616	1002				567	987	1321												595	1104						310	691	1155		
627	Pixel Cup Soccer		290	637	495	987	1329									344	725	1136	1445					362	723	1149										
628	Footpath Route Planner - Ru...																																			
629	TuneIn Radio Pro - NFL Audi...	189	559	173	520	218	556	1050	1420		541	963	1270				570	137	414	900	1315					574	1084	350	707	1229	674	1161	520	1067		
630	645 PRO Mk III			239	581	1032	104	527	189	515	974	1347				278	146	517	896	1226			108	519	927	1337		233	719	280	93	318	714	257	673	
631	Health Importer																																			
632	Alto's Adventure	193	148	234	443	143	144	151	72	31	55	391	839	117	117	106	397	396	896	1318	635	41	8	3	3	5	5	6	3	2	5	10				
633	Assembly - Graphic Design...																																			
634	xTube - Playlist Manager for...																																			
635	Disney Karaoke: Frozen	423	904	1262	557	226	78	505	187	513	980	1356				159	474	859	1276			310	644	1072	1399	148	35	69	127	157	504	76	514			
636	Playtime with Blaze and the...						736	1203	233	718	1141						352	740	1149																	
637	Calculator Easy HD																																			
638	The File Converter - Convert...		284	627	1028	1435																300	726	1076	1459	647	1149		386	873	1286					
639	Veditor - editor de video año...	173	112	89	121	149	447	548	1018	98	148	411	66	97	397	117	125	352	151	76	112	110	469	464	50	77	119	200	109	119	55	251				
640	Dust: An Elysian Tail																																			
641	Weblock - Adblock for apps...	1117											95	110	473	957	498	432	912	1330									893	136	496	973	1431			
642	Spider-Man™: Total Mayhem																																			
643	SpongeBob Tickler										560	928	1379	591	1009	1331													325	784	1198	655	1065			

nº	App name	DICIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
644	Metal Detector!																																	
645	Dr. Panda's Restaurant 2	1097											330	703	1114	1423																		
646	Disney Karaoke: Descendan...																	281	757	1193				479	994	226	634	1113						
647	Simply HDR																	146	485	962	1355													
648	Voice Translator with speech...																																	
649	Chueca Mobile Gay		653	183	438	951	129	492	977	1367	1438	596	965	1403	643	1057	1375											825	1240					
650	Cloud Baby Monitor = Video...		474	902	1287	275	171	506	986	514	981	1355												364	235	623	1180		580	590	101			
651	Spy_Watch																																	
652	EasyDocScan OCR + PDF...																																	
653	Shadowmatic	457	502	923	518	1007	561	129	528	127	130	403	846	80	413	173	491		512	519	988	538	550	222	591	236	180	126	96	247	513	262		
654	Mad Skills BMX																																	
655	Elhuyar Hiztegiak offline							265	625	173	536	977	232	653	522	900	1230						293	617	1121									
656	SkinneePix																				737	1162							878	1324				
657	Lux Light Meter -lux measur...			301	690	1131	229	781	1201		257	690	1061			318	663	1017	523	1108														
658	Kero Blaster																																	
659	Recetas Thermomix		634	994	1360							491	900	1353				380	884	1302	262	609	218	543	1108			321	719	1085				
660	Final Fight	1007	1379			110	408	998	1403		105	434	182	591	1033	540	942	11225								339	804	1220	202	585	1016			
661	NBA 2K 16	199	569	124	40	90	38	51	38	36	157	392	1811	68	73	54	95	341	441	99	31	16	30	33	47	22	21	26	31	22	41	33		
662	Minecraft: Story Mode	104	55	398	102	122	27	35	127		118	453	183	81	415	915	201	141	53	64	64	183	55	69	91	26	47	38	47	55	42	44		
663	Oceanhorn ™			235	577	1026	225	660	1083								231	523	73	31	59	404	134	149	84	42	111	66	75	275	160	163		
664	BANG! the Official Video Ga...	240	647	1007	1371											266	576	920	1333	632	1059	1387			826	1196	753	1231				744		
665	Touchgrind X-Sports Bundle																																	
666	My Jump	902	218	550	1043	1452			299	53	128	459	881	1344			69	72	409	501	548	199	603	233	179	691	1119	164	104	181	562	1100		
667	Vocal Translate - does recog...	694	1098	1432		762	1107		315	720	1147											749	1177											
668	Notion													759	1243																			
669	Live GIF	970	1337					309	137	88	439	915	268	246	153	110	439		415	978	1365	685	222	548	660	704	1127		347	528	1077			
670	Pregnancy ++																														812	1277		
671	File - Best File Manager...																																	
672	IP Cam Viewer Pro	134	131	455	78	69	96	109	60	396	886	199	62	474	954	74	407	818	503	975	172	430	937	113	595	1129			687	283				
673	BMX Streets	343	794	1161				399	847	172	527	1162					323	389	892	1310			373	770	674	1175								
674	Syberia (FULL)		700	1061	1418			302	700	1104																								
675	Downwell	99	63	403	871	1312	1383					261	625	564	1013	543	913	1236				346	698	577	968	222	710	628	1185		140	118	30	
676	Super Barista								370	799	1221														480	995	1371							
677	iPrimitiva				444	947	1289							663	1061	1448																		
678	EvoCreo - A Monster Captur...																								523	261	92	302	845	1220				
679	Mood meter - building your...																																	
680	TextGrabber - image to text...	249	467	896	1281	272	610	1072					657	1055	1442							253	654	1002				651	131	493	970	1429		
681	Football Sports All Leagues	1046	1418																															
682	Backflip Madness	116	441	878	426	942	1284	241	632	1030	1427	247	587	1076	551	1046	210	381	159	156	562	951	243	138	574	109	166	666	248	636	1049	306		
683	Test Motocicleta - Autoescue...	1094										649	1021	1449																				
684	Runtastic Squats - Workouts...		254	583	980	1395																289	615	1046	1374				756	1213		143		
685	Tap the Frog											413	853	1321							264	180	501	208	531	1074				305	680	1145		
686	Sports TV App	872	1276	1365			713	1139	184	414	464	467	1003	427	925	1271						117												
687	Satellite finder - Satellite dis...	1119	231	645	1046	628	99	520	1001	174	538	1071	1398															460	850	1303				
688	Repulze					314	757	1179																		482	850	1353					238	
689	My Maps for Google Maps ™			291	673	231	575	1174																					862	265	652	644		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
690	Ilovecraft (H.P. Lovecraft Col...	110	126	452	898	1336										274	613	1050	1429								587	1159							
691	myTubes HD - For Youtube B...	178	556	468	128	36	227	49	91	384	91	418	457	475	476	182	417	825	192	597	222	160	142	79	186	239	209	694	255	149	116	249			
692	BADLAND	228	600	988	538	1031	1357						153	551	999	1395			104	61	100	408	928	173	108	65	46	22	49	63	67	103			
693	Colean for IOS - Clean & Re...																																		
694	Graphic - vector illustration a...	461	188	515	179	172	515	1024	1441	567	1104											744	1169												
695	RollerCoaster Tycoon@ 3	968	1331	223	151	165	512	563	1029	1416				1122	556	134	460	850	1285	598	1108	1431			150	138	110	131	541	1085					
696	Free Music Video Player for...																																		
697	Learning the Alphabet in Sp...							367	796	1195			707	1195																					
698	Weather Bundle - Forecast...																																		
699	Syberia 2 (FULL)										338	760	1185																						
700	Grand Theft Auto: The Trilogy	138	71	93									82			138		107		79				127					134						
701	Artemis Director's Viewfinder				613	1060	1384		272	639	1055	1442																							
702	Sleep Talk recorder	**		***	95	138	62	61	124	449	436	175	414	972	1371						637	1067	550	1063	1389						705	1170			
703	Ejercicios y test psicotecnic...								275	52	388	166	509	543	992	1404	82	335	859	553	1004	1341						419	791	194	575	1107			
704	Runtastic Push Ups PRO: Wo...		118	446	896	1334					582	1000	1395				438	929	202	139	402	191	590	978	1356		727	707	1164			338			
705	1080	654	1056	1388									292	743	1141									732	1085			441	822	1273					
706	Learn Japanese with Tako...	1092	1455		271	190	153	499	982	1373			741	525	989	1315																			
707	Tiny Wings	456	187	506	175	539	937	607	470	447	922	1332			221	375	880	562	161	426	936	1285					778	88	151	139	88				
708	Pano																																		
709	Boxer Pro		277	620	1017	1427				279	659	1077				633	983	1306	253	671	1096	1421		635	1139										
710	Distilled - The Ad & Content...						724	591	1048								633	1068	1448		319	764	1119							365	532	1081			
711	Virtual Trainer Suspension			257	618	1066	1389	277	670	1072																				719	287				
712	iChant Gregorian																																		
713	TOP APP Productivity Pack																																		
714	Web:TV Remote	559	1028	1363							227	626	998	1429		283	607	957	201	674	1098	1422		299	777	1243				775	124	556			
715	NOAA World Radar - Rain, H...																						313	650	1078	1403					843	267	666	1122	218
716	Spyglass	892	555	956	1312			657	201	537	1006	1401								269	659	1010	1403					383	739	254	632	1151			
717	OldBooth	155	450	886	511	157	502	1018	1422				230	558	1047	201	572	918	1244	540	982	604	988	1352	**								***		
718	HiFolder Pro - keep lock priv...										224	620	991	1422																					
719	Duomatic - The Double Expo...																																		
720	DNA Play																																		
721	AeroWeather Pro												593	1082							643	1071	1398												
722	Mindfulness Bell	1077	151	125	479	217	563	1052	578	136		500	905	1358						261	684	1107	1429	716	1066			427	798	1252					
723	Premium Music Search Pro f...																																		
724	Eguraldia																																		
725	Justicia test examenes															396	820	1235							893	1355					908	1280	324		
726	MemoCal mini																											437	813	1267					
727	Food Additives Checker (E.N...									636	1053	1441				277	598	945	1053													715	1177		
728	InstaMail Photos and Videos	1021	1391																																
729	FlightBoard - Live Flight De...	126	493	162	516	1003	217	656	541	979	1381				268	604	1022	209	143	403	916	1325		272	590	279	369	649	1196				341		
730	Voice Translator with Offline...	83	433	79	431	190	541	88	114	120	463	950	1345														190	582	1156			296	748	290	
731	48H Open House BCN																																		
732	Billetes de euro. detectar lo...	1242																																	
733	Neo Monsters	1131			297	759	537	1044	1447		256	686	1059												19	1	1	5	5	12	21	22			
734	Brothers: A Tale of Two Sons	950	1344	224	687	1134	230	780	1203																		500	879	329	707	266	654	1232		
735	Safe +						735	551	473	943	1363								274	705	1131	1451				313	804	1271	316	879	1295	287	741	1208	





		DICIEMBRE																															
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
736	GOSTS'N GOBLINS GOLD		619	976	1345	291	606	200	584	1018	1416			649	1049	1436				219	607	1039	1369	648	996			722	1239	283	702	1069	
737	Table Tennis Touch					695	1041						612	1106													369	856	1268				
738	Frozen: Storybook Deluxe...							679	1105			590	495	902	1355						116	450	943	1290								353	
739	Delete Contacts Fast - delet...	583	528	935	1313					211	570	989	227	668	1067															319	715	256	672
740	Documents to go Premium...	489	943	1287																													
741	Fast Player Pro 9 - Multi-form...						373	874	1295			330	732	1214														179	581	1107			225
742	Evel Knievel																																
743	World Conqueror 3			437	888	1327										168	143	356	875	1297				336	458	1042							
744	Hola Jesús! Rezar con los ni...																													361	212	646	
745	LUCID by Perfectly Clear											317	718	1202																			
746	Photo Lab PRO editor: face p...				573	580	965	1408		202	406	170	139	142	411	914	1254				266	518	925	168	492	193	244	625	1181		308	720	
747	Pirlo Sport Football	901	1300					300	697	170	516	1062	1389		453	941	1275																
748	Keyboard Themes - Custom...												340	832	1230										378	768	1265	370	930	334	712	1370	
749	The Beggar's Ride																																
750	Touchgrind Skate 2			252	610	1055	1378		263	623	1044	1435			236	616	964	1384		282	688	1040	614	1037					770	608	1027		
751	iRecorder Pro - Audio Recorder			244	597	1046	1369																266	677	1024								
752	Green kitchen																																
753	TripRoad Pro																													866	1316		
754	Heads Up!	1399	237	578	185	517	86	56	203		387	50	121	114	474	960	207	501	967	78	500	473	111	419	165	45	105	100	93	35	88	96	
755	Toca Tailor							1483	1303													1350	1316			1075			1414		1386		
756	Pregnancy Progress: baby jo...																																
757	AppMaldita: Libro de terror l...	734	1139																													398	901
758	Pixelmator	63	108	112	36	94	468	991	1402		557	40	69	28	51	52	51	338	41	20	47	93	66	208	158	228	151	147	550	1087	272	696	
759	Interlocked			335	711	1116																											
760	Earn ti Die 2	542	208	538	493	984	1325	242	702	495	956	1364	246	176	526	193	505	126	168	574	563	954	1368			189	581	1154			111	169	
761	Star Wars Journeys: The Pha...																																
762	Downloader (Internet Down...	765	211	534	192	631	208	69	129	455	927	1338																		432	929	1299	
763	Toca Life: School	527	962	1299				312	177	408	896	1312	552	204	558	1133	1439						100	511	930	1416	383	588	684	610	244	193	620
764	Living Earth - Clock & Weather		240	429	881	1319	584	1055	1455			554	479	1010	1396	237	545	887	1303	333													
765	Network Multimeter	617	135	409	875	1316							275	172	517	126	454	848	1279					297	627	1130	357	779	320	219	525	173	529
766	Lumino City	514	961	521	189	134	445	546	1015	520	982	209	614	1103	432	481	72	367	480	956	1333							860	268	495	972	1430	
767	Please, Don't Touch Anything												333	813	1214														515	944	1397		
768	Air Video HD - Now with mul...	934	1319			663	455	984	1393		429	908	1264	160	510	980	1305			562	1001	608	1015	1408			340	652	1124	635	1048		
769	Gallery Doctor																							**									
770	Audiobooks HQ - 9,750+ FR...	549	71	436	944	464	992	573	403	890	1308			636	1052	1370	205	425	194	143	478	542	950	1428		349	813	1229					
771	Elder Sign: Omens	1102																										350	700	1128	1448		
772	IBEX Bolsa de valores PRO				303	765	1111	233	750	502	167	137	476	194	138	506	889	1238	80	493	974	1320											
773	Fake Call App			311	707	1149																											
774	PDF Scanner - easily scan b...																				694	1128											
775	Heart Rate Variability Bundle														*																		
776	Printoo													897		**																	
777	Street Fighter II Collec...	482	937	1285							54	98	417	183	538	976	501	873	1266	174	569	959	1355	569	1088	51	175	626	1107				
778	Vampify - Turn yourself into...	1083	1446										737	1137		259	587	1023	1405				674	1105	1430								
779	WeightCalculator - Check yo...																																
780	Next for iPhone - Track your...				257	690	1036													245	656	1082	1409										
781	Fotor HDR - HDR Camera & ...	1054	1426				658	1122	106	393	422	906	1250									286	704	1055	314	853	1228			173	177	604	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
782	MoneyWiz 2 - Personal Fina...	428	179	504	945	250	586	1104		57	373	879	1240	102	661	1075	1391										437	777	1282	287	756	1124	679
783	WinZip Full Version - The lea...	472	927	1277				74	478	85	437	914	1267	631	186	552	971	1290						122	598	309	677	1221	281	763	261	680	
784	Forvo Pronunciation		264	599	995	1408							590	1079																			
785	CameraSim for iPhone											273	641	1131																361	789	1159	
786	Settle Up Bundle																																
787	Lost Within	127	484	913	512	1008	562	1051	1437										411	923	1335			314	802	728	633	303	685	1175			
788	Slingshot Racing			605	1001	1413																											
789	Verbusters Phrasal Verbs																																
790	Battle Supremacy: Evolution	1147		310	720	1167				286	708	1134	1458	795	1195				295	748	1176												
791	Octodad: Dadliest Catch									317	771	1198				760	1113	1429											448	943	1319		
792	Viewer for D-Link Cams				269	712	1059																							343	734	1199	
793	iFaces - Custom Themes an...	1420		289	672	1123	106	489	85	411	895	518	920	1368	113	482	875	169	60	457	531	941	597	234	117	106	73	75	192	513	545	100	
794	Wauoo Tools		120									96						70															
795	Phone Finder - Find your iPhone by...																																
796	Kingdom Rush Frontiers	260	642	1000	1366																					223	614	1174				737	
797	Call of duty: black Ops...	961	564	980	1309							236	569	145	126	492	880	1222								221	612	1172	280	205	189	194	
798	Lucky Craft ...					442	833	1295																									
799	InstaGood Pro photo editor-everything	283	686	1049	1408		286	532	999	1385	537	1053	1384		696	1109	213	593	1030	243	723	1078	248	654	1155	770	1255	758	269	667	263	682	
800	DailyCost - Personal Finance	1055	1421			272	700	1128																									
801	Warmight - Manual Camera & Phot...	406	64	39	54	66	59	45	43	90	381	116	422	130	491	82	111	155		554	87	159	141	429	1029		94	182	40	110	71	110	
802	Viva Sancho Villa																																
803	Til Morning's Light	951	1345																				341	709	1207								
804	Marisma	1160				333	793	1217																						382	792	1252	
805	WorldScan Pro - Scan Documents &...																									413	251	714	622	1129			
806	Save Contacts Email		267	144	489	980	1318							704	185	551	476	81	416	921	594	981	609	1043	313	841	1216		216	591	1126		
807	Dark Echo	129	547	942	1323					27	24	25	42	81	53	50	29	30	43	78	45	100	75	80	84	50	71	246	494	190	532		
808	Ver TV en directo	742	1158									334	181	534	997	1324	26	94	500	981	1326							488	892	626	248	667	
809	The Room Three	48	48	40	60	34	127	27	24	23	44	44	45	44	59	45	53	343	864	154	111	133	137	427	1027	148	67	96	57	65	99	55	
810	All Your Passwords	587	989	1323												233	527	964	1356	280	602	1034	1362		404	743	1251						
811	Paquete embarazo +: 3 geniales...																																
812	Domino for iPhone							258	614	1036	1429	263	684	1082										287	752	1218							
813	Rawvana's Raw Recipes	1140					336	753	1154																								
814	NotMyPhone																																
815	Pedi Safe - ICU, OR, ED Medications		258	590	187	620	1015											204	576	1015	1404	267	678	1025				330	736	1097			
816	Snail Bob												346	730	1143																		
817	Calendario Laboral España 2015 A...								334	749	61	164	511	539	995	1417										427	945	1362		788	1247		
818	Explain Everything™ Classic		321	694	1092																											427	
819	Bria iPhone Edition - VoIP Softphon...											492	189	600	1034	219	571	152	518	1009	1398								1318	202	630		
820	Blackboard for iPhone and iPod - w...	1041	1411										171	133	499	883	1231						275	692	1040								
821	MotoGP Live Experience 2015																																
822	Zoiper Premium SIP softphone - Vol...										659	1080	1404																	826	1191		
823	RCOG Guidelines																																
824	LEGO® Ninjago™: Shadow of Ronin	1173													343	701	1050	1449	348	798	1151												
825	Boletus				337	672	1134				621	1041	1369																				
826	rop	887	1285			315	169	556	995	1395	141	72	247	711	1125	526	991	1399							423	225	545	627	1109				
827	METAL SLUG Pack													125																			

nº	App name	DICIEMBRE																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
828	Rowmote: Remote Control for Mac	171	1277	1312		289	603	199	135	457	929	55	100	59	399	172	55		863	1290	1378	588	1019	182	252	146	156	206	597	576	1011					
829	AirWeb - Web Browser for Apple TV	1056	150	482	924	254	588	1119		234	412	896	1251							283	504	923	1410						352	546	992					
830	House Design Pro	972	1342			732	1080					251	445	871	1335			85	386	889	1307			748	1102				456	844	1297					
831	Red Phone																			638	1073	588	1160													
832	Chilli Fish																696	1043	1360						846	1309		471	869	1322						
833	Sendokai Champions	420	177	502	919	171	150	122	467	938	1352		582	1069	1452				563	49	129	416	931	1282	311	675	271	742	1191	644	586	272				
834	Sky Gamblers: Storm Raiders	255	156	479	920						574	993	1326	280	622	1039	1358					604	1036	1364									732			
835	AUTODEF	236	471	402	459	213	555	196	576	379	881	1009	1341		231	79	411	821	1248													706	1169			
836	GoodNotes 4 - Notes & PDF		273	615	1009	1421	271	161	547	985	1387				309	670	526	902	1234																	
837	Simpler Pro - Smart contacts manag...				245	671	1016						594	964	230	641	201	514	921	1335		302	630	1059	544	1114	763	1197		332	**		***			
838	Confession: A Roman Catholic App																																			
839	PrintCentral Pro iPhone/iPod Tou...					710	206	623	1144			232	442	866	1442		291	619	967	1376																
840	Mail+ for Outlook					317	639	1102																												
841	FreedivePro																																			
842	SADE Video for Facebook	451	920	1267					712	138	519	193	234	182	422	441	851	365	156	560	1027	1346		198	174	203	199	687	1150	278	667	289				
843	Shift Cal - CuadraTurnos PRO (Work	26	44	38	35	59	121	114	102	389	154	419	125	98	435	180	497	82	101	143	550	120	153	58	129	664	125	346	224	167	176	166				
844	Guasapp Bromas Telefónicas	64	91	157	430	212	130	119	123	128	77	506	851	589	1009	91	171	133	481	70	93	106	520	109	589	306	65	143	19	29	74	47				
845	Reyes Magos	475	932	512	942	52	117	59	464			123	113	104	73	193	98	395	59	76	479	63	114	203	59	43	39	48	51	71	52	92	121			
846	69 Positions - Sex Positions of Kam...	158	525	934	523	1004	1314																										308	688	629	
847	Sound Touch																																			
848	Aha Bluetooth Tools		96																									345	806	1223						
849	iMaschine 2	72	173	418	878	1315	132	493	978	512	951	423	120	522	404	912	1257	1296	250	491	154	75	480	90	49	92	112	195	108	98	242	67				
850	Caveman																																			
851	This War of Mine	716	1119	1447															251	685	1120		102	464	148	90	647	1093			352	733	1198			
852	The Walk - Fitness Tracker a...																																			
853	Sun Seeker: 3D Augmented...	259	157	414	462	965	1305				582	85	434	986	1381													347	810	636	1138			698		
854	Secret Photo+Video ...		618	975	1344				243	579	996	1391			260	143	514	893	30	132	526	1037	1367		271	730	171	562	1144	666	1165	278	558			
855	Madrid Barajas Airport ...																								330	847	1308									
856	Myths of the World: Black R...																																			
857	Tee de Salida																																			
858	Metal Slug 3	206	580	992	539	99	470	552	1020	518	975	529	483	89	393	904	198	484	180	581	1052	1381		599	650	1157										
859	AlienMobile+															318	764	1109	1425																	
860	2015 CDC STD Treatment...									859	1276																									
861	Stellarium Mobile Sky Map		655	1015	68	535	936	1393	604	133	510	494	133	535	990	149	409	820	1247			634	1062	1390	756	1222		403	765	1224						
862	Relight - Better Photos	529	964	1301																				124	35	42	70	91	167	65	86	68	131			
863	Zodiac: Orcaon Odyssey	1189			326	555	140	559	465	939	1356	219	680	1167							386	768	581	974							881	1257	222			
864	Thirty Days & Seven Seas - ...																																			
865	My fonts - Custom font styl...	519	965	204	439	957	1299	640	212	102	389	76	76	488	961	141	107	119	397	190	508	476	968	249	69	176	566	292	705	1314	653	201				
866	LIMBO	879	215	545	184	173	520	565	193	526	169	528	938	1349	603	1021	1342			224	616	215	441	531	479	1051				706	1074	308				
867	AnyFont	1071	1436							283	665	1084			285	730	1130	554	984	1308	82	134	155	489	971	1311		858	1232				344			
868	Tiny Rogue																																			
869	Remote Mouse							248	595	1018	1412	258	667	1066	**							621	1049	1379			183	572	128	122	212	582	1113			
870	Ski Safari	920	1312			110	525	52	117	488	179	514	1032	1397					194	548	47	259	591	1022	41	188	694	1121			296	208	108	139		
871	Offline Maps Pro - for Google...									293	717	1140	1460										395	775	1195					507	928	1381				
872	El Principito (ilustrado)		650	1011	1374									291	640	1055	1373						286	607	1113											
873	WorldCard Mobile - busines...				231	649	999					560	980	1315												342	805	1180								

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
874	Ultra Downloader Plus																																	
875	Kalo Calculator																																	
876	2Download: All-in-One Do...	195	570	961	1318	339	676	1138							162	480	864	1286							396	679	1110	344	722	1262		802		
877	A2							806	1228															337	864	1325								
878	HappyCow Vegan / Vegetar...	242	688	1051	1410															729	1080	620	1078	703	174	193	683	1147	277	666	1197			
879	All New Dreamdays - Count...																													360	825			
880	Couple foreplay erotic game					743	1207																784	1136										
881	Text Extractor Pro (The scan...																																	
882	6 Plus HD Wallpapers for i...																																	
883	Tiny Pirates! - Pirate Cannon...																																	
884	The room two	454	444	880	428	43	89	107	97	78	181	531	481	195	524	86	37	36	172	570	498	417	62	176	579	89	51	37	62	64	89	41		
885	Emoji Emoticonos & Animate...	1074	1439	263	449	568	958	1406	234	664	1083		286	507	971	215	115	348	868	223	477	468	965	1294		644	1091		774	1145	555			
886	Hidden World	290	702	1067	216	552	948	1399										620	1059	1440					832	1297								
887	iCalendar				657	1105	1426			257	652	1074	1400										314	667	1169									
888	Bloons TD 5	221	604	1017	1380									297	651	1065	1380	550	184	166	164	241	686	502	1062	753	101	618	1104		637	537		
889	Super Hexagon														631	1047	1365		230	628	1055	1384				411	749	1257						
890	Handy Photo																																	
891	Blue Iris				667	1114	1435		300	699	1121																			833	1201			
892	WikiCamps New Zealand			342	768	1208					734	1160				800	1212																	
893	Musicloud Pro - Music Player...	154	136	464	51	32	30	46	87	74	84	92	16	87	50	171	412	345	153	114	530	191	61	167	100	132	538	669	1141	120	96	159		
894	Waterlogue				186	527	1037	1436							234	613	960	1281										263	643	590	240	660		
895	Football Manager Mobile 20...	9	12	33	17	16	16	17	21	46	73	33	64	30	100	52	62	128	45	175	77	28	32	41	43	52	67	129	169	107	531			
896	Home Design 3D Gold												63	2	3	11	46	333	862	1286	1399	1373	632	1008							711	1173		
897	Guitar Pro																			638	1064	1392								143	525	1072		
898	Dr. Panda Firefighters	410	174	500	930	1361	237	168	157	474	944	1372		354	749	1170										293	668	1209		298	802	296		
899	Secret! - Protected Photos	635	1038	1371																														
900	Picfx	247	154	476	917	1343	108	526	991	1376			567	1055	202	584	188	481	953	236	652	1004	1397			330	790	1205	657	1071				
901	The Secret of Grisly Manor	267	658	1019	1382	681	1026											553	990	1378														
902	Premium Unlimited Music fo...	11	38	11	12																													
903	Last Horizon					174	587	1045																										
904	Traffic Rush		569	964	1385													200	423	926	239	571	1030	1359		335	259	598	1118					
905	FindShip Pro - Ship tracking...								278	693	1117	1445								341	191	521	996	538	1083		422	935	1357					
906	Launch Center Pro										579	949	1390				566	912	1326				281	454	258	260	642	1182						
907	Madcoaster																																807	
908	Legend - Animate Text in Vi...			633	491	264	691	1152				41	51	470	952	1365	1410	586	1028	1404					123	658	1099							
909	Pegaso Plus	148	137	466	476	974	564	1053	1442			274	645	565	1010	1408							316	807	1273									
910	visor -vlow vision magnifier						892	1311															423	846	1339									
911	WikiLinks - Smart Wikipedi...																																	
912	King Tongue												339	828	1226																			
913	Flick Football																																	
914	Cheeky Fingers Piano Chord...	713	1117	1445																														
915	Invisible friend App	***	**		***	88	67	81	40	43	49	36	80	109	80	44	40	24	39	54	35	127	155	481	1052	119	534	111	132	104	57	259		
916	Paprika Recipe manager for...															257	580										802	1306						
917	Temple Run: Brave											252	645	178	547	926	1250						266	579	1089	354	571	1143						
918	Rabbids Big Bang				331	660	1123																	377	855	1229								
919	Sun Surveyor - Sun & Moon...											631	1120									327	670	1101	1425		449	807	1310					



FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
966	One Button Travel																																	
967	Path Input: Better Swipe Key...	1379														682	1029	1349						679	1182						372	572		
968	Amazon Game Studios Dou...																																	
969	iFile ™ ®	119	58	41	27		*																											
970	Sesame Street Alphabet Kit...	101	485	914	514	1009	1296			730	1145																							
971	Little Fox Animal Doctor - B...	47	33	67	435	37	53	113	34	75	122	401	844	1319		301	68	363	877	1296					509	897	330	708	1349					
972	Smart Productivity Pack															40	63																	
973	Max Payne Mobile	426	906	1261		109	479	997	572	1003	1384								103	466	962	531	210	533	1077					312	729			
974	Lotería de Navidad 2014 y...	38	141	407	874	1314					151	466	82	61	43	41	64	33	77	414	120	535	40	2	5	29	73	229	700	1155	281	664	282	
975	Papa's Freezeria To Go!	445	914	1266			530	1039	1439				632	200	616	1133				624	1059	615	1073	1455		387	160	185	678	1145		370		
976	iStroboSoft	177	553	964	1325																													
977	VinoCell: manage your wine...	448	916	1269					348	767	1195				737	1088	1405									534	934	1425						
978	Live Pictures Cam - A camera...	30	43	34	74	536	940	134	533		444	929	1289																		814	1271		
979	PDF Pro 2 - The Ultimate PD...	49	128	451	903	105	475	554	192	414	899	1321				652	481	865	1287			338	682	1113	1436									
980	Pumped BMX 2	73	430	871	134	530	185	606	1065	1409		613	197	612	514	500	884	1232	531	1034	612	1049	1438			435	776	1281			768			
981	Aha Notification Provider	86	52	441	892	102	474	1003	1408	194	413	897	1252			279	119	405	69	115	71	193	52	66	76	36	28	55	69	42	79	45		
982	lMuscle 2 - iPhone Edition	88	62	401	120	599	966	1409		204	133	462	883	1341						276	598	1029	1358			397	247	637	1115	274	663	1150		
983	Luxómetro	90	475	903	1288						221	610	196	611	1100															331	712	1174		
984	NormalChild: Growth & Medi...	92	476	904	1290																													
985	The Document Converter - C...	93	479	909	1294											370	156	136	462	853	1297						952	1373						
986	Uvemaster	182	45	86	457	961	1297				673	1108	1442			289	748	1132																
987	Password for Whatsapp AppLo...		77	95	414	206	549	153	151	468	95	108	460	531	988	145	410			504	203	595	206	494	219	683	1180							
988	Ski Tracks	929	90	395	59	40	21	55	119	66	423	405	178	489	166	112	858	1205	210	612	214	157	126	141	1038	177	568	221	188	159	492	1060		
989	Valoracoches		95	434	886	1325															704	1130	1450				391	880	1293					
990	ablalab		97	438	889	1328																												
991	Either		98	439	890	601	982	1426														824	1241									945		
992	Hitman: Sniper	200	115	48	103	123	137	495	979	1372											1022	117	483	140	477	911	85	127	55	80	73	121	153	595
993	Crazy Taxi		78	442	946	1288								659	1057	1444														314	707	1075		
994	Animated 3D Emoji Pro - Ne...			80	448	953	1293																											
995	EZMP3 Player Pro			81	453	958	1300																											
996	lleyes			82	454	959	1302											702	1136															
997	Monument+ for Monument V...			320	57	125	90	181	37	32	117		*																					
998	League of Stickmen			768	81	46	49	232	116		38	63	74	107	468	956	1276																	
999	Infuse Pro 4	278	680	1041	88	74	64	189	483	947	494	959	1288		663	1077	1392				284	181	440	611	113	266	201	595	575	1012				
1000	San Juan				90	520	929	1390																										
1001	Drumtune PRO   Drum Tuner				91	554	950	1400		273	681	1110	1434																					
1002	Kid Tripp				92	556	951	1401																										
1003	Cmoar VR Cinema				93	557	952	1402											1091													418	941	
1004	FhumbApp			287	98	934	1279				261	416	899	1255		273	611	1048	1427		309	183	508	130	665	610	300	212	595	1016				
1005	Xenowerk	502	448	885	136	33	66	97	514	970	1377																	448	831	1282		145		
1006	Roma audio guía turística (au...	1447				58	432	972	1386							557	901	1316										740	1249					
1007	Control TV Soccer see all Le...				60	437	976	1390																		454	955	1331		391	864	1238		
1008	Call of Duty: Zombies		614	971	210	83	427	145	447	926	1343	1386										645	497	270	137	542	1136			302	713			
1009	Madrid Subway				223	84	453	981	1392										192	545	205	605	994	1387										
1010	Draw It: Mini Game With Wo...				89	461	989	1397	195	741	1179																							
1011	Offroad legends 2			435	166	167	40	193	579	1005	502	190	147	563	175	543	912	475	1027	1410														

nº	App name	DICIEMBRE																																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
1012	Bridge Construction Bundle					51																															
1013	Cut The Rope	139	132	406	124	150	74	100	57	386	139	467	884	1345			278	626	1063	245	526	935	1343		154	87	274	108	66	184	145	181					
1014	Toca House				246	672	97	518	994	1380																		401	567	1093							
1015	Babanjo Radio FM Pro	698	209	539	190	629	100	521	1004	146	540	1090	1414	759	1160																						
1016	iHandy Carpenter	1431		225	562	1012	1343	37	158	469	935	206	542	546	125	491	180	469	116	509	986	1329	257	191	647	1154		373	726	1182							
1017	New Lucky Build Battle...				505	918	40	86	412	897	519	921	1371																								
1018	SpotSearch for Spotify (Prem...	511	956	1284		284	597	65	64	35	8	16	21	20	33	90	423	828	505	974	1350	239	499	469	1046		135	197	592	1114	276	694					
1019	iSwap Faces			233	571	1021	224	72	113	438	916	1316					227	516	955	103	515	923	238	570	649	1156	684	1218	679	1196	59	42					
1020	Street Fighter IV							84	495	948	1357				637	1040	1429														296	709					
1021	Text 2 Group Pro - Quickly s...							87	502	958	1365															822	1287										
1022	Strawberry Shortcake Berry...							88	506	965	1373																										
1023	Day One Classic	875	1279	1328		182	522	192	75	56	407	894	1247			224	77	108	402	897	160	560	91	86	48	55	88	128	109	532	68	84	78				
1024	Recorder	429	180	505	484	975	565	198	76	407	894	1311				715	1127	1438								709	1140	1460									
1025	PDF Pack by Readdle							80																													
1026	Kids Education Game 2							432	81			427	907	1269																							
1027	Tiny Planet Photos and Video	602	1005	427	883	1322	164	485	82	410	893	1309	545	1078																545	991	302					
1028	RadarFix Pro				237	182	521	566	92	416	976	1348	259	670	1068				531	970	237	668	1020	1411			407	250	712	1168							
1029	Dobble HD							847	98	390	884	1307	1455													891	175	567	1164								
1030	Transformador de Voz		644	1002	1368				107	62	421	404	847	1323			240	537	975	1364														739			
1031	Word Swag - Color fonts, typ...	1061	583	1032	1394				109	79	432	911	214	632	1119									301	108	37	28	29	43	37	36	31					
1032	My Sprint			860	195	635	545	195	582	93	144	475	473	1008	1417				263	714	219	623	1157						526	967	1414						
1033	Toca Doctor				232	181	151	498	186	96	452	923	1278	244	442	933	494	876	1271		181	503	209	532	200	701	1123	248	627	246	626	277					
1034	Awesome Note 2 for iPhone...	564	970	1309				646	199	100	459	920	1275								173	567	958	1353			387	717	1234								
1035	Auto Bild Matriculas	254	631	989	1356						108	72	402	845	1318	1449				526	965	580	1051	229	178	498	1058					313	730				
1036	Duet Display	642	1043	1375								622	12	28	76	410	916	1258	1292																		
1037	TV English	921	459	891	1280		609	1070					56	445	525	492	967	206	140	384	187	506	915	1331			396	730	241	543	562	1004	304				
1038	Farming Simulator 14												57	416	974	1372															766	1223					
1039	TV España - La TV en directo	1164		670	1075				775	1169		64	29	12	23	10	10	18	50	95	42	34	90	432	1030					345	172	496	590				
1040	VVVVVV									262	655	86	436	990	1386																373	817	1186				
1041	Rummikub®	903	1301				723	209	598	1142			95	450	991	1387									734	165	494	206	536	645	1150	191	163	151	239	484	112
1042	Aprender a hablar inglés rá...	569	975	1313			167	578	1036	147	531	489	50	45	120	486	877	1221					99	500	918	1407											
1043	Super Dance Elf Christmas 2			606	132	156	506	191	165	480	165	136	71	101	447	49	79	374	67	25	34	94	101	418	70	216	204	225	611	571	121	546					
1044	Storyist													96	473	953	1366															973	1426				
1045	Sports-Cam													97	517	979	1383																				
1046	Pinnacle Studio - video...														82	421	922	1261	186	731	1176				345	895	1363					927	863	1331			
1047	Catequesis Las Tablas														427	57	437	846	1198	207	765	1197															
1048	Her Story				413	792	1250		289	719	509	191	603	62	440	873	1213														385	804	297				
1049	Parchis!	932	1316		235	549	943	1396		208	566	986	527	146	71	108	438	839	1261								344	279	650	1197					229		
1050	iCupones								245	583	1002	1396				76	433	845	1195	197				94	132	572	1124										
1051	Series.ly 3.0	980	1356				144	472	941	1350			150	548	84	456	856	1202							270	725	1188	231	704	193	170	548	1092				
1052	ETA - your GPS driving assistant...	539	532	938	1319					676	1090						93	429	835	193	599	1119	1442							438	816	260	647	1203			
1053	Ring Ring Christmas		743	189	548	234	577	590	1047	530	983	1369					94	430	406	464	92	79	421	935	1284	87	129	144	645	1122	276	201	200				
1054	pCars Dash														340	99	93	337	442	90	475	178	587	969			786	1291	367	881	1343	656	1272				
1055	HeartWatch. Heart & Activity...										364	159	505	1031	1427			48	61	96	138	159	490	972	1333												
1056	Big Day - Event Countdown	266	472	447	897	1335						219	437	862	1331	573	1063	80	382	885	224	636	505	984	1321				834	1248	664	1110					
1057	Lotería navidad 2015				794	1228						820	1243					87	390	395	188	142	477	21	42	64	169	561	1141								

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	App name	DICIEMBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
1058	Moneyfy - World best budget...												361	872	1277		88	112	453	945	347	243	819	1181						941	1334				
1059	Easydom Next																89	393	895	1314															
1060	Cut The Rope: Magic																6	2	1	7	13	17	14	14	14	14	17	21	17	10	13	12			
1061	Listen Music for music...														169	490	22	15	*																
1062	SkySafari 5 Pro																47	157	561	1030	96	465	906	1398				479	891	1345					
1063	Toca Blocks																57	396	67	27	26	50	139	106	62	77	77	135	150	100	164				
1064	JotNot Pro - PDF document...						**			**	199	553	478	1009	196	564	186	67	98	139	547	198	599	229	687	1177			305	691	1060				
1065	Mi Tele												285	633	1049	1367	69	405	192	91	431	938	1286												
1066	Recorder					243	645	1070	178	544	185	145	547	172	538	911	83	387	908	1322	1363		577	276	758	1169							712		
1067	Pinturillo 2	498	950	1295			709	1136	542	1070	1457	282	722	135	503	886	84	386	910	507	475	541	131	187	695	276	187	586	183	560	606				
1068	Sidefari - Web browsing com...															893	1226	86	47	91	509	921	1344		**		***								
1069	Lux Meter - light measureme...																90	435	503	982	1327														
1070	PE Mods - Custom Keyboard...																91	437	937	1343	244	844	1203		551	955									
1071	Badland 2																92	63	53	26	52	89	130	72	49	79	343	524	127	482	68				
1072	Pic Ninja	1357			795	1244	232	596	1052	176	404	902	1259				43	463	198	138	538	220	215	711	1129	352	723	196	506	1063					
1073	Skater - Skate Legendary Sp...	544	1091	1421				267	675	1100	536	1165					62	128	133	72	70	152	626	103	103	622	1105			128	570				
1074	Stickman Volleyball																64	458	152	486	973	1312	718	1327					391	819	130				
1075	Earn to Die		659	1021	1384		689	1116									81	489	972	1317							409	773	1229						
1076	Ho'oponopono Clean and Er...	1158	592	1104	1459			716	1138				276	706	1053	1371	84	495	976	1322															
1077	Tube Box Pro - Youtube Vide...																85	135	145	945	1349													880	
1078	Slidey - Create Video Slides...																86	496	203	533	**														
1079	Christmas Magic Pack: 10 ap...																87																		
1080	Bastion															570	916	89	121	485	141	69	125	104	206	200	223	158	561	227	208				
1081	LEGO® The Lord of the Rings™	1455										260	675	419	920	200	502	182	40	48	240	669	1019		814	652	308	215	164	544	1088				
1082	Claus - Christmas fun photos				***												381	41	40	69	93	261	182	93	89	351	811	261	650	292					
1083	Civilization Revolution																517	483	496	914	1330	137	616	1138			736	1197							
1084	Kwit 2 - quit smoking - smok...																82	504	918	1332															
1085	Splendor™																86	472	139	539	949	685	1182	307	775	1307			531	1080					
1086	The Amazing Spider-Man 2		251	580	976	618	1010						238	533	181	582	62	409	490	915	1402	381	343	260	114	518	223	171							
1087	Fonta											713	1122	1430	**					***		83	423	97	442	1033	347	709	1312	290	547	993	303		
1088	Cut the Rope for iPhone - Va...																			90			134											140	107
1089	KIMOJI																				1	1	1	1	3	7	18	18	9	11	21				
1090	Fernanfloo																				5	4	7	15	19	35	60	50	45	95	74				
1091	DuckTales: Remastered				782	1130											48	19	12	21	40	60	61	46	48	27	52								
1092	Infinity Blade III	192	565	954	1310		148	540	978	1380			654	506	977	1301		222	487	202	59	463	209	112	209	540	1135			306	564				
1093	Blek				683	1028						270	699	1101							84	75	91	86	199	85	184	56	157	539	71				
1094	Face Swap Live																				85	76	218	213	122	206	115	535	74	6	5				
1095	Camera Plus Pro									554	125	244	650	1050	1437					113	88	143	467	261	747	1159									
1096	Broken Sword 5 - the Serpe...	1067	1432				283	175	493	754	1361		243	631	981	1304				89	459	31	35	41	43	106	107	51	69	172					
1097	Granny Smith				332	663	1126										615	534	1006	95	498	924	1411												
1098	SkySafari 5 Pro																47	157	561	1030	96	465	906	1398				479	891	1345					
1099	Sports TV Pro																			**	***		38	117	183	692	1120	347	564	235	613	279			
1100	My Talking Pet											276	594	941	1352						53	213	68			**	***		323	755					
1101	Grim Fandango Remastered		724	1090	1441								280	623	1061	1442	525	934	59	45	142	128	80	298	554	231	610	617							
1102	Procreate Pocket	160	534	940	1320			299	693	1100						599	1036	1415		298	95	47	149	678	177	101	128	527	174	98					
1103	Live Wallpapers for Me - Ani...																					454	20	9	11	11	4	12	27	28	13				



		DICIEMBRE																															
nº	App name	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1104	edjing Pro DJ Music Mixer: tu...																						405	61	209	705	68	282	164	506	491	1059	
1105	Simple Machines by Tinybop																						151	73	256	745	1145	746	263	650	599	613	
1106	Tiny Guardians																							86	83	79	122	340	522	501	101	528	
1107	Bingo!! - Bingo Caller																								494	97	298	762	1372	292	815	1292	
1108	Trick Shot	906	1304																		816	1172		203	585	100	71	112	133	534	225	65	
1109	myTuner Radio Pro: Stream a...	893	1290													228	144	484	961	602	979	242	592	280	197	63	107	530	1078		309		
1110	LG TV Media Player	1058	1425		260	697					107	439	864	215	396	906	1249	1299										72	216	608	243	620	1132
1111	Hitman Essentials																																
1112	Grand Theft Auto: Liberty Cit...																	325	16	14	20	19	34	39	26	34	62	40	63	71	51	50	
1113	WWE 2K									269	709	206	155	530	993	1320					121	457	537	433	608	313	153	82	206	206	596	275	
1114	Lingvo Dictionary Pack: Engl...																				289	714	1064						16	39	136	583	
1115	Dude, your car!																										477	842	1345	55	101	495	588
1116	Live Studio - Video an GIF...																														54	83	513
1117	DrawRace 2	982	1358	561	956	1376					232	560	1049	1433												795	1172			90	487	1057	
1118	LEDit - The LED Banner App		612	970	1340																	246	643	991				782	1196		23	18	
1119	iChimeBells										669	1040															824	1289		842	264	199	17
1120	New year funny greeting car...																			1092	685	692	521	359	157	339	535	652	639	530	387	21	

### b.3) Seguimiento diario de las aplicaciones gratuitas en Play Store

Leyenda:

	La aplicación aparece por primera vez en la lista de éxitos
*	La aplicación ha sido eliminada de App Store
**	La aplicación pasa a ser gratis
***	La aplicación pasa a ser de pago

Las casillas con fondo gris indican que la aplicación no aparece ese día en la lista de éxitos

		SEPTIEMBRE																													
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	WhatsApp Messenger	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
2	360 Security - Antivirus Boost	2	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2
3	Facebook	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3
4	Messenger	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4
5	Google Fotos	5	5	5	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	8	7	7	7	7	7	7	8	9
6	64 Games - Super Max Ad...	6	8	8	8	9	10	11	12	12	11	12	12	12	12	12	12	12	12	9	14	16	13	*							
7	COOKING MAMA Let's Cook !	7	6	6	5	7	8	8	9	11	13	19	19	20	26	26	26	31	31	35	66	75	73	85	98	98	110	110	110	114	128
8	Instagram	8	7	7	7	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	8	7	7	6	5	5	6	6	6	7	7
9	Clean Master (Optimizador)	9	9	10	11	11	12	12	11	10	10	9	9	9	9	9	9	9	8	8	10	10	11	11	10	10	10	10	10	10	10
10	Spotify Music	10	10	9	10	10	9	9	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	10	14	16	12	14	14	12	12	11	11	11	13	11
11	Geometry Dash Lite	11	11	12	12	12	11	10	10	9	9	10	10	10	10	10	10	10	9	10	20	20	20	22	25	25	25	25	19	21	
12	AliExpress Shopping App	12	13	16	16	18	20	19	14	17	12	11	11	11	11	11	11	11	14	13	17	18	16	17	15	15	14	14	14	14	12
13	Flippy Wheels	13	12	13	13	14	19	18	20	20	23	23	23	27	27	27	*														
14	Agar.io	14	14	14	14	15	16	15	17	18	18	14	14	14	16	16	16	17	16	18	24	23	23	25	24	24	23	23	23	21	23
15	Linterna LED Súper - Brillante	15	15	15	15	13	14	13	15	15	16	15	15	15	14	14	14	15	13	15	15	17	18	17	17	16	16	16	16	15	17
16	GRU. Mi villano favorito	16	16	17	17	17	15	14	13	14	15	17	17	17	17	17	17	19	15	17	22	21	18	20	21	21	21	21	21	24	26
17	Layout from Instagram: Collage	17	17	20	22	23	26	26	24	27	31	34	34	34	33	33	33	32	33	29	32	34	33	33	35	35	37	37	37	41	37
18	Subway Surfers	18	19	19	21	19	18	17	19	19	19	18	18	18	20	20	20	20	20	21	26	25	24	24	26	26	26	26	26	25	27
19	Skype	19	18	18	18	16	17	16	16	13	14	13	13	13	13	13	13	14	18	19	18	19	19	15	16	16	18	18	18	16	18
20	Wallapp	20	20	21	20	20	21	20	18	16	17	16	16	16	15	15	15	18	19	20	11	11	10	9	9	9	9	9	9	9	8
21	CM Security AppLock AntiVi...	21	21	23	23	21	23	21	21	23	23	25	25	25	23	23	23	21	21	23	21	22	26	26	20	20	20	20	20	22	22
22	Piano Tiles 2	22	23	24	24	22	22	22	23	21	24	28	28	28	30	30	30	27	27	27	37	38	36	37	40	40	44	44	44	43	47
23	Walking Dead: Road to Survi...	23	22	22	19	26	34	39	55	76	85	103	103	106	126	126	126	138	172	186	222	226	232	246	260	259	288	289	289	323	322
24	LaLiga Fantasy Oficial Mana...	24	25	28	29	31	32	38	45	53	59	65	65	65	74	74	74	81	97	106	164	183	227	231	244	243	279	279	280	262	275
25	Pou	25	26	25	25	24	24	23	22	22	25	29	29	29	32	32	32	29	22	24	34	32	28	30	31	31	33	33	33	31	33
26	Shazam	26	28	27	27	27	24	27	28	29	31	31	31	29	29	29	23	24	28	27	29	29	29	28	29	29	28	28	28	28	28
27	Snapchat	27	27	26	26	25	25	25	26	26	26	26	24	24	24	22	23	25	19	17	15	13	14	14	14	17	17	17	17	16	
28	Alpify - Emergencias y 112	28	33	55	91	106	88	32	31	34	42	42	42	42	43	43	44	46	41	41	87	84	67	107	142	144	175	177	178		
29	Candy Crush Saga	29	30	29	28	28	28	27	26	29	28	30	30	30	31	31	31	30	29	30	29	28	31	29	28	28	27	27	27	34	31
30	Automatic Call Store	30	24	11	9	8	7	5	5	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	9	8	6	8	6	6	5	5	5	6	5	
31	Clash of Clans	31	31	31	31	30	30	29	32	31	34	36	36	36	36	36	36	33	34	34	28	27	27	27	27	29	29	29	29	30	
32	La Liga - App Oficial	32	40	53	67	85	95	117	131	135	132	124	124	124	114	114	114	71	26	31	43	49	43	55	52	52	38	38	38	50	59
33	Extreme Car Driving Simulator	33	32	36	39	42	42	43	43	42	47	49	49	49	47	47	47	41	42	46	52	43	44	45	48	48	52	53	53	58	58
34	Square Quick - No Crop Photo	34	34	39	44	48	57	65	71	72	67	62	62	62	59	59	59	62	65	68	62	62	63	63	60	60	62	62	62	61	63
35	AntiVirus FREE: gratuito	35	36	38	37	39	41	41	46	45	50	51	51	51	51	51	51	51	53	57	44	48	54	46	45	45	43	43	43	53	51
36	ZEDGE™ Tonos, Fondos y...	36	35	35	34	32	33	34	36	39	39	40	40	40	39	39	39	37	36	37	35	33	38	40	38	38	40	40	40	38	42
37	Milanuncios	37	39	37	36	36	38	42	39	41	38	39	39	39	40	40	40	39	39	39	25	24	25	19	18	18	19	19	19	20	19
38	Twitter	38	37	33	35	33	35	37	40	40	39	38	38	38	37	37	37	34	37	35	31	31	39	35	33	33	30	30	30	37	36
39	Juasapp	39	42	40	41	37	37	40	44	44	45	47	47	47	46	46	46	42	45	49	46	39	41	43	42	42	46	46	46	36	32
40	Hola Launcher - Simple, Fast	40	43	45	47	46	47	47	41	47	54	52	52	52	53	53	53	53	62	73	63	55	66	57	55	55	54	54	54	57	53
41	Candy Crush Soda Saga	41	45	43	43	35	29	28	28	25	22	24	24	24	22	22	22	26	30	32	36	36	47	44	46	46	47	47	47	42	43
42	VivaVideo: Editor de video	42	41	41	42	41	45	48	47	46	49	46	46	46	45	45	45	43	46	44	51	54	53	53	56	56	57	57	57	45	48

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		SEPTIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
43	Transparent Launcher	43	51	52	60	72	94	103	122	143	174	205	205	206	237	237	237	277	324	359												
44	Google Play Juegos	44	46	44	40	40	56	36	38	43	48	54	54	54	62	63	63	70	87	102	104	103	96	88	89	89	93	93	93	86	93	
45	Zombie Tsunami	45	48	47	45	43	46	46	46	48	46	45	45	45	50	50	50	50	43	43	68	64	58	62	63	63	64	64	64	67	66	
46	BURGER KING® España	46	56	57	56	56	50	50	51	57	58	55	55	55	55	55	55	49	44	45	64	53	48	60	64	64	68	68	68	51	61	
47	Microsoft Outlook	47	38	32	30	29	31	33	35	30	30	27	27	27	25	25	25	24	32	33	12	14	21	16	13	13	13	13	13	26	14	
48	Retrica	48	49	48	46	47	48	49	53	51	51	48	48	48	44	44	43	45	47	51	50	52	52	47	53	53	55	55	55	46	49	
49	Vibbo	49	50	49	49	50	51	53	56	55	55	50	50	50	49	48	48	52	52	52	40	41	46	41	39	39	42	42	42	52	45	
50	Comunio	50	54	64	70	57	68	88	96	106	116	126	126	126	138	139	139	139	148	139	143	157	170	144	139	139	133	133	133	139	144	
51	Marca - Diario Líder Deportivo..	51	55	66	85	96	106	111	124	147	150	152	152	152	136	136	136	126	61	71	54	59	56	69	67	67	48	48	48	60	80	
52	Los Simpsons™: Springfield	52	44	34	33	34	44	52	67	78	95	115	115	116	133	133	134	142	153	169	211	203	189	207	224	224	232	232	232	203	235	
53	Badoo - Haz contactos nue...	53	60	63	61	67	74	77	86	88	86	85	85	89	71	71	71	66	71	72	45	46	62	52	50	50	51	51	51	65	56	
54	Fallout Shelter	54	73	93	112	127	144	160	186	204	219	241	242	242	251	251	251	260	293	311	342	360	436	443	502	501	538	540	539			
55	LaLiga Puzzles - Oficial	55	61	69	78	87	93	93	94	101	110	108	108	108	127	127	127	136	147	154	142	129	131	143	155	155	170	171	171	195	232	
56	Amazon compras	56	57	78	94	99	115	126	126	138	136	133	133	133	130	130	130	132	143	146	127	134	139	119	116	116	114	113	113	134	118	
57	My Talking Tom	57	53	51	53	51	53	56	62	64	65	67	67	67	70	70	70	73	74	76	103	101	90	99	105	105	111	111	112	83	84	
58	Adivina la marca - Logo Manía	58	79	85	75	81	91	102	116	127	126	150	150	150	153	153	153	153	151	126	161	169	191	218	226	226	238	238	237	261	153	
59	Teclado Emoji Emoticonos Lin..	59	52	62	63	69	77	96	109	124	125	125	125	125	124	124	124	119	108	107	121	126	135	138	134	134	126	126	126	103	106	
60	Photo Collage Editor	60	69	67	62	63	67	72	75	80	78	77	77	77	73	73	73	69	69	63	60	66	74	74	74	74	80	80	80	91	78	
61	Speedy Ninja	61	65	50	38	49	102	136	161	246	298	416	419	422																		
62	Los Sims FreePlay	62	59	56	50	54	54	55	54	54	53	53	53	53	54	54	54	55	50	53	78	78	81	93	106	106	113	114	114	108	97	
63	PicArts Estudio de Fotografía	63	66	68	65	65	71	73	74	75	75	76	76	76	73	72	72	72	72	77	75	81	83	77	80	80	80	83	83	83	76	72
64	Criminal Case	64	70	72	71	80	81	75	63	65	64	63	63	63	61	61	61	65	73	80	95	97	110	106	100	100	102	102	102	101	107	
65	Clan RTVE	65	64	60	58	60	59	60	66	70	72	73	74	74	80	80	80	80	90	94	113	108	91	94	92	92	92	92	92	85	94	
66	Hill Climb Racing	66	539	61	54	55	55	54	57	59	57	56	56	56	57	57	57	56	56	58	71	67	59	65	66	66	63	63	63	72	71	
67	Preguntados	67	72	75	77	82	83	90	90	89	92	90	90	90	87	87	87	84	85	84	107	106	102	108	112	112	115	116	116	117	115	
68	Hungry Shark Evolution	68	68	59	57	58	56	63	68	66	60	59	59	59	58	58	58	58	58	57	56	91	88	64	71	71	71	71	71	49	57	
69	Adelántate con más fuerza 3D	69	76	89	97	100	112	123	133	148	199	180	180	183	204	203	203	213	214	225	325	331	340	380	428	429	479	480	479	497		
70	My Talking Angela	70	67	65	59	61	62	67	73	73	71	70	70	70	76	76	76	76	75	78	115	113	89	105	113	113	119	119	119	82	85	
71	CM Locker Aumentar 100%	71	71	71	66	67	79	82	87	69	63	60	60	60	60	60	60	64	67	65	65	68	76	76	75	75	73	73	73	71	74	
72	Youtube	72	63	54	48	44	43	44	50	52	56	69	69	69	82	82	83	105	135	175	189	187	168	145	132	132	147	147	147	110	138	
73	Mobile Security & Antivirus	73	75	77	73	76	85	79	76	71	68	64	64	64	64	64	61	64	66	48	51	61	49	49	49	49	49	49	66	62		
74	Navegador Chrome - Google	74	62	58	64	71	84	95	103	118	129	145	145	145	158	158	158	191	219	237	208	197	208	186	163	163	174	174	174	181	190	
75	Wish - Comprar es divertido	75	81	80	79	83	87	86	80	87	84	81	81	82	79	79	79	77	86	86	73	73	70	66	58	58	60	60	60	62	55	
76	Moto Traffic Race	76	74	81	95	97	114	125	143	160	187	209	209	210	240	241	241	274	329	347												
77	MEGA superceded	77	80	82	82	89	96	98	99	96	99	96	96	96	96	96	96	95	98	96	89	91	95	83	85	85	85	85	85	95	88	
78	Temple Run 2	78	78	87	87	90	82	84	81	81	81	84	84	84	84	90	90	90	94	81	90	122	125	86	97	104	104	117	117	115	127	
79	8 Ball Pool	79	77	73	74	77	80	89	91	92	93	87	87	86	83	83	82	79	78	81	83	81	85	77	72	72	74	74	74	92	89	
80	1010!	80	82	76	76	73	73	81	78	82	77	75	75	75	67	67	67	67	70	74	77	79	72	73	69	69	66	66	64	64		
81	Music Player para Android	81	85	70	69	66	69	91	93	102	109	120	120	120	128	128	128	130	146	160	165	141	138	137	129	127	101	101	101	107	114	
82	Mathematics of Sound	82	47	30																												
83	Traductor de Google	83	83	79	72	75	78	83	88	84	74	66	66	66	63	62	62	63	66	64	33	37	45	34	32	31	31	31	31	44	38	
84	Angry Birds 2	84	88	108	115	122	140	149	158	170	173	185	185	185	198	197	197	199	197	195	218	225	221	234	238	244	244	244	244	226	216	
85	Nestlé Cocina. Recetas y Me...	85	95	115	121	134	147	161	241	332	464										493	474	312	288	312	348	348	348	349	485	438	

		SEPTIEMBRE																													
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
86	DU Batería saver & de batería	86	86	84	86	79	86	92	30	38	43	43	43	48	49	49	47	49	55	67	82	111	115	121	121	121	121	121	100	75	
87	Daytona Rush	87	58	46	32	38	49	59	77	97	133	189	189	192	233	233	234	298	364	443											
88	Farm Heroes Saga	88	98	98	99	95	97	97	97	94	96	94	94	94	91	91	85	88	93	82	86	109	100	94	97	97	97	105	100		
89	Exploration Lite	89	87	90	89	88	89	85	85	83	83	86	86	85	88	88	88	88	79	85	126	120	98	110	117	120	120	120	93	103	
90	Cerradura (AppLock)	90	92	111	102	102	108	113	117	120	119	112	112	112	112	112	113	104	111	117	129	135	125	124	133	134	134	134	125	132	
91	Adobe Acrobat Reader	91	84	74	68	62	63	76	83	74	69	58	58	58	56	56	56	57	72	77	42	45	69	48	47	45	45	45	69	54	
92	LOVOO - Chat, Ligue y Solte...	92	93	106	110	108	109	106	102	108	105	105	105	104	102	103	103	101	107	111	102	94	93	82	76	77	77	77	89	76	
93	µTorrent®- Torrent Download...	93	94	97	90	84	82	87	84	86	90	91	91	91	89	89	89	83	89	89	70	72	82	78	77	75	75	75	70	70	
94	La chica del supermercado	94	113	133	149	181	212	230	244	264	284	309	309	309	343	342	342	360	376	412											
95	Tiempo y Radar - MORECAST	95	104	95	93	86	76	66	61	50	44	61	61	61	68	68	68	59	60	61	38	50	78	68	93	95	95	95	39	39	
96	Google Earth	96	97	109	104	103	107	105	104	109	106	102	102	102	99	99	99	90	100	103	88	85	100	86	84	87	87	88	88	87	
97	VLC para Android	97	465	483	107	109	110	453	106	116	115	107	107	107	105	104	104	103	103	104	86	87	97	84	87	89	89	89	97	99	
98	imo videollamadas y mensajería	98	100	103	103	101	105	101	98	100	100	97	97	97	94	94	94	92	96	98	76	76	87	70	70	78	78	78	79	82	
99	Avast Cleanup	99	110	114	111	113	126	119	110	107	104	98	98	98	98	98	91	94	92	61	71	79	72	65	61	61	61	61	77	81	
100	Be a Legend: manager de Fútbol	100	96	104	98	119	136	186	257	343	482																				
101	Mitele - TV a la carta	101	29	42	52	59	70	74	89	129	113	113	113	97	97	97	102	101	61	30	30	34	38	44	49	50	50	50	84	86	
102	Real Racing 3	102	90	94	88	78	64	61	58	56	52	44	44	44	41	41	41	40	40	42	55	56	57	64	73	86	86	86	87	96	
103	Pac-Man 256 - Endless...	103	91	88	80	74	75	71	82	91	97	106	106	105	121	121	121	122	129	134	153	175	212	239	278	278	322	323	325	427	464
104	Disney Channel Replay	104	98	102	101	103	103	109	111	114	123	130	131	131	142	142	143	145	145	148	194	186	151	169	178	178	180	180	149	171	
105	aa	105	99	107	114	110	118	114	93	87	92	92	92	95	95	95	99	102	110	170	170	172	192	202	215	215	216	216	235	204	
106	Comuniam APP	106	109	81	55	52	58	68	69	67	66	74	73	73	78	78	78	100	123	142	84	100	129	95	95	100	100	100	138	112	
107	Colorful Harpischord	107	106	83	*																										
108	Ikea Catalog	108	160	91	51	45	39	35	33	36	37	41	41	41	42	42	42	48	55	60	58	65	107	139	176	221	221	221	447	447	
109	Call of Duty: Heroes	109	103	92	81	91	116	135	162	193	223	273	274	274	309	308	308	336	400	441											
110	CaixaBank	110	105	96	96	93	100	114	129	123	121	111	111	103	102	102	111	133	157	105	112	158	122	114	114	107	107	132	111		
111	Akinator the Genie FREE	111	122	99	92	53	52	58	65	77	82	88	89	88	108	108	107	116	113	113	98	98	84	101	125	125	145	145	146	129	125
112	Sonic Dash	112	108	100	100	94	98	104	101	105	102	99	99	99	106	106	105	97	84	70	109	107	104	87	82	82	76	76	56	67	
113	Sapphire Mp3 Player	113	131	110	83	64	60	64	64	63	73	80	80	80	93	93	93	*													
114	Wild Hunter 3D	114	132	101	84	70	65	69	70	68	70	72	72	72	75	75	75	75	80	83	128	137	173	203	235	235	281	284	284	477	
115	Food Quiz	115	174	132	106	92	66	57	42	37	32	32	32	32	28	28	28	25	25	26	39	42	49	59	62	62	67	67	106	110	
116	Weather by eltiempo.es	116	119	125	113	98	90	70	59	58	61	71	71	71	69	69	69	74	91	100	72	93	137	121	118	118	118	118	94	79	
117	AlertCops	117					13	30	49	62	76	93	93	93	104	105	108														
118	Dungeon Boss	118				121	40	31	29	22	21	21	21	21	21	21	21	28	38	54	114	149	185	215	265	265	315	317	317		
119	UNKILLED	119				175	61	45	34	33	33	33	33	33	34	34	34	36	54	79	146	182	203	244	294	295	354	354	355	521	
120	FreeStyle Baseball2	120				184	72	51	37	35	36	35	35	35	35	35	35	38	63	97	238	290	430	515							
121	DU Speed Booster &Clea...	121	116	113	105	105	99	92	79	79	79	78	78	78	77	77	77	60	59	50	56	70	80	89	102	102	128	128	200	202	
122	Slice the pie	122			330	251	155	119	78	60	49	41	37	37	38	38	38	35	35	38	49	47	42	50	59	59	72	72	102	123	165
123	Bridge Constructor FREE	123	275	289	207	313	177	80	52	32	27	20	20	19	19	19	16	17	16	23	26	22	23	22	22	24	24	24	27	29	
124	YouCam Makeup-Makeo...	124	208	211	208	168	120	94	72	60	62	57	57	57	52	52	52	44	48	47	41	35	35	32	30	30	32	32	35	40	
125	Rain Alarm	125	194	198	152	143	101	99	95	85	88	110	110	110	109	109	109	128	122	151	202	230	402	428	472	472	488	488	487	171	158
126	Head Soccer La Liga 2016	126	101	101	105	108	111	104	100	92	90	89	83	83	83	84	84	84	78	68	67	79	77	68	75	83	84	94	94	80	95
127	Weather 14 days	127	127	135	129	128	113	107	100	98	107	114	114	114	107	107	106	110	109	118	112	124	150	150	140	140	140	140	139	164	105
128	Give it Up!	128					513	240	123	95	80	68	68	68	66	66	66	68	83	109	180	199	268	327	414	532	535	537			

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
129	Cliff Diving 3D Free				504	245	243	151	151	99	98	79	79	79	65	65	65	54	58	59	59	58	50	61	68	68	84	84	84	99	131	
130	Voice Synthesizer								61	35	22	22	22	18	18	18	13	11	12	13	12	12	*									
131	Go to Auto			386	269	216	156	146	108	104	91	89	88	87	81	81	81	82	82	91	141	144	142	168	186	186	198	198	198	165	191	
132	Offroad Legends 2						291	221	146	111	94	82	82	81	86	85	85	89	121	153	285	341	480									
133	Privalia, outlet moda online	183	198	181	163	148	139	129	113	113	103	95	95	95	85	86	86	87	104	112	93	89	71	42	34	34	34	34	34	73	98	
134	Mini Golf: Cartoon Farm	519	426	336	282	231	210	154	150	117	114	100	100	100	100	100	100	96	95	88	99	105	92	118	128	130	148	149	150	267	303	
135	infjobs - Job Search	198	163	151	131	126	134	152	157	133	112	101	101	101	92	92	92	98	118	119	53	61	103	67	54	54	53	52	52	75	41	
136	Laser Pointer Simulated							403	314	220	184	139	139	139	123	123	123	86	76	69	75	63	51	58	57	57	59	59	59	63	65	
137	Dubsmash	110	114	119	119	115	121	112	112	115	111	109	109	109	101	101	101	93	99	105	131	133	124	132	138	138	139	140	127	139	150	
138	Paradise Bay													534	534	533	531	530	239	28	11	2	2	3	5	8	8	8	8	11	13	
139	Star Wars: Uprising																	234	51	40	47	60	146	189	254	253	321	322	324	421	497	
140	Zappar	168	134	137	139	145	154	138	152	161	144	128	128	128	117	117	117	107	92	99	159	177	207	238	268	267	285	285	285	253	270	
141	Marry Me - Perfect Wedding...																															
142	GH Oficial																															
143	La Báscula																															
144	Fruit Nibblers																															
145	Gran Hermano 16 - Uno...																															
146	Dropbox	160	164	143	133	135	137	141	145	137	134	117	117	117	113	113	112	114	124	128	85	92	113	90	79	79	88	87	87	113	92	
147	AtresPlayer	143	133	136	134	137	150	147	130	140	131	131	130	130	119	119	119	118	134	138	92	80	75	81	88	88	81	81	82	78	91	
148	Office Lens																															
149	Solo Launcher - Clean, Smo...																															
150	Antivirus, Booster & Clean...																															
151	Job Today - jobs in 24h...	288	257	239	220	225	224	254	258	258	220	192	192	189	190	188	188	170	169	182	69	44	30	31	23	23	22	22	22	48	69	
152	Clouds & Sheep 2																															
153	Deer Hunter 2016																															
154	Microsoft Word	248	214	199	172	160	166	180	180	155	148	136	136	136	134	134	133	133	161	165	80	90	121	92	78	78	70	70	70	90	68	
155	Duolingo: Learn Language...	150	143	146	138	136	142	145	141	132	117	116	116	115	111	111	111	108	110	114	90	96	112	91	86	86	82	82	81	96	83	
156	Orange TV	249	287	302	313	323	339	382	431	438	453	357	360	360	336	335	335	288	207	247	123	99	88	103	97	97	96	96	96	135	183	
157	Tattoo Maker																															
158	EA Sports FIFA 16 Co...																															
159	Zalando - Shopping & Fa...	286	286	271	257	256	256	239	207	196	183	168	169	169	171	172	172	169	178	152	110	111	94	79	81	81	79	79	79	109	90	
160	Tom & Jerry: Mouse Maze...	120	120	122	123	117	124	115	107	112	108	119	119	119	125	125	125	120	106	101	117	114	99	112	101	101	104	104	104	104	108	
161	LINE	114	115	120	117	114	123	124	125	126	120	118	118	118	115	115	115	109	112	122	106	109	116	96	96	96	98	98	98	120	121	
162	Viber	131	135	134	130	129	130	130	128	131	128	127	127	127	120	120	120	115	119	129	111	118	128	98	103	103	109	109	109	130	129	
163	Jobandtalent Job Search...																															
164	Roll the Ball - slide puzzle																															
165	Google Docs	306	265	236	212	206	196	203	196	171	157	141	141	141	140	140	140	148	177	181	108	115	149	113	91	91	90	90	90	136	109	
166	Stickman Dismounting			513	469	417	387	340	328	272	261	212	212	212	205	204	204	171	154	144	133	127	106	109	99	99	103	103	103	116	119	
167	Mi Movistar	211	206	203	193	191	191	196	201	198	197	184	184	184	178	178	178	176	179	199	136	140	195	131	107	107	91	91	91	155	150	
168	Crazy Wheels																															
169	Pinterest	135	137	142	136	140	141	140	136	139	139	135	135	135	135	135	135	127	132	135	118	121	123	117	108	110	99	99	99	118	101	
170	Elections 27S																															
171	FIFA 16 Soccer																															

		SEPTIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
172	Best Friends - Puzzle Ad...	397	421	506																										40	46	
173	Shadow Fight 2	351	344	347	354	356	353	355	368	379	386	378	378	379	360	359	359	347	334	337	353	350	332	348	356	355	388	388	388	55	52	
174	Turbo Fast	489	462	437	422	432	425	412	412	403	418	415	415	415	436	435	434	413	351	306	262	210	134	125	120	120	106	106	106	74	77	
175	Vodafone Backup+				388	459	493												528	473	447	489								81	178	
176	Mini Motor Racing WRT																													98	104	
177	Swift WIFI:Global WIFI Sha...			503	377	410	464	515												536	473	364	299	245	225	225	208	208	208	268	262	
178	Gemeliers Official App																															
179	Dr. Parking 4																										486	485	482	215	162	
180	Need for Speed No Limits																															
181	Slideshow Creator																															
182	Sky																												539	534	344	279
183	Free Horoscope																						525	437	366	364	261	258	258	154	151	
184	Jetpack Joyride	127	129	127	132	125	129	132	140	146	154	157	157	157	175	175	175	178	175	183	198	194	174	184	200	201	207	207	207	153	166	
185	Wiseplay																		460	488	289	296	271	297	299	299	290	290	290	321	340	
186	Stopwatch																															
187	Hotel Transylvania 2																													196	233	
188	BlaBlaCar, Trusted Ridesh...	185	191	196	191	190	203	208	198	192	192	177	177	177	172	171	171	173	191	192	166	168	194	173	167	167	161	162	162	173	175	
189	Blossom Blast Saga																					160	387	294	313	313	327	328	329		539	
190	Fingerprint Lock Screen P...																														451	
191	Snake Game																															
192	Wazypark find spaces par...		485	358	339	333	323	301	261	159	196	217	217	217	186	185	185	160	163	171	187	202	224	195	185	185	190	190	190	251	252	
193	BBVA   Spain	262	203	195	188	186	182	212	233	203	200	176	175	175	165	164	163	172	218	249	149	152	242	176	147	147	143	143	143	191	155	
194	Chicfy - compra y vende m...																															
195	Voice Effects																															
196	Facebook Lite	174	179	187	171	157	160	156	159	156	149	149	149	149	143	143	142	131	125	143	119	123	155	146	137	137	132	131	131	133	116	
197	Bowling King																															
198	McDonald's España	141	155	162	166	173	167	155	156	166	172	169	170	174	174	174	141	138	140	181	156	127	141	154	154	156	156	156	119	140		
199	Turn Down For What Butt...																							518	451	343	341	381	381	379	234	238
200	Music Player - Audio Player	138	136	131	127	120	127	121	119	122	122	122	122	118	118	118	113	115	125	116	117	115	114	111	111	105	105	105	112	117		
201	Baby Boom! - My Newbor...																															
202	Boom Beach	342	323	323	323	328	326	319	324	331	327	336	336	336	338	337	337	309	266	257	236	224	164	159	156	156	158	158	158	142	137	
203	Boom!																															
204	Burlaos: El Juego																															
205	Plane Simulator 3D																															
206	Apensar: Guess the Word																															
207	SocialDrive	139	160	170	170	171	159	142	165	172	171	170	171	171	168	168	168	143	130	166	171	148	169	170	170	170	172	172	172	176	185	
208	Nebulous	191	195	188	184	183	179	171	166	164	160	158	158	158	155	155	155	150	141	145	172	158	136	156	165	165	176	175	176	166	170	
209	Real Gangster Middle East																															
210	Swiftly - Swipe, Smart, Bo...																															
211	PIP Camera-Photo Editor P...	162	168	179	197	202	213	217	211	222	228	224	224	224	217	217	217	208	209	208	193	174	145	133	131	131	125	125	125	126	113	
212	Minions Paradise																															
213	Trivia Crack Kingdoms																															
214	Soccer Star 2016 World L...																															

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		SEPTIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
215	Hologram Keyboard 3D S...																															
216	100 Doors Full																								537	537				440	459	
217	VoiceBooth																															
218	Netflix																															
219	Pop the Lock																															
220	Doodleman Voodoo - FREE																															
221	Sonic Dash 2: Sonic Boom																															
222	Battery Doctor (Battery Sa...	145	147	144	135	124	132	143	148	150	141	137	137	137	137	137	137	134	150	161	155	155	179	167	177	176	168	168	168	194	187	
223	Talking Tom Jetski																															
224	Candy Crush Jelly Saga																															
225	Boomerang for Instagram																															
226	ATV Rally 3D																															
227	Adobe AIR	326	271	243	221	209	194	188	187	182	189	195	195	195	206	205	205	211	215	223	265	268	265	300	309	310	323	324	322	288	315	
228	Roller Coaster Maker																															
229	Volume Detector																															
230	EasyEqualizer																															
231	Pack Opener for FUT 16																															
232	letgo: Buy & Sell Used Stu...	133	162	176	185	213	228	225	219	217	170	144	143	142	129	129	129	140	160	174	230	228	214	202	194	194	193	193	193	259	266	
233	Cloud Equalizer pro																															
234	Ski Safari 2																															
235	Trivial Pursuit & Friends																															
236	Slow Ball																															
237	Real Moto GP																															
238	Dead Effect 2																															
239	GO Keyboard - Emoji, Stic...	112	112	116	109	107	117	116	118	121	118	121	121	121	116	116	116	112	114	120	125	130	119	123	124	124	122	122	122	128	122	
240	ZombieBooth 2																															
241	Lego DC Super Heroes																															
242	Plants vs. Zombies FREE	155	156	149	146	144	145	144	144	142	145	148	148	148	151	151	151	157	159	158	188	184	152	164	172	172	171	170	170	144	143	
243	Power Clean - Optimize C...																															476
244	The Onion Knights																															
245	Firefox. Browse Freely	219	225	225	216	217	216	223	223	223	211	196	196	196	187	187	187	186	187	188	137	147	175	153	145	145	138	138	138	170	167	
246	The Walking Dead No Ma...																															
247	Horse Racing 3D																															
248	Build Craft																															
249	Knights & Drafons - Act...																															
250	Mitosis: The Game																															
251	Bike Race Free - Racing G...	121	123	124	118	112	110	108	105	103	101	104	104	103	110	110	110	106	105	108	144	136	114	120	130	128	131	132	132	111	124	
252	Deluxe Bubble shooting B...																															
253	Fallout Pip-Boy																															
254	Draw on Magnetic Whiteb...																															
255	Cooking Fever	227	228	229	228	234	236	235	229	234	231	239	237	237	244	243	244	243	241	243	317	316	287	315	330	329	345	345	345	308	304	
256	Puzzle Craze																															
257	X Ray Girls Camera Prank																															



		SEPTIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
258	Jurassic World: The Game																															
259	AudioBooth																															
260	Broken Screen Prank 2																															
261	Smashy Road: Wanted																															
262	Give Up																															
263	Samsung KNOX Messag...																															
264	Descendants																															
265	Photo Editor Pro	165	166	178	186	194	200	179	168	177	179	178	178	176	176	176	185	195	198	203	201	180	177	183	183	187	187	187	201	188		
266	Mi Orange	218	212	214	206	211	214	220	226	210	2208	200	200	201	199	198	198	196	216	231	174	171	209	180	173	173	164	164	164	206	201	
267	Mobile Strike																															
268	Break The Prison																															
269	SBK 15 Official Mobile Ga...																															
270	Sing! Karaoke by Smule	289	293	291	283	301	298	284	274	251	236	233	232	232	213	212	212	200	205	222	280	277	311	305	323	321	318	318	319	350	324	
271	Word Search																		458	389	410	374	383	355	396	395	320	319	318	330	330	
272	Europoly																															
273	Kezako: Mystery Pic																															
274	Free Music Player (Downloa...																															
275	Racing in Car																															
276	Shuffle Cats																															
277	Home - Design & Decor S...		513	401	325	282	248	240	205	201	199	194	194	194	179	179	179	164	174	176	179	190	196	183	179	179	181	181	181	207	194	
278	Decathlon															538	536	514	523		486	526										
279	Bike Unchained																															
280	Twist																															
281	Hay Day	146	148	148	141	141	138	137	138	136	140	138	138	138	146	146	146	154	155	159	147	139	120	140	141	141	141	141	141	143	161	
282	WiFi Master Key - by wifi.c...																															
283	Solitaire					503	512	475	444	440	438	438	438	428	426	425	410	429	419	435	464					526	526	524	504	432		
284	Train driving simulator																															
285	Candy Fall																															
286	Mini Racing Adventures																															
287	Score! Hero																															
288	Zen Koi																															
289	Soccer Stars	180	184	193	196	200	198	198	192	189	185	191	190	190	191	190	190	189	188	190	217	208	193	205	209	210	218	218	218	189	186	
290	Kill Shot Bravo																															
291	Star Wars: Galaxy of Her...																															
292	Stradivarius	454	437	447	423	403	420	406	379	376	362	340	339	339	349	348	348	345	373	368	351	370	382	371	342	342	350	350	350	329	338	
293	Pirate Zombie Wars																															
294	EA Sports UFC	207	188	152	140	154	186	200	210	227	240	258	258	258	267	266	266	283	309	312	384	394	372	369	377	376	405	404	404	448	403	
295	Bershka																															
296	Zombie Crush Racing																															
297	Rapid Sniper																															
298	Peppa Pig: Paintbox	178	186	189	187	188	188	181	179	187	193	201	202	202	211	210	210	210	196	201	231	216	200	219	222	222	233	233	234	202	203	
299	SimCity Buildit	300	285	295	305	316	325	322	330	345	349	367	367	367	381	379	379	384	390	398	480	484	445	444	458	455	467	467	467	450	408	
300	QR Code Reader	443	434	427	440	447	434	433	441	440	389	345	344	344	322	321	320	302	297	302	233	219	225	217	201	200	200	200	202	246	240	

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		SEPTIEMBRE																													
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
301	Telegram	170	167	159	151	152	163	167	174	165	158	143	144	144	139	138	138	137	158	163	132	132	159	134	123	123	116	115	115	147	135
302	Fing - Network Tools								435	387	410	452	452	496	494	495	416														
303	Starlit Adventures ©																														
304	Vodafone TV																														
305	PetsCrushSaga																														
306	Die in 100 Ways																														
307	Sea Hunter																														
308	Rayman Adventures																														
309	UNO & Friends	242	237	247	246	247	247	255	249	261	275	289	288	288	298	297	298	311	313	310	440	429	459	496							
310	Unblock Me FREE																													182	176
311	Google Opinion Rewards																														
312	Zombie Reaper-Zombie G...																														
313	Archery Master 3D	292	296	283	267	268	277	265	272	260	264	274	273	273	282	281	281	261	248	240	272	270	231	243	241	241	246	248	248	212	223
314	Dead Target: Zombie																														
315	Furious Racing																														
316	Crazy Wheel by Playspace																														
317	Bonbon Blast																														
318	Elf Yourself by Office Depot																														
319	ZigZag	464	457	469	476	486	472	449	467	465	491	476	476	478	464	462	461	471	512		532	471									
320	Snack Truck Fever																														
321	Ultimate Tennis																														
322	Star Wars: Commander																														
323	Dude Perfect 2																														
324	Twyp																														
325	Swift Keyboard																														
326	Unblock king																														
327	Badland																														
328	Survivalcraft Demo																														
329	Don't Tap The White Tile																							417	408	467	466	540			
330	Speed Guess - Something																														
331	Perfect Kick	203	199	207	198	198	199	211	222	228	237	247	247	250	275	275	275	263	251	238	264	271	264	306	267	266	269	269	268	219	222
332	Piano Tiles	184	192	194	192	195	197	197	197	200	206	208	208	208	216	215	215	215	224	230	307	318	306	337	373	372	406	406	407	381	448
333	Dual!																														
334	MMX Racing																														
335	Photo Collage - InstaMag	497	512	535																			511	502	475	473	482	482	481	494	434
336	PNP - Portable North Pole...																														
337	Photo Editor Collage Make...																														
338	Frozen Free Fall	525	520	534	531		540																								
339	Disney Channel																														
340	Scrubby Dubby Saga	147	144	171	189	400	429	525																							
341	Talking Tom Bubble Sho...																														
342	Cut the Rope: Magic																														
343	Clumsy Ninja																														

		SEPTIEMBRE																													
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
344	Elecciones Generales 2...																														
345	Glow Hockey	153	151	153	148	149	152	150	153	154	155	160	160	161	166	166	166	168	164	170	220	200	183	198	199	199	212	212	212	179	197
346	Elecciones Generales 2...																														
347	Mi Vodafone	189	182	174	167	167	181	201	214	209	307	206	206	205	200	199	199	195	212	228	156	162	205	175	158	157	154	154	154	185	163
348	Lotería Navidad 2016																														
349	El Mundo Loterías y Res...																														
350	Resultados Loterías y A...	419	422	487	503	450	422	367	369	398	430	326	325	325	313	312	312	313	311	314	343	340	392	401	416	415	450	451	450	428	449
351	Xmas Photo Frames																														
352	Lotería Navidad 2015																														
353	Township																														
354	Asphalt 8: Airbone	424	411	404	381	379	372	359	363	364	379	386	386	386	396	396	396	383	387	387	450	433	313	360	380	379	402	403	403	441	454
355	Holidays																														
356	Score! World Goals	350	334	329	324	334	315	305	399	302	302	311	310	310	314	313	313	300	300	296	366	353	310	321	341	340	367	368	368	339	353
357	Noche de Paz																														
358	Christmas Photo Frames																														
359	Mensajes Navidad 2016																														
360	Christmas Cards 2016																														
361	FIFA 15 Soccer Ultimate T...	206	204	205	203	201	195	193	191	190	188	193	193	193	197	196	196	190	189	191	210	205	187	196	189	189	169	169	169	151	136
362	¿Y tú que sabes?																														
363	Vacilapp: Bromas telefó...	281	277	278	284	281	290	306	309	319	311	327	327	328	324	323	324	324	328	318	346	321	293	303	303	304	319	320	320	298	260
364	Fake Call 2	104	107	117	120	116	128	127	121	128	127	129	129	129	132	132	132	125	120	127	160	142	126	136	136	136	135	135	135	123	141
365	Mandala Coloring Pages																														

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		OCTUBRE																															
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
1	WhatsApp Messenger	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
2	360 Security - Antivirus Boost	3	4	4	4	4	4	5	5	6	7	8	8	9	8	6	4	4	6	6	6	6	6	6	6	9	8	8	8	7	7	7	
3	Facebook	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5		
4	Messenger	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	
5	Google Fotos	8	9	8	7	7	8	7	7	7	6	6	7	7	6	7	7	7	8	7	8	8	8	7	7	7	8	9	9	9	8	8	
6	64 Games - Super Max Ad...																																
7	COOKING MAMA Let's Cook !	140	169	183	180	160	162	194	204	216	223	216	196	188	184	211	228	244	233	210	196	221	247	247	267	260	230	233	233	279	291	308	
8	Instagram	6	7	6	6	6	7	6	6	5	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	7	7	7	6	6	6	
9	Clean Master (Optimizador)	10	10	10	10	9	9	9	9	9	8	10	11	10	10	11	8	8	9	9	9	9	10	10	10	10	10	10	10	11	10	11	
10	Spotify Music	13	12	12	12	12	11	11	11	10	10	9	10	11	9	9	11	10	10	10	10	11	12	13	13	14	14	14	14	15	15	14	
11	Geometry Dash Lite	24	23	26	24	22	21	23	25	27	26	23	19	19	19	21	22	24	25	20	21	28	34	34	39	38	25	28	28	38	38	37	
12	AliExpress Shopping App	11	11	11	11	11	10	8	8	8	9	11	12	12	11	10	9	9	11	12	10	10	11	11	11	12	11	11	11	9	9	9	
13	Flippy Wheels																																
14	Agar.io	21	22	22	22	19	19	22	21	21	20	20	18	16	18	18	21	21	21	21	22	27	33	33	35	36	32	38	38	41	40	40	
15	Linterna LED Súper - Brillante	16	14	15	15	14	17	14	14	14	13	14	14	155	15	16	15	15	15	17	17	15	15	15	16	15	15	18	18	17	16	17	
16	GRU. Mi villano favorito	28	31	34	30	25	25	24	24	26	25	17	22	22	20	22	23	26	29	25	28	35	41	41	49	52	47	51	51	54	57	60	
17	Layout from Instagram: Collage	42	45	47	48	45	40	41	45	45	45	52	50	45	41	44	48	52	52	50	46	47	54	54	54	58	56	55	55	63	63	63	
18	Subway Surfers	29	34	35	29	28	28	30	33	36	34	32	30	26	32	35	39	38	33	22	20	22	27	27	27	25	18	20	20	29	29	30	
19	Skype	18	16	16	16	17	18	16	16	16	16	17	16	17	16	15	14	16	17	19	18	18	19	19	20	21	19	24	24	23	19	21	
20	Wallapp	7	8	7	8	8	5	4	4	4	4	4	6	4	4	4	5	6	7	8	7	7	8	8	8	11	12	12	12	11	10		
21	CM Security AppLock AntiVi...	20	20	21	20	23	24	21	20	19	18	19	23	24	24	20	18	14	14	15	16	16	14	14	17	18	17	19	19	18	13	16	
22	Piano Tiles 2	53	57	61	58	49	53	57	59	61	64	63	53	49	50	56	66	67	64	58	58	67	71	71	72	67	58	64	64	72	73	72	
23	Walking Dead: Road to Survi...	346	351	359	366	387	400	430	448	446	445	353	331	303	179	198	197	193	221	257	279	272	299	299	340	330	341	374	397	358	372	387	
24	LaLiga Fantasy Oficial Mana...	300	319	347	161	239	238	255	278	259	297	409	494																				
25	Pou	38	39	44	37	34	34	35	35	40	40	38	32	33	31	32	34	40	41	35	37	38	42	42	48	45	43	44	44	47	47	48	
26	Shazam	26	25	23	25	29	31	27	26	24	23	24	26	27	30	27	25	25	27	28	70	29	30	30	29	29	30	39	39	34	32	32	
27	Snapchat	15	13	14	13	13	13	13	12	12	11	13	13	14	13	13	13	13	13	13	15	17	17	17	18	17	16	17	17	14	14	13	
28	Alpify - Emergencias y 112																																
29	Candy Crush Saga	27	27	27	28	32	32	28	23	23	22	25	29	30	28	25	24	23	28	32	34	30	28	28	26	30	38	42	42	32	28	28	
30	Automatic Call Store	5	5	5	5	5	6	*																									
31	Clash of Clans	30	29	33	31	31	30	29	31	32	31	29	28	28	26	26	28	29	32	29	31	34	37	37	37	37	31	36	36	35	34	35	
32	La Liga - App Oficial	67	78	94	99	65	46	65	88	109	126	152	185	227	265	273	269	265	224	117	121	135	139	139	143	156	106	101	100	142	150	168	
33	Extreme Car Driving Simulator	69	77	74	69	69	66	75	80	92	101	92	77	72	82	104	109	115	112	86	85	97	105	105	109	105	90	95	95	106	106	109	
34	Square Quick - No Crop Photo	65	69	73	71	71	69	68	72	74	83	79	71	71	70	77				*													
35	AntiVirus FREE: gratuito	44	37	40	40	44	51	50	47	46	47	53	61	63	66	65	45	31	34	37	40	36	38	38	42	51	52	65	65	59	49	51	
36	ZEDGE™ Tonos, Fondos y...	41	38	41	38	37	39	39	38	39	38	39	38	42	45	43	43	42	44	43	47	44	45	45	46	47	50	53	53	51	48	47	
37	Milanuncios	19	18	17	18	24	22	18	18	17	17	21	27	25	23	19	19	19	22	27	25	20	22	22	23	26	36	41	41	26	22	24	
38	Twitter	34	35	36	33	38	43	36	34	34	33	35	39	44	43	36	35	36	38	44	49	41	39	39	40	43	48	52	52	45	41	41	
39	Juasapp	33	32	28	27	30	29	26	27	25	28	30	31	32	29	28	27	28	24	24	26	31	31	31	30	31	29	37	37	31	30	31	
40	Hola Launcher - Simple, Fast	54	53	67	98	136	159	192	203	208	221	241	262	268	246	249	268	257	247	216	212	226	244	244	208	230	207	181	179	203	204	198	
41	Candy Crush Soda Saga	43	40	42	39	41	44	40	42	42	41	45	54	57	57	55	61	59	59	60	61	61	59	59	55	59	66	69	69	56	50	53	
42	VivaVideo: Editor de video	51	54	58	54	48	48	52	50	50	50	56	52	51	51	53	58	60	61	56	51	58	58	58	57	62	59	57	57	67	64	62	

nº Título de aplicación		OCTUBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
43	Transparent Launcher																																	
44	Google Play Juegos	92	105	105	92	91	97	86	78	78	74	81	87	88	91	82	86	88	84	97	101	102	114	114	102	99	96	99	116	97	86	92		
45	Zombie Tsunami	77	88	100	77	67	65	79	95	102	114	102	80	74	74	95	95	101	95	83	81	109	119	119	126	116	97	96	96	113	112	117		
46	BURGER KING® España	59	62	62	44	35	37	48	53	56	55	41	36	36	35	38	49	53	43	38	39	52	57	57	56	49	45	50	50	60	60	58		
47	Microsoft Outlook	9	6	9	9	10	12	10	10	11	14	16	21	29	33	23	20	18	20	33	38	23	25	25	25	27	41	46	46	30	25	25		
48	Retrica	52	52	51	46	42	50	54	51	53	49	51	47	53	56	67	62	64	58	53	59	65	65	65	67	68	70	73	73	74	74	71		
49	Vibbo	46	47	45	50	54	54	42	41	44	43	48	55	56	53	47	50	50	51	57	56	49	48	48	51	56	69	68	68	57	51	55		
50	Comunio	154	173	184	198	218	215	205	208	215	232	256	298	352	416	413	403	380	407	337	316	306	290	290	313	308	329	319	318	310	317	333		
51	Marca - Diario Líder Deportivo..	74	66	87	107	79	60	80	103	119	125	131	153	186	204	202	205	191	183	116	130	137	123	123	108	124	101	90	90	108	111	120		
52	Los Simpsons™: Springfield	254	259	268	267	246	253	269	261	234	215	185	152	147	144	156	157	169	174	157	164	186	196	196	195	188	177	185	184	215	224	239		
53	Badoo - Haz contactos nue...	58	60	60	59	68	71	58	57	58	57	62	67	68	71	71	70	68	69	72	73	68	67	67	64	71	77	78	78	69	67	69		
54	Fallout Shelter																483	474	376	343	340	385	457	370	370	399	410	420	446	441	487	491	468	
55	LaLiga Puzzles - Oficial	253	276	301	304	288	294	321	357	394	423	435	431	456	470	507																		
56	Amazon compras	94	101	30	26	26	23	20	19	20	21	28	35	40	37	34	30	37	37	39	35	32	32	32	22	24	22	22	19	17	18			
57	My Talking Tom	90	92	86	75	61	57	61	63	67	69	75	64	62	67	78	83	87	77	67	66	71	79	79	87	84	72	71	71	82	84	89		
58	Adivina la marca - Logo Manía	166	125	163	163	201	203	215	226	245	250	239	207	192	210	228	239	237	244	252	257	280	273	273	304	294	267	192	192	205	207	216		
59	Teclado Emoji Emoticonos Lin..	108	109	114	122	123	120	117	108	105	107	105	97	106	100	101	99	105	116	113	119	124	122	122	120	130	119	116	118	116	114	113		
60	Photo Collage Editor	86	95	97	85	90	83	66	67	75	81	83	90	94	99	100	96	92	106	112	108	108	113	113	95	111	126	128	129	126	133	138		
61	Speedy Ninja																																	
62	Los Sims FreePlay	76	87	85	89	80	82	98	111	112	120	111	100	100	97	115	115	121	124	103	102	112	103	103	106	89	84	85	85	112	113	123		
63	PicArts Estudio de Fotografía	70	76	78	76	81	79	76	76	81	89	87	85	78	81	85	80	79	78	79	75	81	82	82	85	91	92	91	91	87	88	90		
64	Criminal Case	113	117	115	113	115	115	114	112	118	122	121	116	115	102	99	97	97	94	90	71	85	96	96	110	120	129	136	136	148	140	145		
65	Clan RTVE	112	123	125	119	116	117	135	149	147	146	139	131	123	121	130	132	134	134	125	132	144	151	151	156	113	124	124	125	163	158	152		
66	Hill Climb Racing	82	91	82	79	73	75	85	97	103	110	106	92	92	93	103	110	114	117	104	107	120	126	126	132	121	105	102	101	109	109	112		
67	Preguntados	109	112	107	111	110	109	111	115	125	124	123	118	108	108	119	117	117	104	96	78	90	92	92	93	97	87	88	88	90	94	97		
68	Hungry Shark Evolution	60	67	75	73	57	55	64	64	69	77	73	62	61	63	80	94	102	105	81	80	101	104	117	106	86	92	92	117	129	139			
69	Adelántate con más fuerza 3D																																	
70	My Talking Angela	93	98	99	86	76	74	82	101	104	109	98	74	69	78	96	106	111	76	52	50	59	63	63	71	78	63	66	66	81	85	94		
71	CM Locker Aumentar 100%	71	73	72	72	78	81	73	74	72	80	86	62	90	85	83	78	73	72	71	70	69	70	70	66	74	75	77	77	75	75	78		
72	Youtube	116	136	144	124	129	154	106	85	89	75	93	102	122	131	113	124	124	122	147	166	162	177	177	160	147	170	200	211	170	122	134		
73	Mobile Security & Antivirus	57	51	54	57	62	68	62	60	62	65	70	78	86	87	79	64	47	47	51	55	57	53	53	53	64	73	76	76	71	68	67		
74	Navegador Chrome - Google	176	187	195	175	204	224	170	144	144	130	148	170	182	191	166	174	173	168	200	220	202	213	213	197	189	222	256	256	221	191	202		
75	Wish - Comprar es divertido	56	56	55	53	52	45	38	36	43	42	44	48	48	44	41	41	43	48	55	52	50	51	51	50	57	61	63	63	53	54	56		
76	Moto Traffic Race																																	
77	MEGA superceded	83	84	92	103	108	102	100	98	96	104	104	108	112	107	105	105	106	115	115	115	106	101	101	97	103	103	103	102	99	93	99		
78	Temple Run 2	142	163	173	154	140	143	165	179	185	185	149	136	131	135	146	159	155	157	142	149	172	186	186	200	186	161	172	207	201	199	208		
79	8 Ball Pool	98	104	102	91	87	86	88	93	90	91	89	88	84	89	92	92	84	86	91	84	72	76	76	77	76	81	83	83	80	77	77		
80	1010!	75	94	106	112	119	130	125	139	148	158	159	158	153	148	145	144	150	158	167	174	171	188	188	214	195	193	208	206	252	253	278		
81	Music Player para Android	115	120	112	114	132	145	145	142	127	96	82	79	95	105	111	104	91	79	75	83	82	85	85	103	115	136	165	165	178	175	178		
82	Mathematics of Sound																																	
83	Traductor de Google	35	28	29	34	39	42	33	32	31	30	34	46	50	47	37	33	35	42	47	43	37	36	36	33	39	46	48	48	39	37	36		
84	Angry Birds 2	219	227	228	221	224	225	230	239	242	241	237	214	211	207	223	230	238	243	236	245	252	264	264	280	284	275	273	273	289	302	297		
85	Nestlé Cocina. Recetas y Me...	416	421	410	425	476	486	339	264	204	198	201	220	214	219	209	119	100	88	95	87	92	95	95	115	108	112	108	107	100	91	86		

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		OCTUBRE																															
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
86	DU Batería saver & de batería	66	65	70	66	70	77	78	90	88	70	76	65	64	58	58	46	22	19	16	13	11	9	9	15	16	21	31	31	33	33	26	
87	Daytona Rush																																
88	Farm Heroes Saga	103	103	101	96	102	103	102	100	97	103	100	106	110	114	107	102	96	96	107	112	103	97	97	98	104	111	114	115	103	96	100	
89	Exploration Lite	119	133	139	129	105	94	112	130	143	144	130	107	91	90	114	118	123	123	102	104	133	142	142	158	133	104	98	98	120	124	133	
90	Cerradura (AppLock)	125	124	123	131	125	125	128	131	135	133	141	141	138	130	132	134	131	137	141	143	147	150	150	148	145	147	145	144	156	157	155	
91	Adobe Acrobat Reader	47	41	43	41	53	62	45	37	37	37	43	59	70	80	66	55	49	49	65	67	55	43	43	43	50	65	74	74	52	44	44	
92	LOVOO - Chat, Ligue y Solte...	84	93	95	95	99	96	92	96	95	94	103	109	107	88	87	93	104	89	88	77	74	80	80	90	98	102	106	105	102	99	105	
93	µTorrent®- Torrent Download...	68	72	71	68	75	78	72	65	65	52	50	51	52	55	57	59	55	46	42	42												
94	La chica del supermercado																																
95	Tiempo y Radar - MORECAST	39	36	46	62	74	61	43	46	55	66	80	75	65	75	76	75	94	99	101	93	94	90	90	124	132	134	138	138	138	155	162	
96	Google Earth	85	81	81	82	94	95	96	91	87	92	90	96	105	103	102	103	95	100	111	114	107	98	98	92	96	100	105	104	101	97	101	
97	VLC para Android	99	100	98	97	96	89	84	86	86	87	84	91	99	98	91	88	85	85	84	91	88	81	81	79	83	80	94	94	84	82	83	
98	imo videollamadas y mensajería	91	90	90	87	97	101	99	99	93	97	94	98	103	104	98	91	81	82	100	105	91	87	87	86	92	99	104	103	89	87	87	
99	Avast Cleanup	78	70	77	80	84	84	71	61	61	60	65	73	76	79	73	65	54	54	61	64	64	60	60	61	70	79	80	80	79	76	73	
100	Be a Legend: manager de Fútbol																																
101	Mitele - TV a la carta	100	111	110	116	133	137	132	125	124	93	107	124	130	127	131	125	118	126	140	139	130	129	129	121	123	131	122	124	114	120	114	
102	Real Racing 3	110	116	117	117	107	107	108	106	106	111	114	114	111	116	124	123	120	120	114	118	123	107	107	91	80	71	70	70	65	61	61	
103	Pac-Man 256 - Endless...	537																															
104	Disney Channel Replay	193	218	237	219	197	189	213	224	233	238	197	164	155	147	164	173	186	179	158	159	188	209	209	239	202	172	169	168	222	235	243	
105	aa	231	238	247	241	240	272	275	273	284	293	288	277	272	268	292	294	303	285	286	292	308	311	311	333	316	321	329	328	346	357	366	
106	Comuniam APP	101	106	116	138	170	177	161	137	140	157	184	221	262	285	290	298	327	377	426	415	345	320	320	332	351	411	428	426	343	343	379	
107	Colorful Harpischord																																
108	Ikea Catalog	484	509	523																													
109	Call of Duty: Heroes																																
110	CaixaBank	80	64	59	63	85	108	81	70	70	72	78	113	148	162	128	116	98	108	135	156	127	117	117	105	109	135	161	161	105	92	79	
111	Akinator the Genie FREE	106	107	126	132	124	113	126	148	159	153	140	115	87	83	93	98	116	109	80	96	115	130	130	116	122	113	113	114	115	116	116	
112	Sonic Dash	79	82	89	78	60	63	67	68	73	79	55	42	37	34	33	37	46	56	62	69	93	111	111	127	129	130	133	133	164	183	183	
113	Sapphire Mp3 Player																																
114	Wild Hunter 3D																																
115	Food Quiz	134	164	172	208	271	384	489																									
116	Weather by eltiempo.es	62	68	76	81	83	73	56	62	63	62	69	66	66	65	62	67	66	65	59	53	46	49	49	68	75	82	81	81	77	80	88	
117	AlertCops																																
118	Dungeon Boss																																
119	UNKILLED																																
120	FreeStyle Baseball2																																
121	DU Speed Booster &Clea...	192	184	136	139	141	149	162	177	188	201	227	222	198	198	190	188	168	144	133	128	113	115	115	118	131	146	160	160	151	148	146	
122	Slice the pie	190	233	247	264	286	370	441	515																								
123	Bridge Constructor FREE	36	43	50	55	58	76	90	109	126	151	171	191	216	245	294	325	364	398	432	504												
124	YouCam Makeup-Makeo...	45	48	49	52	47	47	44	44	49	48	57	57	58	59	69	69	69	67	63	57	62	62	62	63	65	64	58	58	55	53	54	
125	Rain Alarm	105	129	138	159	159	175	151	192	203	180	225	212	206	190	153	199	230	259	180	155	139	127	127	196	221	242	249	249	202	218	254	
126	Head Soccer La Liga 2016	107	113	121	115	106	100	118	126	138	135	129	117	118	110	123	126	128	132	118	122	138	144	144	151	144	133	125	126	154	154	154	
127	Weather 14 days	87	89	91	105	117	105	83	94	98	102	112	121	127	122	106	100	99	103	109	98	79	75	75	104	118	127	127	128	104	107	115	
128	Give it Up!																																

nº	Título de aplicación	OCTUBRE																																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
129	Cliff Diving 3D Free	160	182	203	196	184	185	219	250	294	326	325	307	327	362	449	518																		
130	Voice Synthesizer																																		
131	Go to Auto	216	249	273	284	290	335	405	467	517																									
132	Offroad Legends 2																																		
133	Privalia, outlet moda online	104	114	69	51	43	36	32	30	29	24	37	49	59	69	74	81	93	118	136	120	89	91	91	96	110	122	139	139	123	138	142			
134	Mini Golf: Cartoon Farm	409	506																																
135	infojobs - Job Search	32	30	31	36	56	67	55	49	52	58	68	89	116	115	75	68	62	63	76	79	51	44	44	44	53	74	86	86	50	45	49			
136	Laser Pointer Simulated	73	83	93	101	95	106	129	150	181	188	208	224	256	282	338	402	498	529																
137	Dubsmash	167	166	162	153	146	167	162	162	162	150	143	143	141	142	145	151	147	145	146	142	140	140	122	126	118	126	127	132	110		111			
138	Paradise Bay	14	15	13	14	16	16	17	17	18	19	22	24	21	21	24	26	34	40	48	54	60	64	64	70	95	116	142	142	197	221	257			
139	Star Wars: Uprising																																		
140	Zappar	280	295	302	296	243	268	292	321	346	383	366	317	378	379	403	413	426	424	379	418	469	525	524											
141	Marry Me - Perfect Wedding...	197	329	255	263	249	282	341	396	448	500																								
142	GH Oficial	31	50	57	65	100	58	70	73	94	46	71	101	113	129	68	84	65	81	121	72	104	100	100	12	19	40	15	15	21	24	12			
143	La Báscula	384	476				300	408	485																										
144	Fruit Nibblers																																		
145	Gran Hermano 16 - Uno...																																		
146	Dropbox	89	85	84	100	118	116	103	87	84	84	95	120	132	125	112	101	89	98	119	126	99	93	93	84	102	114	123	112	94	89	93			
147	AtresPlayer	61	71	79	83	104	119	113	69	48	56	64	72	73	86	84	82	83	90	110	99	86	68	68	82	87	91	75	75	96	70	76			
148	Office Lens																																		
149	Solo Launcher - Clean, Smo...	64	61	68	67	66	52	49	43	47	39	40	33	14	14	17	20	30	36	41	56	69	69	78	66	51	56	56	64	65	81	104			
150	Antivirus, Booster & Clean...	63	59	64	74	72	70	59	66	134	200	280	482																						
151	Job Today - jobs in 24h...	102	134	146	179	163	158	158	181	177	175	137	86	101	60	50	47	51	60	77	90	83	89	89	100	114	138	157	157	118	145	195			
152	Clouds & Sheep 2	353																																	
153	Deer Hunter 2016	17	17	19	19	21	26	25	28	33	35	42	41	46	49	63	71	75	83	94	100	119	131	131	141	151	155	170	169	199	203	229			
154	Microsoft Word	55	55	56	61	82	90	60	56	54	53	58	68	79	76	61	52	44	57	74	86	66	61	61	58	69	93	100	99	68	62	59			
155	Duolingo: Learn Language...	81	79	83	90	114	112	95	81	77	78	91	105	117	106	89	77	76	70	89	97	84	77	77	69	77	95	97	97	85	83	85			
156	Orange TV	161	102	128	147	145	135	155	183	209	226	255	302	400	446	422	388	362	331	217	258	251	217	217	150	177	180	202	200	240	255	276			
157	Tattoo Maker	40	42	53	56	59	72	87	105	122	138	155	168	187	220	271	331	428	524																
158	EA Sports FIFA 16 Co...	25	26	32	35	36	38	47	54	59	68	61	37	35	27	31	32	41	36	34	36	39	47	47	59	63	67	72	72	91	98	106			
159	Zalando - Shopping & Fa...	96	97	96	88	89	80	74	75	83	98	109	122	120	112	117	107	109	119	129	123	121	121	121	125	141	154	146	146	139	137	130			
160	Tom & Jerry: Mouse Maze...	122	138	153	165	154	163	193	209	232	251	258	243	232	238	263	299	338	359	387	412	491	536	536											
161	LINE	121	121	120	120	134	134	124	118	116	115	118	132	139	140	129	120	119	121	134	144	141	137	137	129	134	144	152	152	135	125	122			
162	Viber	129	126	124	123	128	138	122	114	113	121	119	128	141	150	138	129	127	131	139	150	143	138	138	134	140	149	163	163	137	131	126			
163	Jobandtalent Job Search...	37	33	39	47	77	99	77	55	41	36	46	56	55	61	59	60	61	66	87	94	77	83	83	73	72	76	79	79	48	46	52			
164	Roll the Ball - slide puzzle	48	49	52	49	46	49	53	52	57	61	67	69	82	92	116	122	136	149	168	190	217	246	246	303	317	361	420	417	523	498	530			
165	Google Docs	95	80	80	93	127	128	97	79	71	71	98	123	151	138	108	85	77	87	120	125	87	73	73	74	88	117	130	108	86	79	84			
166	Stickman Dismounting	130	139	152	151	158	180	207																											
167	Mi Movistar	163	150	143	144	171	179	148	135	131	123	138	161	181	192	184	160	146	151	164	184	164	165	165	162	162	187	222	222	179	152	137			
168	Crazy Wheels	23	21	20	17	15	14	12	13	13	15	15	17	20	22	29	38	48	53	54	63	73	88	88	112	117	141	154	154	228	261	302			
169	Pinterest	97	96	88	94	109	98	94	84	76	85	85	94	97	96	94	90	86	91	105	82	76	78	78	76	81	83	82	82	76	72	74			
170	Elections 27S	12	19	24	32	63																													
171	FIFA 16 Soccer	22	24	37	42	51	64	69	77	85	105	127	157	183	203	238	276	322	337	315	325	367	391	391	421	431	412	430	427	488	479	491			

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	OCTUBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
172	Best Friends - Puzzle Ad...	50	58	66	70	92	111	121	123	128	132	190	258	326	427	501						141	75	66	66	65	79	89	112	113	214	263	317
173	Shadow Fight 2	49	46	48	45	40	41	46	48	51	54	74	93	124	145	178	206	231	255	270	297	330	350	350	388	372	356	378	373	439	451	464	
174	Turbo Fast	88	99	109	109	86	93	116	133	157	163	153	139	146	139	172	185	199	194	177	193	233	261	261	307	291	259	247	247	301	316	335	
175	Vodafone Backup+	215	252	333	466						179	253	358	531		488	436	421	447											144	174	222	
176	Mini Motor Racing WRT	72	74	65	60	55	59	63	71	82	99	134	175	252	342	463																	
177	Swift WiFi:Global WiFi Sha...	133	44	18	21	18	33	34	40	38	73	96	111	109	111	48	79	78	93	127	137	146	182	182	230	268	279	263	263	175	162	156	
178	Gemeliers Official App		75	38	64	88	133	159	187	301																							
179	Dr. Parking 4	120	86	63	43	33	20	19	15	12	12	9	8	7	8	10	11	12	11	12	13	16	16	21	22	20	23	23	28	27	34		
180	Need for Speed No Limits		197	134	84	50	35	31	29	30	29	33	40	47	54	64	72	74	80	82	89	100	102	102	107	112	115	110	110	110	104	104	
181	Slideshow Creator				27	27	37	58	66	95	117	239																					
182	Sky	242	207	130	108	64	56	51	39	35	27	26	20	19	17	17	16	17	16	18	19	21	24	24	28	33	39	45	45	61	69	75	
183	Free Horoscope	137	127	111	102	93	92	91	83	80	76	77	76	81	84	81	76	72	71	70	74	70	72	72	*								
184	Jetpack Joyride	173	174	148	135	98	85	89	89	91	86	54	44	38	36	45	54	57	68	69	88	116	135	135	164	159	157	174	172	216	219	225	
185	Wiseplay	317	257	272	137	120	87	107	119	152	159	177	199	215	240	248	241	248	354	207	214	225	206	206	154	166	153	150	150	185	197	211	
186	Stopwatch			467	205	121	88	93	*																								
187	Hotel Transylvania 2	172	165	147	128	101	91	105	113	123	131	135	137	144	146	181	200	221	228	219	224	263	297	297	341	332	334	348	348	478	502		
188	BlaBlaCar, Trusted Ridesh...	178	170	137	141	143	121	104	92	79	88	99	135	154	158	155	164	159	170	195	195	169	171	171	140	137	156	149	149	124	101	96	
189	Blossom Blast Saga									22	44	59	70	96	117	121	189	196	242	312	383	411	446	446		463		498					
190	Fingerprint Lock Screen P...	308	283	218	177	135	110	101	82	64	59	49	45	41	38	39	44			*													
191	Snake Game		517	328	262	169	150	115	102	68	63	47	43	39	39	42	53	58	62	64	68	80	86	86	99	101	109	118	120	168	189	218	
192	Wazypark find spaces par...	149	144	133	118	202	140	119	124	99	82	110	142	102	73	70	74	82	107	123	131	129	116	116	119	20	33	30	30	25	21	23	
193	BBVA   Spain	126	119	103	104	156	205	127	107	100	100	108	160	202	244	192	141	133	135	191	242	160	143	143	131	138	200	243	243	136	119	108	
194	Chicfy - compra y vende m...					472	232	121	117	51	66	84	67	68	88	108	108	161	249	280	244	240	240	339	370	489	393	388	285	243	327		
195	Voice Effects									67	7	4	5						*														
196	Facebook Lite	118	110	104	106	112	124	110	104	101	90	60	58	60	72	72	73	71	73	98	111	95	94	94	83	94	98	84	84	62	66	66	
197	Bowling King					375	329	298	284	279	276	31	15	13	12	12	12	12	18	23	33	40	52	52	75	86	108	121	123	157	177	194	
198	McDonald's España	147	155	162	125	113	123	142	158	142	113	36	34	31	25	30	31	39	35	30	29	33	35	35	34	28	24	34	34	36	31	29	
199	Turn Down For What Butt...	205	208	198	191	155	161	141	129	108	108	72	60	54	52	51	56	56	50	45	48	43	46	46	41	40	42	43	43	44	42	46	
200	Music Player - Audio Player	111	108	108	110	111	114	109	110	107	106	97	99	114	118	120	112	107	110	108	116	111	118	118	113	119	120	134	134	129	127	121	
201	Baby Boom! - My Newbor...									416	285	113	63	43	40	46	63	70	75	73	95	128	149	149	184	183	198	224	224	333	376	427	
202	Boom Beach	141	152	157	153	148	151	153	132	120	112	101	81	77	77	86	89	90	97	85	92	96	99	99	94	93	85	87	87	95	100	107	
203	Boom!								521	420	229	188	83	75	46	60	57	63	55	46	45	54	55	55	62	61	57	60	60	78	81	95	
204	Burlaos: El Juego									519	248	196	95	83	42	40	36	33	23	14	14	14	18	18	19	23	23	33	33	46	52	64	
205	Plane Simulator 3D											283	194	80	62	49	51	45	39	26	23	26	29	29	32	32	28	35	35	49	55	65	
206	Apensar: Guess the Word										164	130	85	64	52	40	27	45	49	65	78	112	112	185	212	299	367	477	493				
207	SocialDrive	195	203	194	157	147	187	197	191	189	184	165	156	89	120	126	133	130	125	131	171	140	74	74	81	82	94	120	122	161	176	181	
208	Nebulous	185	191	201	172	149	139	146	157	156	148	124	103	93	94	110	111	113	111	93	103	117	125	125	133	127	107	107	106	125	126	124	
209	Real Gangster Middle East				509	304	285	244	231	191	166	132	110	98	95	109	114	112	114	99	109	125	133	133	167	168	197	232	232	349	400	465	
210	Swiftly - Swipe, Smart, Bo...														243	90	42	32	31	31	27	19	20	20	31	44	68	93	93	165	198	244	
211	PIP Camera-Photo Editor P...	114	115	119	121	138	129	134	134	137	134	133	125	119	101	97	87	80	74	68	62	63	56	56	52	54	49	47	47	43	39	38	
212	Minions Paradise																324	103	4	2	1	2	2	2	2	2	2	6	6	10	12	15	
213	Trivia Crack Kingdoms																		92	41	32	25	23	23	24	35	44	54	54	83	103	127	
214	Soccer Star 2016 World L...											469	318	310	190	153	101	66	44	42	40	40	40	36	34	34	40	40	42	43	50		



		OCTUBRE																																
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
215	Hologram Keyboard 3D S...															455	369	236	167	78	60	53	50	50	45	42	27	27	27	22	18	20		
216	100 Doors Full	445	448	428	409	374	309	326	265	263	205	193	138	135	113	118	113	110	113	92	106	98	108	108	100	88	89	89	90	98	99	103		
217	VoiceBooth																				76	45	21	21	9	7	6	4	4	4	3	3		
218	Netflix																		218	155	117	48	12	12	13	13	13	13	13	20	20	27		
219	Pop the Lock												454	475	344	354	270	223	149	135	110	84	84	47	41	37	32	32	27	23	22			
220	Doodleman Voodoo - FREE																			409	189	170	120	120	60	46	26	26	26	*				
221	Sonic Dash 2: Sonic Boom																		178	137	113	122	106	106	80	73	53	62	62	70	71	80		
222	Battery Doctor (Battery Sa...	186	183	185	188	205	212	198	190	195	197	198	202	190	183	163	152	143	148	156	165	118	109	109	88	107	125	140	140	145	172	191		
223	Talking Tom Jetski																								89	60	35	29	29	37	35	39		
224	Candy Crush Jelly Saga																									5	5	2	2	2	2	2		
225	Boomerang for Instagram																								163	55	78	25	25	16	26	43		
226	ATV Rally 3D																				144	85	54	59	59	66	58	57	57	63	66	78		
227	Adobe AIR	344	356	364	365	356	361	383	401	408	411	406	362	348	341	374	336	326	276	225	179	182	152	152	111	90	60	61	61	58	56	68		
228	Roller Coaster Maker																								358	358	181	128	62	49	40	36	33	
229	Volume Detector																										110	16	16	13	*			
230	EasyEqualizer																											21	21	24	*			
231	Pack Opener for FUT 16																							454	454	281	201	139	111	111	73	59	45	
232	letgo: Buy & Sell Used Stu...	264	248	212	202	215	201	190	182	171	152	162	183	179	170	149	181	216	203	279	296	259	221	221	172	164	176	175	173	93	95	91		
233	Cloud Equalizer pro																									408	282	218	176	174	98	78	70	
234	Ski Safari 2															483	444	326	300	276	281	312	312	234	194	159	129	130	119	105	19			
235	Trivial Pursuit & Friends																									310	214	171	170	150	142	42		
236	Slow Ball																													242	143	82		
237	Real Moto GP																				530	333	358	288	288	251	208	185	159	159	128	118	103	
238	Dead Effect 2																																167	
239	GO Keyboard - Emoji, Stic...	138	132	127	130	130	127	130	128	129	128	128	126	128	124	125	121	122	128	122	134	132	132	132	136	142	137	141	141	107	102	102		
240	ZombieBooth 2																															476	352	
241	Lego DC Super Heroes																														345	293	212	
242	Plants vs. Zombies FREE	139	151	159	143	131	122	144	160	166	169	147	134	121	119	134	135	139	136	124	129	145	158	158	165	153	123	109	109	130	128	129		
243	Power Clean - Optimize C...	443	429	431	464	528								519	400	313	307	315	300	329	323	348	412	412			513	506	504	207	213	136		
244	The Onion Knights																																	338
245	Firefox. Browse Freely	167	147	151	160	187	194	179	170	170	167	179	192	207	208	195	183	165	172	182	191	176	161	161	145	154	165	180	178	158	159	153		
246	The Walking Dead No Ma...																															429	157	
247	Horse Racing 3D																														390	332	231	
248	Build Craft																									438	247	230	230	237	217	213		
249	Knights & Drafons - Act...															477	272	287	380	529														
250	Mitosis: The Game																																	
251	Bike Race Free - Racing G...	135	148	161	145	137	131	149	167	179	183	166	149	140	133	143	148	154	146	138	145	167	181	181	201	184	167	166	209	189	179	165		
252	Deluxe Bubble shooting B...																														341	251	197	
253	Fallout Pip-Boy																																	
254	Draw on Magnetic Whiteb...																																	410
255	Cooking Fever	306	322	345	345	310	305	342	374	405	420	423	379	347	343	378	418	424	430	388	373	410	411	411	442	394	354	332	332	385	390	400		
256	Puzzle Craze																																	
257	X Ray Girls Camera Prank																																	



		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
301	Telegram	131	128	122	128	142	152	133	116	111	119	125	140	159	156	139	127	126	127	144	151	136	128	128	114	125	143	156	156	121	108	110
302	Fing - Network Tools									478	531																					
303	Starlit Adventures ©																												377	157	103	87
304	Vodafone TV																															
305	PetsCrushSaga																															
306	Die in 100 Ways																															
307	Sea Hunter																															
308	Rayman Adventures																															
309	UNO & Friends																															
310	Unblock Me FREE	143	137	132	133	122	118	120	127	130	129	167	195	234	275	320	373	463	487	511												
311	Google Opinion Rewards																															
312	Zombie Reaper-Zombie G...																															
313	Archery Master 3D	234	247	251	240	225	220	216	217	227	230	243	231	231	230	252	249	254	251	243	238	246	252	252	274	269	262	268	269	295	307	318
314	Dead Target: Zombie																															
315	Furious Racing																															
316	Crazy Wheel by Playspace																															
317	Bonbon Blast																															
318	Elf Yourself by Office Depot																															
319	ZigZag											510	505	498	517	519	506	516	518								490	500	498	481	477	475
320	Snack Truck Fever																															
321	Ultimate Tennis																															
322	Star Wars: Commander																															
323	Dude Perfect 2																															
324	Twyp																															
325	Swift Keyboard																															
326	Unblock king																															
327	Badland																															
328	Survivalcraft Demo											218	295	308	386	460	495	506														
329	Don't Tap The White Tile					538																										
330	Speed Guess - Something																															
331	Perfect Kick	272	279	310	311	292	312	345	342	331	334	304	280	273	259	250	300	233	257	296	201	212	237	237	240	245	240	245	245	270	273	270
332	Piano Tiles	476	500	530	510	482	507						537	504	497	530				509	526											
333	Dual!																															
334	MMX Racing																															
335	Photo Collage - InstaMag	423	446	423	439	470	445	434	417	424	433	418	433	409	384	354	352	345	347	333	322	329	318	318	302	312	311	291	291	273	270	284
336	PNP - Portable North Pole...																															
337	Photo Editor Collage Make...																															
338	Frozen Free Fall																															
339	Disney Channel																															
340	Scrubby Dubby Saga																															
341	Talking Tom Bubble Sho...																															
342	Cut the Rope: Magic																															
343	Clumsy Ninja																															

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
344	Elecciones Generales 2...																															
345	Glow Hockey	208	223	239	220	200	195	212	222	239	237	206	179	168	169	186	194	201	192	171	178	206	231	231	250	235	215	214	214	256	260	272
346	Elecciones Generales 2...																															
347	Mi Vodafone	144	131	131	142	180	202	177	168	163	141	154	181	199	212	185	163	157	163	190	222	187	172	172	123	148	181	215	215	173	164	150
348	Lotería Navidad 2016																															
349	El Mundo Loterías y Res...																															
350	Resultados Loterías y A...	457	464	393	371	406	433	423	431	447	355	340	321	343	424	397	392	203	208	267	293	304	321	321	381	383	400	422	419	441	449	436
351	Xmas Photo Frames																															
352	Lotería Navidad 2015																															
353	Township											497	404	346	292	173	165	167	206	260	310	310	314	323	309	316	308	308	347	335	396	392
354	Asphalt 8: Airbone	487	490	397	327	269	260	271	267	266	266	261	251	260	261	288	289	331	323	305	319	372	379	379	409	416	405	423	420	474	467	445
355	Holidays																															
356	Score! World Goals	376	387	388	369	330	328	355	369	386	401	374	320	295	286	315	322	337	332	297	289	314	325	325	347	322	297	303	303	329	331	347
357	Noche de Paz																															
358	Christmas Photo Frames																															
359	Mensajes Navidad 2016																															
360	Christmas Cards 2016																															
361	FIFA 15 Soccer Ultimate T...	152	172	186	194	203	214	222	238	249	255	257	228	222	225	247	258	280	281	248	249	267	294	294	292	286	268	265	265	288	289	288
362	¿Y tú que sabes?																															
363	Vacilapp: Bromas telefó...	252	254	240	225	242	254	245	248	257	272	271	266	246	228	226	218	210	189	175	169	168	173	173	171	180	186	198	197	186	186	179
364	Fake Call 2	157	176	187	187	174	171	195	198	199	204	191	173	166	160	179	172	180	166	153	147	163	175	175	182	171	160	147	147	171	180	182
365	Mandala Coloring Pages																															

		NOVIEMBRE																													
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	WhatsApp Messenger	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	360 Security - Antivirus Boost	8	7	6	6	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	8	9	11	11	11	10	8	8	8	8	10	12	14	15	20	23
3	Facebook	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	Messenger	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	5
5	Google Fotos	10	10	10	11	10	10	9	9	10	8	8	9	9	9	9	8	10	9	8	7	9	9	9	10	9	9	9	9	10	10
6	64 Games - Super Max Ad...																														
7	COOKING MAMA Let's Cook !	286	259	237	236	257	270	275	265	245	232	257	278	287	308	297	260	263	301	323	353	362	351	326	330	380	401	443	465	463	419
8	Instagram	7	8	8	7	7	7	6	5	5	6	6	7	7	7	6	6	8	7	6	6	7	7	7	7	7	6	5	6	6	6
9	Clean Master (Optimizador)	13	15	14	15	15	16	15	13	15	12	11	11	12	12	13	14	14	14	14	13	14	14	12	12	13	14	13	13	13	13
10	Spotify Music	14	13	15	14	14	13	11	10	11	11	10	10	10	10	10	11	12	12	10	11	11	11	11	12	13	12	11	11	11	12
11	Geometry Dash Lite	34	28	23	27	35	37	39	33	28	27	34	39	40	42	35	29	26	36	42	43	46	44	33	36	42	49	51	51	44	35
12	AliExpress Shopping App	11	11	11	8	9	9	8	7	7	5	5	5	2	2	4	4	5	6	7	8	10	10	10	9	8	7	8	7	9	11
13	Fippy Wheels																														
14	Agar.io	40	36	33	35	39	43	44	39	36	36	43	44	47	49	45	38	38	45	48	54	53	52	41	45	53	54	61	61	51	49
15	Linterna LED Súper - Brillante	15	16	16	16	17	14	12	11	13	14	12	12	11	11	11	13	15	13	12	12	13	13	13	14	14	15	15	14	14	14
16	GRU. Mi villano favorito	55	52	49	53	60	61	61	60	53	54	64	72	71	74	67	57	51	61	62	65	64	65	56	59	63	70	73	75	64	51
17	Layout from Instagram: Collage	61	56	47	54	58	62	63	65	71	61	62	66	68	67	69	69	54	60	61	61	63	67	75	63	64	62	67	69	72	69
18	Subway Surfers	26	24	21	24	29	33	32	30	23	21	26	30	30	32	28	24	23	29	34	38	37	34	29	28	31	39	40	42	37	30
19	Skype	22	26	25	23	21	20	21	20	18	18	19	18	18	19	18	19	20	18	19	21	20	19	20	20	19	18	18	18	18	18
20	Wallapp	12	14	12	9	8	8	7	8	8	7	7	6	6	6	7	7	4	4	5	5	6	6	6	6	5	5	6	7	7	7
21	CM Security AppLock AntiVi...	17	20	19	19	20	21	22	21	25	19	20	19	19	18	17	18	19	17	18	17	18	18	19	18	21	20	19	19	19	19
22	Piano Tiles 2	38	31	26	25	32	35	37	38	42	43	50	51	53	62	57	49	45	52	53	52	49	46	36	34	32	36	36	29	22	20
23	Walking Dead: Road to Survi...	398	436	440	400	416	436	471	506																						
24	LaLiga Fantasy Oficial Mana...																														
25	Pou	48	42	24	29	34	34	33	32	29	33	35	40	42	44	38	33	32	35	40	42	38	40	32	33	34	40	41	41	38	29
26	Shazam	32	34	36	36	38	36	30	29	30	35	29	24	24	25	24	26	30	27	25	24	25	26	27	29	28	27	25	22	21	22
27	Snapchat	6	9	9	12	11	12	10	12	14	13	13	14	16	15	14	16	16	16	16	17	17	17	14	16	17	17	17	17	17	15
28	Alpify - Emergencias y 112	37	12	31	39	43	46	55	70	101	93	149	116	98	89	90	55	57	81	120	125	92	92	39	31	47	53	54	84	98	79
29	Candy Crush Saga	30	33	35	34	28	27	25	25	31	32	25	23	22	24	25	30	31	25	23	22	24	24	24	25	24	24	23	23	25	27
30	Automatic Call Store																														
31	Clash of Clans	31	30	30	31	30	30	29	27	27	28	28	29	27	30	26	27	27	31	30	32	32	29	30	30	30	32	30	31	27	25
32	La Liga - App Oficial	148	80	116	150	138	144	169	176	137	91	123	157	179	195	210	237	286	311	313	316	309	278	89	115	141	141	140	158	161	117
33	Extreme Car Driving Simulator	105	83	80	95	105	119	125	125	127	130	163	183	184	175	155	119	120	141	164	178	178	167	120	125	156	188	202	207	199	170
34	Square Quick - No Crop Photo																														
35	AntiVirus FREE: gratuito	53	55	57	61	59	55	50	49	55	53	52	42	43	41	47	51	58	50	51	53	47	53	57	55	52	48	46	44	41	41
36	ZEDGE™ Tonos, Fondos y...	47	49	50	52	48	47	47	47	47	49	51	47	45	46	48	47	46	46	44	44	42	47	42	46	49	46	42	37	34	33
37	Milanuncios	27	35	34	30	25	23	23	26	37	34	27	28	26	28	37	44	40	40	37	35	35	42	48	43	36	37	31	32	35	47
38	Twitter	44	48	51	48	41	41	36	37	46	45	38	37	37	36	29	32	35	32	29	29	28	30	40	40	37	35	33	35	33	36
39	Juasapp	29	32	32	32	31	29	27	24	26	24	22	22	20	23	23	22	21	21	22	23	22	21	21	22	20	19	16	16	16	16
40	Hola Launcher - Simple, Fast	192	175	186	212	213	197	210	239	249	192	233	251	272	248	274	283	301	238	215	233	228	194	166	170	178	198	225	226	195	184
41	Candy Crush Soda Saga	52	53	53	51	46	52	48	53	58	58	60	58	56	51	55	60	62	53	45	45	45	50	52	48	43	42	39	40	42	46
42	VivaVideo: Editor de video	62	57	56	49	52	54	52	55	51	48	47	49	48	53	58	53	47	47	50	50	50	56	55	50	48	45	45	43	45	42

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		NOVIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
43	Transparent Launcher																															
44	Google Play Juegos	95	93	91	104	95	97	88	90	76	75	76	88	93	100	98	95	104	108	105	100	98	91	92	91	97	98	103	92	79	62	
45	Zombie Tsunami	112	91	75	93	103	112	110	110	86	90	112	119	123	124	110	82	81	94	108	115	124	121	97	100	133	159	177	185	171	132	
46	BURGER KING® España	49	46	41	45	55	48	46	40	38	42	49	56	59	64	46	35	37	51	55	55	54	38	37	37	45	50	48	47	29	24	
47	Microsoft Outlook	28	38	43	40	33	25	24	28	43	46	31	26	25	26	27	39	44	37	32	28	33	33	46	51	38	33	28	27	30	37	
48	Retrica	65	61	63	71	73	73	68	69	69	70	70	75	73	77	71	72	73	71	69	66	65	68	70	78	66	65	62	62	57	52	
49	Vibbo	56	62	58	57	50	51	51	57	66	62	58	53	50	55	61	71	68	59	47	48	48	54	65	60	56	52	50	49	55	63	
50	Comunio	340	361	371	389	383	396	408	419	427	396	369	395	420	432	485											532	539	538	517	514	
51	Marca - Diario Líder Deportivo..	129	96	134	158	119	115	122	130	125	83	115	128	145	154	147	165	192	193	179	179	174	175	63	79	100	102	85	112	118	101	
52	Los Simpsons™: Springfield	236	233	229	242	270	288	308	305	292	294	323	334	345	347	347	310	305	328	330	317	318	293	269	257	283	289	297	305	296	270	
53	Badoo - Haz contactos nue...	70	68	72	74	67	63	58	62	70	72	61	60	57	59	60	67	66	56	57	58	55	59	68	65	61	58	60	59	58	64	
54	Fallout Shelter	461	426	378	307	315	290	254	245	242	217	232	190	136	129	130	122	124	127	118	119	114	112	108	128	145	165	188	210	245	272	
55	LaLiga Puzzles - Oficial																															
56	Amazon compras	19	21	20	17	18	18	16	19	19	17	15	15	14	13	15	17	18	19	17	14	16	16	16	13	11	11	11	10	8	8	
57	My Talking Tom	82	67	65	69	77	78	76	72	68	68	71	80	79	73	63	45	39	44	46	56	52	37	43	49	58	61	68	76	67	58	
58	Adivina la marca - Logo Manía	210	212	247	264	280	302	258	282	264	277	268	226	230	244	248	239	245	234	263	283	313	324	197	192	200	237	245	235	257	261	
59	Teclado Emoji Emoticonos Lin..	122	136	140	143	137	145	144	137	135	134	139	144	142	139	134	133	131	136	141	140	140	141	141	138	143	146	149	157	166	155	
60	Photo Collage Editor	140	141	128	131	130	132	138	135	145	136	125	122	132	130	128	126	118	109	110	120	128	134	139	141	146	145	156	170	189	202	
61	Speedy Ninja																															
62	Los Sims FreePlay	131	132	130	128	147	153	167	160	139	128	150	165	168	176	167	139	138	124	112	111	102	82	69	61	67	77	94	111	107	90	
63	PicArts Estudio de Fotografia	86	81	73	82	84	85	79	83	79	77	73	77	76	78	78	76	71	66	66	67	67	72	78	70	68	71	69	72	71	72	
64	Criminal Case	167	181	181	168	163	157	157	165	153	151	159	163	165	161	152	153	144	151	148	144	152	149	147	137	139	138	148	155	169	150	
65	Clan RTVE	143	142	139	141	149	149	155	164	148	146	178	179	181	182	172	147	147	170	180	188	185	176	152	150	168	177	181	186	174	139	
66	Hill Climb Racing	108	94	85	94	101	109	111	109	82	95	84	87	100	104	104	90	85	111	121	117	93	80	73	76	93	119	122	132	129	113	
67	Preguntados	93	86	74	76	83	86	82	80	67	71	72	70	70	70	72	73	72	73	77	76	78	78	76	69	78	81	77	83	80	71	
68	Hungry Shark Evolution	136	108	106	122	140	162	178	146	116	113	132	140	146	140	113	83	82	95	107	113	120	116	94	97	130	154	167	173	154	118	
69	Adelántate con más fuerza 3D																															
70	My Talking Angela	91	65	61	64	74	80	78	71	64	65	74	84	90	93	77	63	56	64	67	72	75	57	67	66	83	97	101	103	87	59	
71	CM Locker Aumentar 100%	83	90	96	100	91	90	89	91	94	99	97	99	99	99	95	97	92	97	97	97	90	83	87	86	85	90	94	96	102	104	108
72	Youtube	170	179	199	202	200	202	150	152	106	97	104	121	125	137	141	163	184	192	171	149	148	128	149	175	165	163	172	122	100	77	
73	Mobile Security & Antivirus	68	70	84	99	93	93	96	96	103	107	98	91	82	81	84	89	91	88	90	89	80	85	98	96	92	87	81	78	76	80	
74	Navegador Chrome - Google	219	248	273	272	248	249	214	215	196	180	180	185	190	193	202	243	272	262	241	222	219	201	247	267	239	226	222	187	177	157	
75	Wish - Comprar es divertido	64	66	67	70	64	64	60	63	72	59	57	45	41	37	40	40	36	34	33	34	29	36	38	32	29	39	27	28	32	34	
76	Moto Traffic Race																															
77	MEGA superceded	103	113	118	110	104	102	102	114	112	117	113	109	106	107	103	102	101	98	102	103	111	109	102	98	92	92	97	103	95		
78	Temple Run 2	202	178	176	182	197	195	206	199	181	138	153	170	180	184	176	156	152	184	190	197	207	183	161	163	185	207	209	202	184	116	
79	8 Ball Pool	75	76	82	65	70	74	71	74	77	79	92	92	89	88	83	79	78	74	72	69	66	70	77	72	75	74	74	74	73	76	
80	1010!	281	317	323	314	353	355	370	366	375	389	416	318	338	324	298	311	180	154	149	138	156	168	194	237	251	284	318	351	379	415	
81	Music Player para Android	194	197	206	196	180	175	166	154	96	92	81	68	64	56	54	58	67	65	63	64	56	66	79	90	89	86	90	101	112	133	
82	Mathematics of Sound																															
83	Traductor de Google	45	50	54	50	44	42	38	41	48	50	39	33	32	31	42	46	42	41	38	33	31	39	45	44	35	34	32	34	40	45	
84	Angry Birds 2	302	279	231	244	273	280	274	268	258	253	266	276	276	277	280	257	258	281	289	301	322	317	323	320	337	367	367	366	348	312	
85	Nestlé Cocina. Recetas y Me...	87	98	110	106	79	88	103	122	134	137	154	187	188	230	255	238	421	393	342	288	203	223	248	194	151	124	132	131	176	208	

		NOVIEMBRE																													
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
86	DU Batería saver & de batería	24	27	29	26	22	19	17	18	16	15	14	13	15	16	20	25	34	24	21	19	15	15	18	17	16	22	21	21	24	32
87	Daytona Rush																														
88	Farm Heroes Saga	106	112	125	111	99	91	95	97	104	109	108	109	103	102	105	107	108	104	100	106	97	105	107	106	107	108	113	107	102	99
89	Exploration Lite	127	116	109	117	139	154	172	148	117	119	141	162	170	177	153	114	114	142	158	169	175	155	117	108	138	153	168	180	162	138
90	Cerradura (AppLock)	171	172	166	165	166	170	164	166	155	148	146	146	147	145	148	140	141	149	151	151	155	158	158	155	162	173	175	177	181	181
91	Adobe Acrobat Reader	50	54	62	56	42	38	31	34	49	55	42	38	33	33	41	56	59	43	41	37	34	41	51	54	41	38	37	36	39	48
92	LOVOO - Chat, Ligue y Solte...	114	104	111	109	102	92	84	92	91	94	86	83	81	91	92	93	97	85	85	78	76	77	84	75	72	69	56	55	56	60
93	µTorrent®- Torrent Download...																														
94	La chica del supermercado																														
95	Tiempo y Radar - MORECAST	155	163	126	88	124	141	132	139	130	129	79	71	72	58	64	68	60	42	39	36	44	20	22	26	25	26	29	38	61	100
96	Google Earth	107	110	123	123	113	111	100	102	105	110	111	105	94	98	91	92	94	92	95	93	91	97	113	113	112	110	114	113	110	106
97	VLC para Android	81	73	83	92	88	81	77	78	83	85	87	86	84	84	85	87	87	83	83	81	79	79	82	80	85	78	70	73	75	74
98	lmo videollamadas y mensajería	90	89	95	105	90	87	83	87	84	87	83	79	75	75	76	80	80	76	75	74	74	75	87	82	80	73	76	77	78	78
99	Avast Cleanup	78	84	99	107	96	95	99	100	109	112	106	102	101	97	96	101	100	102	101	98	88	96	104	98	99	96	89	93	97	98
100	Be a Legend: manager de Fútbol...																														
101	Mitele - TV a la carta	117	143	146	136	120	120	117	120	128	73	94	103	105	101	93	109	126	123	116	131	126	129	137	145	144	144	151	150	151	165
102	Real Racing 3	63	58	60	63	71	77	80	85	78	101	88	94	97	95	87	77	74	69	71	71	70	71	66	84	73	80	88	100	95	86
103	Pac-Man 256 - Endless...	509																													
104	Disney Channel Replay	218	198	187	185	206	220	229	217	189	190	222	247	251	256	246	190	203	242	260	268	284	266	228	227	272	298	324	349	331	295
105	aa	357	362	332	360	370	402	418	385	350	344	366	378	389	381	367	349	339	373	380	387	390	378	366	374	416	432	442	457	452	421
106	Comuniame APP	420	475	482	438	427	415	414	461	512	481	426	409	424	442	493															
107	Colorful Harpischord																														
108	Ikea Catalog																														
109	Call of Duty: Heroes						464	203	120	106	102	97	88	90	97	104	130	171	199	253	274	313	339	373	423	441	379	345	327	244	
110	CaixaBank	72	88	124	108	87	75	67	76	114	139	107	89	91	92	94	124	148	115	109	107	94	108	144	162	129	114	93	79	69	83
111	Akinator the Genie FREE	116	125	120	120	125	127	146	140	126	126	147	167	169	170	158	127	125	144	162	168	184	179	176	188	227	281	170	145	142	97
112	Sonic Dash	182	156	144	144	151	163	163	157	144	132	142	159	150	146	123	105	96	106	115	126	139	131	128	126	149	172	174	175	172	136
113	Sapphire Mp3 Player																														
114	Wild Hunter 3D																														
115	Food Quiz																														
116	Weather by eltiempo.es	85	74	68	67	81	94	108	138	188	219	234	239	241	213	205	235	242	199	194	186	167	143	126	121	120	132	141	165	186	225
117	AlertCops																														
118	Dungeon Boss																														
119	UNKILLED																														
120	FreeStyle Baseball2																														
121	DU Speed Booster &Clea...	154	160	151	151	146	121	104	99	89	86	96	98	106	109	122	150	161	160	155	141	123	132	134	132	137	148	165	176	194	217
122	Slice the pie																														
123	Bridge Constructor FREE									456	345	338	302	309	288	289	372	306	362	421	453	516									
124	YouCam Makeup-Makeo...	51	51	48	46	51	56	53	54	57	51	53	52	52	54	56	54	49	48	49	51	51	55	47	42	44	47	49	52	53	56
125	Rain Alarm	261	223	143	112	150	188	235	300	392																					
126	Head Soccer La Liga 2016	150	134	135	138	154	167	182	170	147	142	165	169	174	178	166	149	150	180	188	195	199	184	155	152	171	186	191	195	183	124
127	Weather 14 days	119	131	122	91	97	110	112	134	165	172	176	175	177	174	177	189	195	182	125	108	111	100	93	87	77	79	86	95	106	119
128	Give it Up!																														

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		NOVIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
129	Cliff Diving 3D Free																															
130	Voice Synthesizer																															
131	Go to Auto																															
132	Offroad Legends 2																															
133	Privalia, outlet moda online	156	164	153	142	118	108	85	94	100	89	77	81	108	123	115	135	103	100	106	95	107	124	131	99	62	44	35	33	36	40	
134	Mini Golf: Cartoon Farm																															
135	infojobs - Job Search	60	79	103	90	76	69	64	73	107	115	63	43	51	63	66	84	89	68	65	63	60	76	111	114	70	68	65	71	92	129	
136	Laser Pointer Simulated																															
137	Dubsmash	115	119	100	114	117	122	130	123	119	123	133	131	137	142	137	132	134	152	145	145	150	140	129	124	132	127	124	125	125	111	
138	Paradise Bay	297	334	369	267	240	236	232	230	228	202	230	238	254	261	283	303	322	309	327	365	385	411	458	469	466	480	500	490	500	495	
139	Star Wars: Uprising																	473	466	432	393	401	431	472	540							
140	Zappar																															
141	Marry Me - Perfect Wedding...																															
142	GH Oficial	23	40	46	59	63	83	73	93	131	121	140	106	124	57	80	112	122	125	117	152	119	144	200	211	232	202	50	99	154	105	
143	La Báscula																															
144	Fruit Nibblers																															
145	Gran Hermano 16 - Uno...																															
146	Dropbox	97	123	137	129	110	106	98	104	121	122	110	100	96	96	100	117	119	91	86	82	82	93	119	123	113	101	99	82	96	102	
147	AtresPlayer	79	85	81	86	56	70	70	77	99	114	99	107	111	108	102	98	88	86	94	87	95	99	102	101	96	72	84	87	86	88	
148	Office Lens																															
149	Solo Launcher - Clean, Smo...	138	133	121	116	113	107	98	81	57	45	41	34	27	30	31	22	20	27	31	39	51	53	47	50	59	71	89	128	164	189	
150	Antivirus, Booster & Clean...																															
151	Job Today - jobs in 24h...	213	283	345	341	337	331	355	251	266	239	117	85	78	66	73	88	90	72	70	70	69	89	130	147	111	105	100	120	148	215	
152	Clouds & Sheep 2																															
153	Deer Hunter 2016	233	242	251	248	249	279	273	267	262	251	354	271	277	268	263	226	209	213	202	201	205	190	195	256	217	244	262	258	246	231	
154	Microsoft Word	66	82	108	73	53	45	42	45	62	64	44	34	31	29	36	50	50	39	31	26	27	32	50	52	33	29	26	26	31	38	
155	Duolingo: Learn Language...	98	120	119	20	16	15	14	16	21	23	24	31	38	43	52	62	61	58	58	57	57	62	74	71	65	57	53	54	54	61	
156	Orange TV	263	229	286	309	272	225	263	293	303	249	289	326	361	354	382	436	525	493	449	404	382	347	177	263	289	293					
157	Tattoo Maker																															
158	EA Sports FIFA 16 Co...	102	95	86	96	108	118	121	121	108		129	135	152	151	143	121	121	135	153	157	162	152	125	120	140	152	134	121	94	57	
159	Zalando - Shopping & Fa...	158	181	170	147	145	138	136	149	173	152	156	150	158	167	181	200	183	148	128	130	115	115	106	77	69	63	66	65	59	65	
160	Tom & Jerry: Mouse Maze...																															
161	LINE	137	151	164	160	155	143	145	142	156	163	143	133	134	135	129	144	151	145	136	136	134	139	154	156	142	135	139	134	131	142	
162	Viber	132	146	162	167	153	137	135	128	140	145	131	124	120	113	114	123	137	121	124	124	121	133	135	143	135	131	131	130	124	123	
163	Jobandtalent Job Search...	73	121	136	89	69	60	59	84	132	140	114	112	116	134	164	225	280	214	182	162	153	166	220	196	118	116	95	91	117	178	
164	Roll the Ball - slide puzzle		539		481	462	471	489	523											465	425	341	302	270	272	288	297	320	337	370	350	
165	Google Docs	101	140	158	146	115	98	82	108	143	147	116	104	95	94	103	134	135	103	93	85	85	113	148	151		113	107	109	121	147	
166	Stickman Dismounting																															
167	Mi Movistar	147	174	196	189	167	151	147	147	167	173	157	151	157	149	154	178	186	169	130	129	138	137	153	176	170	166	161	159	159	183	
168	Crazy Wheels	348	402	463																												
169	Pinterest	76	78	78	84	86	84	75	75	87	84	78	78	74	76	81	91	86	87	82	77	77	83	88	83	81	75	75	70	74	66	
170	Elections 27S																															
171	FIFA 16 Soccer	499	472	431	408	424	429	442	431	382	470	431	440	441	439	438	400	387	423	450	458	447	455	432	421	448	424	434	439	438	396	



		NOVIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
172	Best Friends - Puzzle Ad...	370	463	520						115	67	75	95	110	117	126	159	218	273	308	362	402	443	465	494				511	427	369	
173	Shadow Fight 2	460	418	416	421	448	465	475	460	430	430	462	463	464	459	443	398	394	428	422	427	411	388	388	393	421	455	486	506	494	483	
174	Turbo Fast	322	293	282	292	314	328	343	329	286	267	310	340	392	418	415	352	342	402	434	418	449	471	415	430	484						
175	Vodafone Backup+	277	345	478	528	469	484	340	113	176	259	250	258	258	271	360	456		479	423	407	375	397				539	529	483	502		
176	Mini Motor Racing WRT																															
177	Swift WIFI:Global WIFI Sha...	138	127	98	75	68	49	49	51	50	60	67	73	102	103	119	143	140	116	114	105	87	98	103	93	94	99	97	106	163	221	
178	Gemeliers Official App																															
179	Dr. Parking 4	36	41	37	41	47	58	62	67	73	78	100	115	122	136	142	151	157	185	198	238	260	271	288	295	330	361	390	409	420	429	
180	Need for Speed No Limits	113	118	132	132	126	126	129	129	141	131	135	142	156	163	169	172	178	164	129	118	109	95	83	89	79	85	82	88	82	67	
181	Slideshow Creator																															
182	Sky	84	107	141	169	199	228	269	289	314	371	438	493																			
183	Free Horoscope																															
184	Jetpack Joyride	214	194	192	204	217	235	244	252	222	226	251	263	245	253	229	206	204	232	216	232	245	275	285	297	319	364	361	358	319	200	
185	Wiseplay	209	168	175	201	189	156	176	172	159	133	166	191	202	209	213	223	243	249	265	273	288	251	151	190	219	235	204	233	234	226	
186	Stopwatch																															
187	Hotel Transylvania 2	535	529	503	522																											
188	BlaBlaCar, Trusted Ridesh...	111	154	179	179	142	124	113	131	185	187	183	180	187	189	199	251	259	231	233	205	198	216	186	181	248	239	231	219	218	243	
189	Blossom Blast Saga						159	50	35	22	17	16	13	14	16	23	33	30	28	27	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4		
190	Fingerprint Lock Screen P...																															
191	Snake Game	256	304	370	475																											
192	Wazypark find spaces par...	33	39	44	55	61	79	105	117	124	103	56	62	58	50	59	66	76	79	76	92	117	43	59	64	60	64	57	57	113	128	
193	BBVA   Spain	109	161	201	180	123	103	93	89	149	179	118	93	83	85	89	141	176	110	92	80	72	74	127	153	109	88	72	67	66	93	
194	Chicfy - compra y vende m...	389	510	384	415	286	348	283	373	499	367	449	384	489	401	513		491	386	343	382	422	528		539	437	423	507				
195	Voice Effects																															
196	Facebook Lite	69	69	76	83	78	71	65	64	74	74	66	64	60	52	49	43	41	38	35	39	40	48	54	57	55	55	58	58	62	75	
197	Bowling King	217	244	257	268	297	310	334	345	355	374	374	392	418	420	424	397	393	407	399	391	384	402	405	386	396	391	404	397	423	444	
198	McDonald's España	21	22	27	33	37	40	40	35	34	41	54	59	66	71	65	61	65	78	87	88	84	61	62	67	87	84	80	80	60	55	
199	Turn Down For What Butt...	46	45	45	47	54	59	57	59	59	66	68	76	77	82	74	75	77	80	91	97	110	103	99	110	126	137	162	178	178	167	
200	Music Player - Audio Player	126	139	152	156	158	147	133	132	123	127	124	120	112	107	106	106	111	117	113	114											
201	Baby Boom! - My Newbor...	472	494	538																												
202	Boom Beach	110	102	112	113	121	125	127	126	122	124	134	138	143	147	135	115	116	122	144	142	136	127	112	107	117	126	129	138	127	105	
203	Boom!	88	87	87	101	111	128	148	161	169	185	237	268	320	368	432	522															
204	Burlaos: El Juego	74	92	129	162	196	240	226	234	247	287	329	374	434	505																	
205	Plane Simulator 3D	71	77	104	118	133	159	184	200	209	246	294	342	386	411	422	385	344	389	412	446	451	477	444	472	519						
206	Apensar: Guess the Word																															
207	SocialDrive	169	147	184	210	215	218	216	185	186	212	217	217	208	200	174	164	196	203	204	196	190	163	165	219	218	228	240	243	196	176	
208	Nebulous	123	109	107	119	127	146	149	133	110	120	136	147	159	157	138	113	117	138	157	167	173	162	133	149	174	197	227	225	209	189	
209	Real Gangster Middle East																															
210	Swiftly - Swipe, Smart, Bo...	292	309	319	286	292	298	402	474																							
211	PIP Camera-Photo Editor P...	41	44	38	38	40	44	43	43	45	40	37	36	35	34	32	34	28	26	26	25	26	28	31	27	27	25	24	25	26	28	
212	Minions Paradise	16	19	18	21	27	32	35	36	40	38	46	55	61	69	75	78	95	105	104	104	105	84	72	88	76	82	64	63	46	31	
213	Trivia Crack Kingdoms	159	199	240	255	253	275	300	322	319	336	343	349	375	391	428	443	483	502	513	485	490	497	499	510	524						
214	Soccer Star 2016 World L...	54	60	64	77	94	116	131	151	199	244	317	388	457																		

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		NOVIEMBRE																															
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
215	Hologram Keyboard 3D S...	18	17	17	18	23	28	34	48	61	81	130	181	236	300	397	503																
216	100 Doors Full	114	127	136	136	158	177	157	155	160	182	185	186	195	191	221	246	271	275	295	304	320	322	323	331	351	356	432	502				
217	VoiceBooth	2	4	5	5	6	6	*																									
218	Netflix	35	43	42	43	45	50	54	56	60	56	59	63	62	68	70	74	75	77	80	91	90	81	81	74	82	83	83	94	93	89		
219	Pop the Lock	20	23	22	22	24	26	28	31	33	30	32	35	39	40	44	42	52	63	68	79	104	120	136	183	236	305	372	473				
220	Doodleman Voodoo - FREE																																
221	Sonic Dash 2: Sonic Boom	77	71	79	102	114	131	161	174	187	206	238	259	253	251	242	219	246	280	299	241	361	359	361	385	427	459	477	479	442	394		
222	Battery Doctor (Battery Sa...	196	208	222	148	171	184	192	204	215	205	204	205	200	197	201	213	216	220	214	225	222	230	260	262	247	238	249	237	247	254		
223	Talking Tom Jetski	42	37	39	42	57	68	74	81	80	98	122	139	161	162	145	111	110	129	146	158	170	122	138	144	175	194	229	244	224	197		
224	Candy Crush Jelly Saga	5	6	7	10	13	17	18	22	32	39	41	48	46	45	50	52	55	54	56	59	61	69	80	81	88	91	87	86	88	82		
225	Boomerang for Instagram	67	101	221																			531	460	351	278	262	335	256	313	392	497	
226	ATV Rally 3D	82	96	119	150	207	256	335	491																								
227	Adobe AIR	92	133	167	199	238	271	301	299	287	280	293	297	298	321	304	274	271	297	301	306	312	281	241	231	237	256	265	267	263	251		
228	Roller Coaster Maker	25	25	*																													
229	Volume Detector																																
230	EasyEqualizer																																
231	Pack Opener for FUT 16	39	29	28	28	26	24	26	23	24	25	30	32	36	38	43	37	43	49	54	60	62	63	60	68	86	95	112	124	126	115		
232	letgo: Buy & Sell Used Stu...	96	115	117	115	107	107	106	124	133	125	120	114	114	127	180	217	249	264	284	333	343	381	448	432	407	407	427	396	461	511		
233	Cloud Equalizer pro	59	*																														
234	Ski Safari 2	9	2	2	2	3	3	4	6	9	10	18	20	28	39	53	65	79	107	142	182	223	260	321	391	467							
235	Trivial Pursuit & Friends	43	18	13	13	12	11	13	17	22	29	36	50	67	83	99	125	160	190	226	259	298	345	408	448	492							
236	Slow Ball	58	47	40	37	36	39	41	46	52	63	69	101	117	160	192	266	385	526														
237	Real Moto GP	80	59	52	44	49	53	56	58	54	47	55	54	55	61	62	59	64	67	84	101	143	174	249	336	461							
238	Dead Effect 2	94	72	70	81	89	76	97	155	224	306	402	512																				
239	GO Keyboard - Emoji, Stic...	100	97	93	97	100	99	101	103	97	102	109	110	107	105	101	94	93	96	96	96	101	106	105	103	108	117	117	117	108	91		
240	ZombieBooth 2	133	64	101	154	190	229	287	387																								
241	Lego DC Super Heroes	135	75	59	58	66	66	69	66	65	69	91	111	119	138	133	120	128	159	187	204	237	225	240	273	328	392	455	503	495	493		
242	Plants vs. Zombies FREE	124	99	92	103	106	114	114	106	85	116	105	117	115	116	109	85	83	98	103	110	116	109	85	86	104	123	138	148	132	109		
243	Power Clean - Optimize C...	130	100	69	80	98	1104	137	190	248	308	442					492	398	420	497				364	353	302	254	266	243	196	114	144	
244	The Onion Knights	199	128	88	85	85	82	91	119	178	229	282	373	501																			
245	Firefox. Browse Freely	161	124	89	79	62	31	20	14	12	9	9	8	8	5	5	6	10	13	15	21	27	25	21	15	10	7	5	5	3			
246	The Walking Dead No Ma...	125	105	90	62	65	65	72	95	118	143	119	141	171	194	234	268	297	369	409	455	504				399	447	483	469	509	531		
247	Horse Racing 3D	175	129	94	87	92	89	86	79	75	76	93	108	113	120	131	136	143	175	193	230	261	283	330	369	450	519						
248	Build Craft	145	126	97	133	156	177	203	211	208	243	295	362	422	468	499	537																
249	Knights & Dracons - Act...				60	19	22	19	15	17	26	40	69	80	114	198	293	372	422	404	421	416	422	442	439	428	413	470	481	482	508		
250	Mitosis: The Game		500	105	68	80	67	66	61	41	44	48	46	49	48	51	41	48	57	64	75	86	94	91	109	136	155	180	206	201	182		
251	Bike Race Free - Racing G...	142	106	102	98	109	117	109	111	95	108	126	134	154	159	150	128	132	181	165	180	180	177	145	201	176	185	197	194	191	168		
252	Deluxe Bubble shooting B...	157	150	142	139	112	100	87	88	93	100	89	82	87	110	140	177	226	286	424													
253	Fallout Pip-Boy							81	101	92	111	103	61	65	79	88	100	107	114	139	165	192	222	277	326	377	416	481	536				
254	Draw on Magnetic Whiteb...	320	213	174	126	122	101	94	68	63	52	65	67	69	72	82	86	106	130	160	199	248	279	397	513					*			
255	Cooking Fever	372	349	310	296	307	314	115	42	20	16	16	17	17	20	31	48	69	82	111	153	186	204	226	243	279	307	333	353	355	340		
256	Puzzle Craze							52	*																								
257	X Ray Girls Camera Prank		296	429	190	186	139	123	82	56	37	33	25	23	21	19	15	13	15	15	20	23	25	28	38	51	67	91	*				

		NOVIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
258	Jurassic World: The Game								86	39	20	21	21	21	22	21	20	24	33	43	47	58	60	61	73	91	118	133	152	134	126	
259	AudioBooth									98*																						
260	Broken Screen Prank 2			473	479	337	306	201	138	82	82	65	54	47	34	28	25	28	36	41	43	49	44	58	71	93	123	163	202	265		
261	Smashy Road: Wanted	152	130	127	130	132	133	118	107	90	88	95	90	86	80	68	64	53	55	52	46	41	31	35	35	39	43	44	46	43	44	
262	Give Up					446	365	208	162	96	85	57	44*																			
263	Samsung KNOX Messag...										80	197	296	403	515																	
264	Descendants							508	194	105	90	74	63	60	33	21	17	23	24	30	36	35	34	39	54	76	111	137	150	180		
265	Photo Editor Pro	197	191	183	163	164	158	143	141	136	118	101	96	85	87	79	70	63	62	59	62	59	58	49	41	40	41	47	48	54		
266	Mi Orange	180	196	238	222	176	155	142	136	168	182	155	118	92	86	86	99	112	84	79	73	73	101	119	110	112	108	118	122	145		
267	Mobile Strike												328	17	12	10	9	8	9	9	12	12	15	19	26	31	43	53	68	85		
268	Break The Prison									520	341	104	65	22	12	7	5	4	4	4	4	4	4	4	5	6	8	10	12	15	17	
269	SBK 15 Official Mobile Ga...	335	288	266	251	276	295	299	301	274	174	190	149	141	122	112	81	70	75	81	94	113	123	142	174	205	261	288	304	325	335	
270	Sing! Karaoke by Smule				540	467	330	271	259	240	223	210	199	156	116	96	84	70	78	83	89	104	115	122	127	133	126	119	115	112		
271	Word Search	352	325	295	269	244	253	223	198	182	154	145	132	126	119	111	102	98	99	99	103	106	107	95	105	114	122	125	139	133	134	
272	Europoly									496	361	292	235	207	173	138	99	90	74	68	68	64	64	62	74	89	115	140	175	2219		
273	Kezako: Mystery Pic											310	223	171	154	105	89	88	86	96	101	114	118	128	160	187	218	291	385			
274	Free Music Player (Downloa...	338	341	356	358	324	291	286	241	216	209	193	174	129	111	108	108	101	93	89	84	81	86	96	117	123	129	116	114	105	120	
275	Racing in Car														389	292	113	118	60	49	30	23	17	15	18	21	20	20	23	26		
276	Shuffle Cats																		73	40	71	119	178	228	243	399						
277	Home - Design & Decor S...	134	167	169	157	160	161	171	183	195	183	172	155	138	132	136	145	129	112	102	99	100	114	121	111	103	104	121	133	149	173	
278	Decathlon																				370	99	159	207	242	213	240	208	232	223	229	
279	Bike Unchained	118	117	113	125	144	171	191	214	253	309	359	390	406	409	430	438	442	494	531		132	45	26	23	22	23	22	30	49	84	
280	Twist															413	309	205	177	132	118	90	71	56	57	51	63	60	65	68		
281	Hay Day	189	180	160	164	173	180	189	186	164	161	186	184	193	191	184	146	155	143	152	154	131	88	58	53	59	56	59	68	84	87	
282	WiFi Master Key - by wifi.c...	171	203	226	248	261	250	261	265	311	326	368	387	443	339	276	253	230	177	157	143	134	142	102	90	94	102	103	109	126	167	
283	Solitaire	311	291	268	266	275	282	304	325	311	307	285	267	257	235	226	201	187	186	174	155	130	118	100	95	101	100	105	105	111	110	
284	Train driving simulator															236	264	172	197	183	189	147	110	92	106	115	135	146	158	193		
285	Candy Fall																									46	16	34	56	83	127	
286	Mini Racing Adventures																						353	185	104	84	60	55	64	89	122	
287	Score! Hero																							217	127	95	66	52	39	28	21	
288	Zen Koi																							306	157	112	105	90	78	108	145	218
289	Soccer Stars	183	177	168	177	181	190	196	182	151	159	169	171	172	168	159	137	133	147	150	150	149	136	116	116	125	130	79	66	47	39	
290	Kill Shot Bravo																						404	257	162	129	116	111	98	116	143	234
291	Star Wars: Galaxy of Her...																										247	110	24	12	9	
292	Stradivarius	395	446	433	398	390	400	376	407	407	394	379	379	382	371	385	409	391	383	377	371	355	373	374	324	294	265	184	81	70	104	
293	Pirate Zombie Wars																						279	188	182	130	121	106	102	90	77	137
294	EA Sports UFC	258	222	200	197	204	199	188	178	160	157	170	156	153	150	144	131	127	137	140	146	151	148	140	148	155	164	118	98	81	70	
295	Bershka	344	379	359	334	333	317	318	335	342	314	322	323	323	307	335	368	334	322	298	308	306	305	315	269	221	201	166	99	90	107	
296	Zombie Crush Racing																													144	63	73
297	Rapid Sniper																						419	315	294	204	198	156	130	104	85	135
298	Peppa Pig: Paintbox	241	224	207	213	227	230	241	225	218	208	231	235	246	243	228	194	189	217	222	229	220	210	173	159	174	180	171	171	130	50	
299	SimCity Buildit	230	231	208	215	233	243	245	253	234	231	243	249	247	249	233	218	214	210	185	175	159	146	118	139	124	136	136	135	119	81	
300	QR Code Reader	184	187	210	206	201	178	177	173	190	196	171	143	133	125	125	142	146	128	116	112	108	110	124	136	119	109	106	110	101	94	

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		NOVIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
301	Telegram	121	145	161	159	141	130	128	127	150	153	137	125	118	112	118	148	153	131	119	116	112	117	132	134	115	107	104	96	91	96	
302	Fing - Network Tools																														121	
303	Starlit Adventures ©	87	84	80	96	157	249	386	534																							
304	Vodafone TV		353	397	374	305	277	298	315	315	254	291	332	396	398	383	466	534	522	376	217	182	180	143	199	220	189	128	161	152	114	
305	PetsCrushSaga																			456	284	221	182	172	191	197	167	192	172	138	187	
306	Die in 100 Ways																													378	125	
307	Sea Hunter																			532	384	291	255	280	214	256	208	173	162	137	203	
308	Rayman Adventures																															
309	UNO & Friends			523	518	534	535	535	477	431	376	407	436	435	444	433	377	367	403	414	416	414	390	324	309	324	341	368	372	375	333	
310	Unblock Me FREE																										499	480	451	451	442	
311	Google Opinion Rewards																											515	472	386	358	
312	Zombie Reaper-Zombie G...																															
313	Archery Master 3D	327	328	318	315	326	340	351	342	351	321	348	363	370	386	384	343	319	352	361	377	357	362	328	300	305	296	295	298	285	277	
314	Dead Target: Zombie																															
315	Furious Racing																															
316	Crazy Wheel by Playspace																															
317	Bonbon Blast																															
318	ElfYourself by Office Depot																											405	369	389	368	
319	ZigZag	471	431	393	417	445	473	493	497	490	498					472	448	506	510	471	453	409	369	379	372	362	373	440	323	281		
320	Snack Truck Fever																															
321	Ultimate Tennis																															
322	Star Wars: Commander																															
323	Dude Perfect 2																															
324	Twyp																															
325	Swift Keyboard																															
326	Unblock king																															
327	Badland																															
328	Survivalcraft Demo																															
329	Don't Tap The White Tile																															
330	Speed Guess - Something																															
331	Perfect Kick	242	228	212	220	231	213	200	193	180	170	181	186	205	238	247	228	247	284	328	354	396	404	416	461						462	
332	Piano Tiles		506	469	480	513	530		526	495	507	533				530	527						478	462	490	516		532	507	445		
333	Dual!																															
334	MMX Racing																															
335	Photo Collage - InstaMag	275	277	285	295	289	294	293	307	307	286	290	300	325	328	313	330	320	307	272	261	247	240	254	210	192	162	158	166	164	171	
336	PNP - Portable North Pole...																															
337	Photo Editor Collage Make...									508	501	514	505	523	535	509	481	461	463	478	444	451	426	409	373	353	334	321	309	286		
338	Frozen Free Fall																															
339	Disney Channel																															
340	Scrubby Dubby Saga																															
341	Talking Tom Bubble Sho...																															
342	Cut the Rope: Magic																															
343	Clumsy Ninja																															

		NOVIEMBRE																													
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
344	Elecciones Generales 2...																														
345	Glow Hockey	257	214	211	223	237	256	262	248	206	195	224	228	238	242	215	175	170	194	203	215	213	192	160	154	177	191	205	204	188	148
346	Elecciones Generales 2...																														
347	Mi Vodafone	164	188	216	205	187	181	183	189	223	237	212	195	186	180	179	203	239	198	186	171	169	171	205	224	183	175	157	169	182	206
348	Lotería Navidad 2016																														
349	El Mundo Loterías y Res...																														
350	Resultados Loterías y A...	429	427	459	471	441	444	420	371	388	416	413	394	346	327	330	366	395	408	386	398	392	376	422	437	414	388	388	370	383	408
351	Xmas Photo Frames																														
352	Lotería Navidad 2015																														
353	Township	404	421	399	396	422	447	479	488	444	508																				
354	Asphalt 8: Airbone	431	392	366	373	384	391	386	362	331	318	342	345	348	346	328	309	323	334	341	359	356	360	347	340	353	354	363	347	344	320
355	Holidays																														
356	Score! World Goals	321	305	284	290	310	322	337	332	299	301	339	344	353	364	352	314	316	344	372	379	381	369	317	305	315	311	305	285	256	207
357	Noche de Paz																														
358	Christmas Photo Frames																														
359	Mensajes Navidad 2016																														
360	Christmas Cards 2016																														
361	FIFA 15 Soccer Ultimate T...	276	241	230	229	239	234	240	236	213	203	211	221	229	236	217	195	185	206	212	227	229	212	187	177	181	190	199	198	187	156
362	¿Y tú que sabes?																														
363	Vacilapp: Bromas telefó...	186	184	188	181	194	193	193	195	197	181	187	178	176	169	170	161	154	163	161	164	163	169	180	172	158	149	146	149	140	149
364	Fake Call 2	191	176	172	173	192	204	221	213	198	193	209	218	211	206	188	169	156	174	175	191	195	185	168	169	186	206	223	224	208	192
365	Mandala Coloring Pages																														

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	DICIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
1	WhatsApp Messenger	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
2	360 Security - Antivirus Boost	23	23	24	24	24	24	28	30	28	23	25	25	23	23	23	19	16	20	19	19	20	22	23	22	29	26	24	26	23	23			
3	Facebook	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4			
4	Messenger	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	7	7			
5	Google Fotos	11	9	8	8	8	8	10	11	11	11	12	12	11	9	9	8	8	6	6	8	8	9	10	10	10	13	13	11	11	11			
6	64 Games - Super Max Ad...																																	
7	COOKING MAMA Let's Cook !	400	461	474	496	291	191	119	97	92	91	88	100	102	102	122	148	172	183	197	199	176	177	180	195	196	211	189	178	168	163	164		
8	Instagram	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	8	8	8	6	6	6	7	8	8			
9	Clean Master (Optimizador)	13	13	13	12	12	14	14	16	15	16	16	16	14	14	12	14	14	13	13	12	10	12	12	11	9	10	8	7	6	6			
10	Spotify Music	12	12	11	11	11	9	11	13	12	13	13	13	13	13	14	15	12	11	12	11	11	13	14	14	13	11	10	10	10	12	12		
11	Geometry Dash Lite	35	46	50	50	52	55	44	38	41	42	41	54	50	42	43	51	60	64	64	53	43	38	40	40	35	21	18	19	25	25	24		
12	AliExpress Shopping App	10	10	10	10	9	13	13	14	14	14	14	14	14	15	16	11	12	13	14	16	22	26	28	32	37	47	62	50	42	38	40	42	
13	Fippy Wheels																																	
14	Agar.io	50	57	65	63	62	57	50	44	48	51	50	59	59	53	55	65	65	55	50	36	31	30	30	33	32	31	28	31	35	36	39		
15	Linterna LED Súper - Brillante	14	14	14	14	14	15	16	17	18	18	17	17	16	15	17	13	11	12	14	14	15	19	19	18	16	15	14	13	14	14	13		
16	GRU. Mi villano favorito	54	66	69	77	86	88	68	69	76	75	72	91	86	81	83	94	103	106	106	100	79	77	78	87	74	48	34	32	36	37	36		
17	Layout from Instagram: Collage	66	69	68	67	71	76	72	67	63	58	56	66	69	68	66	73	84	84	94	89	86	84	82	89	91	93	87	89	86	89	88		
18	Subway Surfers	24	28	33	36	41	42	33	36	39	39	37	46	45	40	40	44	51	57	60	51	42	41	41	38	34	26	17	16	20	20	20		
19	Skype	18	18	19	20	19	19	21	22	25	27	26	23	22	22	22	22	21	18	23	23	22	26	23	24	24	20	19	20	24	19	18		
20	Wallapp	7	7	7	7	7	7	9	9	10	9	7	8	10	11	10	9	9	9	9	10	12	15	15	16	17	27	23	21	18	16	16		
21	CM Security AppLock AntiVi...	19	19	18	18	16	18	20	20	22	21	20	20	19	21	21	19	18	20	15	16	17	21	20	21	20	25	22	22	17	15	15		
22	Piano Tiles 2	20	20	20	22	22	12	7	6	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
23	Walking Dead: Road to Survi...	37	43	46	48	60	106	158	226	281	347		477	501	464	451	472	472	451	516														
24	LaLiga Fantasy Oficial Mana...																																	
25	Pou	31	34	35	38	40	37	32	32	31	33	32	42	39	34	36	40	44	47	48	44	36	35	36	34	30	24	16	17	19	17	19		
26	Shazam	22	21	22	25	23	22	26	28	30	32	39	33	30	28	29	31	30	27	29	27	27	32	31	32	31	35	32	28	31	32	32		
27	Snapchat	15	15	17	17	15	16	17	18	19	17	22	19	18	20	20	21	23	19	22	21	18	22	21	22	19	14	11	12	13	13	14		
28	Alpify - Emergencias y 112	71	100	154	203	248	303	449					372	488																				
29	Candy Crush Saga	28	24	26	28	28	29	30	34	33	35	33	35	32	32	35	37	37	36	30	29	35	40	35	36	36	32	24	23	23	18	17		
30	Automatic Call Store																																	
31	Clash of Clans	25	25	28	30	30	28	27	26	29	29	29	22	20	18	19	24	25	26	27	26	23	25	26	27	25	19	15	18	22	22	21		
32	La Liga - App Oficial	113	146	163	149	165	177	106	130	173	169	159	176	181	125	97	134	143	158	170	183	157	145	183	219	271	321	313	318	150	349	328		
33	Extreme Car Driving Simulator	170	184	190	196	219	234	238	247	252	275	252	319	322	278	298	330	353	348	348	316	269	250	265	253	227	215	190	183	190	187	187		
34	Square Quick - No Crop Photo																																	
35	AntiVirus FREE: gratuito	45	44	43	46	45	50	53	54	58	62	62	57	56	55	59	54	49	53	57	56	62	63	60	61	61	71	62	62	63	60	57		
36	ZEDGE™ Tonos, Fondos y...	36	38	38	37	37	39	38	40	44	49	48	45	44	45	45	41	39	41	42	38	44	46	45	48	43	42	35	34	37	34	35		
37	Milanuncios	44	41	41	43	44	53	58	57	59	56	53	52	53	57	53	45	45	48	53	58	69	67	65	68	83	114	117	104	90	87	81		
38	Twitter	38	37	36	32	32	35	39	41	34	37	35	37	35	39	37	33	32	31	32	34	40	39	39	43	45	51	51	52	53	52	47		
39	Juasapp	16	17	16	16	17	17	19	19	19	20	19	18	21	21	19	18	18	20	22	24	20	21	27	27	29	27	23	21	25	16	3	5	
40	Hola Launcher - Simple, Fast	86	123	138	136	150	163	148	128	115	109	102	147	148	163	179	178	146	137	148	156	161	143	148	164	172	208	259	265	277	295	332		
41	Candy Crush Soda Saga	47	48	47	49	49	52	52	50	50	50	49	50	48	51	52	48	48	51	56	57	61	62	59	67	67	74	67	64	62	55	56		
42	VivaVideo: Editor de video	39	45	44	45	47	48	47	42	43	41	40	43	47	46	42	39	40	42	45	47	48	50	48	50	42	44	49	48	44	43	44		

		DICIEMBRE																																		
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
43	Transparent Launcher																																			
44	Google Play Juegos	75	67	67	70	63	66	65	68	61	64	61	48	46	43	44	42	43	45	52	54	55	59	58	60	57	47	39	39	46	45	46				
45	Zombie Tsunami	130	147	156	159	168	158	134	132	122	125	163	161	159	141	149	180	202	197	194	186	160	151	162	163	144	106	84	77	79	77	78				
46	BURGER KING® España	27	36	45	47	48	43	37	37	40	40	38	51	41	36	38	50	57	65	65	49	46	48	53	51	53	92	88	70	59	68	68				
47	Microsoft Outlook	41	33	30	29	29	31	46	52	55	61	59	38	24	26	34	29	27	24	18	25	33	44	38	44	50	65	71	71	76	67	63				
48	Retrica	59	61	63	62	64	67	59	63	64	68	66	68	67	64	67	75	77	75	78	72	71	72	71	69	66	50	41	45	54	57	59				
49	Vibbo	68	63	53	52	57	70	77	86	88	82	77	69	73	82	75	69	66	69	71	73	80	79	72	81	107	139	138	120	102	100	99				
50	Comunio	472	473	498	503																															
51	Marca - Diario Líder Deportivo..	96	118	127	104	101	109	90	118	151	140	128	141	157	131	111	118	104	101	96	101	98	90	111	140	159	171	168	179	201	211	214				
52	Los Simpsons™: Springfield	263	281	299	298	301	284	256	253	233	253	235	275	274	258	259	285	296	295	296	62	2	68	73	80	72	68	79	76	61	53	53				
53	Badoo - Haz contactos nue...	69	65	59	58	58	62	67	72	77	76	80	65	66	67	78	70	70	73	75	76	81	87	79	85	95	124	124	113	105	105	104				
54	Fallout Shelter	283	297	316	331	310	282	263	244	236	254	236	227	237	242	258	257	240	213	212	212	216	213	216	239	263	257	267	262	270	291	283				
55	LaLiga Puzzles - Oficial																																			
56	Amazon compras	8	8	9	9	10	11	12	15	16	15	15	15	17	17	16	11	10	10	11	13	14	17	18	19	21	33	30	27	27	26	22				
57	My Talking Tom	61	70	75	83	89	92	73	74	75	74	71	90	88	76	80	93	106	115	124	116	94	93	96	90	81	66	56	53	56	58	67				
58	Adivina la marca - Logo Manía	277	293	293	200	265	295	343	389	424	461	433														538	495	496	512	475	467	438	414	344	328	304
59	Teclado Emoji Emoticonos Lin..	156	153	153	157	161	168	176	170	178	173	164	162	168	170	162	158	162	161	167	169	163	158	155	159	142	132	120	116	106	103	105				
60	Photo Collage Editor	192	188	185	186	193	199	212	203	198	167	157	170	175	189	170	168	175	165	166	178	196	195	186	183	186	174	167	158	151	150	155				
61	Speedy Ninja																																			
62	Los Sims FreePlay	98	117	124	126	155	159	150	149	141	134	158	119	89	58	51	52	52	43	39	52	66	76	86	95	87	85	64	58	49	48	51				
63	PicArts Estudio de Fotografía	76	72	71	79	77	82	81	82	84	79	85	72	71	70	70	77	82	81	84	84	82	80	77	78	76	59	61	63	68	73	72				
64	Criminal Case	141	138	140	140	137	130	125	114	109	108	118	111	115	119	115	115	125	138	146	150	159	161	157	181	178	193	152	140	134	130	126				
65	Clan RTVE	139	144	143	145	158	166	163	167	167	171	161	178	185	175	171	182	185	179	172	174	156	157	164	168	152	134	89	83	78	80	77				
66	Hill Climb Racing	109	122	128	131	143	140	128	119	120	121	114	144	145	132	139	152	165	167	164	161	138	129	122	113	97	77	66	74	80	83	89				
67	Preguntados	73	82	82	88	90	89	76	73	74	70	67	81	81	80	84	92	97	104	110	108	100	97	100	107	99	96	75	68	60	62	60				
68	Hungry Shark Evolution	120	139	139	122	128	212	109	111	110	118	111	101	61	33	30	35	36	32	33	45	60	75	92	112	117	115	100	103	114	121	131				
69	Adelántate con más fuerza 3D																																			
70	My Talking Angela	58	71	76	85	93	97	83	84	83	88					98	104	124	132	146	150	144	125	121	135	130	106	88	65	67	74	76	73			
71	CM Locker Aumentar 100%	110	108	107	105	99	105	95	94	85	85	90	70	75	72	61	67	72	76	70	78	78	98	74	66	39	49	52	59	73	61	65				
72	Youtube	91	74	74	87	69	74	89	99	93	97	87	63	54	49	48	46	46	46	55	59	57	70	64	72	62	41	29	37	51	50	48				
73	Mobile Security & Antivirus	83	84	85	90	84	91	92	103	108	111	104	95	103	116	123	113	109	112	108	112	116	124	115	116	121	126	109	111	113	114	109				
74	Navegador Chrome - Google	184	142	131	141	125	131	152	174	170	182	174	114	105	110	119	102	100	96	109	118	127	146	140	149	139	121	105	125	145	139	132				
75	Wish - Comprar es divertido	33	27	25	26	26	25	31	31	32	30	30	34	31	31	33	34	34	35	41	39	51	49	47	52	58	76	68	40	30	30	30				
76	Moto Traffic Race																																			
77	MEGA superceded	100	105	100	108	106	108	108	106	105	107	101	94	99	101	98	98	102	105	114	130	130	133	128	133	128	146	159	156	144	143	138				
78	Temple Run 2	128	151	165	165	91	45	24	21	21	20	19	26	33	41	49	71	92	107	115	107	83	82	87	88	79	67	57	57	58	59	64				
79	8 Ball Pool	78	78	73	78	85	90	88	87	89	89	83	88	90	94	91	90	88	89	90	87	89	89	81	79	65	56	55	44	39	39	34				
80	1010!	434	422	426	433	465	473	483	448	459	469	438	373	239	160	113	91	73	62	51	42	38	33	28	25	18	16	20	15	15	21	26				
81	Music Player para Android	123	107	101	97	92	83	84	92	103	106	100	124	134	164	198	206	152	131	121	105	101	119	119	126	126	145	149	163	191	208	205				
82	Mathematics of Sound																																			
83	Traductor de Google	46	42	40	40	39	46	56	61	67	63	60	56	62	63	62	55	53	54	59	66	76	81	76	82	92	104	98	95	93	93	91				
84	Angry Birds 2	303	313	310	305	252	211	192	173	160	156	147	164	164	154	152	160	150	140	122	109	90	86	84	103	111	120	126	136	149	152	158				
85	Nestlé Cocina. Recetas y Me...	188	194	201	231	228	205	233	148	196	197	190	145	155	148	124	96	64	70	74	32	37	42	42	41	40	54	59	61	55	47	28				

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	DICIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
86	DU Batería saver & de batería	32	31	21	21	21	21	23	25	17	12	10	7	8	7	7	7	8	7	6	7	8	7	7	7	9	9	9	8	9	9		
87	Daytona Rush																																
88	Farm Heroes Saga	107	104	105	103	102	107	112	117	117	115	108	105	104	115	126	112	111	111	116	126	134	139	138	143	129	130	114	105	98	95	95	
89	Exploration Lite	140	173	182	195	207	179	145	140	134	127	117	142	120	103	102	128	147	149	156	141	109	103	118	108	80	72	70	69	75	72	69	
90	Cerradura (AppLock)	172	178	166	163	159	164	161	166	169	161	152	159	163	168	164	170	177	169	168	176	177	193	179	179	183	180	174	165	161	160	156	
91	Adobe Acrobat Reader	51	40	37	35	33	40	54	59	66	67	65	49	51	59	63	47	42	44	46	50	68	74	67	64	68	97	97	100	97	92	80	
92	LOVOO - Chat, Ligue y Solte...	65	62	58	54	56	63	70	75	80	78	74	73	76	78	74	74	80	80	76	80	84	88	80	86	102	128	134	123	110	106	106	
93	µTorrent®- Torrent Download...																																
94	La chica del supermercado																																
95	Tiempo y Radar - MORECAST	154	181	219	263	318	388	429	447	380	291	268	304	255	256	218	213	233	252	268	260	279	263	288	322	372	464	420	377	301	253	251	
96	Google Earth	108	106	109	109	110	110	121	121	125	126	116	116	116	123	135	132	126	127	138	138	149	160	159	171	184	203	177	161	154	155	152	
97	VLC para Android	77	77	70	68	68	69	71	79	87	84	79	74	72	79	76	76	79	78	80	81	85	92	83	83	88	94	83	82	82	82	86	
98	imo videollamadas y mensajería	80	83	81	82	80	79	79	85	90	90	86	77	77	87	86	83	85	85	88	90	95	111	101	109	114	116	122	124	122	123	124	
99	Avast Cleanup	99	102	104	110	112	117	129	139	142	131	140	122	131	139	140	135	130	121	95	104	126	134	137	138	153	197	181	184	183	186	184	
100	Be a Legend: manager de Fútbol																																
101	Mitele - TV a la carta	168	166	159	137	119	133	143	147	146	143	130	130	126	140	145	142	148	133	91	120	135	83	114	131	137	183	173	181	181	177	173	
102	Real Racing 3	90	103	110	117	107	75	57	46	45	48	47	53	57	52	50	56	61	60	66	75	93	114	132	137	148	125	107	108	108	112	115	
103	Pac-Man 256 - Endless...							449	426	414	388	344	266	210	184	179	169	147	142	167	178	203	208	276	357	453	534						
104	Disney Channel Replay	309	348	359	375	388																											
105	aa	413	441	431	440	488	482	484	450	442	473	442	514	515	508	530																	
106	Comuniame APP																																
107	Colorful Harpischord																																
108	Ikea Catalog	512	476	439	454																												
109	Call of Duty: Heroes	227	219	200	175	220	273	334	396	449	516	481																					
110	CaixaBank	104	73	55	53	51	61	86	110	118	136	125	78	87	121	143	101	90	88	87	91	122	140	102	100	105	133	166	168	170	141	119	
111	Akinator the Genie FREE	94	96	95	93	129	155	164	134	136	150	139	202	199	197	208	236	267	292	286	170	230	188	184	176	155	136	123	109	96	98	100	
112	Sonic Dash	132	140	137	138	163	181	198	213	226	235	222	249	250	236	232	243	254	248	246	225	219	197	197	198	195	172	142	141	143	148	150	
113	Sapphire Mp3 Player																																
114	Wild Hunter 3D																																
115	Food Quiz																																
116	Weather by eltiempo.es	241	230	221	226	232	251	282	299	295	328	303	284	278	276	275	268	284	309	312	325	344	365	366	399	398	414	342	295	252	207	216	
117	AlertCops					239	213	383	510																								
118	Dungeon Boss																																
119	UNKILLED																																
120	FreeStyle Baseball2																																
121	DU Speed Booster &Clea...	225	222	207	184	178	190	203	198	186	147	135	123	117	117	120	107	105	93	85	77	73	60	62	62	64	82	93	80	77	79	75	
122	Slice the pie																																
123	Bridge Constructor FREE				514	430	365	323	335	366	428	452	503	538	522																		
124	YouCam Makeup-Makeo...	55	51	42	42	35	34	35	33	36	36	34	31	29	25	25	28	29	30	40	43	53	58	63	70	78	83	86	86	89	84	83	
125	Rain Alarm																																
126	Head Soccer La Liga 2016	138	156	171	172	177	165	124	116	119	122	115	150	147	136	142	161	179	180	177	177	153	155	166	160	136	108	95	98	104	107	108	
127	Weather 14 days	135	126	121	124	135	152	182	193	197	205	198	175	177	190	182	169	173	170	171	184	199	217	214	226	256	297	287	275	240	202	312	
128	Give it Up!																																



		DICIEMBRE																																
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
129	Cliff Diving 3D Free																																	
130	Voice Synthesizer																																	
131	Go to Auto															*																		
132	Offroad Legends 2																																	
133	Privalia, outlet moda online	40	26	23	23	25	32	42	43	62	73	70	97	122	153	129	117	112	90	83	95	99	102	110	153	234	393	484						
134	Mini Golf: Cartoon Farm																																	
135	infojobs - Job Search	142	94	83	69	74	94	126	137	107	103	93	75	83	111	116	82	71	71	82	102	139	150	136	136	176	258	333	279	238	201	185		
136	Laser Pointer Simulated																																	
137	Dubsmash	119	114	115	121	122	119	111	100	100	105	99	113	110	112	117	122	124	125	136	127	120	126	130	124	96	55	45	47	50	56	62		
138	Paradise Bay	507	458	443	431	442	463	486	469	473	399	373	459	453	484	518				435	463	481	530	534						507	476	421	400	
139	Star Wars: Uprising												512	369	281	264	271	250	221	201	202	179	184	190	215	248	283	330	356	338	356	361		
140	Zappar																																	
141	Marry Me - Perfect Wedding...																																	
142	GH Oficial	148	149	178	188	248	348	210	286	267	246	246	283	370	272	332	290	362	309	357	496	529		488	362									
143	La Báscula																																	
144	Fruit Nibblers																																	
145	Gran Hermano 16 - Uno...																																	
146	Dropbox	118	97	92	95	94	99	114	133	137	133	123	104	107	128	132	103	99	99	105	121	136	148	141	147	160	175	164	174	182	175	167		
147	AtresPlayer	82	75	79	75	78	85	91	113	35	45	44	58	65	83	93	64	83	82	86	92	106	73	91	102	115	148	140	145	162	154	162		
148	Office Lens																																	
149	Solo Launcher - Clean, Smo...	234	348	512																														
150	Antivirus, Booster & Clean...																																	
151	Job Today - jobs in 24h...	212	149	135	153	167	201	268	337	353	404	379	237	294	367	356	299	257	253	294	300	403	427	355	415	494			512	540	586			
152	Clouds & Sheep 2																																	
153	Deer Hunter 2016	214	224	226	228	255	255	251	257	247	264	296	297	309	286	297	314	331	335	334	283	278	262	272	286	358	230	213	199	198	197	195		
154	Microsoft Word	43	30	27	27	27	30	43	48	51	53	45	36	37	47	46	36	35	33	36	37	59	64	56	59	69	100	111	117	117	104	97		
155	Duolingo: Learn Language...	67	64	66	64	70	84	97	102	113	116	109	103	109	124	136	119	116	118	130	142	158	169	167	174	181	212	191	187	165	167	160		
156	Orange TV	394	438	450	396	417	423	299	400	454	434	405	391	421	406	370	400	403	419	427	458	474	484											
157	Tattoo Maker																																	
158	EA Sports FIFA 16 Co...	52	56	54	59	79	95	99	109	112	124	165	157	160	142	146	171	190	188	191	182	173	166	172	166	145	118	102	101	100	101	103		
159	Zalando - Shopping & Fa...	63	60	64	72	82	93	100	93	94	86	81	83	68	85	71	79	93	109	133	164	211	251	271	308	348	469	416	359	306	290	288		
160	Tom & Jerry: Mouse Maze...																																	
161	LINE	147	131	125	123	124	128	135	143	149	158	149	138	138	147	148	140	136	144	144	146	155	167	156	162	173	179	178	169	171	165	163		
162	Viber	131	121	117	119	117	116	123	131	133	146	133	120	119	126	141	131	129	129	134	139	146	149	151	156	157	149	163	159	172	170	161		
163	Jobandtalent Job Search...	204	168	103	86	46	54	62	71	72	83	78	47	52	69	72	49	47	50	68	79	113	91	90	121	168	246	318	223	319	246	224		
164	Roll the Ball - slide puzzle	336	342	332	343	50	23	15	10	8	8	9	9	9	10	13	17	16	23	25	15	13	16	17	20	23	30	38	38	41	49	50		
165	Google Docs	152	109	99	98	97	111	146	185	201	188	181	121	135	180	174	133	123	119	132	143	186	207	181	197	232	245	232	256	278	270	258		
166	Stickman Dismounting																																	
167	Mi Movistar	194	174	152	135	126	135	140	171	168	187	180	139	144	162	173	149	75	83	100	113	141	162	262	299	349	434	458	450	433	367	319		
168	Crazy Wheels																																	
169	Pinterest	79	76	72	71	75	81	96	101	101	94	96	89	94	97	95	87	87	86	93	99	102	117	109	123	140	166	150	143	139	142	133		
170	Elections 27S																																	
171	FIFA 16 Soccer	384	411	425	448	468	476	458	456	458	475	444	538		518	525											482	409	303	308	315	319	327	

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		DICIEMBRE																																
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
172	Best Friends - Puzzle Ad...	275	300	324	349	399	412	461	530													121	78	85	101	118	153	201	247	312	364	419		
173	Shadow Fight 2	488	521	527				517	481	479	497	463	506	472	448	468	497	473	468	471	420	399	403	416	404	302	213	162	131	120	118	116		
174	Turbo Fast																																	
175	Vodafone Backup+				540	233	86	133	243	302	409	384	321	389	540		367	266	233	217	218	337	491	430	425	477								
176	Mini Motor Racing WRT																																	
177	Swift WIFI:Global WIFI Sha...	250	251	238	19	20	20	22	23	24	22	21	40	49	65	81	81	86	77	77	83	56	53	55	54	49	57	63	65	70	70	38		
178	Gemeliers Official App																																	
179	Dr. Parking 4	423	460	476	493	508	506	477	440	430	435	406	492	504	499															519	506	514	503	
180	Need for Speed No Limits	60	59	61	56	54	59	60	62	69	69	84	80	80	89	99	105	113	113	117	131	131	127	124	135	125	111	85	84	84	94	94		
181	Slideshow Creator																																	
182	Sky																																	
183	Free Horoscope																																	
184	Jetpack Joyride	164	186	197	206	240	244	255	262	270	303	279	292	186	108	101	116	114	102	97	136	150	183	202	212	226	237	195	196	205	215	219		
185	Wiseplay	210	236	247	243	262	277	218	228	244	240	226	207	207	196	163	190	203	208	209	227	206	205	234	257	292	269	219	209	219	238	236		
186	Stopwatch																																	
187	Hotel Transylvania 2																																	
188	BlaBlaCar, Trusted Ridesh...	232	199	178	143	123	127	167	190	210	192	184	128	142	192	207	156	139	123	120	134	152	176	146	151	161	214	239	213	200	196	204		
189	Blossom Blast Saga	2	2	2	2	3	3	4	3	4	5	5	6	6	8	8	10	15	15	21	24	29	37	34	45	51	46	40	30	29	29	27		
190	Fingerprint Lock Screen P...																																	
191	Snake Game																																	
192	Wazypark find spaces par...	145	164	164	156	185	207	55	189	248	270	249	256	267	319	267	237	255	175	173	137	112	108	117	157	182	226	249	233	234	231	220		
193	BBVA   Spain	126	79	60	55	55	58	93	126	123	162	153	87	85	135	169	109	91	87	92	93	142	173	123	117	119	151	227	236	248	178	148		
194	Chicfy - compra y vende m...																																	
195	Voice Effects																																	
196	Facebook Lite	84	86	80	61	59	68	87	96	98	99	95	71	74	86	85	80	81	79	81	82	87	100	93	93	93	107	103	112	116	120	123		
197	Bowling King	408	446	471	486	512	537			512	537	499	540																	520	473	473	450	
198	McDonald's España	64	85	93	101	105	96	82	80	79	81	76	98	96	90	96	125	138	139	140	132	114	122	134	132	133	220	205	253	138	146	143		
199	Turn Down For What Butt...	182	203	217	239	254	222	191	191	183	214	204	224	227	216	241	266	277	293	300	264	248	249	256	269	240	247	281	290	250	242	233		
200	Music Player - Audio Player																																	
201	Baby Boom! - My Newbor...																																	
202	Boom Beach	115	135	141	144	140	129	117	105	102	104	121	109	113	106	106	123	119	120	125	119	97	96	94	96	75	60	58	46	40	41	43		
203	Boom!																																	
204	Burlaos: El Juego																																	
205	Plane Simulator 3D																																	
206	Apensar: Guess the Word																																	
207	SocialDrive	219	225	228	223	223	185	185	200	213	241	227	213	151	130	180	176	164	148	131	68	64	85	89	105	104	70	101	99	118	134	139		
208	Nebulous	197	223	235	247	256	213	188	183	185	189	182	216	218	202	212	238	260	255	257	234	212	211	221	214	208	188	176	190	206	221	230		
209	Real Gangster Middle East																																	
210	Swiftly - Swipe, Smart, Bo...																349	313	249	240	247	378												
211	PIP Camera-Photo Editor P...	30	29	31	34	34	36	36	35	37	31	31	30	27	24	24	26	28	28	31	31	32	36	33	35	37	37	36	35	32	33	41		
212	Minions Paradise	29	35	32	33	42	51	55	56	60	57	55	76	82	73	77	85	95	108	118	122	108	110	127	158	171	177	165	173	186	188	193		
213	Trivia Crack Kingdoms							516	482	487	454	502	520	535	517	538	529	521	528	502	598	486	487	539										
214	Soccer Star 2016 World L...																																	

		DICIEMBRE																																
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
215	Hologram Keyboard 3D S...																																	
216	100 Doors Full																												469	483				
217	VoiceBooth																																	
218	Netflix	88	93	91	94	88	73	66	58	56	55	51	60	60	54	56	60	68	72	73	71	72	71	70	74	82	91	74	73	69	74	70		
219	Pop the Lock																																	
220	Doodleman Voodoo - FREE																																	
221	Sonic Dash 2: Sonic Boom	361	399	402	430	482	516	533		537	532	495										499	463	497	472	455	459	455	456	444	455	480		
222	Battery Doctor (Battery Sa...	270	255	241	241	245	254	259	256	266	245	243	254	265	269	229	234	270	313	361	424	451	452	455	467	507	523	495	472	470	399			
223	Talking Tom Jetski	199	218	224	232	249	240	214	209	208	211	202	270	288	261	270	320	350	379	443	431	418	417	458	473	471	478	475	442	420	399	389		
224	Candy Crush Jelly Saga	89	91	90	92	109	125	144	159	184	184	175	179	188	212	233	222	192	173	154	162	168	172	160	73	70	86	80	72	67	65	71		
225	Boomerang for Instagram																																	
226	ATV Rally 3D																																	
227	Adobe AIR	256	282	300	304	325	321	310	295	290	310	283	332	341	334	338	362	383	392	398	389	382	358	328	319	301	316	322	305	304	304	312		
228	Roller Coaster Maker																																	
229	Volume Detector																																	
230	EasyEqualizer																																	
231	Pack Opener for FUT 16	129	154	170	173	187	178	168	169	182	198	191	244	249	228	243	276	310	325	331	318	300	291	311	314	300	303	316	339	348	355	359		
232	letgo: Buy & Sell Used Stu...	453	432	453	442	493	507				533	496	484				467	358	323	293	310	321	326	320	369	430	540	522	468	418	415	382		
233	Cloud Equalizer pro																																	
234	Ski Safari 2																																	
235	Trivial Pursuit & Friends																																	
236	Slow Ball																																	
237	Real Moto GP																																	
238	Dead Effect 2																																	
239	GO Keyboard - Emoji, Stic...	93	101	97	99	98	103	94	98	97	96	92	92	91	91	89	88	89	92	98	98	92	95	88	91	89	87	82	85	88	88	87		
240	ZombieBooth 2																																	
241	Lego DC Super Heroes	505						447	427	409	408	383	476	452	409	421	486	520				530	472	448	501	492	454	443	449	455	461	461	454	
242	Plants vs. Zombies FREE	112	128	136	150	151	143	115	107	99	100	97	106	100	92	92	106	121	135	149	149	140	137	152	154	135	123	104	107	107	110	114		
243	Power Clean - Optimize C...	127	120	78	65	72	104	127	127	131	142									336	389	435	500	476	519				297	148	173	174		
244	The Onion Knights																																	
245	Firefox. Browse Freely	3	4	4	6	6	6	6	7	13	26	23	27	34	48	58	59	54	56	58	63	88	116	126	139	166	201	200	193	194	198	194		
246	The Walking Dead No Ma...		388	452	508	412	336	295	258	257	257	238	310	417																				
247	Horse Racing 3D																																	
248	Build Craft																																	
249	Knights & Drafons - Act...	525																																
250	Mitosis: The Game	201	231	256	288	296	288	273	271	276	314	376	379	376	375	410	487	535	537		528	515	503		525	493	450	464	482	503	526			
251	Bike Race Free - Racing G...	171	187	199	208	214	198	172	150	139	145	132	158	153	137	137	154	168	166	162	155	132	128	133	120	103	73	60	60	64	66	66		
252	Deluxe Bubble shooting B...																																	
253	Fallout Pip-Boy																																	
254	Draw on Magnetic Whiteb...																																	
255	Cooking Fever	319	354	366	383	387	392	376	349	307	317	291	364	363	381	396	428	483	497	509	499	423	374	384	380	251	156	99	79	71	63	58		
256	Puzzle Craze																																	
257	X Ray Girls Camera Prank																																	

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		DICIEMBRE																																
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
258	Jurassic World: The Game	137	165	173	182	202	210	216	238	240	258	239	317	338	332	361	426	500	513		482	406	429	466	481	389	288	185	138	131	133	121		
259	AudioBooth																																	
260	Broken Screen Prank 2	365	491																															
261	Smashy Road: Wanted	49	53	56	57	53	49	41	39	42	46	52	55	55	50	54	62	50	40	34	28	24	23	25	30	33	39	43	55	65	78	79		
262	Give Up																																	
263	Samsung KNOX Messag...				398																													
264	Descendants	200	248	298	317	349	351	321	328	327	339	414	418	414	338	328	398	435	417	403	364	305	224	318	394	268	268	242	232	230	219	223		
265	Photo Editor Pro	57	55	62	60	65	71	74	70	73	72	69	84	92	100	100	110	115	114	119	124	124	118	116	111	109	80	92	93	94	99	101		
266	Mi Orange	165	130	119	116	115	123	147	181	191	202	195	137	139	177	189	144	127	124	112	114	145	168	142	150	162	207	245	237	246	226	211		
267	Mobile Strike	95	116	126	130	138	146	132	123	121	93	91	127	132	138	125	114	118	132	139	154	151	136	108	144	156	182	188	170	166	174	183		
268	Break The Prison	21	22	29	31	36	41	40	47	53	71	68	110	127	155	183	245	294	333	381	408	430	456	512										
269	SBK 15 Official Mobile Ga...	338	360	369	379	457	498																											
270	Sing! Karaoke by Smule	122	111	108	100	67	64	64	66	68	66	64	64	64	60	65	66	69	68	62	60	65	69	66	75	84	109	129	132	146	145	141		
271	Word Search	146	141	145	139	148	156	166	154	152	166	156	185	189	201	224	217	220	231	235	232	237	229	212	220	210	232	209	211	222	236	242		
272	Europoly	258	318	360	425	484																												
273	Kezako: Mystery Pic	475																																
274	Free Music Player (Downloa...	106	115	114	118	95	98	105	120	140	153	143	169	166	191	209	211	140	117	104	97	91	101	95	99	98	103	96	102	111	122	120		
275	Racing in Car	26	32	34	41	43	47	48	49	52	65	63	86	95	114	134	157	180	178	184	187	180	186	182	188	192	209	210	210	214	218	217		
276	Shuffle Cats											112	106	113	110	95	96	163	244	372														
277	Home - Design & Decor S...	176	163	146	129	130	141	157	155	165	144	131	168	176	199	186	175	174	171	178	203	232	222	218	250	293	421	409	337	275	278	276		
278	Decathlon	231	216	211	224	272	344	394	457	502	525	489	507	531																				
279	Bike Unchained	163	229	321	479																													
280	Twist	80	92	94	107	111	115	116	122	130	123	146	140	152	183	203	224	244	258	281	290	309	303	314	313	316	310	334	325	320	302	318		
281	Hay Day	114	127	147	164	169	173	165	153	148	155	145	171	172	167	167	185	198	198	195	185	167	154	158	169	154	137	106	96	92	96	98		
282	WiFi Master Key - by wifi.c...	213	237	244	179	147	141	114	104	81	71	52																						
283	Solitaire	117	112	116	114	116	118	120	129	135	132	122	132	123	127	130	127	120	95	103	110	115	106	103	114	111	127	125	118	103	97	96		
284	Train driving simulator	244	314	367	439	528																												
285	Candy Fall	180	312																															
286	Mini Racing Adventures	169	210	279	356	460																												
287	Score! Hero	17	16	15	15	13	10	8	8	7	10	8	11	7	6	6	6	6	7	8	7	6	6	9	6	6	7	7	8	9	10	10		
288	Zen Koi	314	409																															
289	Soccer Stars	48	54	57	66	87	101	107	104	106	117	110	134	137	134	144	150	154	150	151	151	148	142	147	141	123	112	108	115	115	115	118		
290	Kill Shot Bravo	242	303	363	470																													
291	Star Wars: Galaxy of Her...	9	11	12	13	18	26	45	60	82	95	134	151	130	143	133	167	153	155	147	125	77	66	68	65	56	53	48	50	45	46	49		
292	Stradivarius	124	124	144	168	205	259	205	311	326	312	286	312	340	353	320	305	309	310	323	363	414	408	388	420	462		481	454	412	382	392		
293	Pirate Zombie Wars	70	52	51	73	139	220	356																										
294	EA Sports UFC	74	80	89	102	121	148	181	195	212	228	218	252	263	257	266	282	278	280	287	278	268	268	270	274	277	273	255	261	264	279	299		
295	Bershka	116	119	123	133	154	186	222	220	225	213	221	198	212	233	225	199	201	199	206	237	262	267	249	279	305	435	395	366	311	298	301		
296	Zombie Crush Racing	34	39	52	96	156	264	439																										
297	Rapid Sniper	62	49	48	44	38	38	49	65	124	218																							
298	Peppa Pig: Paintbox	42	47	49	51	61	80	101	115	127	141	129	174	179	169	172	197	210	215	219	214	208	202	203	201	197	169	137	128	125	127	125		
299	SimCity Buildit	72	81	86	84	103	126	137	165	188	200	193	253	259	271	279	327	344	363	378	166	133	138	145	152	147	135	144	137	119	117	113		
300	QR Code Reader	103	88	88	81	73	72	80	89	95	98	94	82	78	88	90	78	63	59	47	41	50	56	46	46	46	45	46	56	66	64	61		

		DICIEMBRE																																			
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
301	Telegram	111	90	77	76	81	87	102	112	114	119	112	96	101	118	128	104	94	91	89	96	119	130	120	128	130	144	158	160	167	157	159					
302	Fing - Network Tools	53	68	102	132	166	197	337	502	517			511	525	539																						
303	Starlit Adventures ©																																				
304	Vodafone TV	92	95	113	134	164	196	200	292	385	391	365	394	418	405	330	383	431	459	460	513	518	588								287						
305	PetsCrushSaga	97	98	106	112	114	137	175	211	304	522		*																								
306	Die in 100 Ways		58	98	74	66	56	51	45	49	43	42	41	36	29	26	30	33	34	38	35	45	45	52	55	60	69	78	90	109	128	144					
307	Sea Hunter	101	99	96	91	83	65	78	95	126	244																										
308	Rayman Adventures					76	27	18	12	9	7	11	10	12	12	15	16	17	25	26	30	39	47	57	71	85	105	130	148	169	192	206					
309	UNO & Friends	339	403	387	412	120	44	25	24	23	25	27	32	43	66	114	174	259	375	480	539																
310	Unblock Me FREE	399	410	397	403	170	60	34	29	27	28	28	29	40	61	94	130	189	263	373	436	532															
311	Google Opinion Rewards	322	319	283	290	127	77	61	53	47	38	36	28	28	27	27	20	22	17	19	18	20	24	24	26	26	34	37	33	33	35	37					
312	Zombie Reaper-Zombie G...				210	136	78	85	78	81	102	172	215	329	511																						
313	Archery Master 3D	274	280	292	301	142	100	63	51	46	44	43	42	44	47	53	58	61	63	61	58	57	54	63	77	95	112	122	130	144	142						
314	Dead Target: Zombie				323	113	69	55	54	54	62	98	146	236	313	475																					
315	Furious Racing				222	122	75	64	57	59	57	67	70	74	109	138	182	220	275	331	417	489															
316	Crazy Wheel by Playspace				378	179	142	98	76	70	60	58	61	63	62	60	57	56	58	61	64	67	65	69	77	90	122	127	106	91	81	82					
317	Bonbon Blast						138	77	38	34																											
318	Elf Yourself by Office Depot	327	315	280	242	197	150	113	83	65	47	46	39	38	35	32	25	24	21	17	17	16	18	16	15	11	8	12	14	21	27	29					
319	ZigZag	259	283	285	284	203	147	103	88	78	77	73	85	84	84	88	99	107	116	127	129	118	115	121	146	150	140	147	162	177	184	181					
320	Snack Truck Fever				495	160	110	90	91	87	82	108	184	311	506																						
321	Ultimate Tennis	476	428	317	266	190	145	122	91	86	80	75	79	79	75	82	89	98	103	107	103	104	107	104	122	151	190	250	277	353	433	535					
322	Star Wars: Commander				471	224	141	108	96	92	89	102	133	171	229	263	323	360	390	395	327	310	316	310	320	157	153	150	127	126	129						
323	Dude Perfect 2				507	266	153	124	104	101	98	107	114	107	73	72	78	94	113	128	129	141	153	194	225	271	329	388	403	431	440						
324	Twyp										243	228	24	26	38	28	27	26	29	35	48	63	54	49	57	54	84	115	94	87	90	90					
325	Swift Keyboard											93	124	173	156	139	166	*																			
326	Unblock king				447	291	208	162	138	120	113	99	97	95	127	137	160	195	231	280	332	397	410	498													
327	Badland												181	58	37	31	32	31	37	44	69	111	159	204	277	353	415	468	502	537							
328	Survivalcraft Demo												225	93	161	220	267	318	357	500																	
329	Don't Tap The White Tile					496	437	387	313	260	241	189	121	56	39	38	38	38	37	33	30	31	29	31	28	38	42	43	47	51	55						
330	Speed Guess - Something												414	140	71	57	58	55	52	54	85	143	209	274	410												
331	Perfect Kick	405	456	422	418	527							425	173	77	64	63	62	49	43	70	105	156	205	272	384	521										
332	Piano Tiles	424	470	473	474	461	358	289	246	176	135	124	129	111	93	87	97	108	110	111	94	74	61	61	58	52	43	44	41	42	44	45					
333	Dual!												408	165	96	68	61	59	63	69	86	123	171	201	240	325	335	398	453	495							
334	MMX Racing												491	194	99	79	84	76	74	72	117	190	276	389													
335	Photo Collage - InstaMag	161	157	150	154	153	149	160	152	154	137	148	115	112	104	69	68	67	67	67	65	70	55	44	39	29	18	27	29	34	42	52					
336	PNP - Portable North Pole...				529	468	451	333	317	261	230	182	154	145	118	86	74	66	49	46	49	51	43	47	38	36	73	110	157	229	308						
337	Photo Editor Collage Make...	236	228	203	202	198	189	193	164	153	138	126	125	125	100	101	100	102	106	107	104	99	98	100	90	91	92	95	102	107							
338	Frozen Free Fall												289	165	112	111	110	97	101	152	227	302	396	497													
339	Disney Channel											471	345	243	217	218	137	98	79	67	47	52	50	49	41	52	54	49	43	38	40						
340	Scrubby Dubby Saga																			10	9	9	10	11	12	12	17	25	26	28	28	25					
341	Talking Tom Bubble Sho...																			343	99	55	34	34	37	42	44	61	81	87	99	109	117				
342	Cut the Rope: Magic																			445	74	25	14	13	13	14	22	33	36	52	71	84					
343	Clumsy Ninja													534	489	540										88	75	94	113	125	143	167	235	288	364	411	448

FACTORES EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		DICIEMBRE																																
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
344	Elecciones Generales 2...																					466	54	3	5	9	15	28	47	75				
345	Glow Hockey	148	171	176	179	182	161	131	125	111	114	107	126	118	105	103	126	131	128	123	115	96	99	106	106	94	78	72	66	72	75	76		
346	Elecciones Generales 2...																					439	29	75	148	215	338	480						
347	Mi Vodafone	224	179	168	160	146	154	184	201	202	193	186	143	141	158	157	146	142	143	143	153	194	194	98	115	134	173	214	205	213	199	186		
348	Lotería Navidad 2016																							259	17	48	99	154	198	245	338			
349	El Mundo Loterías y Res...																							286	28	73	142	243	285	368	508			
350	Resultados Loterías y A...	409	420	427	437	370	389	413	426	466	488	455	421	402	424	448	423	389	369	346	344	381	376	251	53	108	165	208	225	244	277	415		
351	Xmas Photo Frames						510	434	371	256	237	196	192	204	161	143	135	136	135	135	137	125	105	84	59	40	69	97	137	183	235			
352	Lotería Navidad 2015																								94	221	404							
353	Township									498	486	523	503	509	523	491	518					383	166	105	97	97	112	161	217	245	282	324	369	
354	Asphalt 8: Airbone	318	345	342	339	352	349	332	309	314	340	315	367	370	373	391	419	432	429	432	303	185	123	112	92	71	63	53	51	48	54	54		
355	Holidays										479	484	427	401	351	334	363	332	317	322	338	363	375	376	110	63	58	113	144	188	234	309		
356	Score! World Goals	195	200	192	190	184	172	149	138	128	128	119	133	129	120	108	120	122	122	129	123	110	109	107	104	86	75	76	81	85	91	93		
357	Noche de Paz																										441	12	31	54	81	111	137	
358	Christmas Photo Frames					510	509	412	376	271	257	226	231	245	216	189	186	176	161	159	165	152	144	134	101	64	116	157	215	282	374			
359	Mensajes Navidad 2016																							523	395	282	141	79	172	242	318	420	525	
360	Christmas Cards 2016																							472	309	169	81	183	264	371	483			
361	FIFA 15 Soccer Ultimate T...	155	176	174	180	189	183	169	146	155	160	151	184	183	166	165	186	207	203	198	190	171	175	171	173	132	102	77	78	83	85	85		
362	¿Y tú que sabes?																													12	31	31		
363	Vacilapp: Bromas telefó...	149	132	120	125	134	136	139	135	132	129	120	135	150	155	150	147	149	154	159	158	164	179	170	177	188	194	196	177	129	24	33		
364	Fake Call 2	191	204	208	214	215	206	194	175	161	163	154	183	191	176	176	195	211	206	214	201	191	180	177	178	164	143	145	139	136	86	102		
365	Mandala Coloring Pages																			524	530	465	421	373	381	396	283	260	160	176	126	129	92	

#### **b.4) Seguimiento diario de aplicaciones de pago en Play Store**

##### Leyenda:

	La aplicación aparece por primera vez en la lista de éxitos
*	La aplicación ha sido eliminada de App Store
**	La aplicación pasa a ser gratis
***	La aplicación pasa a ser de pago

Las casillas con fondo gris indican que la aplicación no aparece ese día en la lista de éxitos

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	SEPTIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	Geometry Dash	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	4	3	
2	Minecraft: Pocket edition	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	4	
3	Runtastic PRO Running, Fit...	3	3	3	3	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	8	8	
4	Lara Croft GO	4	4	4	4	5	8	9	14	17	22	28	28	28	36	36	36	53	67	91	155	135	154	185	234	232	251	251	252	170	269
5	Flightradar24 PRO	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	8	8	8	8	11	12
6	Hitman GO	6	7	9	9	13	23	33	49	52	59	61	61	61	91	92	93	89	131	145	143	110	129	164	178	178	265	265	268	314	312
7	Farming Simulator 16	7	6	7	7	8	9	6	6	6	9	11	11	11	8	8	8	8	14	23	23	27	20	23	21	21	24	24	18	19	
8	Afterlight	8	8	6	6	6	6	8	7	8	7	7	7	7	7	7	7	7	7	8	9	9	9	9	15	15	15	15	15	16	
9	Bridge Constructor	9	9	8	8	9	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7	7	
10	Monument Valley	10	13	11	11	12	12	13	12	13	17	19	19	19	18	18	18	15	13	16	15	17	11	10	9	9	9	9	16	14	
11	Facetune	11	14	13	16	19	18	23	18	21	20	16	16	17	23	23	23	22	18	18	22	21	30	33	37	37	33	34	34	25	18
12	Radardroid PRO	12	12	14	14	16	16	16	17	22	18	18	18	15	15	16	18	17	17	30	18	31	28	30	33	26	27	27	39	31	
13	Camera FV-5	13	11	16	20	28	25	27	35	38	41	54	53	53	46	46	45	51	36	33	40	28	28	27	29	29	32	32	42	36	
14	Scribblenauts Remix	14	10	10	12	10	13	12	11	11	11	9	9	9	11	12	12	10	8	9	11	11	10	13	12	12	13	13	14	15	
15	MONOPOLY Game	15	17	12	13	11	10	11	8	7	10	8	8	8	9	10	10	9	9	10	20	19	25	30	31	31	40	40	40	36	34
16	EvoCreo	16	24	19	28	22	21	32	32	33	35	31	32	32	34	34	34	40	32	27	26	26	13	11	10	10	11	11	19	28	
17	Tabla de 7 minutos	17	16	22	29	31	38	43	38	40	40	41	41	41	33	33	33	24	33	30	56	44	40	37	38	38	47	47	135	177	
18	VivaVideo Pro: HD Video Editor	18	15	15	15	15	14	17	13	15	19	15	15	15	16	16	15	17	16	20	25	29	24	20	22	22	22	22	28	24	
19	Package Disabler PRO (Sam...	19	29	39	43	49	58	54	60	77	69	60	60	60	67	67	67	81	113	147	109	137	122	129	111	111	73	73	73	84	113
20	Construction Simulator 2014	20	32	34	25	30	26	24	23	23	24	27	27	27	24	24	24	27	20	12	13	8	12	12	14	14	14	14	20	22	
21	SD Maid PRO - Desbloqueador	21	19	20	21	26	29	34	25	25	23	20	20	20	21	21	21	20	22	15	14	24	16	18	33	32	17	17	26	27	
22	True Skate	22	25	23	19	21	19	20	20	16	21	22	22	22	25	25	25	28	23	24	36	33	36	38	43	43	36	36	36	38	40
23	Swype Keyboard	23	21	31	31	33	28	31	34	27	29	33	33	33	31	31	31	37	44	43	21	22	27	26	26	27	25	25	26	27	26
24	Nova Launcher Prime	24	18	21	18	17	15	15	21	14	14	14	14	17	17	17	16	12	11	10	10	15	15	16	16	12	12	12	17	17	
25	Poweramp Full Version Unloc...	25	27	26	26	27	33	26	19	18	25	23	23	23	19	19	19	21	25	29	33	30	21	25	23	23	21	21	22	30	
26	Badoo Premium	26	26	25	22	29	31	28	33	36	30	37	37	37	40	40	40	33	28	34	35	32	33	32	34	34	23	23	31	37	
27	Colin McRae Rally	27	31	24	30	24	20	14	16	19	16	21	21	21	13	11	13	11	11	13	6	7	5	5	5	6	7	7	12	13	
28	Moon+ Reader Pro	28	28	30	40	58	57	59	77	98	107	98	98	98	76	77	77	97	146	89	116	122	112	110	108	108	97	97	97	133	111
29	The Room	29	23	17	24	23	17	18	22	26	28	30	30	30	30	30	30	32	26	22	18	12	19	14	18	18	19	19	23	25	
30	Grand Theft Auto: San Andreas	30	30	35	23	20	22	25	15	20	15	13	13	13	12	13	11	12	12	10	14	19	13	18	22	19	19	18	18	24	
31	Avisador de Radares	31	22	27	35	35	30	22	29	35	39	34	34	34	29	29	29	31	37	37	41	40	32	44	42	42	45	45	58	57	
32	Torque Pro (OBD2 & Coche)	32	20	28	32	18	24	19	24	24	26	17	17	16	20	20	20	14	19	19	16	20	23	17	17	17	20	20	21	20	
33	Athletics 2: Summer Sports	33	38	38	34	32	35	39	47	48	43	47	47	47	58	58	60	75	68	50	66	66	62	56	77	77	119	120	120	79	112
34	Link2SD Plus	34	36	32	33	38	37	35	37	30	38	50	48	48	37	37	37	44	62	45	28	36	45	29	35	35	35	35	34	41	
35	League of Stickman	35	37	33	38	44	47	48	52	43	61	46	46	46	39	39	39	48	50	49	43	60	44	49	63	64	67	68	68	72	70



		SEPTIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
36	Backflip Madness	36	39	43	37	39	34	30	28	29	36	25	25	25	28	28	28	23	27	28	39	43	42	39	40	40	48	48	48	53	51	
37	Framed	37	33	29	27	25	32	41	51	68	98	163	167	167	144	146	146	185	151	149	193	191	229	230			487	486	486			
38	Tomb Raider I	38	35	41	39	40	46	46	48	47	52	39	39	39	41	41	50	49	59	40	49	47	57	52	61	61	60	60	60	60	69	
39	Mi Band Tools	39	45	45	56	45	27	37	46	41	33	42	42	42	27	27	27	39	61	80	44	41	38	34	28	28	28	28	28	43	46	
40	Runtastic Mountain Bike Pro	40	47	60	58	46	52	49	50	46	46	56	56	56	47	47	48	56	39	54	70	72	46	67	70	70	55	55	55	51	60	
41	MarineTraffic ship positions	41	43	46	48	54	64	67	75	84	89	78	81	81	72	72	72	65	69	66	83	100	115	100	64	63	93	93	94	64	59	
42	Floatify Pro Unlocker	42	50	70	65	109	155	175	238	457	450	428	428	425	413	355	351	458	473		358	396	400		535	503	497	497	495			
43	ePSXe for Android	43	48	67	54	50	53	44	40	57	55	49	50	50	62	62	62	41	38	36	37	31	26	31	36	36	29	29	29	29	23	
44	Los Sims™ 3	44	41	42	44	43	42	42	30	32	37	38	38	38	45	50	49	30	34	39	61	62	35	45	62	62	59	59	59	55	49	
45	Guerra de cartas	45	40	40	41	37	43	38	43	49	42	40	40	40	55	56	56	54	60	52	64	64	66	86	112	113	134	134	134	110	83	
46	Lifeline	46	56	56	60	57	50	50	53	50	51	63	63	63	61	61	61	69	77	61	86	57	73	60	67	67	64	64	64	158	160	
47	Detector de radares PRO	47	51	59	49	53	60	61	56	58	54	66	66	66	69	69	69	45	52	51	48	51	71	54	47	47	50	50	50	65	54	
48	Alarma de lluvia Plus	48	34	37	17	14	11	10	10	12	12	12	12	12	14	14	14	19	21	21	31	35	54	70	58	58	85	85	85	50	38	
49	Avisador Radares - CamSam...	49	53	88	83	72	56	92	82	96	108	90	90	90	73	73	73	72	80	56	60	59	86	62	72	72	65	65	65	76	67	
50	CQPolicia 2	50	60	61	57	65	68	64	59	54	53	51	51	51	43	43	41	61	70	85	90	70	65	64	48	48	44	44	44	68	62	
51	SuperSU Pro	51	63	82	78	86	75	86	70	94	72	101	101	101	70	70	70	79	89	115	91	94	103	153	91	91	90	90	90	98	110	
52	World Conqueror 3	52	58	51	42	48	48	40	39	60	60	65	65	65	56	57	57	82	88	96	71	87	63	59	84	85	79	79	79	77	125	
53	Football Manager Handheld...	53	71	73	72	76	63	56	66	65	88	75	76	76	108	112	112	140	99	98	177	193	279	296	296	296	296	173	173	172	218	128
54	Need for Speed™ Most Wan...	54	69	63	69	78	44	53	44	56	74	62	62	62	52	52	52	55	49	62	53	54	55	69	73	74	94	95	95	95	66	
55	Worms 3	55	55	55	51	59	51	69	54	66	75	68	67	67	65	65	65	76	54	41	47	53	64	50	60	60	58	58	58	61	58	
56	Gastos Diarios Licencia	56	73	52	68	42	49	52	55	61	57	59	59	59	77	78	78	68	87	76	50	52	74	83	124	125	104	104	104	123	71	
57	Ultimate Guitar Tabs & Chords	57	84	65	73	66	77	71	64	51	63	91	91	91	68	68	68	57	57	82	135	80	90	88	95	94	81	81	81	128	101	
58	CamScanner (License)	58	62	53	47	55	54	66	61	55	47	45	45	45	49	48	46	35	35	42	27	34	34	40	32	30	38	38	38	44	61	
59	Tiempo En Vivo	59	66	57	45	34	36	21	26	42	34	35	36	36	44	44	43	59	41	32	58	56	48	65	54	54	54	54	54	49	52	
60	TeamSpeak 3	60	46	49	55	47	55	62	45	37	44	53	54	54	51	51	51	42	46	38	34	38	41	21	27	26	37	37	37	32	42	
61	Fruit Ninja	61	74	62	50	63	65	75	65	62	71	67	70	71	75	76	76	113	106	79	112	152	130	141	140	136	105	105	105	134	140	
62	Tasker	62	44	44	52	52	61	36	27	28	31	29	29	29	32	32	32	38	47	48	63	75	101	98	74	73	82	82	82	57	73	
63	Infinite Flight Simulator	63	77	83	71	71	72	70	73	69	76	71	68	68	112	113	115	78	82	142	166	175	158	120	138	140	123	123	123	117	137	
64	Titanium Backup PRO Key ★...	64	61	50	63	60	66	57	42	64	56	57	57	57	53	53	53	62	55	55	79	63	56	57	59	59	56	56	56	71	99	
65	Ingo: Frozen Karaoke	65	80	77	85	81	92	76	71	92	68	58	58	58	85	86	86	46	58	58	78	119	95	103	97	114	114	67	80	64		
66	Catán	66	54	90	74	77	74	79	86	99	64	85	86	86	97	98	99	98	120	108	148	142	206	250	176	176	91	91	91	92	120	
67	LEGO® Marvel™ Super Heroes	67	78	79	82	92	86	81	95	75	81	88	88	89	89	90	90	80	112	101	59	69	37	41	49	49	49	49	49	40	44	
68	BringGo Western Europe	68	85	71	80	69	70	55	74	74	94	92	92	92	96	97	98	93	92	117	92	92	81	63	71	71	107	107	107	70	64	
69	Five Nights at Freddy's 4	69	81	66	84	75	67	60	69	106	123	81	82	82	103	102	102	96	141	75	85	83	104	108	119	119	76	76	76	103	145	
70	WatchMaker Premium Watch...	70	72	54	79	62	59	63	63	72	58	52	52	52	48	45	44	34	45	47	46	42	53	43	41	41	39	39	39	47	53	
71	Root Explorer	71	52	69	75	61	41	51	57	53	49	48	49	49	38	38	38	43	40	44	47	46	52	55	75	76	57	57	66	75		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		SEPTIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
72	Five Nights at Freddy's 2	72	75	64	61	79	76	87	80	73	86	84	85	85	115	116	118	67	66	71	93	85	61	76	90	92	86	86	86	59	93	
73	Grand Theft Auto: Vice City	73	83	76	88	67	94	95	62	71	82	70	71	70	71	71	110	83	81	145	150	67	58	45	45	52	52	52	37	35		
74	Five Nights at Freddy's	74	42	36	36	41	45	45	41	39	48	55	55	55	54	55	55	36	42	53	69	45	39	42	44	44	42	42	42	33	47	
75	Photo Studio PRO	75	65	80	99	102	111	132	123	109	90	86	73	73	66	66	66	61	43	46	65	71	77	105	104	105	77	77	77	102	84	
76	Licencia ACR	76	76	74	86	87	89	90	76	78	83	69	69	69	63	63	63	52	76	63	51	48	79	73	69	69	66	66	66	93	106	
77	Real Drift Car Racing	77	122	118	103	100	83	94	67	81	79	64	64	64	74	74	74	81	68	73	84	91	81	68	68	71	71	71	109	88		
78	Toca Lab	78	64	85	135	68	105	99	91	101	110	120	123	123	152	155	155	84	125	100	153	155	152	191	218	217	287	290	290	254	220	
79	Manual Camera	79	103	124	159	115	147	155	152	189	171	141	140	139	182	182	181	138	190	144	322	221	293	484			270	269	269	122	191	
80	Garmin ANT + Watch Uploader	80	67	93	133	138	134	222	219	246	181	212	211	210	270	272	272	425	324	301					276	274	343	343	342		266	
81	Kingdom Rush Origins	81	88	86	90	83	119	121	163	155	208	157	158	157	211	210	209	195	228	155	189	164	221	163	212	211	151	151	151	272	151	
82	Age of Zombies	82	70	75	46	56	62	58	72	79	93	104	104	105	95	96	97	114	137	150	113	165	146	148	154	153	175	174	174	207	311	
83	Stellarium Mobile Planetario	83	91	98	92	123	101	105	100	135	121	114	114	115	125	126	126	177	152	177	119	89	105	87	92	82	74	74	74	73	56	
84	Greenify (Donation Packa	84	90	72	77	74	69	73	85	70	96	94	95	95	90	91	91	112	116	138	62	78	97	96	96	96	70	70	70	82	76	
85	AccuWeather Platinum	85	98	94	95	114	88	82	93	111	104	106	106	106	172	175	177	172	121	240	163	133	220	204	203	202	186	186	186	201	197	
86	Cinema FV-5	86	92	109	113	122	128	139	107	126	158	191	191	190	151	166	165	161	140	106	80	67	78	66	82	83	92	92	147	107		
87	The Room Two	87	68	58	62	64	73	65	58	45	45	43	44	43	57	54	54	47	48	70	100	81	58	48	57	57	51	51	51	48	50	
88	Geocaching Classic	88	94	130	117	108	133	109	103	171	146	228	227	228	325	327	327	274	245	297	270	419	466						324	490		
89	Goat Simulator	89	49	47	53	51	39	29	31	31	32	32	31	31	26	26	25	25	30	25	45	50	50	50	71	78	79	88	88	88	54	65
90	TouchRetouch	90	110	164	166	163	104	138	162	181	179	183	184	184	146	150	151	237	189	163	187	222	184	176	184	185	218	218	218	494	276	
91	Hitman: Sniper	91	125	144	121	153	159	150	178	130	187	202	202	201	290	290	292	410	276	205	191	162	388	116	157	156	69	69	69	30	32	
92	tinyCam Monitor PRO	92	106	123	118	149	167	167	227	200	302	278	278	278	272	271	271	209	254	167	185	177	247	385	509	511	147	146	146	325	319	
93	FBReader Premium	93	87	68	67	80	145	210	257	149	137	233	233	233	203	204	204	254	261	269	300	345	323	206	192	205	145	145	145	166	116	
94	XPERIA™ Black Steel Theme	94	119	111	134	119	125	108	111	113	140	105	105	104	137	138	138	153	101	152	95	125	139	115	126	126	125	125	125	219	186	
95	Exploration	95	117	108	115	110	127	142	92	82	91	72	72	72	87	88	88	63	51	60	126	211	161	236	148	148	122	122	121	89	63	
96	Camera ZOOM FX Premium	96	136	179	200	180	180	232	244	211	214	312	312	313	336	339	339	253	226	325	221	358	487	332	151	150	214	214	215	217	215	
97	WeatherPRO	97	57	48	66	82	78	72	99	103	97	99	99	99	104	105	105	109	73	83	94	96	113	138	79	78	87	87	87	91	86	
98	µTorrent® Pro - Torrent App	98	104	121	138	113	106	112	164	161	156	99	170	170	145	147	147	108	95	109	192	178	169	267	155	154	219	219	221	259	158	
99	Moorhuhn Deluxe- Crazy Ch...	99	82	91	102	112	131	131	225	341	377	511	511	510																		
100	Machinarium	100	59	84	81	93	80	74	117	117	101	112	112	113	101	99	95	86	65	64	74	65	70	47	53	53	46	46	46	46	43	
101	Lego Batman: Beyond...	105	79	92	64	70	82	68	78	63	65	87	87	87	83	85	85	95	63	65	154	128	140	130	153	152	174	175	176	173	132	
102	Lego Star Wars: TCS	113	86	96	94	158	87	96	467	104	80	113	113	116	126	128	130	121	98	94	133	153	99	125	109	110	115	115	115	83	114	
103	Automatic Call Recorder...	103	89	78	70	90	71	78	104	91	118	100	100	100	78	79	79	64	93	104	52	55	76	61	102	104	80	80	80	108	142	
104	Akinator the Genie	119	93	99	98	89	95	113	126	129	103	109	109	109	121	122	122	130	173	161	120	156	132	72	99	99	137	137	138	138	194	
105	Localiza Todo	128	95	116	131	136	102	98	150	110	106	74	75	75	129	132	132	131	153	113	89	95	102	79	88	89	106	106	106	112	162	
106	Xperia Disney Mickey NY The...	130	96	102	101	94	135	89	108	150	113	130	129	131	84	84	84	85	129	203	122	104	163	213	160	160	179	179	179	154	144	
107	DiskDigger Pro file recov...	118	97	119	156	166	204	188	223	287	178	176	176	175	177	180	179	225	353	291	174	272	170	235	215	213	272	272	272	160	133	

nº	Título de aplicación	SEPTIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
108	SpongeBob Moves In	126	99	106	89	107	93	123	124	105	167	128	128	129	120	121	121	180	154	187	436		223	372	301	300	333	333	333	346	380
109	iParadox - Alarm Control	136	100	95	110	97	103	166	130	124	161	107	107	107	60	59	58	70	90	97	72	58	98	53	55	55	27	26	25	69	55
110	Xperia Minnie Mouse...			18	10	7	7	7	9	10	13	24	24	24	42	42	42	66	102	165	272	320	291	286	52	52	68	67	67	5	5
111	Teacher's Notebook	270	149	81	59	36	40	47	36	34	27	26	26	26	22	22	22	29	31	31	17	25	29	35	24	24	41	41	41	62	97
112	Pocket Casts	108	120	87	91	116	117	182	155	93	92	96	96	96	59	60	59	90	126	133	124	118	116	111	100	100	99	99	99	175	149
113	IP Cam Viewer PLUS	171	114	89	93	99	108	130	128	169	134	272	272	275	335	337	338	258	179	259	171	189	182	175	142	141	135	135	135	104	155
114	Windfinder Pro	176	173	97	111	91	97	93	158	163	164	180	178	178	191	193	192	321	333	241	160	159	218	239	193	193	130	131	131	169	249
115	Vector Full	109	130	100	109	84	84	88	83	97	128	131	132	133	168	171	171	123	107	84	97	124	82	85	87	88	112	113	113	74	108
116	Weather Timeline - Fore...	133	127	101	76	101	90	80	90	121	95	77	78	80	94	95	96	101	100	72	102	106	120	114	105	106	156	155	155	194	190
117	MI Band Notify PRO	180	102	110	87	85	91	127	140	102	117	80	80	77	79	80	80	99	130	162	150	132	149	123	116	116	149	149	149	137	135
118	Sonic The Hedgehog	135	128	120	96	126	174	151	166	114	77	97	97	97	96	87	87	91	79	125	157	129	92	106	118	118	108	108	108	86	90
119	QuitNow! PRO - Stop smo...	144	126	162	97	105	116	104	68	80	62	73	74	74	80	81	82	124	91	78	104	101	80	84	114	114	89	89	89	131	81
120	Sleep Cycle alarm clock	188	111	125	100	133	166	217	250	201	223	158	159	159	201	202	202	251	207	146	96	112	128	102	80	80	129	129	130	284	154
121	Runtastic Pedometer PRO	107	132	137	124	73	79	83	81	89	102	102	103	103	130	133	134	179	164	156	217	244	148	93	101	101	111	111	111	87	127
122	Clockwork Tales (Full)					88	161	218	283	316	254	263	266	267																	
123	Monopoly Millionaire	116	121	128	120	95	99	102	89	90	70	76	77	78	81	82	81	117	134	86	106	107	131	155	131	132	158	157	156	119	119
124	Bloons TD 5	120	146	132	106	96	96	129	136	136	133	143	144	146	221	220	219	163	240	210	294	502	187	117	103	103	128	127	127	145	171
125	Trazado de tubería El Tub...	172	134	142	122	98	141	196	176	197	183	215	215	215	161	162	160	155	143	182	198	183	268	244	187	186	159	159	158	220	157
126	Build Battle: Mini game	143	145	152	149	106	81	77	87	100	115	132	133	134	216	216	216	234	145	151	220	131	365	224	365	366	334	337	338	138	150
127	Odyssey Watch Face	160	167	190	145	222	85	91	153	144	132	139	142	142	118	120	120	204	296	218	303	318	351	251	171	170	118	118	118	203	241
128	Fingerprint Aplock Pro				204	127	98	137	149	44	73	110	111	111	178	183	184	215	161	99	373	478									
129	Draw a Stickman: EPIC 2	201	221	206	217	273	100	84	79	67	66	36	35	35	50	49	47	58	71	67	151	210	240	257	260	258	329	330	330	373	441
130	ownCloud	191	186	136	157	157	124	85	106	85	112	117	118	118	110	111	111	92	127	126	77	82	88	107	86	87	84	84	84	100	117
131	Toca Hair Salon 2	106	156	165	142	132	143	97	94	87	78	93	94	94	162	167	168	141	114	69	211	243	300	248	412	413	230	228	228	271	178
132	Oddworld: Stranger's Wra...	114	107	122	126	104	140	100	96	108	114	136	136	137	92	93	92	118	110	159	168	161	181	165	143	145	165	165	164	187	219
133	Bridge Constructor Playgr...	370	241	260	332	418	282	110	84	59	50	44	43	44	35	35	35	50	56	57	68	68	43	51	46	46	53	53	53	45	39
134	SpongeBob's Game Fren...	205	169	181	252	129	158	106	88	86	85	83	84	84	123	125	125	77	64	73	128	199	235	301	310	308	300	300	299		
135	Turbo Booster PRO	207	280	135	129	143	146	128	98	119	148	192	192	192	132	134	133	184	219	388		522	316	340	375	377	187	187	187	101	226
136	DigiCal+ Calendar	209	123	161	163	156	191	200	173	9	8	10	10	10	10	9	9	13	15	7	29	37	87	94	98	98	133	133	133	174	102
137	Chrooma Live Wallpaper										76	120	140	143	141	150	153	153	151	200	224	292	332	464		522	520				
138	Tour de France 2015 - Th...	134	171	224	158	145	138	120	116	83	84	103	102	102	106	107	107	104	144	137	296	248	412	338	293	293	466	469	470	365	533
139	CN Superstar Soccer	161	138	153	112	128	150	103	101	88	100	129	130	132	140	142	141	149	147	102	137	126	176	306	191	190	211	211	211	172	208
140	Rayman Jungle Run	138	168	115	119	134	114	159	105	95	129	111	110	110	124	124	124	157	128	127	290	168	156	145	164	165	239	240	240		231
141	Xperia Donald Duck T...										4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	8	15	47	126	56	56	43	43	43	2	2
142	MoneyWiz 2 - Personal F...	183	181	146	198	197	255	227	252	125	67	82	83	83	102	104	104	133	117	128	129	166	212	283	512	512	345	344	343	477	412
143	Threema	158	124	107	128	185	113	117	157	184	87	79	79	79	88	89	89	87	94	143	101	134	201	243	196	195	247	247	249	262	156

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
144	djay 2	115	105	104	151	151	136	134	145	142	99	125	125	123	142	145	145	139	109	148	98	155	168	266	349	353	390	392	393	190	170	
145	DragonBox Algebra 5+	131	143	238	212	266	369	275	383	349	275	89	89	88	93	94	94	107	74	74	203	223	256	299	333	331	504	505	505	159	193	
146	Out There: Edition		334	223	186	176	206	149	118	158	105	95	93	93	105	106	106	94	72	77	214	176	310	275	241	240	395	397	397			
147	SyncMyTracks	170	166	220	233	279	343	316	161	173	227	267	239	238	98	100	100	115	115	131	179	117	179	132	129	128	116	116	116	188	351	
148	Test Vigilante de Seguridad	236	259	292	214	191	109	141	190	359	266	265	265	265	184	75	75	83	84	88	54	61	93	147	130	130	155	154	154	144	85	
149	StealthApp PRO for What...																	26	24	26	42	49	89	136	219	218	291	292	*			
150	Aworded Crack (Ad free)	125	108	113	146	164	220	111	121	170	126	126	127	128	136	136	136	63	85	92	67	73	51	46	51	51	63	63	63	106	79	
151	4EDU Teacher's Gradebo...			429	289	213	122	158	230	180	192	172	172	100	103	103	88	86	90	139	215	493							263	235		
152	Table Tennis Touch					308	268	229	154	130	151	151	151	82	83	83	100	108	118	88	103	106	91	135	135	167	167	167	230	221		
153	Alos - Icon Pack																		29	35	82	76	164	202	259	257	183	183	183	253		
154	WifiAccess WPS WPA WP...			251	275	320	273	260	319	330	334	185	185	183	193	192	191	146	75	116	87	74	127	97	81	81	83	83	83	81	109	
155	Toca Life: City														258	255	254	128	96	110	114	93	68	95	83	84	101	102	102	78	91	
156	WRC The Official Game	187	159	266	183	260	285	179	134	165	153	210	212	212	147	151	150	111	97	95	107	97	135	113	132	133	143	144	144	165	172	
157	BubbleUPnP UPnP/DLNA...	175	190	112	179	131	115	177	181	188	305	308	309	310	380	409	410	488	104	93	123	138	153	157	184	183	189	189	189	143	200	
158	Xperia Daisy Duck The...																					7	6	8	8	11	11	16	16	16	6	6
159	Do Not Believe His Lies	165	135	196	172	251	208	270	318	230	244	307	306	307	279	279	284	462	279	347	12	16	17	19	25	25	31	31	31	35	45	
160	ProShot																					32	39	69	92	94	95	121	121	122		
161	The Amazing Spider-Man 2	202	153	134	150	189	200	143	102	186	134	153	154	154	170	173	173	197	183	233	38	23	14	16	13	13	10	10	10	13	11	
162	My Alarm Clock	296	262	217	279	188	240	219	278	304	261	253	253	253	232	230	232	187	148	111	75	93	100	90	120	120	78	78	78	75	72	
163	WolframAlpha	231	213	212	307	195	226	304	258	307	220	169	169	169	257	257	257	361	165	246	76	182	136	133	128	129	127	128	128	140	98	
164	llauncher	243	227	236	239	377	121	124	259	175	111	156	156	156	206	207	208	200	242	154	81	139	162	151	169	168	95	94	93	167	153	
165	The Bard's Tale	124	182	159	143	204	193	119	172	232	239	304	303	303	278	278	278	203	156	129	84	99	85	124	89	90	98	98	98	189	134	
166	Call Recorder Pro	264	272	209	236	237	242	247	304	166	238	207	207	206	311	313	315	223	364	299	99	120	210	194	275	276	301	303	303	213	264	
167	Ireal Pro MusicBook-Play...	318	205	334	264	232	209	199	260	228	351	319	318	320	230	228	228	212	236	122	105	91	126	121	133	131	96	96	96	197	152	
168	Osmos HD	156	163	210	137	146	132	107	115	112	136	116	117	117	181	141	140	120	78	87	110	88	49	36	39	39	34	33	33	41	33	
169	Heidi: Alpine Adventure				413	298	381	177	120	131	134	134	135	154	154	154	158	142	139	131	86	117	181	123	123	157	158	159	261	146		
170	Latin Chords (LaCuerda...	142	147	171	152	214	152	144	127	127	135	161	162	162	133	130	128	154	224	179	195	79	124	109	107	109	109	109	109	125	92	
171	VHS Camera Recorder																					130	22	22	24	20	20	30	30	52	21	
172	Age of Civilizations	284	184	285	234	239	216	235	194	210	155	154	155	155	194	190	190	156	172	200	117	146	60	77	66	66	72	72	72	63	78	
173	Very Bad Company																					244	158	72	80	93	93	75	75	118	286	
174	Vext Keyboard																						83	142	190	189	255	255	257	528		
175	Playtime with Blaze						467	415		380	416	415	411	439	439	435	459		436	464	427	84	81	113	112	110	110	110	94	68		
176	Cameringo+Effets Came...	409	313	363	323	254	194	207	228	160	242	166	165	165	107	109	109	116	122	120	158	145	75	74	115	115	136	136	139	208	196	
177	Plants vs. Zombies	112	141	143	104	155	181	174	168	172	213	171	171	171	204	198	197	143	103	107	132	167	94	78	136	137	154	156	157	136	95	
178	Facer Watch Faces Android...	104	116	154	188	179	107	115	122	138	202	137	139	149	156	157	158	125	136	181	164	121	151	89	121	121	100	100	110	111	126	
179	ai.type keyboard Plus + Em...	221	150	170	213	186	243	173	137	194	203	285	284	284	264	263	263	290	307	166	125	102	107	99	174	174	164	164	165	301	330	

		SEPTIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
180	The Dark Knight Rises	228	235	234	247	297	229	212	205	131	169	127	126	126	208	208	206	236	209	130	24	14	7	7	7	7	6	6	6	10	10	
181	Xperia Goofy Theme																								6	5	5	5	5	1	1	
182	Autoescuela Móvil - Test...	283	187	131	105	125	173	116	142	174	232	246	246	145	119	119	119	148	208	323	136	141	147	159	76	75	124	124	124	157	115	
183	Motosport Manager	151	177	176	197	173	153	194	125	152	124	167	152	152	174	179	178	220	175	222	180	204	114	112	85	86	117	117	117	121	121	
184	PewDiePie: Legend of Brofist																										193	192	191	9	9	
185	Dr. Panda's Carnival																				282	245	125	139	137	139	103	103	103	56	48	
186	The Photographer's Ephemeris	127	158	169	178	212	144	220	342	442	345	223	222	222	244	242	242	217	311	416		169	274	331	254	253	153	153	152	85	89	
187	Dark Echo																	426	373	420	468	357	157	180	168	167	113	112	112	88	104	
188	eBolets CATALUNYA	295	491	481	319	327	450	292	275	260	259	260	260	259	223	222	220	176	260	262	209	115	110	174	150	151	102	101	101	90	179	
189	Sumotori Dreams	233	196	177	171	142	130	148	138	217	151	145	138	127	164	165	164	137	166	112	144	147	119	211	227	224	212	213	213	96	141	
190	Pixel Z - Unturned day																								304	302	221	221	220	97	74	
191	Grim Tales: Bloody Mary...																													99	105	
192	Muffin Icon Pack																													399	82	
193	Paper Camera	357	395	532			279	356	458	252	272	359	357	358	497	501	503		449	386				263	464	461	205	205	204	107	87	
194	aCalendar+ Calendar & Tasks	277	271	332	241	240	179	205	245	116	176	159	160	160	187	184	183	186	253	212	146	180	202	193	117	117	166	166	166	155	100	
195	Xperia Mickey Mouse Theme																															
196	Carcassonne	148	129	186	127	171	169	165	139	147	217	196	196	191	179	181	180	231	294	289		418	261	309	209	207	252	252	251	183	211	
197	Grand Theft Auto III	152	151	184	155	182	176	181	215	159	248	242	243	243	209	206	224	192	123	199	169	220	245	258	214	212	150	150	150	114	77	
198	Smart Launcher Pro 3	178	202	234	302	300	345	397	171	244	262	181	181	205	213	212	213	216	168	175	159	184	227	223	267	269	144	143	143	113	124	
199	OruxMaps Donate	278	268	250	265	206	165	163	146	137	142	152	153	153	186	186	186	164	243	306	365	127	137	146	146	147	132	132	132	116	122	
200	The Survivor: Rusty Forest	237	345	235	211	152	197	202	174	145	150	199	199	198	222	221	221	152	135	176	188	171	160	170	185	184	161	161	161	129	163	
201	Sixaxis Controller	238	317	172	245	177	137	152	113	164	109	115	116	112	99	101	101	134	180	119	111	148	143	199	127	127	181	181	180	124	136	
202	iFelix-WOLF									319	196	337	334	335	438	436	437	396	332	376	449											
203	LIMBO	215	160	180	206	205	300	459		281	372	236	232	232	321	322	322	282	330	197	507	333	395	270	454	449				308	343	
204	Hook					422	455	396	449	351															479						540	
205	Smart Tools	514	247	379	417	397	347	519			365	427	426	423	458	452	451	376	267	333	237	252	330	363	144	144	170	170	169	178	159	
206	Weather Weatherback Pro...																															
207	Swords of Anima																															
208	GTA: Chinatown Wars	262	312	290	250	184	295	344	311	279	286	432	434	432	296	297	297	347	386	417	293	252	382	237	396	392	387	388	387	146	203	
209	Truck Simulator PRO 2016																															
210	Bike Race Pro by T.F. Games	212	215	191	196	217	237	195	192	245	240	294	294	296	231	229	231	189	259	192	210	323	142	264	274	261	240	241	242	163	238	
211	My Personal Agenda Pro	447	285	291	293	201	189	170	175	192	279	284	283	283	171	174	172	196	359	225	323	312	282	118	173	173	185	185	185	232	131	
212	Xperia Mickey AR Effect																													260	123	
213	MushtoolPro - Mushroom	297	253	214	297	203	168	176	110	128	186	175	175	176	198	199	200	250	159	260	228	212	219	160	149	149	139	139	137	191	207	
214	Real Steel	186	157	138	148	103	112	126	156	198	172	187	187	187	127	127	127	165	213	229	183	200	267	197	175	175	282	283	284		228	
215	Carnegeeddon	139	142	117	108	124	123	153	135	185	174	150	150	150	160	159	161	119	177	132	108	192	118	137	145	146	190	190	192	141	371	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
216	Photo Lab PRO Photo Editor!	169	131	197	231	284	224	289	147	123	180	182	183	182	196	195	196	201	196	209	246	206	228	156	183	172	171	172	173	306	204	
217	Enigmatis 2 (Full)									337		401	400	398	434	432	432	440	421	350												
218	Galaxy Universal Remote	149	162	253	370	301	247	315	287	454	204	315	316	284	283	282	339	138	230	495	311	259	259	228	225	356	356	356	193	103		
219	Setas Setamania PRO																												421	300		
220	Tiny Guardians														486	481	479					540										
221	Psicotécnicos Tropa	445	509	262	331	296	483	445	492	309	381	522	521	522	266	267	265	211	375	387				424	382	383	426	425	423	270	185	
222	Dead Space																															
223	Contre Jour																															
224	Power Ping Pong																															
225	Incredible Jack																															
226	Fleece Lightning																															
227	Robbery Bob 2: Double Tro...											519	516	516	418	401	401					325	510	450	440	438			489			
228	In Fear I Trust																															
229	Skymaster Pilot Watch Face	470	265	275	281	317	327	296	210	167	201	178	179	179	128	129	129	171	198	186	181	173	172	119	141	142	148	148	148	149	130	
230	Minecraft: Story Mode																															
231	NBA 2K16																															
232	Audials Radio Pro																															
233	Delicious - Childhood Mem...																															
234	Wifi Solver FDTD																															
235	BMX Streets: Mobile																															
236	48H Open House BCN 2015																															
237	Prune																															
238	Retrorika Icon Pack																					412	289	181	208	161	248	250	216	216	115	240
239	KnockOn Pro Unlocker																															
240	Gear Fit File Manager		468	320	368	340	322	257	199	153	162	208	208	252	249	250	221	237	292	115	113	144	127	134	134	182	182	182	153	148		
241	Trick Shot																															
242	Hmmsim 2 - Train Simulator																															
243	Tomb Raider II																															
244	Doom & Destiny				426	428	351	241	419	370	516	256	254	254	228	226	226	365	274	271	312	463	319	222	363	365	485	489	489	514	481	
245	Fairy Tale Mysteries 2 (Full)														395	387						275		293	495	493						
246	Elder Sign: Omens																															
247	Call of Duty Black Ops Zom...																	342	403													
248	TwoNav GPS: Premium	313	258	207	193	159	213	230	207	222	159	144	145	144	159	161	194	252	199	114	215	202	301	292	162	161	176	176	175	126	169	
249	Lucky Block Halloween																															
250	Kingdom Rush Fronteriers	321	242	254	231	261	261	242	262	216	274	258	258	258	190	189	188	175	193	188	204	241	241	200	341	338	386	386	384	258	259	
251	Grim Legends 2 (Full)																															

nº	Título de aplicación	SEPTIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
252	PixelPhone Pro																														
253	Predators	224	152	133	141	135	190	154	132	215	149	164	164	163	238	238	229	178	171	201	167	260	150	152	237	235	349	351	353	130	234
254	Platform Defense																														
255	PipTec Green Icons & Live...															246	250	292	328	369	408	298	391	391							
256	Syberia 2 (Full)	533	398	380	339	482	380		501	377	435	487	489	484	466	467	468														
257	League: Wicked Harvest (Fu...																														
258	Syberia (Full)																	502	432												
259	BusyBox Pro	360	481	398	454			524	293	347	529				402	398	400	329	230	244	264	207	192	196	295	299	378	383	383	389	
260	Tengami																														
261	Amway Europe and Russia			383	309	234	344	353	363	284	368	273	271	271	297	298	298	340	488	356	382		295	221	262	263	120	119	119	227	168
262	Xperia Cars Lightning The...																														
263	Sleep as Android Unlock	190	192	188	160	117	139	118	109	140	157	237	238	239	135	139	142	232	262	253	182	146	167	171	156	155	228	229	229	186	118
264	MotoGP Live Experience 2...																														
265	Xperia Cars Road Trip The...																														
266	Xperia Cars Tow Mater Th...																														
267	Gear Manager for all																														
268	This War of Mine																														
269	WhatAlert Premium	293	293	395	326	263	399		336	528	189	229	228	227	215	214	214	150	257	298		253	302	269	195	194	160	160	160	233	214
270	Marvel Pinball	330	412		432	437	349	503		538	384	350	348	348	317	316	316	389	532	251	277	294	345	240	224	221	235	235	235	276	
271	F1 Challenge	222	292	243	221	275	299	340	284	238	271	227	226	225	173	177	175	227	273	228	283	300	145	167	125	124	146	147	147	132	199
272	A better Camera Unlocked	281	228	247	300	281	185	160	151	132	122	162	163	164	158	160	156	135	105	103	170	213	255	399	331	329	499	500	501	267	187
273	End Space VR for Cardboard																														
274	My Diet Coach - Pro	291	240	232	308	160	156	228	222	199	209	214	214	214	185	185	182	202	176	136	141	170	134	232	180	181	210	210	209	198	182
275	Off the record: Italian (Full)																														
276	PlayerPro Music Player	267	210	168	192	306	170	183	247	220	287	388	392	394	293	293	293	318	265	273	314	219	252	323			336	335	334		
277	External Keyboard Helper P...	425	347	385	205	259	217	324	438	325	210	259	259	257	318	318	319	300	346	357	147	140	233	183	106	107	141	141	141	196	143
278	Screen Recorder License			340	410	424	367	276	403	396													479	462	480	459	417	418	418	200	237
279	Deep Dungeons of Doom																														
280	BirdPaper by SEOBirdLife																														
281	The Game of Life	259	333	382	321	293	291	410	292	204	265	250	252	252	220	219	217	226	233	390	469										
282	Rayman Fiesta Run	181	165	202	177	227	305	272	220	193	199	118	115	114	124	124	124	132	128	127	290	456	483	407	266	266	457	458	457	298	372
283	Ghosts of Memories																														
284	Clouds & Sheep 2 Premium																														
285	TruckSimulation 16																														
286	Toolbox Pro Key Manager																														
287	ACRAME																														

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	SEPTIEMBRE																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
288	Easy Voice Recorder Pro	347	371	359	305	365	332	239	306	206	185	231	230	231	281	281	267	406	278	130	114	166	186	147	143	180	180	181	151	176	
289	Unified Remote Full	292	239	285	270	402		323	241	305	317	348	347	347	248	245	245	188	282	283	273	395	272	173	205	230	414	413	414	440	
290	n7player Music Player Unlo...				433	457									385	403	402			405	364		513		402	404	241	239	237		
291	Doom 3: BFG Edition																														
292	Pujie Black Watch Face	121	118	114	107	111	154	162	141	118	177	194	194	195	225	224	223	311	181	223	230	198	205	188	182	182	191	191	190	388	
293	Audials Radio Pro																														
294	Shiver: Lily's Requiem (Full)																														
295	Toca Nature	250	236	200	144	118	142	136	209	271	215	288	289	289	292	292	291	240	287	168	271	293	367	396	312	310	494	493	496	411	346
296	Bus Pucela Pro Valladolid																														
297	ES File Explorer/Manager P...																														
298	Door Kickers						330											416	395	439	238	281	281	316	352	354	369	370	370	382	
299	Football Manager Mobile 2016																														
300	GalleryVault Pro Key																													436	
301	Nucleo UI - Icon Pack																														
302	Pujie Black Watch Face	121	118	114	107	111	154	162	141	118	177	194	194	195	225	224	223	311	181	223	230	198	205	188	182	182	191	191	190	388	
303	Today Calendar Pro	329	472	461		396		509	512	405	431	429	427	343	344	342	326	365	268	152	157	209	217	244	246	229	230	230		383	
304	Calendar Widget (key)	410	433	498	465	438	366	464	490	476	478	434	432	429	491	491	494									419	419	417	341	164	
305	WomanLog Pro Calendar	298	297	226	130	198	163	156	201	179	228	230	229	230	109	108	108	198	214	185	320	344	337	342		307	308	307	229	212	
306	Final Fantasy IV														447	444	443	480	315	300	401	389								474	
307	Ambar's Fate - The Gameboo...																														
308	GPS navigation & Traffic Syg...	189	170	156	165	190	178	203	229	183	299	195	195	193	122	123	123	159	194	157	274	408	246	315	478	479	192	193	193	195	256
309	Agenda 2016 Pro																														
310	Leo's Fortune	258	216	329	338	288	353	389	540	415	352	320	319	321	305	300	300	349	216	202	370	283	266	206	250	249	275	276	276	437	239
311	VideoShow Pro - Video Editor	111	139	141	114	137	183	191	267	248	251	328	326	327	299	301	301	324	290	171	149	105	178	128	111	102	126	126	126	238	248
312	San Juan																														
313	MX Player Pro	325	438	447	396	304	326	405	344	352	524							286	192	239	213	354	389	364	231	228	140	140	140	206	202
314	Xperia Frozen Dancing Th...																														
315	M&M Clash of Heroes																							366	322	317	354	354	350	378	
316	Christmas Live Wallpaper Full																														
317	AndroVid Pro Video Editor	341	230	242	227	258	252	352	254	375				369	368	368	287	501			356		464	377	345	223	223	223	214	242	
318	Last Horizon																														
319	iPoe Collection Vol. 1																														
320	Apprende l'Anglais							453		329	370	369	368	429	426	427		526					428						460	468	
321	Christmas: Puss in Boots Full																														
322	pCars Dash																														
323	Terraria	145	203	145	181	121	110	184	159	134	119	142	137	138	111	110	110	106	124	121	121	174	175	184	188	188	152	152	153	268	418



nº	Título de aplicación	SEPTIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
324	Materialistik Icon Pack	232	245	338	273	280	187	281	378	270	230	216	216	237	236	237	269	327	349	255	249	314	274	186	185	204	204	206	287	173		
325	Catequesis Las Tablas																															
326	OsmAnd Contour lines plug...	468	467	404	299	373	313	371	514									421	502	526			329	356			337	336	335	275	364	
327	Xperia Mickey Winter Theme																															
328	Lotería de Navidad pro																															
329	Modern Combat 4: Zero Hour	199	198	288	191	218	359	314	357	321	301	291	288	287	368	369	371	263	389	395	306	350	236	300	336	335	500	502	502	311		
330	Amaranthine: Torment (Full)																															
331	WWE 2K	260	321	486		531	318	329		268	407	502	503	504	247	244	244	275	203	263	186	238	195	198	303	303	439	444	445	209		
332	Scribblenauts Unlimited																															
333	In Between																															
334	Hide Read for Whatsapp																															
335	Peter Moorhead's Murder																															
336	Final Fantasy VI	476	329			488	520	483	407			303	302	297	288	287	287	328	511	508		400		389	476	473	308	307	304	366	329	
337	Little Inferno	444	303	354	340	387	415	378	519	407	432	302	301	302	360	361	362	397	283	194	359	279	203	172	264	265	226	226	226	239	257	
338	Dokuro		519																													
339	XCOM: Enemy Within		399		500					488																411	411				342	
340	Chrono Trigger																															
341	Metal Slug	378	380	458	464				439	361	340	394	394	391	404	405	405	307	378	336	375									336		
342	Baldur's Gate Enhanced Ed...	268	330	316	344	321	223	280	296	236	294	262	262	263	362	364	367	295	366	287	227	256	312	447			523	526	528	482	507	
343	Baldur's Gate II	287	351	352	358			525			385	354	350	349	192	191	189	319	464		489						396	394	391	313	254	
344	Ravensburger Puzzle																															
345	Table Top Racing Premium																	305	401	174	266	298	439	220	385	386	276	275	275	278	340	
346	Civilization Revolution 2	333	451			467	348	450												530	458									365		
347	Star Wars Pinball 4																															
348	My Talking Pet																			418								313	309	308	235	233
349	Urmun - Icon Pack																															
350	Fernanfloo																															
351	Castle of Illusion	132	195	147	140	150	149	147	112	122	173	121	121	122	116	118	117	102	132	173	250	291	109	134	163	162	142	142	142	179	236	
352	Riptide GP2		420	406		394		488		471	348	402	401	401				484	500	492				391	498	495	467	467	467			
353	Joe Danger																															
354	Star Walk - Astronomy Guide			411	380	396	340	431	435		537	407	405	403	352	353	355	434					374									
355	Aerofly 2 Flight Simulator														531	529	526				311											
356	Splendor																									281	278	471	472	473	474	475
357	Password manager SafeInc...																															
358	Goat Simulator GoatZ	439			373	346	331	308	226	265	367	495	498	496									432				401	399	398			
359	Small World 2																															

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		SEPTIEMBRE																													
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
360	Ticket to Ride																														425
361	NBA JAM by EA SPORTS		384	447					398	503	398				387	386	386	431	337	414			260	234	381	384	352	352	351	331	402
362	Icewind Dale: Enhanced Editi...																														339
363	GPS Status PRO - (legacy k...	159	164	139	190	162	259	214	211	266	339	297	295	298	377	379	380	386	280	216					319	315	381	379	378	225	301
364	Surgeon Simulator		445	391	427	356	268	416	534			482	482	479					431										312	244	
365	Worms 2: Armageddon								441	497	491	389	385	386	425	425	424		381	470	279	321	408		497	496	455	456	454	529	353
366	Taco Mensajero 2016																														
367	Goolors Elipse - icon Pack																														
368	Angry Birds Star Wars II	274	421	420				417	502	263	415	190	189	188	300	304	306	265	419	406		287	289	455			513	511	509		463
369	Dude, your car!																														
370	edjing PRO - Music DJ mixer	334	489	489	324	466					523							456			418		431							437	
371	Pulsar Music Player Pro																														

		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
1	Geometry Dash	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	6	9	9	9	10	8	9	7	7	4	4			
2	Minecraft: Pocket edition	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	10	11	11	11	13	12	8	6	6	6	6	5			
3	Runtastic PRO Running, Fit...	9	8	6	7	6	4	5	5	5	6	5	5	4	3	4	8	11	13	13	13	13	19	20	20	19	19	18	17	13		
4	Lara Croft GO	260	167	192	161	154	132	125	142	249	288	279	146	225	186	179	194	182	311	333	494	494	127	88	80	87	87	104	117	112		
5	Flightradar24 PRO	14	13	13	9	9	8	8	8	8	9	9	8	8	8	8	11	14	16	16	18	18	21	21	21	21	21	22	21	22		
6	Hitman GO	46	16	15	18	16	19	21	19	27	30	25	30	30	28	35	42	51	55	71	73	73	63	78	64	74	74	66	60	70		
7	Farming Simulator 16	23	20	25	26	27	23	25	26	30	19	21	21	23	25	23	27	43	26	18	20	20	28	29	33	34	34	33	38	45		
8	Afterlight	15	18	16	14	14	15	11	12	13	11	12	11	16	20	16	22	23	24	22	22	22	24	25	24	26	26	27	30	28		
9	Bridge Constructor	8	6	4	5	7	7	7	7	6	7	7	9	7	9	9	15	20	22	26	29	29	44	53	42	46	46	54	50	55		
10	Monument Valley	11	5	5	4	5	6	6	6	7	5	6	6	5	7	5	9	12	15	15	17	17	22	22	22	22	21	20	21			
11	Facetune	40	34	47	49	37	41	44	41	41	42	34	35	36	36	39	52	37	41	43	37	37	45	47	54	47	47	59	66	64		
12	Radardroid PRO	34	30	36	43	45	45	30	22	15	25	27	28	26	31	32	35	31	39	51	51	51	53	54	48	60	60	49	46	57		
13	Camera FV-5	32	41	39	31	38	35	45	44	48	37	50	41	43	47	43	47	45	38	40	40	42	38	30	40	40	38	42	26			
14	Scribblenauts Remix	21	19	17	20	22	20	20	20	12	13	10	14	10	10	13	19	17	19	23	23	23	26	31	29	27	27	28	27	29		
15	MONOPOLY Game	35	28	33	36	43	38	40	37	35	31	24	13	14	11	11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
16	EvoCreo	52	64	86	53	66	68	55	83	73	50	51	32	35	27	26	33	36	38	37	45	45	51	55	51	52	52	55	58	66		
17	Tabla de 7 minutos	176	72	50	32	15	13	9	9	11	14	31	45	42	71	66	95	124	77	69	82	82	62	65	65	35	35	41	52	56		
18	VivaVideo Pro: HD Video Editor	19	21	20	19	18	21	14	24	18	20	14	16	17	12	21	28	25	25	24	26	26	34	34	35	36	36	32	29	36		
19	Package Disabler PRO (Sam...	214	156	237	166	121	119	105	98	106	100	117	169	93	114	126	119	196	128	115	126	126	105	106	126	127	128	124	183	171		
20	Construction Simulator 2014	24	45	46	47	57	51	61	36	38	38	29	29	25	24	27	32	33	28	30	39	39	33	35	31	30	30	31	34	27		
21	SD Maid PRO - Desbloqueador	29	33	30	25	32	37	38	17	29	28	33	19	15	15	20	23	30	32	32	32	32	50	51	50	48	48	64	63	53		
22	True Skate	42	26	21	15	24	25	16	14	26	26	23	26	24	22	25	38	27	34	36	41	41	56	46	47	42	42	44	41	47		
23	Swype Keyboard	41	46	42	29	30	34	29	27	37	40	42	38	37	43	34	37	38	33	29	27	27	36	49	40	41	41	34	35	41		
24	Nova Launcher Prime	17	17	14	10	10	9	10	10	10	10	17	22	21	23	17	30	29	27	31	24	24	32	28	27	31	31	29	28	35		
25	Poweramp Full Version Unloc...	33	25	27	30	28	18	23	15	21	29	16	25	20	19	24	29	28	31	25	30	30	35	32	38	39	39	30	31	33		
26	Badoo Premium	31	36	37	21	23	26	22	18	22	12	18	15	11	18	19	17	22	18	17	15	15	23	23	25	23	23	26	26	31		
27	Colin McRae Rally	16	15	18	22	20	27	28	30	24	21	22	10	13	13	15	25	26	23	34	28	28	29	26	23	24	24	23	24	24		
28	Moon+ Reader Pro	123	202	137	135	143	115	97	94	109	116	98	69	50	51	54	63	71	72	116	66	66	99	121	88	97	97	113	71	82		
29	The Room	26	23	26	24	33	29	32	28	34	22	11	12	12	16	12	16	18	21	20	21	21	27	24	28	25	25	25	25	25		
30	Grand Theft Auto: San Andreas	26	25	40	29	40	29	36	35	43	36	36	45	42	49	45	37	48	57	52	50	38	38	46	52	52	64	64	47	43		
31	Avisador de Radares	75	52	67	77	67	79	87	54	51	60	79	58	38	42	42	53	53	65	54	58	58	71	64	87	79	79	115	69	76		
32	Torque Pro (OBD2 & Coche)	18	22	28	27	25	24	19	11	23	24	32	34	19	17	18	20	24	30	27	25	25	31	33	37	33	33	24	23	23		
33	Athletics 2: Summer Sports	84	71	102	121	95	127	101	131	111	133	85	120	107	117	139	121	137	170	162	138	138	121	149	107	123	123	86	119	165		
34	Link2SD Plus	47	58	59	46	36	32	37	40	33	39	36	33	41	39	31	40	34	42	45	44	44	49	43	43	43	43	46	40	42		
35	League of Stickman	67	85	94	92	124	108	172	132	122	131	136	117	144	119	105	146	151	171	39	33	33	20	19	17	15	15	15	12	9		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		OCTUBRE																													
nº	Título de aplicación	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
36	Backflip Madness	51	53	49	42	46	47	47	46	55	51	46	43	54	58	58	62	62	60	58	54	54	55	66	56	57	57	60	73	62	
37	Framed				385					341	433		356		471																
38	Tomb Raider I	49	62	65	58	69	62	84	71	86	70	63	75	79	62	59	56	49	61	63	74	74	78	73	111	68	68	73	51	32	
39	Mi Band Tools	39	37	40	52	49	33	31	33	31	33	41	37	31	29	22	21	32	46	28	31	31	30	30	39	51	51	36	32	30	
40	Runtastic Mountain Bike Pro	92	93	87	104	142	99	106	105	97	111	86	94	126	132	133	124	106	118	112	117	117	85	85	66	83	83	77	87	102	
41	MarineTraffic ship positions	98	67	84	88	77	96	96	60	63	62	115	97	120	70	100	166	172	112	88	110	110	87	98	118	102	101	82	59	60	
42	Floatify Pro Unlocker	396	475	493	231	398	384	386				480	482	520			381	377	342	239	313	313	320		251	207	207	181	150	154	
43	ePSXe for Android	28	27	23	23	26	30	26	29	32	18	20	20	18	14	14	18	19	17	19	19	19	25	27	34	32	32	39	36	39	
44	Los Sims™ 3	60	57	57	57	53	53	70	56	52	55	52	59	56	60	52	58	48	35	40	36	36	67	58	61	54	54	81	94	108	
45	Guerra de cartas	109	66	66	56	81	95	86	101	99	59	71	68	74	104	148	77	93	69	87	87	87	57	63	53	44	44	53	55	49	
46	Lifeline	56	47	34	45	39	39	39	49	46	53	43	67	61	57	64	68	90	113	117	96	96	104	96	124	118	118	149	141	163	
47	Detector de radares PRO	55	49	51	65	54	63	58	42	39	41	40	48	60	52	41	55	65	82	77	84	84	73	80	70	78	78	83	86	126	
48	Alarma de lluvia Plus	38	38	35	41	41	49	59	45	60	54	48	39	33	41	55	59	45	37	35	46	46	64	68	73	72	72	62	68	89	
49	Avisador Radares - CamSam...	71	91	114	101	101	101	81	61	83	97	78	106	83	78	96	81	70	66	72	115	115	129	109	101	108	108	130	127	135	
50	CQPolicia 2	79	59	85	97	82	100	63	84	110	103	121	112	71	85	85	100	86	73	56	59	59	66	70	68	112	112	65	67	63	
51	SuperSU Pro	86	102	81	103	96	58	68	58	70	69	93	74	116	103	137	162	253	95	108	124	124	94	112	163	101	102	63	90	67	
52	World Conqueror 3	207	150	199	110	120	104	115	**																						
53	Football Manager Handheld...	134	186	71	80	85	73	94	96	147	159	167	145	193	173	165	191	193	208	158	151	151	153	122	96	131	132	159	107	136	
54	Need for Speed™ Most Wan...	83	82	55	50	52	67	54	50	45	45	54	50	47	50	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
55	Worms 3	106	83	58	75	98	158	109	86	163	101	118	123	111	77	67	74	98	97	105	102	102	92	89	93	66	66	85	70	71	
56	Gastos Diarios Licencia	68	89	93	107	76	89	103	93	103	132	129	95	90	102	130	87	132	149	90	90	90	109	155	199	119	119	144	104	119	
57	Ultimate Guitar Tabs & Chords	233	222	151	169	230	220	213	246	296	199	198	165	124	178	212	131	144	195	125	139	139	147	174	127	175	175	194	130	238	
58	CamScanner (License)	37	43	38	38	40	42	36	38	42	46	60	54	44	37	36	50	40	48	46	34	34	43	40	63	63	63	52	54	52	
59	Tiempo En Vivo	30	32	31	37	34	31	33	32	43	47	35	36	39	46	51	41	41	40	44	43	43	40	39	36	28	29	45	45	37	
60	TeamSpeak 3	43	44	48	44	48	43	42	57	49	43	39	47	46	34	29	36	35	36	33	35	35	37	48	44	58	58	43	39	40	
61	Fruit Ninja	154	254	172	296	302	277	503			511	537	243	272	311	324	262	291	289	324	285	285	368	300	245	267	267	319	352	382	
62	Tasker	72	92	54	62	31	28	27	31	40	44	44	57	45	35	46	45	58	62	67	67	67	83	117	99	91	91	90	85	77	
63	Infinite Flight Simulator	116	182	155	70	88	139	82	121	78	73	119	115	119	127	121	192	84	91	89	89	89	168	194	129	85	85	138	112	130	
64	Titanium Backup PRO Key ★...	104	70	103	91	71	83	60	63	92	74	110	111	132	122	154	134	110	83	86	78	78	65	86	92	88	88	67	75	95	
65	Ingo: Frozen Karaoke	94	107	89	94	148	114	178	155	72	96	99	82	87	90	157	78	76	79	133	133	148	158	123	137	137	196	292	311	334	
66	Catán	100	147	120	117	162	128	153	174	133	154	76	44	80	108	108	165	142	109	80	113	113	128	138	138	121	121	106	166	117	
67	LEGO® Marvel™ Super Heroes	58	50	45	34	51	50	48	67	75	78	59	61	70	83	95	86	67	64	95	106	106	88	93	98	86	86	99	122	118	
68	BringGo Western Europe	48	79	56	83	83	94	77	89	91	107	68	93	100	111	86	69	99	103	75	55	55	69	61	59	59	59	76	76	88	
69	Five Nights at Freddy's 4	141	184	188	171	169	109	179	257	171	125	81	98	147	150	205	240	153	174	289	307	307	219	137	150	199	198	212	215	228	
70	WatchMaker Premium Watch...	80	55	77	61	63	60	69	73	53	58	62	65	68	72	76	79	68	94	110	72	72	100	87	106	89	89	80	88	74	
71	Root Explorer	78	77	80	71	93	84	66	55	56	56	53	49	48	44	49	54	55	75	65	60	60	82	95	81	62	62	84	72	59	

		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
72	Five Nights at Freddy's 2	82	99	78	87	118	111	117	106	100	108	73	70	69	80	109	82	63	59	62	81	81	107	60	82	99	99	141	181	99		
73	Grand Theft Auto: Vice City	27	31	22	33	42	46	51	59	84	66	55	71	91	66	78	83	59	78	66	71	71	89	81	84	73	73	74	84	105		
74	Five Nights at Freddy's	74	81	69	63	56	55	67	82	44	34	49	46	53	63	75	76	66	57	57	80	80	72	59	46	53	53	68	78	72		
75	Photo Studio PRO	160	127	88	95	84	77	110	90	88	76	103	76	122	101	80	101	115	81	85	57	57	84	103	113	94	94	151	121	153		
76	Licencia ACR	66	61	63	68	58	52	62	76	65	64	80	84	75	56	53	51	69	67	59	63	63	47	71	58	82	82	61	57	58		
77	Real Drift Car Racing	62	80	72	69	87	85	65	75	72	77	88	86	62	75	74	89	94	93	81	62	62	61	69	62	61	61	78	83	65		
78	Toca Lab	487	460	217	192	215	217	209	236	225	164	180	138	247	266	159	103	139	129	143	156	156	393	215	185	201	200	217	227	210		
79	Manual Camera	89	108	132	132	191	157	210	153	121	246	134	199	149	224	215	396	391					409	409		358	263	238	237	193	208	182
80	Garmin ANT + Watch Uploader	434			490		503	480	493					504																		
81	Kingdom Rush Origins	190	244	291	217	277	348	286	207	158	244	252	242	201	248	127	130	105	123	131	119	119	198	145	135	69	69	91	93	107		
82	Age of Zombies	169	243	239	185	280	286	267	329	267	222	275	264	313	329	158	180	96	70	68	88	88	101	108	166	224	222	220	220	233		
83	Stellarium Mobile Planetario	61	78	95	145	111	78	72	70	66	68	104	92	94	95	107	96	147	183	132	140	140	115	176	94	169	169	87	123	132		
84	Greenify (Donation Packa	88	125	133	118	115	167	205	249	363	311	157	270	78	74	87	75	72	63	61	76	76	90	101	83	141	141	121	89	75		
85	AccuWeather Platinum	126	128	121	144	136	129	98	123	204	178	172	124	123	211	151	151	200	120	147	111	111	157	143	176	186	187	287	254	204		
86	Cinema FV-5	107	73	98	82	73	61	90	62	62	75	83	64	72	81	79	85	53	47	52	61	61	91	82	103	110	110	120	115	123		
87	The Room Two	64	60	74	74	62	56	49	66	64	82	69	56	64	48	47	65	46	49	49	49	49	59	57	69	56	56	48	48	43		
88	Geocaching Classic	221	426	438	220	200	248	194	204	210	114	120	100	112	116	177	178	274	278	260	460	460	440	333	358	310	309	299	476			
89	Goat Simulator	118	84	61	64	78	98	141	114	166	171	145	224	303	202	269	220	192	131	152	131	131	205	178	134	128	129	240	211	101		
90	TouchRetouch	189	260	175	210	212	182	129	186	191	341	222	257	223	251	298	384	427				447	447			378	354	357	272	277	435	
91	Hitman: Sniper	45	48	64	60	61	64	56	65	82	85	56	80	86	86	94	84	140	177	145	128	128	186	252	390	397	98	430				
92	tinyCam Monitor PRO	212	277	256	485	297	371	292	360	385	441	445			383	309	235	191	191	193	247	247	143	154	170	210	262	285	300	196		
93	FBReader Premium	166	232	357	159	275	183	174	159	179	143	163	185	206	170	184	296	208	381	166	194	194	156	151	171	243	242	109	113	91		
94	XPERIA™ Black Steel Theme	131	115	124	141	128	113	132	173	187	177	175	179	173	160	251	388	265	285	310	379	379	151	113	144	255	254	225	202	283		
95	Exploration	119	118	97	108	161	204	130	206	201	118	111	119	81	82	138	141	119	89	99	123	123	145	124	130	106	106	102	176	147		
96	Camera ZOOM FX Premium	103	148	145	195	187	287	352	299	190	167	142	213	253	269	230	204	180	240	346	190	190	247	241	331	288	289	304	485	336		
97	WeatherPRO	115	120	146	102	125	114	136	110	141	163	152	150	150	107	103	108	76	86	102	86	86	140	212	291	161	161	188	199	270		
98	µTorrent® Pro - Torrent App	183	270	253	257	210	268	199	209	343	236	208	151	106	128	131	149	150	165	207	357	357	405	315	210	190	189	190	174	142		
99	Moorhuhn Deluxe- Crazy Ch...																															
100	Machinarium	13	7	7	6	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	6	13	21	29	42	53	53	81	84	71	65	65	107	134	168		
101	Lego Batman: Beyond...	256	178	264	369	233	321	454	414	251	276	460	225	398	284	447	454	361	327	379			347		198	213	213	166	224	225		
102	Lego Star Wars: TCS	228	166	112	90	86	130	161	99	117	88	105	83	85	118	136	114	113	108	176	143	143	144	141	108	81	81	135	95	110		
103	Automatic Call Recorder...	113	103	140	153	185	86	124	97	94	89	108	122	88	68	60	94	83	79	92	64	64	74	67	72	84	84	89	62	68		
104	Akinator the Genie	173	143	147	124	102	133	78	74	76	61	58	63	76	84	88	120	108	102	104	127	127	120	92	120	138	138	94	109	133		
105	LocalizaTodo	128	114	160	168	159	171	156	157	120	191	238	186	217	213	194	171	165	157	119	142	142	254	287	149	176	176	100	101	78		
106	Xperia Disney Mickey NY The...	127	159	230	186	146	149	170	182	195	169	154	196	215	197	111	88	114	138	173	206	206	52	42	57	70	70	51	61	79		
107	DiskDigger Pro file recov...	281	235	174	189	209	136	144	165	142	150	137	118	175	141	99	80	125	148	135	85	85	130	152	202	187	185	157	185	151		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
108	SpongeBob Moves In	287	203	170	251	269	422	377		226	188	187	276	241	346	316	391	234	283	247	174	174	273	236	428	428	271	364	233	255		
109	iParadox - Alarm Control	36	35	52	67	59	54	50	51	54	98	94	102	73	54	62	71	102	150	114	52	52	54	62	91	95	95	57	47	46		
110	Xperia Minnie Mouse...	6	10	10	13	13	10	13	16	14	16	19	18	27	26	30	31	39	56	70	65	65	14	14	15	16	16	14	15	15		
111	Teacher's Notebook	114	140	149	149	100	80	95	88	67	94	99	96	145	125	152	116	163	125	127	147	147	150	251	248	148	143	182	135	150		
112	Pocket Casts	112	109	122	182	144	110	80	116	108	162	178	139	134	120	63	117	118	127	118	158	158	173	197	169	164	164	108	91	97		
113	IP Cam Viewer PLUS	105	111	105	138	148	140	184	192	261	289	199	204	277	392	284	339		442		263	263	207	216	231	162	162	134	138	144		
114	Windfinder Pro	145	153	165	219	131	162	185	139	173	253	237	207	237	256	303	210	190	276	246	202	202	161	128	253	206	206	238	187	137		
115	Vector Full	122	162	143	96	122	70	99	92	61	57	65	78	117	93	97	91	81	90	111	77	77	80	79	75	93	93	92	108	104		
116	Weather Timeline - Fore...	195	142	209	199	182	178	169	119	98	135	131	121	115	124	84	105	73	85	93	105	105	159	104	89	96	96	79	100	100		
117	MI Band Notify PRO	94	96	125	122	106	71	75	81	79	71	113	132	109	137	68	111	158	130	126	129	129	201	211	*							
118	Sonic The Hedgehog	215	194	388	370	173	69	64	47	50	48	37	40	32	40	50	47	52	58	64	68	68	95	110	110	98	98	197	111	167		
119	QuitNow! PRO - Stop smo...	77	133	161	201	116	93	108	141	107	90	107	113	125	129	92	123	154	162	96	97	97	110	126	142	134	126	105	82	83		
120	Sleep Cycle alarm clock	124	76	70	54	60	75	74	69	77	96	92	130	101	147	142	173	214	92	78	99	99	98	125	128	152	153	255	334	166		
121	Runtastic Pedometer PRO	110	146	126	140	132	141	142	137	229	197	184	127	163	106	140	135	171	175	158	152	152	164	180	221	139	139	184	234	303		
122	Clockwork Tales (Full)									371																						
123	Monopoly Millionaire	188	123	173	176	166	121	152	225	274	205	160	162	151	157	155	64	61	44	41	42	42	41	37	49	45	40	53	51	53		
124	Bloons TD 5	70	69	90	81	70	91	73	85	68	52	61	60	51	61	57	70	75	99	106	122	122	187	210	122	157	157	137	155	147		
125	Trazado de tubería El Tub...	87	121	142	106	90	103	121	107	89	112	130	161	129	153	106	160	238	239	255	219	219	193	183	207	287	288	242	295	364		
126	Build Battle: Mini game	229	248	195	175	283	238	308	328	287	510	298	298	361	538		407	344	280	320	537	537	511	365	187	160	160	232	207	212		
127	Odyssey Watch Face	200	231	314	388		251	412	325						407	327		328	446	473	396	396	437									
128	Fingerprint Aplock Pro																															
129	Draw a Stickman: EPIC 2	416			308		464	455	464	247	347	416	353	371			298	329	412			525	525									
130	ownCloud	81	88	99	94	104	105	116	127	140	128	77	105	133	112	89	93	112	132	159	121	121	106	107	131	193	192	195	103	125		
131	Toca Hair Salon 2	405	242	456	358								328	334	289	327	255	310	170	219	327	487	487	535	259	254	170	170	180	297	300	
132	Oddworld: Stranger's Wra...	168	181	179	178	266	199	263	231	297	229	324	291	273	422	400	294	402	313	217	227	227	253	196	182	245	244	169	279	197		
133	Bridge Constructor Playgr...	63	86	91	86	114	120	120	87	95	91	74	89	99	138	115	109	91	146	124	166	166	190	203	242	294	295	239	414	297		
134	SpongeBob's Game Fren...											485	426	338	367	370	397	436	365													
135	Turbo Booster PRO																							170	134	136	156	156	146	116	174	
136	DigiCal+ Calendar	163	185	177	154	184	202	151	168	154	225	405	267	331	381	243	344		247	202	186	186	270	229	293	203	202	438	184	155		
137	Chrooma Live Wallpaper																															
138	Tour de France 2015 - Th...					540					523		498							364												
139	CN Superstar Soccer	320	218	208	198	213	341	442	390	243	283	295	299	337	263	234	300	301	201	319	269	269	521	253	194	373	373	399	238	394		
140	Rayman Jungle Run	167	160	134	174	214	231	165	175	162	151	182	133	148	191	124	125	131	126	161	134	134	131	157	105	195	196	176	219	236		
141	Xperia Donald Duck T...	4	9	11	12	19	14	15	23	25	17	28	24	28	30	28	34	44	53	53	75	75	16	17	18	18	18	17	18	17		
142	MoneyWiz 2 - Personal F...	533		246	519	467	435	418				489	513	425	442											249	247				460	
143	Threema	230	259	311	366		278			253	330	148	166	226	190	219	339	183	146	51	55	79	79	86	127	147	235	234	213	154	193	

		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
144	djay 2	223	278	219	213	199	225	160	203	202	221	170	246	240	193	310	340	308	210	264	208	208	224	353	177	216	215	423	324	298		
145	DragonBox Algebra 5+	273	386	257	364		501			270	307	243	333	274	399	246	448	348	339	516	479	479			480			360	309	363		
146	Out There: Edition	460			375	238	430																									
147	SyncMyTracks	142	149	187	180	119	112	178	222	177	196	235	203	180	236	233	176	189	187	197	220	220	220	225	397	322	314	148	102	161		
148	Test Vigilante de Seguridad	76	104	100	93	72	72	92	79	93	93	122	152	92	90	91	150	130	111	137	125	125	93	74	121	133	134	172	161	148		
149	StealthApp PRO for What...																															
150	Aworded Crack (Ad free)	53	74	76	73	74	76	57	77	59	81	70	72	63	79	81	97	107	178	179	135	135	154	156	132	130	131	156	206	267		
151	4EDU Teacher's Gradebo...	242	211	395	212	348	271	365			401			490	526			330	319	477				489	344	447	365	366	417	196	284	
152	Table Tennis Touch																							319	485		390	392	336		169	
153	Alos - Icon Pack			515													360	477														
154	WifiAccess WPS WPA WP...	196	206	144	191	198	242	174	223	282	202	168	247	166	270	225	365	326	424	242	342	342	198	338	379	300		346	366	262		
155	Toca Life: City	136	141	130	115	164	209	316	239	144	173	250	235	275	308	297	168	101	137	278	319	319	382	416	353	315	315	295	493	524		
156	WRC The Official Game	152	101	128	165	137	226	147	128	139	99	109	144	176	136	178	278	299	254	200	341	341	464	207	243	231	230	187	180	194		
157	BubbleUPnP UPnP/DLNA...	129	154	148	125	149	197	134	117	128	119	141	229	177	162	119	164	95	88	97	103	103	172	130	208	135	152	425	240	257		
158	Xperia Daisy Duck The...	7	11	12	16	21	17	24	25	20	27	26	23	29	32	38	39	50	54	76	69	69	15	16	16	17	17	16	16	20		
159	Do Not Believe His Lies	54	63	104	120	160	153	85	120	119	176	191	237	229	243	293	527	366		357			374		240	416	416					
160	ProShot		161	51	62	78	89	92	100	134	258	476					523					258	258	185	219	371	371	371	252	407		
161	The Amazing Spider-Man 2	20	24	43	55	64	102	177	144	214	144	197	129	189	210	248	195	209	290	261	311	311	278	351	213	181	181	152	175	226		
162	My Alarm Clock	73	68	82	79	79	87	76	68	90	84	67	104	104	73	61	67	64	50	48	48	48	60	41	32	38	38	37	33	38		
163	WolframAlpha	97	90	106	85	80	65	89	80	80	102	84	91	87	91	98	115	127	115	82	92	92	76	83	76	76	76	56	80	61		
164	llauncher	130	213	181	146	195	173	226	219	176	137	143	135	164	237	113	118	103	199	190	242	242	180	136	153	117	117	129	170	141		
165	The Bard's Tale	138	157	202	155	126	161	79	112	96	126	139	149	96	96	73	127	88	101	94	112	112	111	150	96	100	100	116	146	146		
166	Call Recorder Pro	466	189	216	323	260	330	191	78	136	237	274	311	213	182	235	170	184	206	237	169	169	138	144	264	211	210	215	188	188		
167	Ireal Pro MusicBook-Play...	91	75	115	116	75	81	52	64	74	87	97	131	89	98	112	147	178	105	84	94	94	135	77	102	90	90	75	77	69		
168	Osmos HD	22	39	32	48	55	66	93	124	124	140	179	81	136	134	132	184	175	243	308	225	225	202	184	117	109	109	114	123	145		
169	Heidi: Alpine Adventure	259	212	139	143	150	166	241	148	114	149	158	148	128	131	206	204	286	245	210	210	314	457	276	454	453	355	437	261	258		
170	Latin Chords (LaCuerda...	108	130	119	123	92	107	113	103	118	86	125	88	95	76	69	113	116	114	121	98	98	102	114	112	142	142	133	163	102		
171	VHS Camera Recorder	50	54	75	84	110	134	41	108	130	134	150	209	311	123	162	227	143	136	152	354	354			456	258	257		351	385		
172	Age of Civilizations	69	106	89	105	91	82	71	72	71	79	64	62	67	65	56	78	89	80	98	101	101	70	72	74	67	67	71	64	54		
173	Very Bad Company																															
174	Vext Keyboard				**																											
175	Playtime with Blaze	101	113	96	109	129	172	143	188	164	121	123	136	179	208	232	230	338	271	314	235	235	377	283	229	262	261	317	280	327		
176	Cameringo+Effets Came...	171	217	131	113	141	125	135	145	157	160	114	109	159	143	101	138	157	143	199	201	201	236	175	217	260	259	154	177	199		
177	Plants vs. Zombies	133	134	135	129	105	135	157	104	102	115	112	85	118	133	134	161	121	106	129	93	93	117	91	104	92	92	162	129	90		
178	Facer Watch Faces Android...	165	137	136	114	123	97	111	100	112	110	87	143	98	100	168	112	85	116	136	137	137	158	120	139	126	127	128	171	181		
179	ai.type keyboard Plus + Em...	222	191	222	239	167	159	186	158	184	257	258	220	172	130	163	186	120	133	144	188	188	103	159	196	233	232	241	276	381		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
180	The Dark Knight Rises	12	14	19	28	44	59	88	109	148	139	144	176	174	151	157	158	213	119	140	145	145	252	266	260	212	211	202	262	128		
181	Xperia Goofy Theme	1	2	3	8	11	11	11	17	35	19	32	30	27	34	33	40	46	56	68	74	118	118	17	18	19	20	20	20	19		
182	Autoescuela Móvil - Test...	144	124	186	200	117	189	168	130	125	141	149	188	192	163	221	277	292	498	432	334	334	163	282	220	273	275	168	323	294		
183	Motosport Manager	95	136	92	100	97	118	181	150	169	109	116	125	142	105	114	140	156	176	150	172	172	306	181	189	146	147	72	65	92		
184	PewDiePie: Legend of Brofist	10	12	9	8	8	12	12	13	28	35	38	51	52	64	65	72	87	98	100	104	104	96	116	125	194	193	153	156	184		
185	Dr. Panda's Carnival	96	95	158	131	163	155	173	265	223	242	201	206	288	398	329	199	128	153	203	253	253	389	407	237	154	155	219	213	265		
186	The Photographer's Ephemeris	155	179	267	514	340	289	498	341		299	190	405	381	371	283	471				302	302	330	274	284	246	245	387				
187	Dark Echo	139	216	138	222	180	227	225	181	123	95	128	103	84	88	104	102	82	117	141	162	162	122	105	115	125	125	125	144	143		
188	eBolets CATALUNYA	182	131	163	228	174	230	215	250	145	106	124	156	233	303	186	185	260	356	510	256	256	48	56	78	115	115	101	140	299		
189	Sumotori Dreams	102	87	78	98	99	124	102	122	85	104	82	77	127	139	144	99	80	110	164	197	197	112	94	77	103	103	95	110	103		
190	Pixel Z - Unturned day	57	56	53	51	65	74	83	115	87	80	90	79	105	126	174	18	136	231	291	450	450	478	345		426	426	243	197	351		
191	Grim Tales: Bloody Mary...	304	379		472	533	496	340			404	474			494	505																
192	Muffin Icon Pack	203	275	375	424	504	524	532	508	483	478							222	221	277	410	410	441	432								
193	Paper Camera	178	245	176	215	383	385	540			374	370	496	356	234	387	393			514			410	467	289	208	208	222	142	131		
194	Calendar+ Calendar & Tasks	202	268	452	238	245	249	202	254	238	239	419	159	168	287	287	256	281	435	461	360	360	313	200	133	183	183	136	120	124		
195	Xperia Mickey Mouse Theme	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	6	6	7	10	16	20	22	12	12	3	3	3	3	3	3	3	3		
196	Carcassonne	44	29	41	35	35	44	46	39	17	15	13	17	22	21	33	57	60	87	122	187	187	386	384	197	225	223	327	159	220		
197	Grand Theft Auto III	99	112	116	126	208	200	171	224	278	248	195	193	208	214	333	234	240	288	157	274	274	188	226	161	177	177	253	225	248		
198	Smart Launcher Pro 3	132	105	117	128	171	214	247	193	161	155	140	177	195	218	123	128	186	190	172	171	171	233	147	272	309	305	302	429			
199	OruxMaps Donate	181	152	190	167	197	194	139	164	138	255	156	110	152	149	129	228	224	200	274	204	204	167	165	155	166	166	112	131	158		
200	The Survivor: Rusty Forest	125	129	108	157	221	117	137	133	188	183	255	194	226	279	449	416	356	141	211	100	100	125	119	95	107	107	103	128	116		
201	Sixaxis Controller	90	107	111	137	112	123	119	126	182	120	127	128	121	99	135	110	109	96	120	114	114	123	99	85	114	114	126	145	93		
202	iFelix-WOLF	51	59	100	113	139	178	232	536																							
203	LIMBO	65	42	44	39	47	40	43	52	57	67	57	66	58	55	48	60	100	122	174	182	182	352		383	478	479	247	303	342		
204	Hook	65	60	72	50	48	41	48	69	49	47	53	65	59	70	90	181	284	337	393	393				522	521						
205	Smart Tools	175	98	109	152	109	163	203	215	298	235	331					303	287	525	438	321	321	456					449	487			
206	Weather Weatherback Pro...			24	17	12	22	34	34	47	65	75	82	66	69	72	92	123	140	181	209	209	406	434								
207	Swords of Anima	121	208	68	59	17	16	18	21	16	23	15	31	40	38	45	61	74	74	128	176	176	180	314	507					317		
208	GTA: Chinatown Wars	153	138	73	136	188	175	154	198	206	493	456	359	390		361	443	232	267	201	222	222	296	319	308	284	285					
209	Truck Simulator PRO 2016			197	66	68	57	53	53	58	63	72	73	77	97	125	126	93	100	83	116	116	79	90	90	105	105	139	132	138		
210	Bike Race Pro by T.F. Games	149	176	157	99	147	122	112	138	134	83	100	87	131	145	210	201	176	194	215	230	230	345	379	232	168	168	143	190	127		
211	My Personal Agenda Pro	151	172	162	119	153	90	123	162	81	122	173	160	197	291	227	224	424	433	254	264	264	310	201	288	237	236	266	395	388		
212	Xperia Mickey AR Effect	111	110	118	127	203	195	227	154	9	8	8	7	9	5	3	6	10	12	12	14	14	12	13	13	13	13	10	9	7		
213	MushtoolPro - Mushroom	240	289	184	134	108	126	104	143	131	92	102	142	135	111	83	73	117	136	91	109	109	119	118	158	113	113	119	125	114		
214	Real Steel	418	410		415	494	216	128	168	217	136	89	52	55	53	71	66	77	84	60	56	56	58	50	60	75	75	110	105	159		
215	Carnegeeddon	217	135	215	133	176	88	107	146	168	113	91	107	139	135	169	175	187	134	101	83	83	77	97	100	77	77	96	92	94		



		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
216	Photo Lab PRO Photo Editor!	226	293	270	337	231	169	167	118	149	176	95	90	156	185	277	352		484	267	289	289	174	139	148	167	167	150	168	176		
217	Enigmatis 2 (Full)								214	301	220	246	155	57	109	146	177	237	341	466				368	475	353	356	482				
218	Galaxy Universal Remote	150	195	200	147	133	146	133	129	115	123	126	114	97	67	93	107	79	124	109	150	150	215	332	328	185	186	158	192	179		
219	Setas Setamania PRO	209	169	240	156	155	176	146	166	220	268	159	108	113	89	77	104	97	107	134	130	130	197	171	162	159	159	133	96	122		
220	Tiny Guardians									395	189	132	134	108	92	82	129	160	287	358												
221	Psicotécnicos Tropa	180	239	290	332	194	160	162	152	116	182	186	181	102	94	110	148	104	156	107	95	95	113	100	151	153	135	155	137	113		
222	Dead Space														244	5	5	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	7	11		
223	Contre Jour															7	6	4	5	5	5	5	6	6	6	8	8	9	11	14		
224	Power Ping Pong															12	7	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	6		
225	Incredible Jack															14	8	8	7	6	6	7	7	7	9	9	8	8	10			
226	Fleece Lightning																24	13	11	10	10	10	11	10	11	10	10	12	13	16		
227	Robbery Bob 2: Double Tro...	309	383	526													26	9	7	8	7	7	8	9	10	11	11	13	14	18		
228	In Fear I Trust																44	15	9	6	8	8	9	11	12	14	14	19	22	34		
229	Skymaster Pilot Watch Face	271	190	225	410	299	273	180	140	219	187	206	216	154	181	149	98	129	121	113	153	153	134	163	146	163	163	97	99	80		
230	Minecraft: Story Mode																		14	14	16	16	18	15	14	12	12	11	10	8		
231	NBA 2K16																		71	73	50	50	75	102	116	124	124	142	158	156		
232	Audials Radio Pro																		519	70	70	124	111	181	191	190	376	339				
233	Delicious - Childhood Mem...																		185	271	199	199	39	36	55	49	49	50	56	84		
234	Wifi Solver FDTD																			414	470	470	68	76	119	189	188	262	317			
235	BMX Streets: Mobile	408		510	482	473	467	522		378						393	221	133	144	133	136	136	97	135	167	165	165	230	246	322		
236	48H Open House BCN 2015																			400	317	198	198	116	45	26	29	28	58	79	98	
237	Prune																							308	75	79	50	50	42	44	50	
238	Retrorika Icon Pack	204	336	325	303	461		300	268	254	215	310	502	312	509	463		435	349	326	426	426	425	292	45	55	55	70	81	109		
239	KnockOn Pro Unlocker																							222	277	67	80	80	117	182	173	
240	Gear Fit File Manager	140	117	110	173	204	243	190	196	135	194	213	116	114	159	164	139	221	166	191	212	212	114	131	86	136	136	93	106	106		
241	Trick Shot																								356	188	71	71	88	114	139	
242	Hmmsim 2 - Train Simulator																					234	234	126	177	145	132	133	98	186	86	
243	Tomb Raider II																												49	12		
244	Doom & Destiny	201	346	226	399	362	280	195	259	198	233	194	214	138	171	256	289	485	367	292	299	299		352	178	147	148	123	97	81		
245	Fairy Tale Mysteries 2 (Full)																														73	
246	Elder Sign: Omens																					401	401								85	
247	Call of Duty Black Ops Zom...																															
248	TwoNav GPS: Premium	164	241	150	112	152	116	118	147	132	158	162	157	169	189	201	144	198	274	138	154	154	175	167	154	221	219	171	294	120		
249	Lucky Block Halloween																		222	288	326	326	326	230	142	140	197	195	122	118	164	
250	Kingdom Rush Fronteriers	135	168	153	224	183	236	214	156	230	408	396	357	143	155	222	354	202	220	178	336	336	177	297	364	223	221	175	226	241		
251	Grim Legends 2 (Full)																													210	215	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	OCTUBRE																													
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
252	PixelPhone Pro										416	504																			
253	Predators	187	297	262	266	267	461	353	211	366	227	233	222	157	206	257	236	223	249	195	165	165	165	187	205	144	145	261	305	227	
254	Platform Defense																														
255	PipTec Green Icons & Live...			456	220	57	81	114	100	113	128	193	229	162	235	217	170	152	196	248	299	336	303	497	459						
256	Syberia 2 (Full)	515					315	383	416	417	266	282	215	375	217	363	273	297	514	338	284	284					519		315		
257	League: Wicked Harvest (Fu...																														
258	Syberia (Full)	370	402	320	373	380	394	222	277	465	454	462	223	420												359	361		516		
259	BusyBox Pro	243	228	249	158	177	223	326	334	261	317	272	393	304	261	419	412	279	386	375	414	414	282	361	186	202	201	161	191	209	
260	Tengami																														
261	Amway Europe and Russia	357	284	269	391	291	267	448	339	430	346	256	164	205	144	196	169	141	281	155	214	214	192	263	281	230	228	198	193	223	
262	Xperia Cars Lightning The...																														
263	Sleep as Android Unlock	186	180	241	236	139	144	126	95	105	153	148	190	211	156	191	335	255	104	103	91	91	141	123	109	122	122	69	74	87	
264	MotoGP Live Experience 2...																														
265	Xperia Cars Road Trip The...																														
266	Xperia Cars Tow Mater Th...																														
267	Gear Manager for all						468								527	530	533		308	223	280	280	275	296	143	130	185	201	177	122	
268	This War of Mine																														
269	WhatAlert Premium	523	470	511	503	522	306	281	244	240	185	223	140	196	142	167	142	212	213	180	108	108	133	153	179	200	199	174	304	341	
270	Marvel Pinball															506											510	508		348	
271	F1 Challenge	179	204	294	354	263	444	314		352			324	236	168	185	253	215	224	216	189	189	162	161	234	172	172	118	173	186	
272	A better Camera Unlocked	277	192	152	245	378	323		477	241	305	313	306	473		229	159	134	145	167	175	175	211	191	348	298	299	245	250	304	
273	End Space VR for Cardboard																														
274	My Diet Coach - Pro	315	330	284	247	244	245	243	220	271	455	465	227	178	148	252	279	227	198	206	191	191	181	168	252	220	218	290	405	301	
275	Off the record: Italian (Full)																														
276	PlayerPro Music Player	93	132	191	286	262	165	295		368		174	374			364	314	407	259	205	233	233	318	348	528			281	218	175	
277	External Keyboard Helper P...	120	126	164	150	168	222	182	195	129	207	287	158	137	228	173	174	216	345	352			505	228	460	450	449		326	349	
278	Screen Recorder License	360	317	439	504			277	261	502	350	262	184	256	233	279	203	206	154	177	168	168	179	230	137	230	238	283	268	268	
279	Deep Dungeons of Doom											424	518	461								508	508	284	359	307	364	365	403	419	
280	BirdPaper by SEOBirdLife																														
281	The Game of Life			516												399	215	321	245	230	363	363	212	166		150	150	140	143	232	
282	Rayman Fiesta Run			264	261	349	509	304	276	238	227	163	200	290	203	305	249	142	212	224	224	136	162	192	149	149	271	386	305		
283	Ghosts of Memories																		179	225	179	179	255	232	320						
284	Clouds & Sheep 2 Premium																														
285	TruckSimulation 16																														
286	Toolbox Pro Key Manager																		401		394	394		414	457						
287	ACRAME																														

		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
288	Easy Voice Recorder Pro	205	209	245	190	206	339	269	301	153	252	426	479	214	183	202	196	233	196	153	160	160	213	188	215	277	273	263	307	465		
289	Unified Remote Full	368	338	210	242	281	145	255	251	235	263	330	290	405	412	325		434	387	273	361	361	210	146	175	220	120	167	275	183		
290	n7player Music Player Unlo...			422	230	301	344	375		475	506										535	535		419					424	273		
291	Doom 3: BFG Edition																															
292	Pujie Black Watch Face		390	206	205	321	265	204	316	257	358	418	475	339	397	290	274	247	264	293	475	475	196	209	258	217	252	205	162	108		
293	Audials Radio Pro																				70	70	124	111	181	191	190	376	339			
294	Shiver: Lily's Requiem (Full)																															
295	Toca Nature			324	317					444	298	315	424		259	420	297	269	293	305	456	456	321	281	246	329	328					
296	Bus Pucela Pro Valladolid																															
297	ES File Explorer/Manager P...																															
298	Door Kickers																															
299	Football Manager Mobile 2016																															
300	GalleryVault Pro Key														478	491	486									367	332	331	470		508	
301	Nucleo UI - Icon Pack																															
302	Pujie Black Watch Face		390	206	205	321	265	204	316	257	358	418	475	339	397	290	274	247	264	293	475	475	196	209	258	217	252	205	162	208		
303	Today Calendar Pro	490											443	228	165	128	137	145	161	189	173	173	189	256	439	451	450					
304	Calendar Widget (key)	494	451	453	350	437	459	445	313		193	302	385	292	443	426						494	489	290	356	359	306	263	252			
305	WomanLog Pro Calendar	266	332	303	269	264	346	298	270	333	412	477		284	365	250	293	373	418	371	327	327	537	342	262	198	197	183	136	187		
306	Final Fantasy IV																														375	351
307	Ambar's Fate - The Gameboo...																										445	444			467	
308	GPS navigation & Traffic Syg...	218	306	281	227	224	231	219	218	183	138	214	280	394	368	375	207	111	152	186	141	141	132	261	321	519	518	441	445	292		
309	Agenda 2016 Pro																															
310	Leo's Fortune	345	370	333	206	279	475	425		469	285	319	322	279	254	281	320	342	235	400			356	431	372	498	496	337	521			
311	VideoShow Pro - Video Editor	210	215	166	223	138	180	163	113	104	146	169	197	146	169	161	198	138	215	139	149	149	137	160	165	111	111	132	139	160		
312	San Juan																															
313	MX Player Pro	378		301	423	425	320	236	281	246	218	247	180	310	201	213	231	322	384			349	349		426	359	327	317	414		337	
314	Xperia Frozen Dancing Th...																															
315	M&M Clash of Heroes																															
316	Christmas Live Wallpaper Full																															
317	AndroVid Pro Video Editor	193	314		194	393	336	390		245	293	225	388	162	140	122	122	164	230	154	215	215	326	511	351	188	203	209	274	149		
318	Last Horizon																															
319	iPoe Collection Vol. 1																															
320	Apprende l'Anglais	272	444	244	258	305	350		495	453	448	405	425	425	409														459			
321	Christmas: Puss in Boots Full																															
322	pCars Dash																															
323	Terraria	234	205	171	241	219	269	145	172	196	127	164	147	194	164	176	106	169	155	198	195	195	176	170	157	116	116	160	178	216		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
324	Materialistik Icon Pack	525				464		356	283	512	447	461	537	486					305	434	489	489			459	429	428	350	401			
325	Catequesis Las Tablas																															
326	OsmAnd Contour lines plug...	269	514			429	519	380								443	485				353	353		510	294							
327	Xperia Mickey Winter Theme																															
328	Lotería de Navidad pro																															
329	Modern Combat 4: Zero Hour		479			422		405					262	270	242	299	330	254	265	409			309	402	286	530	529	379	383	421		
330	Amaranthine: Torment (Full)																															
331	WWE 2K	517						513	354	336	314	414	296	317	502		437								481	525	524	367	299	366		
332	Scribblenauts Unlimited																															
333	In Between																															
334	Hide Read for Whatsapp																															
335	Peter Moorhead's Murder																															
336	Final Fantasy VI											406			306											527	526	297	373			
337	Little Inferno	489	408	462	275	328	394	240	285	211	161	263	175	235	180	141	213	207	218	220	340	340	358	278	238	232	231	226	382	512		
338	Dokuro																															
339	XCOM: Enemy Within	524								457			448	309	514	466																
340	Chrono Trigger	513	347			379	409				429		505								452	452							513			
341	Metal Slug				458		432								315	370	383	238	337	382	367	419	419	329	302	200	173	173	310	306	446	
342	Baldur's Gate Enhanced Ed...	239	342	419		367	392	389	460	255	284	183	284	321	435		516	304	343	285	351	351	435	305		254	253	368	287	157		
343	Baldur's Gate II		345	413			537			380	470														371	275	280	281		349	529	
344	Ravensburger Puzzle																															
345	Table Top Racing Premium	465	440				410	262	475	454	332	382	337	373	419	402	430								499							
346	Civilization Revolution 2	432				304							421	346					444	376								521		400		
347	Star Wars Pinball 4								504	385	334	268	435	404		521																
348	My Talking Pet																															
349	Urmun - Icon Pack																															
350	Fernanfloo																															
351	Castle of Illusion	236	144	228	111	145	164	149	163	264	201	312	397	302	358	389		319	314	268	339	339		376	190	250	248	200	315	412		
352	Riptide GP2										534	305	423		496					394												
353	Joe Danger																															
354	Star Walk - Astronomy Guide							524	522															420		411						
355	Aerofly 2 Flight Simulator																469															
356	Splendor	478	479	480	481	482	483	483																								
357	Password manager SafeInc...													382					466	507	467											
358	Goat Simulator GoatZ					375															463	481										
359	Small World 2																															

		OCTUBRE																														
nº	Título de aplicación	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
360	Ticket to Ride		509																											388	511	
361	NBA JAM by EA SPORTS	253	263	268	341	276	270	302	372	215	320	207	183	318	316	330	512	314	238	218	245	245	336	461	297	307	307	522	515	378		
362	Icewind Dale: Enhanced Editi...																								474							
363	GPS Status PRO - (legacy k...	249	199	227	234	286	233	297	189	194	287	251	436	249	192	218	280	201	186	311	276	276	385	299	433	291	292	358	243	411		
364	Surgeon Simulator		500	360																												
365	Worms 2: Armageddon	538	511	361	470		386		527	516	388	453	283		490		420	526	422	484	482	482								344		
366	Taco Mensajero 2016																															
367	Goolors Elipse - icon Pack																															
368	Angry Birds Star Wars II			377	468	457	439							391		265	222	177	321	309	231	231	209	220	256	386	387	246	260	432		
369	Dude, your car!																															
370	edjing PRO - Music DJ mixer	410	318		298	270	453	391						388	436	442							416			294	381	370	370	432	321	
371	Pulsar Music Player Pro																															

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	Geometry Dash	4	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	3	
2	Minecraft: Pocket edition	3	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2
3	Runtastic PRO Running, Fit...	11	10	10	10	8	8	6	7	6	5	4	4	4	4	7	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	6	8	10	
4	Lara Croft GO	176	141	205	391	412					514	281	28	38	57	64	92	112	146	406												
5	Flightradar24 PRO	15	11	8	8	7	7	8	6	7	10	8	14	8	8	12	11	11	9	10	10	14	11	15	20	13	9	11	11	10	8	
6	Hitman GO	55	57	51	41	47	45	62	46	52	47	72	93	133	134	171	240	200	334	274	421	193	367	191	392	222	217	343			159	
7	Farming Simulator 16	40	32	25	15	19	20	24	22	21	24	28	24	28	31	34	35	32	26	27	28	39	34	30	31	33	37	44	40	44	52	
8	Afterlight	29	35	18	21	17	21	22	16	23	18	19	27	21	24	32	23	17	18	18	16	17	12	8	8	12	9	12	12	12	12	
9	Bridge Constructor	62	52	37	43	45	41	54	41	24	17	15	19	18	20	16	20	19	17	23	26	27	26	23	23	31	31	29	37	50	51	
10	Monument Valley	17	14	13	12	10	10	11	12	14	14	14	10	14	12	15	12	10	11	13	9	11	10	11	6	9	17	19	21	22	26	
11	Facetune	59	59	46	47	43	46	50	35	37	34	40	46	53	44	43	51	44	54	54	37	53	42	47	39	40	30	39	49	55	37	
12	Radardroid PRO	47	47	36	36	37	36	30	27	27	29	26	37	39	33	19	26	27	35	36	22	25	27	26	28	29	32	34	29	29	35	
13	Camera FV-5	25	26	21	30	29	29	38	42	31	26	29	35	36	40	48	40	40	37	41	50	51	32	27	30	22	27	22	23	26	30	
14	Scribblenauts Remix	24	17	17	14	14	14	10	9	9	13	10	18	17	18	21	16	14	20	15	19	18	19	10	11	14	14	12	24	15	20	
15	MONOPOLY Game	2	4	6	7	15	16	18	18	16	7	7	13	15	19	17	18	22	21	22	21	24	16	13	10	12	11	20	14	23	28	
16	EvoCreo	56	51	52	57	48	43	61	69	42	45	51	62	47	51	54	67	54	53	46	60	59	54	64	47	69	46	58	67	92	78	
17	Tabla de 7 minutos	52	34	22	18	13	19	20	25	35	20	24	29	24	28	28	30	24	29	28	23	26	29	31	26	16	10	13	13	24	23	
18	VivaVideo Pro: HD Video Editor	27	21	19	20	12	11	12	14	15	16	11	9	12	13	14	14	20	12	12	14	13	13	16	17	11	15	10	9	2	4	
19	Package Disabler PRO (Sam...	146	109	120	176	214	171	124	112	93	109	99	157	126	116	142	204	153	151	249	139	176	194	170	113	119	117	117	93	129	122	
20	Construction Simulator 2014	33	23	24	17	18	12	16	11	12	9	13	12	16	16	18	19	15	16	21	17	19	22	19	19	19	21	23	26	27	29	
21	SD Maid PRO - Desbloqueador	46	45	49	45	41	28	41	39	49	55	50	61	73	65	59	44	41	38	42	35	31	43	34	34	38	29	26	31	39	39	
22	True Skate	48	43	29	37	34	39	43	32	28	30	31	43	32	32	29	24	29	24	25	25	22	23	25	24	27	33	17	25	25	24	
23	Swype Keyboard	37	38	30	34	25	25	27	30	29	28	37	39	43	35	42	38	37	33	31	29	38	35	38	46	46	50	40	39	37	33	
24	Nova Launcher Prime	31	24	23	23	24	23	17	17	18	19	22	25	22	17	24	27	31	22	19	20	21	18	21	21	20	18	15	17	18	18	
25	Poweramp Full Version Unloc...	32	27	27	24	22	17	14	21	17	21	21	26	30	23	25	25	28	13	9	13	9	15	17	18	15	16	24	18	6	5	
26	Badoo Premium	35	33	31	5	23	24	19	15	13	15	16	11	11	15	13	21	25	19	17	16	17	12	14	7	6	8	8	10	13	17	
27	Colin McRae Rally	23	18	15	13	11	13	9	13	11	11	12	8	10	11	8	8	9	10	14	12	20	24	22	22	24	25	32	36	35	57	
28	Moon+ Reader Pro	117	125	121	177	170	249	80	97	85	97	78	116	116	79	88	63	123	135	93	114	106	114	176	215	168	94	78	91	80	85	
29	The Room	20	15	12	11	9	9	13	10	10	8	9	15	13	14	9	10	8	8	8	8	7	9	9	9	10	13	16	19	21	21	
30	Grand Theft Auto: San Andreas	44	42	29	32	35	27	26	36	28	25	22	27	31	25	26	33	26	27	34	31	45	39	35	33	37	34	28	34	42	31	
31	Avisador de Radares	54	58	58	55	44	64	48	45	59	71	65	106	68	75	66	43	50	58	56	36	40	33	53	40	39	41	38	53	49	53	
32	Torque Pro (OBD2 & Coche)	28	19	26	22	21	15	21	19	22	25	25	23	20	22	22	15	21	23	20	24	15	20	20	25	23	22	21	20	17	19	
33	Athletics 2: Summer Sports	149	193	146	131	139	228	153	176	188	154	160	153	197	256	232	296	365	222	310	251	240	186	127	198	116	132	129	151	163	259	
34	Link2SD Plus	39	48	35	32	28	33	25	29	32	31	30	30	27	36	38	37	36	36	33	32	29	25	28	32	28	28	37	27	34	34	
35	League of Stickman	6	7	4	4	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3	5	5	7	7	7	7	8	8	3	4	4	5	7	8	9	7	

		NOVIEMBRE																														
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
36	Backflip Madness	67	64	69	42	54	61	68	54	50	42	58	58	44	56	47	48	48	55	62	62	48	66	37	49	70	63	66	81	83	91	
37	Framed				509																											
38	Tomb Raider I	34	25	28	27	26	30	34	36	43	40	45	52	65	66	53	50	52	50	55	48	49	36	39	51	50	72	53	60	74	101	
39	Mi Band Tools	36	42	39	39	42	35	31	34	34	37	38	45	42	43	44	54	47	62	38	41	47	55	44	44	54	54	64	54	60	48	
40	Runtastic Mountain Bike Pro	73	61	90	92	122	99	79	84	78	54	52	49	64	62	69	77	86	89	69	63	66	58	67	74	59	74	102	138	93	82	
41	MarineTraffic ship positions	63	66	63	59	63	77	101	68	62	48	69	65	77	59	58	58	74	52	67	90	91	94	102	71	66	62	68	56	70	45	
42	Floatify Pro Unlocker	210	332	510	491	481	379	482		407	338	357	377		221	298	511	494	444	442	295	226	312	350	302	453	389	420		292		
43	ePSXe for Android	38	44	38	33	36	27	32	23	30	27	33	20	26	25	27	28	30	30	26	27	28	30	33	38	35	23	25	28	36	36	
44	Los Sims™ 3	78	62	71	52	58	58	65	56	68	49	46	63	51	54	52	56	68	73	72	75	84	79	71	77	74	119	83	88	87	63	
45	Guerra de cartas	44	40	43	28	40	54	77	53	61	38	57	87	56	58	41	34	35	39	44	34	35	46	40	48	60	67	67	79	76	66	
46	Lifeline	268	170	253	157	154	143	169	153	222	207	221	218	282	452	322		292	349		473				374	352	329	346	217	206	209	188
47	Detector de radares PRO	100	67	57	53	39	42	51	58	47	41	47	66	62	61	68	70	57	51	59	84	63	85	95	95	108	66	81	64	63	76	
48	Alarma de lluvia Plus	116	98	53	40	56	83	96	102	165	312	490			308						290	529		193	160	147	166	107	193	145	151	237
49	Avisador Radares - CamSam...	115	89	85	100	90	82	45	49	54	60	82	78	106	85	76	87	70	78	91	94	77	109	83	102	73	99	101	100	96	84	
50	CQPolicia 2	66	106	73	62	67	56	49	57	66	73	54	50	67	52	60	66	77	63	50	58	56	60	80	54	45	53	65	69	66	103	
51	SuperSU Pro	75	96	96	134	119	81	111	79	97	82	64	67	60	55	70	91	89	92	96	99	74	72	68	53	53	60	61	77	62	65	
52	World Conqueror 3																															
53	Football Manager Handheld...	99	101	150	147	180	235	230	152	203	147	95	144	113	128	138	135	128	165	137	142	210	347	378	333	197	280	308	250	430	425	
54	Need for Speed™ Most Wan...	1	1	5	9	20	22	23	20	20	35	36	32	40	48	51	49	53	56	51	59	54	61	50	50	57	65	69	59	75	87	
55	Worms 3	70	63	56	44	53	75	72	90	76	136	115	133	154	149	130	165	136	164	140	93	92	96	103	79	44	19	18	15	14	11	
56	Gastos Diarios Licencia	95	99	111	101	74	66	44	62	79	78	96	137	125	145	179	196	105	108	76	70	99	136	133	122	106	124	95	156	126	110	
57	Ultimate Guitar Tabs & Chords	148	142	153	142	162	162	171	139	186	247	236	281	209	164	309	360	169	297	415	103	205	279	147	179	192	111	103	94	84	77	
58	CamScanner (License)	69	56	65	50	46	34	39	44	33	43	32	38	29	34	35	42	49	43	29	42	33	45	45	45	36	44	31	35	43	41	
59	Tiempo En Vivo	30	22	16	16	16	18	15	24	26	32	43	57	49	72	65	72	67	85	85	96	79	77	63	62	51	68	88	76	67	90	
60	TeamSpeak 3	49	39	34	31	30	31	33	31	38	36	41	41	46	38	45	45	39	47	47	44	37	47	46	57	43	49	52	43	46	46	
61	Fruit Ninja	411	355	453	375	346	388	225	296	471	481	450		302	425	470	476	206	274	191	172	249	187	180	214	337	275	471	318		411	
62	Tasker	77	87	67	60	49	50	58	72	107	70	49	42	59	53	62	57		100	142	54	62	68	52	42	34	51	51	44	52	42	
63	Infinite Flight Simulator	126	113	105	126	140	144	142	115	103	101	139	152	235	118	134	102	88	153	118	127	195	309	148	135	130	109	114	116	122	127	
64	Titanium Backup PRO Key ★...	89	81	82	91	104	105	90	95	119	80	97	109	103	92	85	116	151	116	98	67	131	63	82	99	56	77	71	80	91	68	
65	Ingo: Frozen Karaoke	225	174	216	155	133	140	185	142	135	184		226	278	438	120	97	98	124	129	134	105	102	132	112	165	159	86	226	164		
66	Catán	101	136	133	70	50	65	85	96	120	76	105	72	109	176	127	99	133	149	135	103	81	113	101	84	115	89	87	120	146	133	
67	LEGO® Marvel™ Super Heroes	196	127	72	58	85	87	116	89	64	66	59	53	81	77	50	55	46	57	83	89	103	139	66	61	92	125	184	162	159	89	
68	BringGo Western Europe	76	78	75	83	59	57	46	47	53	62	48	51	54	69	56	60	56	61	61	45	61	53	51	76	64	81	60	52	58	64	
69	Five Nights at Freddy's 4	209	118	88	113	142	108	154	190	151	133	142	230	279	239	161	98	167	171	203	230	337	216	153	116	132	215	199	288	194	317	
70	WatchMaker Premium Watch...	90	73	62	105	62	44	47	48	48	46	44	47	41	46	36	47	60	46	37	46	41	52	54	37	58	57	73	75	59	56	
71	Root Explorer	60	53	66	72	64	48	42	55	58	59	56	44	45	47	46	39	38	40	52	49	55	64	86	96	57	55	57	70	64	83	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
72	Five Nights at Freddy's 2	92	94	79	79	86	91	126	169	86	98	119	70	94	94	74	73	73	72	101	106	143	101	91	64	77	87	90	110	99	102	
73	Grand Theft Auto: Vice City	94	65	141	77	79	100	78	61	89	69	53	79	90	67	71	59	62	60	66	52	71	81	57	88	91	92	84	101	104	123	
74	Five Nights at Freddy's	72	77	76	74	75	76	92	64	46	52	62	94	83	73	63	62	45	71	75	61	72	86	73	82	71	64	63	83	65	73	
75	Photo Studio PRO	113	71	61	73	83	90	130	132	206	326	354	246	204	227	105	71	93	91	79	104	116	170	206	218	186	331	258	320	199	130	
76	Licencia ACR	58	85	68	56	35	37	35	33	39	39	42	33	34	37	37	52	51	44	39	40	32	49	48	43	42	36	36	48	68	61	
77	Real Drift Car Racing	84	108	89	90	61	53	89	94	55	56	61	55	58	50	57	64	59	41	48	56	58	75	87	83	76	79	93	82	77	70	
78	Toca Lab	293	374	283	480	263	197	337	158	121	141	131	126	139	150	132	199	177	283	323	260	154	204	150	308	190	142	212	200	138	80	
79	Manual Camera	129	84	156	168	199	285	288	408				463	281	405	374		456	456	277	262	253	353	416	371	104	2	1	1	1	1	
80	Garmin ANT + Watch Uploader...												360	425	316								463									
81	Kingdom Rush Origins	144	111	188	171	221	278	176	121	174	160	89	123	141	217	148	207	150	159	138	91	104	92	75	85	83	102	98	127	57	60	
82	Age of Zombies	204	194	336	322	264	424	310		381	318	351	193	262	312	216	293	148	264	192	307	250	195	179	283	227	289	231	174	264	346	
83	Stellarium Mobile Planetario	103	126	144	189	165	184	128	116	108	113	80	113	88	107	89	103	113	74	110	184	68	87	166	151	212	143	198	228	161	114	
84	Greenify (Donation Packa	80	128	114	102	65	71	99	91	102	89	98	68	80	130	94	96	124	138	86	82	90	80	115	89	107	95	127	144	97	135	
85	AccuWeather Platinum	233	217	309	249	188	314	338	283	365	295	158	237	272	238	295	205	237	189	338	246	298	134	134	80	88	90	173	165	172	201	
86	Cinema FV-5	141	133	113	93	120	172	111	113	118	140	104	107	86	110	113	101	69	95	104	79	80	95	110	93	79	110	110	78	89	112	
87	The Room Two	51	49	41	29	32	32	28	26	19	23	23	17	19	21	20	22	13	15	16	15	23	21	24	29	25	24	27	41	51	40	
88	Geocaching Classic		388	301	392		483	454	450	185	187	248	352	502	419	305	434	286	464						329							
89	Goat Simulator	168	75	98	110	108	146	203	265	227	246	444	313	219	293	172	143	91	105	114	133	124	71	69	70	84	114	144	85	115	129	
90	TouchRetouch	427	197	181	164	217	211	300	171	259	209	360	220	386	280	228	234	219	166	239	254	223	390	415	450			302		204	254	
91	Hitman: Sniper	467	298		374	326	426		388	439	442	255	261	426		368		86	107	116	117	199	234	205	298	341	182	107	148	99	69	
92	tinyCam Monitor PRO	231	188	242	204	200	175	131	163	139	190	170	209	258	251	202	389	307	267	248	224	220	396	230	168	193	130	247	204	145	69	
93	FBReader Premium	109	92	70	80	91	104	132	117	182	352	262	201	186	131	143	124	152	127	121	111	119	147	144	152	99	146	178	146	147	147	
94	XPERIA™ Black Steel Theme	519	519	381	460	352	397		512							384							320	425								
95	Exploration	127	176	182	162	186	125	155	138	113	75	79	85	87	115	110	122	208	308	255	153	187	205	111	128	141	181	292	222	180	193	
96	Camera ZOOM FX Premium	403	229	276	344	483	411	217	191	229	188	127	154	166	218	150	214	158	181	309	236	284	253	258	276	436	384		503	208	164	
97	WeatherPRO	205	267	190	240	230	151	29	38	51	57	66	69	76	137	169	231	308	120	158	221	158	129	201	201	363	277	192	271	273	211	
98	µTorrent® Pro - Torrent App	172	243	169	155	93	115	148	160	171	177	90	88	107	88	81	74	107	122	112	73	89	88	84	136	78	84	92	63	90	115	
99	Moorhuhn Deluxe- Crazy Ch...																															
100	Machinarium	183	107	139	89	107	74	67	86	84	72	87	92	127	148	125	80	100	152	184	222	139	122	164	121	206	267	259	307	277	375	
101	Lego Batman: Beyond...	319	376	340	428	451	394		486	433	240	279	442				271														501	180
102	Lego Star Wars: TCS	180	149	106	84	78	63	73	52	41	63	70	86	130	123	131	178	72	93	124	187	170	121	59	68	89	85	80	136	94	92	
103	Automatic Call Recorder...	83	70	125	130	102	55	75	88	94	104	76	59	57	70	77	61	61	45	58	64	52	51	76	104	101	100	72	73	71	94	
104	Akinator the Genie	191	151	152	127	97	93	97	166	95	81	92	125	100	117	106	114	137	106	105	198	242	282	351	172	180	327	76	117	130	81	
105	LocalizaTodo	79	97	142	99	133	118	120	126	191	162	111	167	176	129	156	259	163	188	106	108	140	238	141	220	102	207	176	176	153	116	
106	Xperia Disney Mickey NY The...	81	93	93	103	77	80	81	78	130	115	101	84	119	192	248	353	521					122	117	207	168	195	267	357			
107	DiskDigger Pro file recov...	138	209	199	190	126	165	193	245	228	220	271	265	321	525	217	307	370	212	78	102	121	175	219	90	100	121	120	108	120	160	



nº	Título de aplicación	NOVIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
108	SpongeBob Moves In	314	235	168	180	181	451	474	386	384	285	286						495		455	379			334	484	525				411	520			
109	iParadox - Alarm Control	50	69	94	81	57	47	52	40	69	88	73	48	48	39	55	65	81	48	45	38	43	28	49	63	48	43	35	33	31	50			
110	Xperia Minnie Mouse...	14	20	33	48	71	110	137	278	330							392	481	281	430	398	376							240	360				
111	Teacher's Notebook	242	350		485	369	338	444																			417	437						
112	Pocket Casts	118	120	118	61	70	84	69	80	92	67	86	97	70	95	158	153	125	94	102	110	102	91	106	114	135	108	116	109	105	109			
113	IP Cam Viewer PLUS	200	305	255	160	98	102	159	167	169	259	166	173	151	210	87	112	139	109	109	132	108	218	363	285	179	258	137	208	113	173			
114	Windfinder Pro	165	195	171	200	141	174	240	188	175	320	205	347	365		273	302	496		528			284	239	252	283	234	277	111	121	139			
115	Vector Full	136	82	99	88	121	97	112	147	90	91	110	115	163	203	116	158	94	90	159	98	120	104	123	98	87	69	94	105	114	111			
116	Weather Timeline - Fore...	169	140	203	167	171	233	208	145	163	159	225	155	203	121	159	181	127	110	99	145	107	200	93	81	86	73	89	68	72	67			
117	MI Band Notify PRO																																	
118	Sonic The Hedgehog	158	112	130	94	105	137	133	100	164	102	124	124	150	102	124	127	114	142	183	179	163	166	256	273	307	262	250	327		292			
119	QuitNow! PRO - Stop smo...	112	80	102	96	100	134	136	207	224	282	336		498	281	338		526	470															
120	Sleep Cycle alarm clock	202	232	227	104	106	72	106	119	127	114	84	100	79	114	133	144	172	103	108	141	113	69	124	101	147	127	143	114	143	131			
121	Runtastic Pedometer PRO	187	189	208	247	245	242	127	127	134	144	138	187	214	159	139	208	226	269	147	204	270	332	282	346	265	198	180	316	249	325			
122	Clockwork Tales (Full)																				116	117	194	301	242	216	321							
123	Monopoly Millionaire	55	54	46	51	52	53	59	67	53	68	56	55	63	79	88	78	79	115	168	141	138	109	66	72	52	62	71	54	43	47			
124	Bloons TD 5	201	198	207	350	279	255	257	307	286	385	188	205	180	202	129	90	102	126	197	175	147	159	168	249	223	221	189	261	202	124			
125	Trazado de tubería El Tub...	281	295	251	320	357	247	102	106	96	123	123	114	114	100	109	141	170	168	141	203	165	111	119	124	90	155	122	153	154	119			
126	Build Battle: Mini game	325		273	305	348	371		269	260	272	451		268	325	237	167	146	247	196	319	425	313	430	212	187	253	279	291	334	378			
127	Odyssey Watch Face	399	481	394	419		290	356	140	189	253	268	228	162	104	114	126	115	113	151	188	258	228	251	460	208	273	240	214	136	169			
128	Fingerprint Aplock Pro																																	
129	Draw a Stickman: EPIC 2			299	398		349	391	299	493						440	280	228	216	361	448									453				
130	ownCloud	120	134	151	173	150	190	87	108	177	213	145	81	105	86	75	109	144	143	163	109	126	93	158	171	143	112	222	148	189	153			
131	Toca Hair Salon 2	336	312	334	329	532	332		490	277	390	299	480					372	472					404	224	262	242	212	211	243	139	75		
132	Oddworld: Stranger's Wra...	240	212	180	143	145	168	189	277	201	185	254	147	137	166	128	108	103	148	157	115	123	154	79	109	121	148	170	139	250	219			
133	Bridge Constructor Playgr...	492	356		337	151	266	250	288	211	156	134	150	196	194	302	263	275	328	379	363	232	295	527										
134	SpongeBob's Game Fren...																																	
135	Turbo Booster PRO	107	130	140	146	110	112	83	66	82	87	102	121	124	113	218	206	198	163	222	333	218	268	474										
136	DigiCal+ Calendar	276	316	397	192	197	274	265	303	347	278	136	182	187	311	315	345	377	327	289	166	153	288	165	145	199	220	280	62	38	55			
137	Chrooma Live Wallpaper																																	
138	Tour de France 2015 - Th...		433										423		397	424			404															
139	CN Superstar Soccer	219	254	239	208	322	460	293	229	420	339	374	372	283	182	265	317	231	273	407				484								353		
140	Rayman Jungle Run	131	204	158	198	286	236	262			454	339		378		194	370	242	295	318	472	230	342	184	189	247	359	324	203	213	465			
141	Xperia Donald Duck T...	16	28	44	69	95	155	350																										
142	MoneyWiz 2 - Personal F...	270	466				537	522		535																				191	119	198		
143	Threema	304	228	259	139	146	138	146	159	117	117	203	231	215	219	277	285	196	96	117	107	150	161	178	146	149	254	186	225	215	236			

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
144	djay 2	181	146	194	222	211	149	143	179	187	316	312	338	220	204	191	147	157	195	177	180	114	156	190	177	221	249	441	210	253	355	
145	DragonBox Algebra 5+	296	514	481	373			358			283	344	539	201	141	145	169	140	182	270	382			458		82	105	111	134	103	136	
146	Out There: Edition																															
147	SyncMyTracks	132	160	371	310	262	194	255	427	425	172	128	139	118	196	145	131	215	193	161	182	299	254	175	170	191	151	152	115	112	149	
148	Test Vigilante de Seguridad	177	306	468	234	166	153	162	189	111	166	88	71	52	71	92	82	82	82	60	57	65	50	81	103	80	123	209	102	234	388	
149	StealthApp PRO for What...																															
150	Aworded Crack (Ad free)	249	164	170	150	172	140	163	105	138	164	217	148	78	84	93	93	116	98	81	101	178	178	125	143	136	193	165	140	109	182	
151	4EDU Teacher's Gradebo...	453	440		421				508																							
152	Table Tennis Touch	255	216	115	106	84	68	56	85	65	93	103	75	89	98	103	110	138	101	146	191	111	89	89	149	231	306	393	396	513	437	
153	Alos - Icon Pack																															
154	WifiAccess WPS WPA WP...	134	159	163	197	187	241	226	218	252	355	527	374	346	231	280	311	323	337	210	283	133	192	278	199	308	227	208	325	306	401	
155	Toca Life: City	341	425	425	290	361	358		227	104	106	146	168	173	133	160	160	111	194	230	323	267	135	92	87	144	98	82	143	142	95	
156	WRC The Official Game	160	236	258	214	343	343	371	150	167	124	163	145	225	170	203	348	404	302	527	430	256	465	260	206	273		310	265	315		
157	BubbleUPnP UPnP/DLNA...	432	278	176	223	255	298	332	339	202	208	231	278	419	200	340	301	160	157	211	154	130	126	120	110	96	133	125	175	297	162	
158	Xperia Daisy Duck The...	21	30	48	48	67	123	179	221	232	250	199	323	249	296	467	458	350	267	310	352	527	413				299	377	229	478	443	
159	Do Not Believe His Lies																			496												
160	ProShot	324	320	199	277	270	390	342	207	237	313	267	436	365																285	372	179
161	The Amazing Spider-Man 2	157	173	222	241	231	167	194	314	218	95	174	202	134	125	205	157	185	178	220	270	453	222	202	163	171	218	265	383		393	
162	My Alarm Clock	45	46	55	51	52	59	59	51	100	85	93	54	61	64	67	89	106	119	89	136	134	137	96	142	151	162	119	152	166	134	
163	WolframAlpha	65	60	81	78	89	85	119	82	73	84	94	101	97	76	82	83	83	64	49	53	42	56	65	67	68	75	79	92	102	137	
164	llauncher	208	150	154	141	165	188	160	162	198	216	202	165	167	233	178	151	223	213	186	214	183	262	182	164	139	136	150	112	134	203	
165	The Bard's Tale	74	121	145	108	129	101	66	65	75	68	63	74	85	103	73	81	63	87	94	78	100	125	121	118	201	138	149	247	382	141	
166	Call Recorder Pro	222	279	234	257	241	177	175	238	276	314	473	412	458	363	308	393	434	232	297	157	149	219	371	361	377	281	213	224	233	189	
167	Ireal Pro MusicBook-Play...	68	68	78	76	66	67	95	63	71	61	55	73	111	74	78	79	95	84	77	69	94	117	99	141	157	88	55	61	86	72	
168	Osmos HD	188	157	136	156	113	154	167	246	162	130	193	104	142	156	121	106	104	88	111	112	132	184	169	111	122	135	194	155	197	281	
169	Heidi: Alpine Adventure	281	452	437	427						370																					
170	Latin Chords (LaCuerda...	162	90	84	71	69	94	86	99	74	86	85	105	128	165	104	105	65	81	70	71	60	84	107	150	134	150	106	126	123	152	
171	VHS Camera Recorder					540					473	462	317																			
172	Age of Civilizations	57	54	47	49	55	49	64	70	63	51	60	82	50	68	84	78	75	65	71	66	50	37	36	41	49	47	50	51	69	79	
173	Very Bad Company																															
174	Vext Keyboard																															
175	Playtime with Blaze	198	364	109	112	118	147	228	252	343	301	399	254	337	153	233	220	96	158	195	176	255	105	152	100	124	158	164	164	235	232	
176	Cameringo+Effets Came...	193	175	157	154	178	282	299	334	318	183	233	297	263	315	274	356	453	336	394		234	176	225	200	251	182	99	141	206	205	
177	Plants vs. Zombies	128	104	83	64	81	88	125	111	72	79	106	95	92	122	72	69	55	80	80	68	73	78	72	55	75	113	107	86	100	155	
178	Facer Watch Faces Android...	127	214	126	235	216	312	220	233	235	210	154	120	102	82	111	100	122	104	63	72	76	67	78	75	113	149	77	65	81	108	
179	ai.type keyboard Plus + Em...	396	276	191	202	169	199	115	120	122	137	133	217	238	235	240	324	244	239	223	76	69	98	88	97	81	83	59	38	48	59	

nº	Título de aplicación	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
180	The Dark Knight Rises	195	186	232	179	274	148	277	242	241	193	181	166	194	234	190	166	214	140	266	354	262	164	266	254	137	246	177	290	167	145	
181	Xperia Goofy Theme	19	19	31	50	75	96	169	238																							
182	Autoescuela Móvil - Test...	315	422	413	340	302	387	366	201	305	391	196	171	207	237	241	399	294	225	245	143	174	256	271	251	220	260	328	205	286	357	
183	Motosport Manager	124	105	137	95	103	121	118	92	87	103	117	103	98	78	80	113	92	115	68	65	87	112	104	167	161	106	187	221	131	100	
184	PewDiePie: Legend of Brofist	130	184	167	226	335	159	144	151	154	182	264	213	372	403	431	497	523					319		489	190	370	516	243	528		
185	Dr. Panda's Carnival	145	95	97	133	163	229	390	260	190	151	261	290	239	282	207	190	305	306	333	201	348	281	185	350	174	305	326	192	370		
186	The Photographer's Ephemeris	501			355		514	507	276	268	485	212	341	140	253	198	266	311	331	474	497	431	478	359	248	203	192	169	173	229	321	
187	Dark Echo	174	116	124	233	202	161	197	123	155	221	213	203	185	205	165	242	211	190	176	299	319	285	277	222	294	465	414	409	433		
188	eBolets CATALUNYA	244	329	383	334	292	270	253	262	245	308	320	343	384	408				355		83	129	120	231	330	405	476					
189	Sumotori Dreams	140	147	117	123	148	205	187	143	180	152	108	90	108	119	91	84	80	97	92	88	93	70	97	92	95	160	201	306	278	174	
190	Pixel Z - Unturned day		458			487				389	464															408	424	307	520	321	400	
191	Grim Tales: Bloody Mary...																															
192	Muffin Icon Pack																															
193	Paper Camera	119	86	80	66	82	92	134	104	145	121	109	89	84	90	100	95	85	102	95	92	137	151	98	115	159	195	200	315	325	448	
194	aCalendar+ Calendar & Tasks	91	103	147	117	101	98	70	103	124	161	207	248	240	139	225	192	346	326	263	185	236	110	140	138	153	118	147	184	158	245	
195	Xperia Mickey Mouse Theme	5	5	11	19	33	51	88	187	480												373	404									
196	Carcassonne	260	271	212	299	193	234	291	271	435	200	201	175	301	265	318	294	264	330		465	462	369	283	260	419	340	450	370	227	209	
197	Grand Theft Auto III	182	238	160	283	370	227	286	346	309	157	169	185	241	189	174	161	130	192	306	393	378	418	183	253	248	372	353	518	468		
198	Smart Launcher Pro 3	309	538	310	348	284	145	108	174	123	139	152	142	135	171	153	121	164	121	122	124	95	158	155	127	148	188	97	96	33	32	
199	OruxMaps Donate	133	117	148	138	182	122	185	134	136	125	156	77	82	80	86	86	76	83	120	199	192	198	289	387	406	304	172	135	201	113	
200	The Survivor: Rusty Forest	171	183	240	258	304	224	306	340	404	260	305	335		353	383	435	361	293	206	137	166	183	137	178	154	180	183	168	246	226	
201	Sixaxis Controller	104	156	92	97	73	96	93	98	99	146	100	91	115	89	97	76	79	107	144	113	97	190	156	94	97	120	115	142	117	120	
202	iFelix-WOLF																															
203	LIMBO	277	283	175	228	267	295	315	342	196	302	481	301	508	321	361	340	405	291	495	294	269	245	261	257	196	309	248	410		385	
204	Hook															515		503	481													
205	Smart Tools			326	333	379	402	423	416	256	377	287	479		226	310	404	436		358	218	316	509	493			301	399	311	303		
206	Weather Weatherback Pro...																									532	532					
207	Swords of Anima	388		411																												
208	GTA: Chinatown Wars			367	447	340	390			390	212	285	337	184	252	279	330						374	318	302	281	198	196	249	212	176	351
209	Truck Simulator PRO 2016	111	143	91	86	76	89	60	60	80	99	132	174	198	220	406	252	155	180	236	259	390	261	497	536	511	259	254	305	271	262	
210	Bike Race Pro by T.F. Games	159	163	131	144	232	207	227	184	115	165	135	216	146	169	154	152	97	137	134	128	188	108	154	197	238	206	354	490	529	379	
211	My Personal Agenda Pro	438	282	403	440	179	182	209	251	239	288	297	346		287	526			223	185	164	311	240	301	263	317	361	410				
212	Xperia Mickey AR Effect	9	9	9	5	3	3	4	5	5	6	6	5	5	6	6	7	5	6	6	6	6	7	8	12	7	7	5	7	11	13	
213	MushtoolPro - Mushroom	102	102	86	118	87	86	94	77	81	90	91	102	96	109	90	104	134	123	133	240	268	330	413	326							
214	Real Steel	215	153	221	182	192	324	262	183	166	173	173	132	205	120	155	183	222	254	317	428	460	473	388	475	439	238	423	402	303	397	
215	Carnegeeddon	82	110	100	128	99	123	100	107	137	138	168	136	188	161	176	146	291	303	231	281	225	150	157	123	150	86	151	118	181	208	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
216	Photo Lab PRO Photo Editor!	96	88	104	115	147	141	181	197	274	142	112	134	183	183	164	270	131	125	128	126	109	83	113	154	118	134	155	119	32	16	
217	Enigmatis 2 (Full)								442		378	317		346	418		266	199	359	349	286	273	255	305	510		505	527				
218	Galaxy Universal Remote	164	165	107	175	174	120	82	129	91	122	164	164	156	138	197	145	135	155	192	125	155	263	255	335	350	352	299	375			
219	Setas Setamania PRO	98	132	138	124	111	126	170	186	129	110	126	119	149	93	95	177	162	167	221	158	198	174	136	209	252	272	430		426		
220	Tiny Guardians																															
221	Psicotécnicos Tropa	135	200	265	161	156	191	103	71	110	134	74	83	95	96	187	171	156	128	131	192	202	131	205	137	98	82	113	84	141	176	
222	Dead Space	13	16	40	98	386	389	453	321	448																			398	517		
223	Contre Jour	18	36	64	165	240	325	273	435																							
224	Power Ping Pong	8	12	20	54	116	124	135	135	209	277	322	215	288	272	266	344	522														
225	Incredible Jack	10	13	14	26	31	38	37	43	45	65	75	80	71	83	83	75	71	68	88	95	75	90	70	60	63	80	134	186	177	217	
226	Fleece Lightning	22	41	74	136	205	331	333	384	296																						
227	Robbery Bob 2: Double Tro...	26	37	59	125	210	213	224	287	352	437	415																		314		
228	In Fear I Trust	23	72	116	215	251	258	158	172	132	145	191	269	229	299	332	253	497		353												
229	Skymaster Pilot Watch Face	61	76	87	111	109	114	74	101	60	83	107	112	101	91	119	138	143	66	65	85	82	65	60	69	114	139	148	132	162	148	
230	Minecraft: Story Mode	7	8	7	6	6	6	7	8	8	12	20	21	23	27	23	17	18	25	30	30	36	38	29	27	30	35	33	30	28	15	
231	NBA 2K16	114	167	164	132	153	127	121	109	112	129	151	191	164	106	175	107	108	112	148	148	168	217	240	325	515		365	181	173	280	
232	Audials Radio Pro	407	287	401	345	501		538		358																				30	25	
233	Delicious - Childhood Mem...	110	100	103	65	112	117	109	83	83	92	122	111	122	140	168	133	180	210	164	292	309	350	245	334	262	450		337	291	235	
234	Wifi Solver FDTD								489								134	313	245	377	502											
235	BMX Streets: Mobile	477	465	539			489	533			422	424	402			503	501							431	524	511	476					
236	48H Open House BCN 2015	166	526																													
237	Prune	64	91	101	107	114	113	129	142	106	148	121	158	172	157	149	289	423	396	405	231	436					128	91	113	40	54	
238	Retrorika Icon Pack	108	161	297	332	266	459	343	330	307	516		380	411		380	471	356	214	298	315	259	162	197	211	264	219	270	183	380	309	
239	KnockOn Pro Unlocker	248	215	329	331	226	281	441																								
240	Gear Fit File Manager	156	168	241	203	215	223	147	148	184	186	198	130	159	152	224	172	253	174	130	130	115	118	117	133	173	208	112	128	155	98	
241	Trick Shot	173	226	488	313	538	513	501								354		249	410	402	357	539										
242	Hmmsim 2 - Train Simulator	161	155	112	172	175	183	183	224	226	250	232	362	373	236	204	179	224	201	187	149	286	231	447	322	176	324	532		527		
243	Tomb Raider II	12	6	3	3	4	4	3	3	4	3	5	6	7	10	10	9	12	14	11	11	12	14	18	16	17	20	14	16	19	22	
244	Doom & Destiny	71	79	60	63	60	60	63	73	70	74	83	98	91	81	112	115	101	67	87	87	88	82	85	91	94	122	174	197	247	206	
245	Fairy Tale Mysteries 2 (Full)	86	83	95	114	88	73	114	155	208	351	319	364	463												508	164	204	196	255	242	
246	Elder Sign: Omens	85	123	108	122	92	79	139	181	219	274	408																	142	125	108	204
247	Call of Duty Black Ops Zom...																															
248	TwoNav GPS: Premium	97	137	143	149	160	202	252	258	251	178	210	263	112	174	136	139	126	144	228	171	231	124	212	162	152	156	218	189	212	183	
249	Lucky Block Halloween	105	119	77	82	115	135	168	206	325						522																
250	Kingdom Rush Frontiers	143	129	128	120	80	62	55	75	57	94	71	64	72	60	61	53	64	49	53	51	64	62	74	73	93	101	190	133	165	172	
251	Grim Legends 2 (Full)	153	115	119	85	94	78	107	122	214	328	523																				



FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
288	Easy Voice Recorder Pro	337	191	162	199	149	131	104	154	253	189	144	181	145	214	328	326	234	233	294	205	214	208	216	230	366	266	196	46	41	38	
289	Unified Remote Full	263	237	201	229	249	327	245	250	326	228	393	353		506	443	318	243	204	235	183	175	76	32	13	26	39	42	55	61	86	
290	n7player Music Player Unlo...	502	471			516	470	501	508						388	432	309	179	261	366							363	363	89	20	27	
291	Doom 3: BFG Edition																										205	108	95	107	88	
292	Pujie Black Watch Face	142	179	185	218	189	156	198	177	131	111	165	172	110	112	101	123	159	183	113	152	144	146	151	105	129	103	132	97	133	105	
293	Audials Radio Pro	407	287	401	345	501		538		358																				30	25	28
294	Shiver: Lily's Requiem (Full)																													161	78	126
295	Toca Nature			466	393	325	499	317	345	402	201	359	283	251	247	301	269	262	342	280	250	312	358	235	319	253	145	109	106	85	62	
296	Bus Pucela Pro Valladolid																														106	97
297	ES File Explorer/Manager P...																															
298	Door Kickers															242	249	464	411	397	383		508						251	211	199	
299	Football Manager Mobile 2016																					118	10	6	4	3	3	4	4	4	5	6
300	GalleryVault Pro Key	472								357											489					413	418	318	538		223	
301	Nucleo UI - Icon Pack									403	344	269	311	334	376	235	247	221	268	232	265	233	300	276	181	304	157	291	185	160	142	
302	Pujie Black Watch Face	142	179	185	218	189	165	198	177	131	111	165	172	110	112	101	123	159	183	113	152	144	146	151	105	129	103	132	97	133	105	
303	Today Calendar Pro																															
304	Calendar Widget (key)	207	292	454		530	526	364	469	488		276	267	254	254	243	415	241	391											527	347	446
305	WomanLog Pro Calendar	287	326	396	170	203	204	179	225	264	167	147	179	129	158	144	241	202	250	123	165	185	243	385	232	156	226	282	352	224	313	
306	Final Fantasy IV		385	475		433																504					345	445	104	132	107	
307	Ambar's Fate - The Gameboo...	507	377	497	484	458				319		343	235	233	188	173	245	233	340	363								425		290	185	
308	GPS navigation & Traffic Syg...	289	507	431	488	414	323	258	369	314	258	315	487	492	270	221	223	238	290	279	297	455			291	522	432	191	202	170	143	
309	Agenda 2016 Pro																	459	253	324	325	162	244	299	269	205	194	168	227	387	386	
310	Leo's Fortune		448	248	317	371	527	462	466	183	181	310	444	312	365	250	306	429		493	341	402		472	531	505				127	125	
311	VideoShow Pro - Video Editor	150	219	219	310	130	180	205	141	179	143	194	198	171	160	117	130	87	111	90	80	86	99	116	106	123	126	124	123	184	157	
312	San Juan					137	126	171	72	94	169	168	343	501																		
313	MX Player Pro	252	166	272	195	239	187	289	213	242	194	186	242	165	155	276	246	330	341	366			371	412	210	239	235	229	234	219	217	324
314	Xperia Frozen Dancing Th...																															
315	M&M Clash of Heroes																					523					443					
316	Christmas Live Wallpaper Full														356	436	448	168	345	255	145	279	186	322	400	304	341	299	255	332	200	233
317	AndroVid Pro Video Editor	151	162	189	140	161	176	280	304	223	416	116	160	158	144	195	257	297	286	215	235	156	169	131	125	127	140	141	121	144	181	
318	Last Horizon																								290	368	373	169	241	281	319	231
319	iPoe Collection Vol. 1																															
320	Apprende l'Anglais	466		419	365	404									536	344	419	451	317	518	441	418	333	309	373		444			451		
321	Christmas: Puss in Boots Full																															
322	pCars Dash																															
323	Terraria	220	290	226	277	212	339	206	267	178	206	258	399	190	284	255	351	254	385	281	492	421					240	197	272	229	135	118

nº	Título de aplicación	NOVIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
324	Materialistik Icon Pack	379	145	307	259	309	265	307	248	507	345		484	264	349		213	433	221	172	195	201	197	149	282	290	248	300	249	326	244	
325	Catequesis Las Tablas																															
326	OsmAnd Contour lines plug...							463	359	345	412	375	382		362	419					292	511			519			377	293	364	243	
327	Xperia Mickey Winter Theme																															
328	Lotería de Navidad pro												381	460				395			516				338			399	180	279	264	
329	Modern Combat 4: Zero Hour	262	205	214	292	243	283	405	202	395	252	239	393	144	178	246	286	273	397	273	348	227	306	213	234	126	241	267	312	491	352	
330	Amaranthine: Torment (Full)																															
331	WWE 2K		363	341	219	280	447	404		278	280	227	163	217	263	366	136	189	160	149	200	245	255	177	175	241	178	130	182	232	156	
332	Scribblenauts Unlimited																															
333	In Between	414	180	211	166	253	259	347	519																							
334	Hide Read for Whatsapp																															
335	Peter Moorhead's Murder																															
336	Final Fantasy VI	486					472	370	422				365	489								490				357	415	532	336	217	268	476
337	Little Inferno			293	311	378	380	285	324	230	174	237	188	306	255	196	216	121	215	202	151	212	167	250	461	385		359	292			
338	Dokuro																															
339	XCOM: Enemy Within							290	533			380													517							
340	Chrono Trigger										537		405	439	440																	
341	Metal Slug	317		449	512	227	400	390		494	382	387		515	487	494	235	234	287	181	257	387	390	443	138	167	244	274	428			
342	Baldur's Gate Enhanced Ed...	125	135	132	129	138	136	164	215	266	348	137	257	237	296	323	504	145	246	282	302	456			504	516	201	406	279	331	370	
343	Baldur's Gate II	199	247	351	494	418	422	303							413	455	489	504		367		512	483	529	287	325	367	373		195	310	
344	Ravensburger Puzzle																															
345	Table Top Racing Premium				443	476	335	198	279	249	282	253	401			530								249	277	245	283	158	207	348	187	
346	Civilization Revolution 2	449	288	166	309	317	315	339	347	410		475		385	430	449	470	489	448	429	238	247	226	244	309	313	326	369	283		368	
347	Star Wars Pinball 4	481	313		330	288	464	408	426	473	360	412	436	424	437	446						423	453	454								
348	My Talking Pet																													329	409	461
349	Urmun - Icon Pack																															
350	Fernanfloo																															
351	Castle of Illusion	211	251	286	354	298	253	243	144	126	107	159	140	160	201	108	142	147	130	125	120	161	191	139	213	172	141	221	137	258	202	
352	Riptide GP2																															
353	Joe Danger																							307	166	301	416		423			
354	Star Walk - Astronomy Guide	382	475	305	387	535																										
355	Aerofly 2 Flight Simulator													501				474			509	341	402	329	305	338	480	429	432			
356	Splendor																															
357	Password manager SafeInc...		521				448																	466		517		526	487			
358	Goat Simulator GoatZ		380	306	315	350	512		492	524					516						483											
359	Small World 2																															

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	NOVIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
360	Ticket to Ride																					426	428			400		479						
361	NBA JAM by EA SPORTS	421	508	335	185	308	321	344	364	238	202	288	149	208	208	253	162	261	360	396		466	456	394	454	430	413		356	414	498			
362	Icewind Dale: Enhanced Editi...			357	359																							482						
363	GPS Status PRO - (legacy k...	271	456							205	393	306	150	156	153	173	122	176	161	208	265	399			259	227	315	174	309	235	226	121		
364	Surgeon Simulator		346	346	409						311		513			508	211	349	348	530	423			499	407	466	458	414		506	510	222		
365	Worms 2: Armageddon	328	418	263	250	301	417	322	385	216	440	326	531	344	310	532		446						403	345	266	296	329	256	223	418	249		
366	Taco Mensajero 2016	418	369			539	275	264	328		488	434		390	456	479	465	280	446	233	408			461	489	530	467	497	475			227		
367	Goolors Elipse - icon Pack		463																															
368	Angry Birds Star Wars II	323	249	438	194	347	346	196	326	378	392			398	358													298	268	246	237	320		
369	Dude, your car!																																	
370	edjing PRO - Music DJ mixer	515	490	400	288	453	446		365	316	229	309	327	513	424				422	440	336	523			265	129	185	228	347	246	378			
371	Pulsar Music Player Pro																																	



nº	Título de aplicación	DICIEMBRE																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	Geometry Dash	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	5	7	7	7	7	7	7	9	9	6	6	4	5	4	4	3
2	Minecraft: Pocket edition	2	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	5	5	5	6	6	4	5	5	5	2	2	2	2	2	
3	Runtastic PRO Running, Fit...	7	8	11	11	11	12	12	8	8	8	8	10	9	7	8	8	9	8	10	12	10	15	17	26	29	22	20	19	18	17	21
4	Lara Croft GO	11	12	14	17	21	27	31	46	51	64	62	52	50	68	48	54	58	72	11	5	5	5	6	4	4	4	7	4	5	5	4
5	Flightradar24 PRO	10	9	10	10	13	10	10	10	14	15	15	12	12	12	11	9	11	12	9	13	11	12	16	19	20	20	24	21	19	21	26
6	Hitman GO	213	299	339	254	191	197	166	129	189	242	284	404	133	183	184	191	290	272	147	240	319	40	25	12	14	12	11	11	10	12	16
7	Farming Simulator 16	56	49	60	56	51	58	54	55	41	36	50	38	39	38	39	46	46	57	53	75	57	34	44	63	66	63	55	59	53	50	44
8	Afterlight	13	13	13	18	17	17	14	13	13	12	12	18	16	14	14	14	15	17	20	19	20	23	26	37	43	39	32	22	24	28	28
9	Bridge Constructor	54	10	4	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	5	6	19	20	26	32	35	44	61	68	76	101	111	119	156	144	124
10	Monument Valley	37	38	35	13	8	6	5	5	6	6	7	8	10	10	10	11	14	15	17	16	16	19	24	31	27	19	16	16	16	20	20
11	Facetune	36	35	44	48	47	40	39	53	36	33	35	43	43	36	52	48	51	43	52	57	50	62	54	72	75	62	52	42	55	53	56
12	Radardroid PRO	33	30	34	35	25	19	29	30	30	24	24	32	48	44	50	38	33	32	36	34	33	30	40	49	48	54	59	67	54	55	53
13	Camera FV-5	25	28	23	25	26	34	25	31	28	29	29	37	27	30	25	28	39	40	33	36	47	38	51	51	52	49	50	46	49	55	
14	Scribblenauts Remix	18	20	24	27	19	22	26	17	17	19	19	25	21	23	19	18	23	25	24	20	18	21	28	32	31	32	40	46	43	58	42
15	MONOPOLY Game	21	25	30	22	27	20	21	21	18	20	20	21	22	22	18	22	24	27	23	22	24	26	29	40	38	45	37	32	29	31	34
16	EvoCreo	91	67	73	60	80	78	113	128	136	118	117	80	120	93	112	124	84	60	107	155	98	122	168	115	124	103	107	73	100	88	88
17	Tabla de 7 minutos	15	15	15	12	14	14	15	11	12	13	13	17	18	18	16	21	26	42	47	66	125	218	338	411					299	266	224
18	VivaVideo Pro: HD Video Editor	5	5	8	7	9	13	13	14	11	10	10	13	13	11	12	12	12	10	12	11	13	14	18	22	24	24	27	26	25	19	18
19	Package Disabler PRO (Sam...	126	169	110	132	111	116	125	165	126	167	166	164	152	150	129	129	122	175	86	116	111	145	133	139	143	259	151	153	153	158	176
20	Construction Simulator 2014	27	24	26	29	31	30	35	26	33	22	22	29	29	27	27	25	35	38	40	38	28	32	42	67	58	55	62	65	45	46	45
21	SD Maid PRO - Desbloqueador	38	33	40	34	36	33	40	36	31	21	21	31	33	37	34	33	30	30	32	30	27	43	53	65	69	83	67	55	49	59	24
22	True Skate	16	14	16	20	20	24	32	27	32	30	30	40	37	35	30	40	34	28	37	39	42	39	41	66	61	57	53	41	44	56	49
23	Swype Keyboard	45	51	36	39	34	35	42	34	35	47	46	36	36	40	42	45	48	41	34	37	49	45	39	54	65	76	85	91	80	89	81
24	Nova Launcher Prime	22	18	18	16	10	8	7	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	4	6	11	36	34	35	44	37	31	29	29
25	Poweramp Full Version Unloc...	4	4	7	8	7	9	11	15	15	17	17	15	14	15	15	13	13	13	14	14	17	20	27	34	39	42	47	39	38	36	31
26	Badoo Premium	17	16	17	19	18	21	18	12	10	11	11	11	11	8	7	10	10	9	8	9	9	13	19	25	28	37	29	36	30	33	30
27	Colin McRae Rally	44	62	61	77	57	61	53	69	54	40	38	49	53	61	79	61	65	54	66	65	95	90	65	92	77	112	94	61	63	77	90
28	Moon+ Reader Pro	92	101	111	107	116	163	231	107	113	138	136	145	146	107	102	132	128	134	152	151	123	61	21	21	23	26	25	25	21	27	33
29	The Room	20	27	22	26	24	26	28	28	24	28	28	35	30	28	29	32	16	14	13	10	12	11	15	24	25	30	28	28	26	25	27
30	Grand Theft Auto: San Andreas	43	37	43	43	37	36	33	19	25	23	23	26	24	24	26	26	28	24	30	23	22	22	32	47	50	38	41	43	35	39	37
31	Avisador de Radares	31	40	38	37	40	39	41	56	46	38	36	46	38	42	31	30	42	35	42	40	51	57	67	64	63	60	61	63	70	63	61
32	Torque Pro (OBD2 & Coche)	24	26	21	21	15	15	16	18	23	31	31	19	20	19	24	27	21	21	15	17	25	31	36	48	49	73	76	77	62	64	48
33	Athletics 2: Summer Sports	301	341	284	259	463	300	274	279	450	223	226	234	289	210	227	241	190	250	177	236	212	194	255	313	298	314	201	229	134	188	236
34	Link2SD Plus	34	42	45	40	41	38	38	33	22	34	33	33	26	21	33	39	43	39	39	33	32	42	43	57	55	58	58	53	47	40	39
35	League of Stickman	8	11	12	14	16	18	19	23	19	26	26	30	32	39	43	51	53	45	43	41	39	36	37	61	68	89	96	98	106	141	178

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	DICIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
36	Backflip Madness	70	88	84	84	86	86	83	81	44	44	43	65	52	60	45	63	88	98	110	81	107	127	94	129	134	149	117	130	137	128	92	
37	Framed					445	374	130	173	155	156	226	350	266	234	189	164	174	149	207	132	196	73	20	22	25	35	30	32	34	35		
38	Tomb Raider I	94	81	88	105	110	129	107	138	91	75	71	57	95	71	57	65	67	107	130	84	78	107	116	162	150	154	199	160	144	176	149	
39	Mi Band Tools	53	48	49	36	32	31	36	41	47	42	41	28	35	33	37	23	27	18	27	26	34	35	34	39	40	34	34	35	39	32	32	
40	Runtastic Mountain Bike Pro	75	97	78	79	88	81	80	89	75	89	84	116	86	116	111	87	115	153	100	112	122	131	140	185	180	124	142	111	115	105	122	
41	MarineTraffic ship positions	66	69	97	73	79	63	71	75	71	69	67	85	76	64	72	82	103	128	102	142	116	106	93	89	132	156	119	122	119	123	113	
42	Floatify Pro Unlocker	253	214	184	162	125	181	279	267	267	231	252	313	364	491	483	238	241	296	116	143	184	109	176	241	241	330	345	332	441	145	138	
43	ePSXe for Android	32	31	31	33	28	29	27	29	27	27	27	24	23	25	21	19	20	23	19	21	21	27	46	46	64	56	51	58	60	47	46	
44	Los Sims™ 3	48	52	53	45	48	45	47	45	43	53	53	56	68	63	51	49	52	50	58	58	31	52	55	70	73	69	68	68	67	66	69	
45	Guerra de cartas	71	86	66	75	81	55	69	57	38	49	48	47	45	45	55	41	44	55	56	49	55	53	71	71	74	67	54	51	59	60	50	
46	Lifeline	102	93	104	136	136	120	45	38	29	39	37	14	17	20	20	15	17	16	18	15	15	18	22	30	47	49	57	56	58	67	64	
47	Detector de radares PRO	85	71	58	58	50	52	51	66	73	72	68	79	75	100	73	77	73	78	82	103	81	81	111	100	113	113	118	113	110	111	123	
48	Alarma de lluvia Plus	238	301	502	304		345	316	199	366		534	305		357	491	198	206	151	417	382	313	299	538	519			329		259	357		
49	Avisador Radares - CamSam...	103	100	124	108	94	80	50	58	65	51	51	50	58	53	56	47	57	67	69	101	119	100	108	159	92	106	84	76	76	83	83	
50	CQPolicia 2	135	124	112	96	103	90	120	133	101	98	95	53	71	79	95	64	64	58	94	123	156	135	204	103	146	148	314	290	201	156	177	
51	SuperSU Pro	98	76	86	100	102	111	64	110	92	52	52	62	63	75	65	70	72	62	92	97	61	69	77	95	107	93	121	120	129	191	131	
52	World Conqueror 3																																
53	Football Manager Handheld...	335	247	438																						413	395					*	
54	Need for Speed™ Most Wan...	96	58	63	61	70	65	49	48	70	86	80	69	117	115	160	118	117	110	117	132	151	154	138	133	213	139	95	112	111	108	89	
55	Worms 3	9	7	9	9	12	16	20	32	42	76	88	75	83	77	85	83	81	81	98	93	108	92	126	150	70	36	30	24	20	18	19	
56	Gastos Diarios Licencia	132	96	65	59	73	74	106	93	97	95	103	94	126	111	107	100	89	61	60	108	145	142	141	164	193	244	254	214	230	135	117	
57	Ultimate Guitar Tabs & Chords	49	54	56	68	72	57	79	106	146	214	217	109	137	146	159	173	167	173	229	288	349	323	235	198	118	144	129	155	158	157	187	
58	CamScanner (License)	60	47	25	30	29	41	37	37	40	41	40	54	56	73	62	37	47	63	50	43	64	55	59	85	87	98	100	99	112	118	93	
59	Tiempo En Vivo	74	79	89	69	46	44	30	35	37	50	49	41	47	56	54	67	50	86	65	136	120	102	113	152	158	170	200	176	187	184	214	
60	TeamSpeak 3	42	43	28	28	33	23	24	24	26	32	32	34	19	26	22	24	29	29	31	29	26	29	38	41	46	50	64	62	52	61	47	
61	Fruit Ninja	497	334	312	509				521		357	361		341	283	376	200	199	348	328	540	180	273	273	466	479	376	258	370	277	322	343	
62	Tasker	50	44	46	54	66	71	67	63	83	56	55	51	61	59	59	78	59	66	51	73	82	63	82	94	93	131	101	81	72	78	77	
63	Infinite Flight Simulator	189	229	367	347	276		130	123	133	157	158	144	193	156	201	171	217	242	173	193	204	227	237	217	217	191	243	240	164	139	142	
64	Titanium Backup PRO Key ★...	65	78	67	65	71	72	60	68	52	67	64	45	49	49	89	85	101	59	64	82	109	95	104	119	106	145	168	123	124	126	111	
65	Ingo: Frozen Karaoke	144	186	253	264	308	306	206	223	130	152	152	124	77	54	61	56	66	69	74	80	77	48	89	141	126	28	6	7	9	9	11	
66	Catán	182	150	170	186	121	138	133	102	89	93	91	130	80	167	83	86	113	103	61	95	121	79	113	143	121	111	98	85	82	74	75	
67	LEGO® Marvel™ Super Heroes	113	105	133	193	174	167	102	85	98	91	86	104	107	96	60	58	76	117	124	171	136	104	112	189	181	195	176	182	218	221	152	
68	BringGo Western Europe	89	63	68	64	38	50	44	43	67	55	90	110	69	48	44	50	45	64	62	68	106	108	105	101	84	105	108	102	103	79	84	
69	Five Nights at Freddy's 4	257	458	326	370		267	230	222	225	141	141	147	203	145	181	156	211	334	245	408	261	225	310	486	216	315	136	164	195	220	226	
70	WatchMaker Premium Watch...	55	45	41	24	23	25	23	20	20	25	25	27	31	34	35	44	38	34	41	48	41	58	57	78	60	66	48	44	50	44	52	
71	Root Explorer	64	74	85	86	69	60	43	40	53	60	59	44	42	51	46	57	41	49	63	51	48	80	62	79	89	109	99	109	122	93	98	

		DICIEMBRE																															
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
72	Five Nights at Freddy's 2	109	115	142	152	147	160	90	83	109	92	89	117	103	86	116	187	180	163	128	239	159	73	99	108	91	100	74	78	74	83	86	
73	Grand Theft Auto: Vice City	180	136	117	121	78	92	99	104	68	81	76	70	62	55	67	52	75	70	67	94	100	64	72	80	83	79	90	83	87	103	79	
74	Five Nights at Freddy's	77	89	100	80	92	91	75	49	59	48	47	90	67	58	58	76	85	77	78	89	97	84	80	107	88	77	6	70	77	72	73	
75	Photo Studio PRO	175	225	259	275	284	251	155	254	152	190	192	133	192	217	93	161	136	143	199	172	208	172	288	178	152	187	284	197	207	164	238	
76	Licencia ACR	61	50	42	47	45	49	46	47	60	65	63	73	51	57	41	34	25	26	28	31	40	50	47	59	59	86	80	75	93	81	66	
77	Real Drift Car Racing	73	111	59	53	59	73	66	71	102	66	69	71	118	170	143	183	166	186	112	113	90	91	131	154	139	146	172	184	232	226	193	
78	Toca Lab	57	83	94	55	100	125	115	179	140	179	287	223	210	227	236	283	196	246	216	120	66	66	98	93	80	81	75	80	64	57	59	
79	Manual Camera	1	1	2	2	3	5	9	25	95	126	124	232	116	161	163	170	232	190	237	325	367	430		398	377	355	377	350		505	219	
80	Garmin ANT + Watch Uploader...					320																											
81	Kingdom Rush Origins	51	55	77	52	67	83	98	64	85	73	94	127	79	70	135	93	143	80	93	104	143	138	95	42	45	47	39	40	41	37	38	
82	Age of Zombies	387	384							403	404	430	321	311	384	524										476	501	360	443		444	486	
83	Stellarium Mobile Planetario	181	219	126	177	159	149	147	184	141	131	153	103	101	94	124	104	90	106	80	122	101	119	146	218	141	164	152	171	160	182	136	
84	Greenify (Donation Packa	107	102	95	98	74	53	70	108	77	123	121	84	98	122	64	59	56	56	59	67	75	126	172	184	168	181	183	175	136	161	169	
85	AccuWeather Platinum	431	439		390	435			406	261	452	230	215	211	219	188	120	100	152	258	226	241	253	451		456	483	368	371	280	319	186	
86	Cinema FV-5	93	112	91	91	95	106	110	116	107	103	99	95	73	87	101	121	158	135	186	150	174	222	169	169	250	230	174	190	159	143	155	
87	The Room Two	39	56	64	88	61	56	58	51	50	45	44	48	40	50	36	35	4	4	4	3	3	3	4	10	11	13	17	31	37	42	43	
88	Geocaching Classic			437	477					472	199	200	435	410	303	271	428								449	316			343	291	279	354	
89	Goat Simulator	173	153	194	289	485	244	369	91	177	164	180	139	141	84	75	102	112	142	225	127	195	130	63	35	21	21	18	20	17	16	22	
90	TouchRetouch	256	238	176	242	353	367	236	177	175	219	222	424	153	16	13	16	22	31	38	45	85	171	262	151	155	192	249	174	147	140	164	
91	Hitman: Sniper	59	69	90	87	82	93	61	78	105	101	181	221	222	176	175	156	95	105	69	74	37	12	11	8	8	8	8	8	8	8	9	
92	tinyCam Monitor PRO	97	130	156	112	155	97	162	126	88	148	148	197	173	201	211	218	261	287	157	316	286	275	224	300	246	155	185	227	168	134	118	
93	FBReader Premium	186	254	146	119	143	117	188	192	161	163	164	154	100	140	84	71	106	85	68	98	126	94	127	161	105	116	113	100	120	97	80	
94	XPERIA™ Black Steel Theme			415	459	440			286		271	283	283	411	299	381		517								340	432	454	338	424	444	521	
95	Exploration	229	303	121	220	198	157	112	127	81	61	60	92	150	128	94	125	121	166	166	130	94	99	137	144	154	147	156	150	190	198	220	
96	Camera ZOOM FX Premium	278	248	224	207	197	263	360	241	247	250	254	279	338	286	221	269	195	308	317	353	247	220	287	352	403	424	398		466	536	434	
97	WeatherPRO	196	256	406	228	217	188	165	224	281	249	253			211	266	310	351	518	293	497	393	361	223	273	431	442	409	374	255	421	328	
98	µTorrent® Pro - Torrent App	88	113	109	147	157	148	135	118	120	128	125	102	134	106	99	130	144	231	141	114	122	117	79	131	119	151	116	129	117	129	101	
99	Moorhuhn Deluxe- Crazy Ch...																																
100	Machinarium	371	377	225	291	319	214	132	155	153	230	235	255	183	154	141	91	114	133	121	117	226	160	238	303	186	284	145	108	184	160	182	
101	Lego Batman: Beyond...	303	263	307	309	326	522	383		393			426	446	269	273	457	222	350	263	46	37	33	52	56	42	40	46	48	51	45	58	
102	Lego Star Wars: TCS	78	85	98	106	133	95	61	52	49	46	45	63	57	43	49	62	69	90	73	27	19	17	23	27	30	23	19	18	23	24	23	
103	Automatic Call Recorder...	95	70	52	49	63	79	78	103	135	117	116	74	55	89	91	66	74	71	83	110	73	85	91	84	97	126	126	125	181	146	157	
104	Akinator the Genie	106	90	92	125	108	166	119	54	56	58	57	91	61	67	77	90	96	96	90	131	89	121	123	110	123	87	104	94	127	119	148	
105	LocalizaTodo	128	161	163	123	144	156	200	228	233	205	207	309	363	241	430	284	118	118														
106	Xperia Disney Mickey NY The...				327	406	412	313																									
107	DiskDigger Pro file recov...	249	185	191	138	154	175	194	148	128	114	113	107	135	181	142	88	55	44	46	55	54	46	58	73	81	94	120	82	91	62	67	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	DICIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
108	SpongeBob Moves In	536	495								307	310	329	471	429	326	344			314	278	352		508		442	509	372	463	316	338	330		
109	iParadox - Alarm Control	84	73	55	42	49	37	52	60	72	101	98	55	44	52	86	31	36	22	25	28	38	59	50	60	56	59	103	107	125	101	127		
110	Xperia Minnie Mouse...	418	395																															
111	Teacher's Notebook												341	238	448	445	406	378					489	536										
112	Pocket Casts	142	103	102	103	123	121	131	143	150	97	93	93	105	92	113	81	71	111	99	119	193	148	183	199	205	159	189	204	202	168	161		
113	IP Cam Viewer PLUS	232	192	161	127	166	235	226	289	427	436	436	229	316	224	242	261	285	300		445	506					340	483		445	400	237		
114	Windfinder Pro	204	140	230	313	151	152	195	328					478	525			410	530	445	328	409			425				334	452		405		
115	Vector Full	145	193	190	128	148	161	138	113	110	102	105	106	131	101	105	157	135	100	111	86	84	77	96	82	95	96	91	114	97	99	150		
116	Weather Timeline - Fore...	83	77	70	70	52	66	55	62	39	63	61	68	91	109	137	94	87	108	103	109	110	71	75	123	127	171	167	192	209	202	181		
117	MI Band Notify PRO																																	
118	Sonic The Hedgehog	201	284	265	437	401	283	290	204	240	224	227	284	209	166	193	165	218	240	201	180	196	270	136	270	224	303	179	210	226	207	263		
119	QuitNow! PRO - Stop smo...			416																				440						487	438			
120	Sleep Cycle alarm clock	118	98	83	99	54	62	65	87	114	115	114	86	104	168	174	143	193	132	120	163	232	96	118	145	157	189	210	151	227	181	194		
121	Runtastic Pedometer PRO	220	231	302	333	345		507	372				257	256	329	299	308	326	329	364	298	371	255	259	200	182	201	206	237	180	195	201		
122	Clockwork Tales (Full)																							335	418									
123	Monopoly Millionaire	53	47	51	65	84	73	50	48	59	58	77	78	98	81	74	*																	
124	Bloons TD 5	155	171	214	261	278	93	116	96	84	116	115	76	143	165	264	220	212	136	473	326	337	390	354	397	245	200	133	134	188	201	209		
125	Trazado de tubería El Tub...	121	178	118	149	139	136	157	172	144	145	145	67	72	83	88	96	79	116	161	156	200	343	493	297	309	318	361	299	274	260	332		
126	Build Battle: Mini game	205	239	182	243	270	191	146	162	187	325	326	194	261	176	173	282	177	230	208	213	207	293	251	322	222	182	148	170	192	247	212		
127	Odyssey Watch Face	167	190	226	163	142	87	148	150	168	180	181	206	140	213	219	340	242	172	238	241	217	231	260	373	238	235	262	285	296	311	356		
128	Fingerprint Aplock Pro																																	
129	Draw a Stickman: EPIC 2					348					472	470								404			312	529	494		279	287	429	469	472	401		
130	ownCloud	174	195	206	167	173	100	127	114	210	229	234	136	112	80	125	79	86	52	75	54	80	105	125	104	86	102	153	157	183	169	143		
131	Toca Hair Salon 2	86	57	81	87	89	107	173	238	470	222	225		522	359	322	250	284	325	337	293	305	510	496	275	177	163	115	106	79	94	82		
132	Oddworld: Stranger's Wra...	244	245	220	212	383	255	180	212	186	264	267	289	198	233	147	177	173	213	302	204	298	235	175	280	272	327	300	234	249	293	341		
133	Bridge Constructor Playgr...	517	509	477	134	181	194	139	270	134	78	73	120	121	172	148	134	208	205	318	79	62	88	121	121	153	206	235	328	286	272	304		
134	SpongeBob's Game Fren...																							329	319									
135	Turbo Booster PRO															364																		
136	DigiCal+ Calendar	40	39	62	15	30	43	59	65	69	87	81	115	149	244	189	229	273	179	266	199	283	183	214	206	183	228	248	191	243	360	246		
137	Chrooma Live Wallpaper																																	
138	Tour de France 2015 - Th...			399																														
139	CN Superstar Soccer	466	210	384	210	363	254	257	322	238	314	317	416	411	320								336	398	430	244	237	205	161	244	256	198		
140	Rayman Jungle Run	489	206	173	237	188	201	209	94	82	71	100	100	102	113	96	181	293	280	303	152	155	151	151	223	116	135	202	188	173	178	211		
141	Xperia Donald Duck T...																																	
142	MoneyWiz 2 - Personal F...	264	104	138	165	275	322	525	460																		497	410	529	529			459	
143	Threema	450	428	308	146	141	118	159	208	121	188	172	175	88	41	63	98	82	87	71	126	230	228	227	251	236	339	346	222	222	296	218		

nº	Título de aplicación	DICIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
144	djay 2	444	332	304	269	355	243	221	141	223	203	204	150	283	76	115	114	189	125	148	125	105	103	120	130	140	128	146	185	130	185	167		
145	DragonBox Algebra 5+	119	156	263	172	290	332	284	405		359	363			343	461						346			53	41	51	63	69	69	75	103		
146	Out There: Edition																					437	490								385	484		
147	SyncMyTracks	138	120	120	117	138	132	164	160	158	186	189	98	84	74	114	113	107	97	129	185	275	221	289	215	159	266	178	250	132	114	108		
148	Test Vigilante de Seguridad	224	324	271	229	150	124	158	226	265	201	202	262	202	291	338	141	141	157	122	228	279	309	195	247	328	402	479	490	499				
149	StealthApp PRO for What...																																	
150	Aworded Crack (Ad free)	154	146	119	85	106	130	149	175	157	107	107	135	114	141	166	166	221	268	180	271	162	149	156	229	345	373	333	225	245	179	156		
151	4EDU Teacher's Gradebo...																																	
152	Table Tennis Touch	368	387				526				333	332	331	360		522																		
153	Alos - Icon Pack		498	508					531				273	507																386	381	364		
154	WifiAccess WPS WPA WP...	501		358	348		331	305	381	383	226	229	299	352		502	447	483			270	357	315	192	291	338	374	486			476			
155	Toca Life: City	72	84	75	89	83	103	111	100	139	120	118	287	234	136	164	209	209	182	221	216	315	297	228	135	166	153	125	152	196	175	146		
156	WRC The Official Game	298	279	455	231	298	328	375		374	318	208	165	239	292	244	213	170	180	326	253	322	380	396	236	179	273	267	142	152	215	205		
157	BubbleUPnP UPnP/DLNA...	161	304	108	140	146	147	123	115	148	129	126	189	161	126	98	150	161	193	178	232	186	146	157	238	248	183	215	187	271	287	154		
158	Xperia Daisy Duck The...				424										506							485		435										
159	Do Not Believe His Lies															484	337	266	312	503										306	355	299		
160	ProShot	373	394	370	287	260	304	271	503	206	287	479	477	351	281	253	361	259	397	410	378	416	464											
161	The Amazing Spider-Man 2	516		540	280	346	153	179	190	201	258	261	291	280	279	373	370	369		458	336	211	173	180	231	172	137	170	195	162	153	184		
162	My Alarm Clock	134	122	103	144	158	159	234	195	357	409	411	174	125	138	154	162	109	195	290	254	163	210	115	128	102	107	109	147	150	192	191		
163	WolframAlpha	156	128	74	82	90	113	86	124	143	84	79	82	97	104	69	75	68	88	85	102	134	187	97	99	138	184	187	140	135	125	135		
164	llauncher	191	213	215	277	265	333	314	198	185	261	264	235	179	258	153	178	215	330	241	235	253	355	242	317	251	288	219	274	292	285	256		
165	The Bard's Tale	197	167	154	122	208	154	242	242	196	284	285	281	260	205	161	155	94	147	184	227	140	198	189	212	247	274	242	286	247	232	312		
166	Call Recorder Pro	208	261	227	222	183	242	315	524	216	386		265	264	463	444			262	205	233	311	285	213	344	406				409				
167	Ireal Pro MusicBook-Play...	100	94	87	97	68	51	62	39	45	68	65	88	82	103	117	138	149	122	123	121	197	176	196	314	191	214	196	194	272	245	174		
168	Osmos HD	279	266	257	408		517	513	525	188	165	245	248	288	203	130	168	224	247	359	351	176	144	266	394	319	309	220	272	223	336	361		
169	Heidi: Alpine Adventure																											456						
170	Latin Chords (LaCuerda...	271	159	174	197	337	115	88	80	61	83	78	81	94	117	87	105	148	102	88	88	152	155	207	166	163	85	77	105	90	87	74		
171	VHS Camera Recorder																																	
172	Age of Civilizations	79	72	51	74	85	67	84	117	198	137	135	83	81	85	47	69	70	79	81	77	127	123	149	112	143	114	147	137	155	138	128		
173	Very Bad Company																																	
174	Vext Keyboard																																	
175	Playtime with Blaze	158	184	234	351	527	420	323	326	306				509	363	256	326	478			312		531	398		389				513				
176	Cameringo+Effets Came...	183	194	96	173	180	146	150	135	90	135	133	160	109	88	128	126	120	92	101	140	96	137	159	136	148	132	162	154	138	132	126		
177	Plants vs. Zombies	58	116	106	92	84	96	87	147	99	85	106	108	65	62	70	80	77	73	97	134	83	116	143	146	169	169	140	145	169	115	134		
178	Facer Watch Faces Android...	111	64	54	57	60	46	48	42	62	79	74	58	64	69	78	55	61	48	35	47	52	72	68	97	90	92	70	79	75	70	72		
179	ai.type keyboard Plus + Em...	30	41	57	76	82	69	89	109	79	74	70	59	70	118	80	97	99	137	164	184	129	101	132	156	219	186	212	144	200	236	284		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		DICIEMBRE																															
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
180	The Dark Knight Rises	166	108	141	190	140	190	175	200	295	266	268	352	182	362		239	194	328	246	250	144	152	182	165	220	219	316	277	358	234	308	
181	Xperia Goofy Theme																																
182	Autoescuela Móvil - Test...	247	409		204	222	390			355	311	314	527	337	388	320	351	377	165	239	186	345	383	295	472	306	536		427	495	347	293	
183	Motosport Manager	80	106	115	143	131	213	270	90	93	82	129	129	122	273	304	362	461	475			469	351			388	322	175	356	312	376	199	
184	PewDiePie: Legend of Brofist	470	323	422	410	280	353	402		518	424	425			531	287				492	330	314			512	266	267	312	481	366	414		
185	Dr. Panda's Carnival						377	471	480	332	369	373			456	529						380	282	357	391	337	322	412		362	242	279	
186	The Photographer's Ephemeris				356	492	294	444	304	307	376	380			334	328	375										375	182	235	345	370	282	
187	Dark Echo				517	127	74	74	58	57	56	64	59	90	100	109	91	99	108	100	148	112	107	28	33	31	26	17	22	23	25		
188	eBolets CATALUNYA						*																										
189	Sumotori Dreams	305	344	209	274	285	485	520	218	197	292	293	149	132	139	155	237	243	196	203	295	198	129	191	261	225	175	160	212	385	180	153	
190	Pixel Z - Unturned day	430			540	329	393			415	478	475	406	449	328	401	394		449	446	324	416	*										
191	Grim Tales: Bloody Mary...																																
192	Muffin Icon Pack																																
193	Paper Camera	526													489	481	499				260	293	515	468	476			515	441		379		
194	Calendar+ Calendar & Tasks	248	162	187	133	126	114	144	105	147	206	209	119	119	149	133	152	152	94	77	106	147	147	194	255	233	285	290	261	108	107	87	
195	Xperia Mickey Mouse Theme				373																												
196	Carcassonne	245	236	213	262	399	281	271	227	167	175	175	272	232	189	179	228	281	298	299	177	229	209	186	274	201	180	171	169	128	148	139	
197	Grand Theft Auto III	307	371	408	310	262	209	167	207	184	252	304	196	155	114	158	174	204	216	319	530		308	246	176	171	221	154	167	179	238	172	
198	Smart Launcher Pro 3	46	61	80	102	56	70	63	70	74	70	82	101	93	81	145	154	123	129	210	349	216	234	379	328	240	238	415	216	225	216	188	
199	OruxMaps Donate	105	110	101	104	167	151	190	132	209	125	123	261	222	158	203	195	254	218	251	303	382	217	236	220	167	199	181	181	228	218	240	
200	The Survivor: Rusty Forest	321	295	292	284	226	248	466	201	142	268	270	198	258	159	150	206	108	123	95	133	170	193	199	204	130	178	275	178	170	237	281	
201	Sixaxis Controller	148	157	116	114	134	108	96	120	96	119	87	89	124	65	68	60	78	76	45	52	46	54	76	75	103	95	124	141	105	117	119	
202	iFelix-WOLF																																
203	LIMBO		311	374	418	402	224	243	430	322	540	533	438	259	218	104	199	146	131	109	205	219	243	283	452	370	260	278	341	464	523	294	
204	Hook										507	502															464	376	470		321	327	
205	Smart Tools	515	318	505	510				363											278	344	392	432	555	443	457	411	370	501	404		496	
206	Weather Weatherback Pro...																					354	187	184	319	444							
207	Swords of Anima																																
208	GTA: Chinatown Wars	221	307	341	206	182	250	273	312	178	216	219	211	355	522	335	387		532	532	480	266	374	392	315	259	293	323	279	220	253	235	
209	Truck Simulator PRO 2016	203	265	241	402			339		342	349	350	503										451	503			429	302	314	328	394	296	
210	Bike Race Pro by T.F. Games	206	298	350	518	223	284	262	287	222	297	298	288	330	534	212	288	197	203	192	174	150	189	145	201	202	232	221	232	267	254	275	
211	My Personal Agenda Pro		540	514	507	235	245	460	170	324	182	183	177	158	177	170	243	178	248	271	339	388	339	516	520	398		485	336	427	372		
212	Xperia Mickey AR Effect	14	21	36	67	109	143	163	163	106	147	147	301	303	259	375	441	315	201	195	214	141	202	241	186	232	255	260	296	348	390	376	
213	MushtoolPro - Mushroom										449	448			492		493																
214	Real Steel	429			415		388			441	344	344	414	249	248	198	333	473	389	374	433	485	388	414	283	367							
215	Carnegeddon	198	182	335	326	192	216	198	236	308	233	237	142	96	110	109	180	376	291	372	390	291	303	381	359	481	527			364	371	305	

nº	Título de aplicación	DICIEMBRE																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
216	Photo Lab PRO Photo Editor!	23	32	39	44	55	77	101	180	317	331	139	138	92	108	106	122	151	184	224	187	30	16	3	2	2	3	3	3	3	3	3	5	
217	Enigmatis 2 (Full)																		138	294	247	426	322	269	284			505						
218	Galaxy Universal Remote		209	150	221	252	179	178	240	239	215	218	221	298	349	399									282	516	504	437	316	258	250	171		
219	Setas Setamania PRO																																	
220	Tiny Guardians																																	
221	Psicotécnicos Tropa	116	179	131	141	129	119	118	154	213	280	130	114	160	198	119	116	49	46	48	70	118	115	90	113	194	271	247	266		196	269		
222	Dead Space																									523	351							
223	Contre Jour																																	
224	Power Ping Pong																																	
225	Incredible Jack	504																																
226	Fleece Lightning																																	
227	Robbery Bob 2: Double Tro...	407				451	396	481	476									266		333			372	388			412	433	478	406	467	329		
228	In Fear I Trust						338	323	252	405	406	307	273	364	433																			
229	Skymaster Pilot Watch Face	152	87	123	130	105	99	68	82	118	99	96	61	66	95	71	68	83	84	70	87	138	203	152	171	206	174	128	127	145	100	96		
230	Minecraft: Story Mode	19	23	29	38	35	28	17	22	21	37	39	39	41	29	28	42	62	53	49	53	59	51	33	1	1	1	1	1	1	1	1		
231	NBA 2K16	453	292	247	227	228	195	219	97	145	213	215	183	162	160	330	319	320	194	172	203	202	259	201	137	120	129	114	133	133	124	106		
232	Audials Radio Pro	28	22	27	31	42	68	85	161	302	363	367		366	457		520							404	455	494	387	392	449					
233	Delicious - Childhood Mem...	330	352	368	344		511	379	456	176	183	184	254	400	186	354						396										452		
234	Wifi Solver FDTD																								408	213	260	418	461					
235	BMX Streets: Mobile																		412	311	389	422	428											
236	48H Open House BCN 2015																																	
237	Prune	63	46	48	50	44	48	57	79	100	96	92	22	28	47	40	29	31	37	21	44	44	49	56	69	98	120	93	95	98	95	120		
238	Retrorika Icon Pack				539		521		230	105	108	108	167	123	144	151	242	150	171	213	221	172	213	128	248	190	133	184	245	234	210	270		
239	KnockOn Pro Unlocker												523	477	484																			
240	Gear Fit File Manager	101	95	72	81	93	85	114	210	208	195	232	208	181	147	207	119	214	178	153	105	86	110	122	127	187	68	38	52	68	71	76		
241	Trick Shot																																	
242	Hmmsim 2 - Train Simulator								334	316					335													509		422	491			
243	Tomb Raider II	26	29	33	41	43	42	34	44	34	35	34	23	34	31	32	36	40	47	54	42	65	83	70	96	78	88	71	74	85	22	10		
244	Doom & Destiny	199	189	196	137	127	212	210	185	326	274	275	392		524		480				227	321	302	230	239	191	374			471	463			
245	Fairy Tale Mysteries 2 (Full)	296	317																															
246	Elder Sign: Omens	194	244	333																														
247	Call of Duty Black Ops Zom...																														310	304	180	
248	TwoNav GPS: Premium	143	172	222	322	130	232	165	178	171	161	162	111	139	192	200	291	227	197	232	206	370	409	401	301	286	384	277	269	246	227	221		
249	Lucky Block Halloween																																	
250	Kingdom Rush Fronteriers	99	135	172	145	196	165	151	95	123	139	137	162	175	137	103	135	153	101	145	168	168	251	292	231	145	138	130	143	121	113	105		
251	Grim Legends 2 (Full)						273	417	320	371	306	309	394	314	282	213	353	256	438	368												480	351	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		DICIEMBRE																																
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
252	PixelPhone Pro													345	315	230	270	299	444															
253	Predators	377		516			297	440		386	225	228	233	300	255	420	366		355	280	266	358	396	308	482	498	526		452	527		483		
254	Platform Defense																																	
255	PipTec Green Icons & Live...																																	
256	Syberia 2 (Full)	395	227	397				283																										
257	League: Wicked Harvest (Fu...																																	
258	Syberia (Full)	314	354	283	488		533		462		444	443										405					371				432			
259	BusyBox Pro	179	293	350	181	145	253	199	367	535	499	495			354	269	317	274	321	181	257	133	178	153	239	253	224	292	475		313	298		
260	Tengami			492					318																						530			
261	Amway Europe and Russia	117	137	185	223	205	215	301	385	406	427	428	311	395	314	394	172	230	342	190	261	157	298	271	281	335	525		467	323	417	241		
262	Xperia Cars Lightning The...	76	66	107	171	315	490																											
263	Sleep as Android Unlock	187	163	105	111	96	141	229	152	218	239	241	212	268	235	205	139	162	124	132	137	249	195	217	244	270	298	225	231	194	290	335		
264	MotoGP Live Experience 2...	414																																
265	Xperia Cars Road Trip The...	115	131	249	368																													
266	Xperia Cars Tow Mater Th...	133	126	237	433																													
267	Gear Manager for all										413	415										422	350	434	327	523	382	243	311	179	236	267	258	
268	This War of Mine	141	252	387	257	204	387	308		348	378	382	315	277	353	297	334	497	288	257	341		378	100	43	36	33	31	38	34	35	54		
269	WhatAlert Premium	134	143	71	77	47	56	59	64	43	42	42	46	46			54	93	146	167	254	414		474	313		*							
270	Marvel Pinball	420		291	503						336	336	496	339	305	539	226	432					513											
271	F1 Challenge	212	381	390	359	405	399	247	364	292	347	348	316	279	371					388	447													
272	A better Camera Unlocked	68	92	90	94	91	131	170	203	264	217	220	244	226	134	90	117	92	126	72	99	135	143	130	140	142	202	226	203	163	171	162		
273	End Space VR for Cardboard	288	471		512												357										421	511						
274	My Diet Coach - Pro	308	273	258	187	200	347	362	296	156	207	210	166	223	268	321	151	174										450	320	402	365	262		
275	Off the record: Italian (Full)																																	
276	PlayerPro Music Player	185	258	238	389	161	122	169	194	125	142	142	87	148	131	82	99	138	223	196	243	179	291	190	175	149	118	110	115	141	121	132		
277	External Keyboard Helper P...	218	155	135	101	112	105	187	121	164	310	313	372		352		403				379	488		265	280	240	394	347	241	267	342	395	369	
278	Screen Recorder License	381	536	494		289	287	249	191	272	192	194	240	292	264	274	223	132	245	204	352	295	277	339	427	354	249	357	409	453	291	234		
279	Deep Dungeons of Doom	163	183	235	241	297	452		418	339	399	402		482	470			306	496															
280	BirdPaper by SEOBirdLife	369	491			375	288	405																										
281	The Game of Life	268	338	210	201	341	341	453	297	205	168	167	300	189	331	531	201	390	279	188	287	160	165	170	294	274	218	244	163	171	212	200		
282	Rayman Fiesta Run	188	203	286	236	189	241	193	229	115	130	127	141	188	163	223	266	110	144	119	135	210	247	30	13	12	11	12	12	12	10	13		
283	Ghosts of Memories	62	118	145	215	257	307	458																										
284	Clouds & Sheep 2 Premium	12	17	19	32	39	59	92	173	256	332	355																						
285	TruckSimulation 16	29	34	37	46	53	32	22	16	16	16	16	20	25	32	38	43	63	74	79	128	103	98	83	109	164	262	173	224	177	137	190		
286	Toolbox Pro Key Manager	67	107	147	225	293	314					427											403				341	141	92	126	123	110	112	
287	ACRAME	112	147	167	184	218	414														368													



		DICIEMBRE																																	
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
288	Easy Voice Recorder Pro	59	75	93	109	162	196	174	351		477	474	214	390				472	259	260	200	366	292	444	422						512	445			
289	Unified Remote Full	139	117	139	158	170	172	137	139	224	279	280	171	136	263	152	103	130	127	206	147	131	128	233	16	101	48	42	60	71	86	97			
290	n7player Music Player Unlo...	35	36	50	66	76	140	237	217	215	353	356	251	427	240	466	232	231	271	305	251	276	219	293	242	408	414	327	333	343	187	277			
291	Doom 3: BFG Edition	104	151	129	150	250	392																				269	257	282	341	460	470			
292	Pujie Black Watch Face	114	114	128	83	117	101	97	67	86	62	77	66	87	72	127	73	102	113	155	64	92	125	154	167	128	161	159	128	139	127	115			
293	Audials Radio Pro	22	27	31	42	68	85	161	302	363	367		366	457		520								404	455	494	387	392	449						
294	Shiver: Lily's Requiem (Full)	200	215	217	192	199	252	504	450					474																					
295	Toca Nature	87	60	71	62	75	89	77	112	149	144	144	195	324	190	281	418	393	385	282	115	182	240	114	120	147	127	137	202	106	190	158			
296	Bus Pucela Pro Valladolid	151	224	301	346	454																													
297	ES File Explorer/Manager P...	41	19	20	23	22	11	8	6	7	7	6	7	5	5	4	3	6	6	6	8	8	8	10	16	16	15	14	13	13	15	14			
298	Door Kickers	82	91	134	183	115	155	213	271	349	354	357																324	413	109	151	99			
299	Football Manager Mobile 2016	6	6	6	6	6	7	6	7	9	14	14	16	15	17	17	17	18	19	22	18	21	28	35	50	44	44	45	47	42	38	41			
300	GalleryVault Pro Key	137	80	79	95	122	123	207	259	501				534	361	447	405	287	488	231	428	445	249	221	387	447							516		
301	Nucleo UI - Icon Pack	127	99	136	93	64	76	82	84	104	121	119	190	244	194	225	265	310	497																
302	Pujie Black Watch Face	114	114	128	83	117	101	97	67	86	62	77	66	87	72	127	73	102	113	155	64	92	125	154	167	128	161	159	128	139	127	115			
303	Today Calendar Pro		198	1	1	1	1	2	2	3	3	5	6	7	13	23	112						356			323	287	328	239	324	368	411			
304	Calendar Widget (key)		285	125	196	98	178	269	374	229	334	333	391	405	404	427	300	251	183	331	355		486	355	429		84	69	71	65	54	65			
305	WomanLog Pro Calendar	195	196	266	230	99	142	172	111	179	193	195	263	412									514						514			419	333		
306	Final Fantasy IV	81	65	76	72	97	144	224	398							535						194	128	111	88	125	115	119	123	173	154	186	130		
307	Ambar's Fate - The Gameboo...	184	142	158	118	101	88	91	77	55	77	72	96	99	99	92	148	186	293	399															
308	GPS navigation & Traffic Syg...	168	173	127	115	114	94	103	189	87	122	131	122	85	78	97	107	142	169	171	237	336	242	218	256	320	203	209	198	224	249	228			
309	Agenda 2016 Pro	237	320	144	185	124	98	128	142	132	132	102	113	147	164	182	111	140	154	173	92	167	268	148	181	160	241	208	315	178	162	121			
310	Leo's Fortune	147	125	159	191	178	109	81	92	112	100	97	158	214	230	197	145	127	140	158	149	161	82	66	14	15	10	13	14	14	14	17			
311	VideoShow Pro - Video Editor	153	132	149	249	119	110	100	101	80	111	110	99	154	129	144	136	191	168	136	85	164	180	167	205	231	225	232	131	114	133	141			
312	San Juan																																		
313	MX Player Pro	226	199	140	166	213	174	197	98	151	151	151	200	195	112	167	147	93	89	113	166	201	211	216	192	156	130	224	159	215	233	216			
314	Xperia Frozen Dancing Th...										9	9	9	8	9	9	7	3	1	1	1	2	2	2	6	9	16	21	29	36	43	57			
315	M&M Clash of Heroes									108	18	18	5	6	6	6	4	8	11	16	25	56	114	359											
316	Christmas Live Wallpaper Full	130	123	122	120	113	104	104	169	155	88	83	78	115	127	108	110	97	68	115	96	72	67	78	134	133	143	150	253	311	375	285			
317	AndroVid Pro Video Editor	108	133	130	175	195	137	143	144	111	90	85	152	165	155	220	349	187	326	140	179	189	174	163	187	189	188	218	223	174	142	185			
318	Last Horizon	318	330			269	171	109	76	66	94	66	72	113	121	183	285	292	372	284	513	528													
319	iPoe Collection Vol. 1												97	177	197	247	240	250	252																
320	Apprende l'Anglais						354			397					200	82	136	149	222	273	255	454			506										
321	Christmas: Puss in Boots Full												250	127	97	139	176	134	161	264	456														
322	pCars Dash															20	32	33	29	35	29	41	60	83	100	148	127	168	142	194	195				
323	Terraria	124	145	186	174	210	220	202	244	214	194	196	163	106	133	66	72	80	104	118	91	117	136	92	147	131	125	102	116	143	90	100			

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

nº	Título de aplicación	DICIEMBRE																															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
324	Materialistik Icon Pack	327	475	328	270	240	295	225	422	192	106	120	131	151	143	140	84	126	112	135	157	115	132	198	193	170	197	180	209	166	149	189	
325	Catequesis Las Tablas															169	95	129	162	242	332	428											
326	OsmAnd Contour lines plug...	334	336	365	216	160	223	292	472				359	328		388	268	37	36	44	61	79	65	84	118	200	226	276	243	231	274	251	
327	Xperia Mickey Winter Theme																105	65	57	62	67	89	134	222	215	160	193	221	289	203	225		
328	Lotería de Navidad pro	347	271	231	391	413	402	326	403	426	271	334	140	111	180	121	92	95	83	89	59	70	56	14	15	26	41	56	66	78	159		
329	Modern Combat 4: Zero Hour	328	418	434	444	234	293	272	517	338	247	250	170	164	105	110	128	169	91	104	165	173	150	212	33	32	29	22	27	28	26	40	
330	Amaranthine: Torment (Full)																			76	154	224	158	209	306	416		530					
331	WWE 2K	172	121	204	325	448	369	203	247	351	293	294	199	353	232	204	332	328	189	96	107	60	60	69	86	72	70	60	64	61	68	63	
332	Scribblenauts Unlimited																		164	106	24	14	10	13	17	18	18	33	33	40	52	68	
333	In Between																		211	432	50	69	87	110	183	197	234	404					
334	Hide Read for Whatsapp																				56	58	75	74									
335	Peter Moorhead's Murder																				63	63	97	139	190	254	236	525					
336	Final Fantasy VI	295	208	277	238	352	436	423	388	285	456	454		529	539						71	71	70	64	81	79	72	72	103	94	98	85	
337	Little Inferno	427	451	443	469	333	365				416	476	335			514	444	434	430	91	72	93	68	101	148	111	123	122	147	217	230	204	
338	Dokuro									496	532	524	321	290	274	257	193	316	299	493	74	124	134	160	165	199	215	353	331	264	303	233	
339	XCOM: Enemy Within	490				219	317						443		439	358	210	210	209	84	76	76	124	117	126	117	152	135	124	118	122	147	
340	Chrono Trigger																				78	88	74	87	87	104	117	164	166	165	166	213	
341	Metal Slug	508						265	523	343	343	161	159	275	453	350	260	499	472	90	91	118	166	269	340	344	416	411	330		339		
342	Baldur's Gate Enhanced Ed...		274	373	278	343	265	506	449	474	275	276	239	145	221	180	127	155	148	194	267	43	24	31	38	35	46	50	57	57	69	71	
343	Baldur's Gate II	393	382		502		405			296				523	495	519	527		535	494	486	53	47	49	62	52	65	73	84	102	131	137	
344	Ravensburger Puzzle																			143	144	68	76	20	18	19	27	36	34	33	41	51	
345	Table Top Racing Premium	125	138	148	161	135	145	177	131	166	187	190	172	157	153	138	115	111	82	87	83	87	167	124	195	198	233	298	472	434	407	317	
346	Civilization Revolution 2	433	315	175	247	409			410						450	445	409	229	133	111	99	86	86	88	94	90	131	135	172	183	245		
347	Star Wars Pinball 4	416			339	380				510	517	535			293	497	429		504	477	277	238	8	3	3	5	5	6	6	6	8		
348	My Talking Pet	486		372	392	449				482											537				48	77	112	104	147	207	266	521	
349	Urmun - Icon Pack																	269	210	127	124	137	120	81	102	114	115	141	162	116	152	208	
350	Fernanflo																						9	7	7	7	7	10	10	11	11	15	
351	Castle of Illusion	214	222	288	300	256	430	204	243	407	315	318			513	485	340		474	317	373	256	330	23	17	17	15	15	15	13	12		
352	Riptide GP2																					446	512	142	29	37	43	43	49	48	48	70	
353	Joe Danger																									44	57	64	78	72	81	73	129
354	Star Walk - Astronomy Guide																								341	45	54	74	82	96	101	120	166
355	Aerofly 2 Flight Simulator																						177	343	55	67	82	83	86	131	154	239	
356	Splendor	405	431																							58	71	53	79	101	84	85	116
357	Password manager SafeInc...						397	266	334				360	276	339	311	338	474	468	228	322		517	277	74	62	80	105	92	113	147	183	
358	Goat Simulator GoatZ																							144	76	99	71	97	89	89	91	107	
359	Small World 2																									90	96	99	87	104	107	82	95

		DICIEMBRE																																		
nº	Título de aplicación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
360	Ticket to Ride			380	412		524	528	511																	91	122	168	213	121	99	96	140			
361	NBA JAM by EA SPORTS	364				365	289	282	290	219	185	188	192	196	340	218	374	271	470							335	395	98	13	9	9	7	7	6		
362	Icewind Dale: Enhanced Editi...																								36	25	45	52	53	61	81	88	96	92	104	
363	GPS Status PRO - (legacy k...	122	144	252	248	266	378	500			411	413				339	281	520		507								75	86	93	92	112	114			
364	Surgeon Simulator	454		511			428	278	344	170	169	264	295	176	175	159	275	405	252	305	389					180	109	97	65	54	56	51	60			
365	Worms 2: Armageddon	274	433	305	338	385		273	290	400	443	442	363	219	204	224	342	325	333	334	183	243	254	302	288	165	110	106	87	86	104	110				
366	Taco Mensajero 2016	258	201	199	328	233	376	431	209	169	324	325	185	242	225	196	179	176	222	202	258	181	159	119	172	207	150	157	97	73	76	62				
367	Goolors Elipse - icon Pack		470	533	516	476	446												521	501	455						516			66	109	145				
368	Angry Birds Star Wars II	352	277	338	361		258	218	166	122	113	112	243	174	316	277	146	233	256	269	201	165	139	106	132	129	91	88	110	88	102	102				
369	Dude, your car!																															80	144			
370	edjing PRO - Music DJ mixer	325	375	303	350	263	298	124	136	165	153	154	356	402	326	481										518		296	386	205	322	469	467	170	7	
371	Pulsar Music Player Pro																																			91

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

c.1) Aplicaciones gratuitas  
App Store

	Título																			
	Tipología			Visualización		Idioma			Cambio de título						El cambio de título afecta al posicionamiento					
	Marca	Marca + Descriptivo	Descriptivo	Se visualiza entero	No se visualiza entero	Español	Español + Inglés	Inglés	No	Sí					Se alarga	Se acorta	NO	Sí		
										1	2	3	4	>4				Sube	Baja	Sube + Baja
1		X		X				X												
2	X			X				X	X											
3			X	X				X	X											
4		X		X				X	X											
5	X			X				X	X											
6	X			X				X	X											
7		X		X			X		X											
8		X		X				X	X											
9		X		X			X			X				X					X	
10	X			X				X	X											
11		X			X		X			X				X					X	
12		X		X			X		X											
13	X			X				X	X											
14		X		X				X	X											
15		X		X			X			X										
16	X			X				X	X											
17	X			X				X	X											
18		X		X			X		X											
19		X			X		X			X					X			X		
20	X			X				X	X											
21	X			X				X	X											
22	X			X				X	X											
23	X			X				X	X											
24	X			X				X	X											
25	X			X				X	X											
26	X			X				X	X											
27		X		X			X		X											
28		X		X			X		X											
29		X			X		X		X											
30			X	X			X			X				X					X	
31		X		X			X		X											
32	X			X				X	X					X					X	
33	X			X				X	X											
34		X		X			X		X											
35		X		X			X		X											
36		X		X			X		X											
37		X		X			X			X				X					X	
38		X			X		X		X											
39			X	X			X		X											
40	X			X				X	X					X				X		
41		X			X		X		X											
42		X		X				X	X											
43		X		X			X			X				X				X		
44	X			X				X	X											
45		X		X			X				X			X						X
46		X			X		X		X											
47		X		X			X		X											
48		X		X				X	X											
49		X		X			X		X											
50	X			X				X	X											

	Título																			
	Tipología			Visualización		Idioma			Cambio de título						El cambio de título afecta al posicionamiento					
	Marca	Marca + Descriptivo	Descriptivo	Se visualiza entero	No se visualiza entero	Español	Español + Inglés	Inglés	No	Sí						NO	Sí			
										1	2	3	4	>4	Se alarga		Se acorta	Sube	Baja	Sube + Baja
51	X			X				X	X											
52		X		X				X	X											
53		X		X				X	X											
54	X			X				X						X					X	
55		X		X				X		X					X			X		
56		X			X			X		X										
57		X		X				X		X										
58		X			X			X		X										
59		X		X				X		X										
60		X		X				X		X										
61		X		X		X			X											
62		X		X		X			X		X				X			X		
63			X	X				X	X						X					
64			X		X			X	X											
65		X		X		X			X											
66		X		X				X	X											
67		X		X		X			X											
68		X			X			X		X					X			X		
69		X		X				X	X											
70		X		X		X			X											
71		X		X				X	X											
72		X		X				X	X											
73		X			X			X	X											
74		X		X				X	X											
75	X			X				X	X											
76	X			X				X	X											
77		X			X			X		X				X				X		
78		X		X		X			X											
79	X			X				X	X											
80	X			X				X	X											
81		X			X			X	X											
82	X			X				X	X											
83		X			X			X	X											
84		X		X				X	X											
85		X		X				X	X											
86		X		X				X	X											
87		X		X				X	X											
88		X		X				X	X											
89		X		X				X		X										
90		X			X			X						X		X			X	
91		X			X			X		X										
92		X			X		X		X											
93		X		X				X	X											
94		X		X				X	X											
95	X			X		X			X											
96	X			X				X	X											
97		X		X				X	X											
98		X		X				X	X											
99			X	X				X	X											
100		X		X				X	X											

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Descripción						Categorías									
	Informativa/ Descriptiva	Emocional	Técnica	Idioma			Foto y video	Redes Sociales	Navegación	Juegos						
				Español	Inglés	Español + Inglés				Estrategia	Simulación	Acción	Aventura	Arcade	Música	
1 WhatsApp Messenger	X		X	X				X								
2 Instagram	X			X			X									
3 Messenger	X		X	X				X								
4 Layout from Instagram	X		X	X			X									
5 Facebook	X		X	X				X								
6 Youtube	X			X			X									
7 Google Maps: Navegación y tránsito	X			X					X							
8 Spotify Music	X		X	X												
9 Wallapop	X		X	X												
10 Snapchat	X	X		X			X									
11 Shazam - Descubre música, videos...	X		X	X												
12 Skype para Iphone	X		X	X				X								
13 Agar.io	X	X		X						X			X			
14 AliExpress Shopping App	X		X	X												
15 Juasapp - Bromas Telefónicas	X	X		X												
16 Twitter	X	X		X												
17 iMovie	X		X	X			X									
18 Gmail: el correo electrónico de Goo...	X			X												
19 milanuncios - la forma más fácil de...	X			X												
20 Dropbox	X		X	X												
21 Pages	X		X	X												
22 Numbers	X		X	X												
23 Keynote	X		X	X												
24 iTunes U	X		X	X												
25 GarageBand	X		X	X												
26 1010!	X	X		X												
27 Traductor de Google	X		X	X												
28 Fintonic - Tus finanzas personales	X		X	X												
29 Runtastic GPS - Entrenador de run...	X		X	X												
30 Privalia - Outlet online con primeras...	X	X		X												
31 Burguer King España	X	X	X	X												
32 YOMVI DE CANAL+	X		X	X												
33 Dubsmash	X	X		X												
34 Chrome, el navegador web de Google	X		X	X												
35 Booking.com: reserva en más de 900...	X	X		X												
36 Tripadvisor Hoteles Vuelos Restau...	X		X	X												
37 Microsoft Outlook	X	X	X	X												
38 GRU. MI VILLANO FAVORITO: Minio...	X	X		X											X	
39 Música Gratis	X			X												
40 Google	X		X	X												
41 VivaVideo:App gratuita de vídeo y...	X		X	X			X									
42 Geometry Dash Lite	X				X									X	X	
43 Segundamano.es	X			X												
44 Retrica	X		X	X			X									
45 Infojobs Trabajo Empleo	X	X	X	X												
46 Marca - Diario líder deportivo. Noti...	X	X		X												
47 Mi Movistar	X			X												
48 PicsArt Photo Studio	X	X		X			X									
49 Amazon Móvil	X	X		X												
50 Pinterest	X			X				X								

	Descripción					Categorías									
	Informativa/ Descriptiva	Emocional	Técnica	Idioma			Foto y video	Redes Sociales	Navegación	Juegos					
				Español	Inglés	Español + Inglés				Estrategia	Simulación	Acción	Aventura	Arcade	Música
51	X	X	X	X						X		X			
52	X			X											
53	X	X	X	X										X	
54	X	X		X			X								
55	X	X	X	X											
56	X			X											
57	X			X											
58	X			X											
59	X			X											
60	X	X		X											
61	X		X	X											
62	X		X	X			X								
63	X	X	X	X											
64	X		X	X				X							
65	X	X	X	X											
66	X		X	X									X	X	
67	X			X											
68	X		X	X				X							
69	X		X	X									X		
70	X		X	X											
71		X		X											
72	X		X	X				X							
73		X		X											
74	X	X		X											
75	X		X	X											
76		X		X											
77	X		X	X			X								
78	X	X	X	X											
79	X					X		X							
80	X					X									
81	X			X											
82	X		X	X									X	X	
83	X		X	X											
84	X	X		X											
85	X	X		X											
86	X		X	X					X						
87	X			X											
88	X		X	X											
89	X		X	X					X						
90	X	X		X			X								
91		X	X	X											
92	X	X		X											
93		X		X											
94	X	X	X	X											
95	X		X	X											
96	X			X											
97	X		X	X											
98		X		X											
99	X			X			X								
100	X		X		X			X							

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		Categorías															
		Juegos											Compras	Música	Entretenimiento	Educación	
Familiar	Juegos de mesa	Juegos de rol	Carreras	Cartas	Casino	Dados	Deportes	Educación	Palabras	Puzzle	Trivia						
1	WhatsApp Messenger																
2	Instagram																
3	Messenger																
4	Layout from Instagram																
5	Facebook																
6	Youtube																
7	Google Maps: Navegación y tránsito																
8	Spotify Music													X			
9	Wallapop												X				
10	Snapchat																
11	Shazam - Descubre música, videos...													X			
12	Skype para Iphone																
13	Agario																
14	AliExpress Shopping App												X				
15	Juasapp - Bromas Telefónicas														X		
16	Twitter																
17	Movie																
18	Gmail: el correo electrónico de Goo...																
19	milanuncios - la forma más fácil de...												X				
20	Dropbox																
21	Pages																
22	Numbers																
23	Keynote																
24	iTunes U																X
25	GarageBand		X												X		
26	1010!									X							
27	Traductor de Google																
28	Fintonic - Tus finanzas personales																
29	Runtastic GPS - Entrenador de run...																
30	Privalia - Outlet online con primeras...													X			
31	Burguer King España																
32	YOMVI DE CANAL+															X	
33	Dubsmash															X	
34	Chrome, el navegador web de Google																
35	Booking.com: reserva en más de 900...																
36	Tripadvisor Hoteles Vuelos Restau...																
37	Microsoft Outlook																
38	GRU. MI VILLANO FAVORITO: Minio...	X															
39	Música Gratis															X	
40	Google																
41	VivaVideo:App gratuita de vídeo y...																
42	Geometry Dash Lite																
43	Segundamano.es													X			
44	Retrica																
45	Infojobs Trabajo Empleo																
46	Marca - Diario líder deportivo. Noti...																
47	Mi Movistar																
48	PicsArt Photo Studio																
49	Amazon Móvil													X			
50	Pinterest																



Categorías

	Juegos											Compras	Música	Entretenimiento	Educación		
	Familiar	Juegos de mesa	Juegos de rol	Carreras	Cartas	Casino	Dados	Deportes	Educación	Palabras	Puzzle					Trivia	
51	Clan of Clans																
52	Apple Store													X			
53	Candy Crush Saga										X						
54	Flipagram																
55	JOB TODAY - Ofertas de Empleo / Tra...																
56	BlaBlaCar - Compartir coche																
57	RenfeTicket																
58	Google Drive: almacenamiento on...																
59	Mi Orange																
60	Mi Vodafone																
61	BBVA   España																
62	InstaSize - Editor de fotos, Instagram																
63	Sing! Karaoke													X			
64	Seguidores + para Instagram - Herra...																
65	Radio FM España													X			
66	Piano Tiles 2™ (Don't Tap The White...																
67	Vueling - Vuelos baratos																
68	wazypark - dónde aparcar gratis en...																
69	Candy Crush Soda Saga										X						
70	SoundCloud Música													X			
71	Google Earth																
72	Telegram Messenger																
73	Duolingo - Curso gratis de inglés y...																X
74	Zara for Iphone																
75	SocialDrive																
76	Foster's Hollywood																
77	YouCam Makeup - Virtual Makeover...																
78	fotocasa alquiler y venta																
79	LinkedIn																
80	Tinder																
81	eBay : Compra y vende Tecnología,...													X			
82	Ball Poll ™																
83	CamScanner Free   PDF Document...																
84	Jobandtalent - Empleo y Trabajo pa...																
85	McDonald's España - ofertas cerca...																
86	Waze - Navegador GPS social, Ma...																
87	Zalando - moda y zapatos													X			
88	Microsoft Word																
89	LOVOO - Chat, Ligue y Solteros																
90	Visage Lab: retoque de arrugas y fa...																
91	Música Gratis - MP3 Player y Youtu...													X			
92	Substa de Ocio - Viajes Hoteles Es...																
93	Wish - Comprar es divertido													X			
94	Adobe Acrobat Reader																
95	Santander																
96	Airbnb																
97	Códigos QR de Scanlife y Códigos de...													X			
98	Ryanair - Las tarifas más baratas																
99	Editor de Fotos Collage Retro																
100	Repost for Instagram																

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Categorías													Nº Categorías		
	Noticias	Tiempo	Navegación	Productividad	Estilo de vida	Salud y forma física	Referencia	Finanzas	Utilidades	Economía y empresa	Viajes	Deportes	Comida y bebida	1	2	3
	1 WhatsApp Messenger														X	
2 Instagram														X		
3 Messenger														X		
4 Layout from Instagram														X		
5 Facebook														X		
6 Youtube														X		
7 Google Maps: Navegación y tránsito														X		
8 Spotify Music														X		
9 Wallapop														X		
10 Snapchat														X		
11 Shazam - Descubre música, videos...														X		
12 Skype para Iphone														X		
13 Agar.io															X	
14 AliExpress Shopping App														X		
15 Juasapp - Bromas Telefónicas														X		
16 Twitter	X													X		
17 iMovie														X		
18 Gmail: el correo electrónico de Goo...				X										X		
19 milanuncios - la forma más fácil de...				X										X		
20 Dropbox				X										X		
21 Pages				X										X		
22 Numbers				X										X		
23 Keynote				X										X		
24 iTunes U				X										X		
25 GarageBand														X		
26 1010!															X	
27 Traductor de Google							X							X		
28 Fintonic - Tus finanzas personales								X						X		
29 Runtastic GPS - Entrenador de run...														X		
30 Privalia - Outlet online con primeras...														X		
31 Burger King España					X									X		
32 YOMVI DE CANAL+														X		
33 Dubsmash														X		
34 Chrome, el navegador web de Google									X					X		
35 Booking.com: reserva en más de 900...											X			X		
36 Tripadvisor Hoteles Vuelos Restau...											X			X		
37 Microsoft Outlook				X										X		
38 GRU. MI VILLANO FAVORITO: Minio...															X	
39 Música Gratis														X		
40 Google									X					X		
41 VivaVideo:App gratuita de vídeo y...														X		
42 Geometry Dash Lite															X	
43 Segundamano.es														X		
44 Retrica														X		
45 Infojobs Trabajo Empleo										X				X		
46 Marca - Diario líder deportivo. Noti...												X		X		
47 Mi Movistar											X			X		
48 PicsArt Photo Studio														X		
49 Amazon Móvil														X		
50 Pinterest														X		

Categorías																		
	Noticias	Tiempo	Navegación	Productividad	Estilo de vida	Salud y forma física	Referencia	Finanzas	Utilidades	Economía y empresa	Viajes	Deportes	Comida y bebida	Nº Categorías				
														1	2	3		
51																X		
52																X		
53																	X	
54																X		
55										X						X		
56											X					X		
57											X					X		
58				X												X		
59									X							X		
60									X							X		
61							X									X		
62																X		
63																X		
64																X		
65																X		
66																	X	
67											X					X		
68																X		
69																	X	
70																X		
71											X					X		
72																X		
73																X		
74					X											X		
75											X					X		
76					X											X		
77																X		
78									X							X		
79																X		
80					X											X		
81																X		
82																	X	
83				X												X		
84										X						X		
85													X			X		
86																X		
87																X		
88				X												X		
89																X		
90																X		
91																X		
92											X					X		
93																X		
94									X							X		
95								X								X		
96											X					X		
97																X		
98											X					X		
99																X		
100																X		





FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Capturas de pantalla						Video demostrativo			Valoraciones			Comentarios			
	Orientación			Imagen	Imagen + Texto			Sí		No				Más positivos que negativos	Más negativos que positivos	Predominan neutros
	Vertical	Horizontal	Vertical + Horizontal		Español	Español + Inglés	Inglés	Vertical	Horizontal		Negativa	Buena	Excelente			
1 WhatsApp Messenger	X				X					X		X		X		
2 Instagram	X			X						X		X		X		
3 Messenger	X				X					X		X		X		
4 Layout from Instagram	X			X						X		X		X		
5 Facebook	X			X						X		X		X		
6 Youtube	X			X						X		X		X		
7 Google Maps: Navegación y tránsito	X				X					X		X		X		
8 Spotify Music	X				X					X		X		X		
9 Wallapop	X			X						X		X		X		
10 Snapchat	X				X					X		X		X		
11 Shazam - Descubre música, videos...	X				X			X				X		X		
12 Skype para Iphone	X				X		X					X		X		
13 Agar.io		X			X					X		X		X		
14 AliExpress Shopping App	X				X					X		X		X		
15 Juasapp - Bromas Telefónicas	X				X					X		X		X		
16 Twitter	X							X				X		X		
17 iMovie		X		X					X			X		X		
18 Gmail: el correo electrónico de Goo...	X			X						X		X		X		
19 milanuncios - la forma más fácil de de...	X				X					X		X		X		
20 Dropbox	X				X					X		X		X		
21 Pages	X				X					X		X		X		
22 Numbers	X				X					X		X		X		
23 Keynote		X		X						X		X		X		
24 iTunes U	X				X					X		X		X		
25 GarageBand		X		X					X			X		X		
26 1010!	X				X			X				X		X		
27 Traductor de Google	X				X					X		X		X		
28 Fintonic - Tus finanzas personales	X				X					X		X		X		
29 Runtastic GPS - Entrenador de run...	X				X			X				X		X		
30 Privalia - Outlet online con primeras...	X				X			X				X		X		
31 Burguer King España	X				X					X		X		X		
32 YOMVI DE CANAL+	X			X						X		X		X		
33 Dubsplash	X				X					X		X		X		
34 Chrome, el navegador web de Google	X				X					X		X		X		
35 Booking.com: reserva en más de 900...	X				X					X		X		X		
36 Tripadvisor Hoteles Vuelos Restau...	X			X				X				X		X		
37 Microsoft Outlook	X				X			X				X		X		
38 GRU. MI VILLANO FAVORITO: Minio...	X				X			X				X		X		
39 Música Gratis	X			X								X		X		
40 Google	X				X					X		X		X		
41 VivaVideo:App gratuita de vídeo y...	X				X					X		X		X		
42 Geometry Dash Lite		X					X					X		X		
43 Segundamano.es				X						X		X		X		
44 Retrica	X				X					X		X		X		
45 Infojobs Trabajo Empleo	X				X					X		X		X		
46 Marca - Diario líder deportivo. Noti...	X				X					X		X		X		
47 Mi Movistar	X				X					X		X		X		
48 PicsArt Photo Studio	X				X			X				X		X		
49 Amazon Móvil	X				X					X		X		X		
50 Pinterest	X				X					X		X		X		

BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

	Capturas de pantalla						Video demostrativo			Valoraciones			Comentarios			
	Orientación			Imagen	Imagen + Texto			Sí		No	Negativa	Buena	Excelente	Más positivos que negativos	Más negativos que positivos	Predominan neutros
	Vertical	Horizontal	Vertical + Horizontal		Español	Español + Inglés	Inglés	Vertical	Horizontal							
51	X				X				X			X				
52	X			X						X		X				
53	X				X			X				X				
54	X			X						X		X				
55	X				X					X		X				
56	X				X					X		X				
57	X			X						X		X				
58	X			X						X		X				
59	X			X						X		X				
60	X				X					X		X				
61	X				X					X		X				
62	X				X					X		X				
63	X				X					X		X				
64	X				X					X		X				
65	X			X						X		X				
66	X				X					X		X				
67	X				X					X		X				
68	X				X					X		X				
69	X				X			X				X				
70	X				X					X		X				
71	X			X						X		X				
72	X			X						X		X				
73	X				X					X		X				
74	X			X						X		X				
75	X				X					X		X				
76	X			X						X		X				
77	X				X			X				X				
78	X			X						X		X				
79	X			X				X				X				
80	X				X					X		X				
81	X				X					X		X				
82			X		X					X		X				
83	X				X			X				X				
84	X				X					X		X				
85	X				X					X		X				
86	X				X			X				X				
87	X			X				X				X				
88	X				X					X		X				
89	X				X					X		X				
90	X				X					X		X				
91	X				X					X		X				
92	X				X					X		X				
93	X				X					X		X				
94	X		X		X			X				X				
95	X				X					X		X				
96	X				X					X		X				
97	X			X						X		X				
98	X				X					X		X				
99	X			X						X		X				
100	X				X					X		X				

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Idiomas							Valoración de edad				Tamaño											
	1		2 - 10	11 - 20	21 - 30	31 - 40	40 - 50	>50	4+	9+	12+	17+	0 - 10 MB	11 - 20 MB	21 - 30 MB	31 - 40 MB	41 - 50 MB	51 - 60 MB	61 - 70 MB	71 - 80 MB	81 - 90 MB	91 - 100 MB	> 100 MB
	Español	Inglés																					
1 WhatsApp Messenger					X			X														X	
2 Instagram				X						X													
3 Messenger			X					X															X
4 Layout from Instagram			X					X				X											
5 Facebook			X					X															X
6 Youtube						X					X									X			
7 Google Maps: Navegación y tránsito					X					X								X					
8 Spotify Music			X							X									X				
9 Wallapop					X						X					X							
10 Snapchat				X						X											X		
11 Shazam - Descubre música, videos...			X							X										X			
12 Skype para Iphone					X			X												X			
13 Agar.io	X		X							X									X				
14 AliExpress Shopping App			X							X											X		
15 Juasapp - Bromas Telefónicas			X							X				X									
16 Twitter					X			X													X		
17 iMovie					X			X															X
18 Gmail: el correo electrónico de Goo...							X	X							X								
19 milanuncios - la forma más fácil de...		X						X					X										
20 Dropbox			X					X					X								X		
21 Pages					X			X															X
22 Numbers					X			X															X
23 Keynote					X			X															X
24 iTunes U					X			X							X								
25 GarageBand					X			X															X
26 1010!		X						X											X				
27 Traductor de Google							X	X						X									
28 Fintonic - Tus finanzas personales	X							X						X									
29 Runtastic GPS - Entrenador de run...			X					X													X		
30 Privalia - Outlet online con primeras...			X					X					X										
31 Burguer King España		X						X					X										
32 YOMVI DE CANAL+		X								X				X									
33 Dubsmash			X							X								X					
34 Chrome, el navegador web de Google					X						X								X				
35 Booking.com: reserva en más de 900...						X		X									X						
36 Tripadvisor Hoteles Vuelos Restau...				X				X															X
37 Microsoft Outlook							X	X													X		
38 GRU. MI VILLANO FAVORITO: Minio...			X						X														X
39 Música Gratis	X							X				X											
40 Google					X						X											X	
41 VivaVideo:App gratuita de vídeo y...			X					X													X		
42 Geometry Dash Lite	X							X							X								
43 Segundamano.es			X					X							X								
44 Retrica			X					X									X						
45 Infojobs Trabajo Empleo			X					X					X										
46 Marca - Diario líder deportivo. Noti...	X							X						X									
47 Mi Movistar			X					X				X											
48 PicsArt Photo Studio			X							X												X	
49 Amazon Móvil			X					X													X		
50 Pinterest				X						X				X									





	Idiomas							Valoración de edad				Tamaño											
	1		2 - 10	11 - 20	21 - 30	31 - 40	40 - 50	>50	4+	9+	12+	17+	0 - 10 MB	11 - 20 MB	21 - 30 MB	31 - 40 MB	41 - 50 MB	51 - 60 MB	61 - 70 MB	71 - 80 MB	81 - 90 MB	91 - 100 MB	> 100 MB
	Español	Inglés																					
51 Clan of Clans			X						X									X					
52 Apple Store				X				X							X								
53 Candy Crush Saga			X					X															X
54 Flipagram					X				X									X					
55 JOB TODAY - Ofertas de Empleo / Tra...			X					X					X										
56 BlaBlaCar - Compartir coche			X					X						X									
57 RenfeTicket			X					X				X											
58 Google Drive: almacenamiento on...							X	X															X
59 Mi Orange	X							X								X							
60 Mi Vodafone	X							X				X											
61 BBVA   España		X						X				X											
62 InstaSize - Editor de fotos, Instagram				X				X									X						
63 Sing! Karaoke			X						X									X					
64 Seguidores + para Instagram - Herra...				X					X										X				
65 Radio FM España		X						X				X											
66 Piano Tiles 2™ (Don't Tap The White...			X					X									X						
67 Vueling - Vuelos baratos		X						X						X									
68 wazypark - dónde aparcar gratis en...		X						X							X								
69 Candy Crush Soda Saga		X						X															X
70 SoundCloud Música		X						X						X									
71 Google Earth					X			X						X									
72 Telegram Messenger		X						X						X									
73 Duolingo - Curso gratis de inglés y...				X				X					X										
74 Zara for Iphone				X				X						X									
75 SocialDrive		X						X						X									
76 Foster's Hollywood	X							X				X											
77 YouCam Makeup - Virtual Makeover...			X						X											X			
78 fotocasa alquiler y venta		X						X										X					
79 LinkedIn				X				X															X
80 Tinder					X						X			X									
81 eBay : Compra y vende Tecnología,...		X								X								X					
82 8 Ball Poll ™		X						X									X						
83 CamScanner Free   PDF Document...			X					X										X					
84 Jobandtalent - Empleo y Trabajo pa...		X						X						X									
85 McDonald's España - ofertas cerca...	X							X							X								
86 Waze - Navegador GPS social, Ma...					X			X									X						
87 Zalando - moda y zapatos			X					X										X					
88 Microsoft Word					X			X															X
89 LOVOO - Chat, Ligue y Solteros			X							X						X							
90 Visage Lab: retoque de arrugas y fa...			X					X															X
91 Música Gratis - MP3 Player y Youtu...		X							X														X
92 Substa de Ocio - Viajes Hoteles Es...	X									X		X											
93 Wish - Comprar es divertido				X					X						X								
94 Adobe Acrobat Reader			X					X						X									
95 Santander		X						X						X									
96 Airbnb				X				X															X
97 Códigos QR de Scanlife y Códigos de...		X						X					X										
98 Ryanair - Las tarifas más baratas		X						X									X						
99 Editor de Fotos Collage Retro				X				X							X								
100 Repost for Instagram	X								X					X									

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Precio	Ficha Store			Permite compras dentro de la app		Actualizaciones											Sigue vigente			
		Gratis	Sí		No	Sí	No	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	>10	Sí	No
			Imagen Destacada/Fondo	Presencia marca																	
1 WhatsApp Messenger	X	X	X		X								X							X	
2 Instagram	X		X		X													X		X	
3 Messenger	X	X	X		X													X		X	
4 Layout from Instagram	X			X	X				X											X	
5 Facebook	X			X	X											X				X	
6 Youtube	X			X	X											X				X	
7 Google Maps: Navegación y tránsito	X			X	X						X									X	
8 Spotify Music	X			X	X										X					X	
9 Wallapop	X			X	X							X								X	
10 Snapchat	X			X	X	X												X		X	
11 Shazam - Descubre música, videos...	X			X	X									X						X	
12 Skype para Iphone	X	X	X	X	X										X					X	
13 Agar.io	X			X	X				X											X	
14 AliExpress Shopping App	X			X	X	X								X						X	
15 Juasapp - Bromas Telefónicas	X			X	X					X										X	
16 Twitter	X			X	X													X		X	
17 iMovie	X			X	X				X											X	
18 Gmail: el correo electrónico de Goo...	X			X	X					X										X	
19 milanuncios - la forma más fácil de...	X			X	X					X										X	
20 Dropbox	X	X	X	X	X										X					X	
21 Pages	X			X	X					X										X	
22 Numbers	X			X	X					X										X	
23 Keynote	X			X	X					X										X	
24 iTunes U	X			X	X				X											X	
25 GarageBand	X			X	X			X												X	
26 1010!	X			X	X				X											X	
27 Traductor de Google	X			X	X					X										X	
28 Fintonic - Tus finanzas personales	X			X	X						X						X			X	
29 Runtastic GPS - Entrenador de run...	X	X	X	X	X							X								X	
30 Privalia - Outlet online con primeras...	X			X	X					X										X	
31 Burguer King España	X			X	X					X										X	
32 YOMVI DE CANAL+	X			X	X			X												X	
33 Dubsmash	X			X	X								X							X	
34 Chrome, el navegador web de Google	X			X	X								X							X	
35 Booking.com: reserva en más de 900...	X			X	X										X					X	
36 Tripadvisor Hoteles Vuelos Restau...	X	X	X	X	X										X					X	
37 Microsoft Outlook	X	X	X	X	X													X		X	
38 GRU. MI VILLANO FAVORITO: Minio...	X	X	X	X	X					X										X	
39 Música Gratis	X			X	X			X												X	
40 Google	X			X	X							X								X	
41 VivaVideo:App gratuita de vídeo y...	X			X	X									X						X	
42 Geometry Dash Lite	X			X	X			X												X	
43 Segundamano.es	X			X	X					X										X	
44 Retrica	X			X	X								X							X	
45 Infojobs Trabajo Empleo	X			X	X									X						X	
46 Marca - Diario líder deportivo. Noti...	X			X	X					X										X	
47 Mi Movistar	X			X	X			X												X	
48 PicsArt Photo Studio	X			X	X								X							X	
49 Amazon Móvil	X			X	X							X								X	
50 Pinterest	X	X	X	X	X												X			X	

	Precio	Ficha Store			Permite compras dentro de la app		Actualizaciones											Sigue vigente		
		Sí		No	Sí	No	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 >10	Sí	No	
		Gratis	Imagen Destacada/ Fondo																	Presencia marca
51		X	X	X		X								X					X	
52		X	X			X			X										X	
53		X	X	X		X								X					X	
54		X			X	X										X			X	
55		X			X	X			X										X	
56		X			X	X							X						X	
57		X			X	X			X										X	
58		X			X	X				X									X	
59		X			X	X	X												X	
60		X			X	X				X									X	
61		X			X	X			X										X	
62		X			X	X						X							X	
63		X	X			X						X							X	
64		X			X	X				X									X	
65		X			X	X			X										X	
66		X	X	X		X										X			X	
67		X			X	X			X										X	
68		X			X	X			X										X	
69		X	X		X	X							X						X	
70		X			X	X			X										X	
71		X			X	X	X												X	
72		X			X	X				X									X	
73		X	X	X		X						X							X	
74		X			X	X			X										X	
75		X			X	X			X										X	
76		X			X	X			X										X	
77		X			X	X			X					X					X	
78		X			X	X			X										X	
79		X	X	X		X						X							X	
80		X			X	X					X								X	
81		X			X	X			X										X	
82		X			X	X			X										X	
83		X			X	X					X								X	
84		X			X	X					X								X	
85		X			X	X			X										X	
86		X			X	X			X										X	
87		X			X	X			X										X	
88		X	X	X		X						X							X	
89		X	X	X		X							X			X			X	
90		X			X	X					X								X	
91		X			X	X			X										X	
92		X			X	X			X										X	
93		X			X	X				X									X	
94		X			X	X			X										X	
95		X			X	X				X									X	
96		X	X	X		X								X					X	
97		X			X	X			X										X	
98		X			X	X					X								X	
99		X			X	X			X										X	
100		X			X	X			X										X	

c.2) Aplicaciones de pago en App Store

	Título																	Descripción							
	Marca	Marca + Descriptivo	Descriptivo	Visualización		Idioma			Cambio de título						El cambio de título afecta al posicionamiento			Informativa/ Descriptiva	Emocional	Técnica	Español				
				Se visualiza entero	No se visualiza entero	Español	Español + Inglés	Inglés	No	Sí				Se alarga	Se acorta	No	Sí								
										1	2	3	4				>4					Sube	Baja	Sube + Baja	
1 Afterlight	X			X				X	X											X					
2 Geometry Dash	X			X				X	X												X				
3 Radar Nomad (antes Avisador de Radares)		X		X		X			X												X		X	X	
4 Teclado Emoji para Mi - Temas para el teclado,			X	X			X			X					X			X		X	X			X	
5 Runtastic PRO GPS Entrenador de Running, ...		X			X		X		X											X		X	X		
6 Tabla de 7 minutos - 7 Minute Workout - Ejerci...			X		X		X		X											X			X		
7 Pou	X			X				X	X											X			X		
8 Facetune	X			X				X	X											X		X	X		
9 FACIE	X			X				X	X											X			X		
10 Minecraft: Pocket Edition		X		X				X	X											X			X		
11 Flightradar24 - Flight Tracker		X		X				X	X											X		X	X		
12 Tiempo en Vivo			X	X		X			X											X			X		
13 iParadox - Alarm System Control		X		X				X	X											X		X			
14 Hablar y Traducir - Traductor Profesional de...			X		X	X			X											X		X	X		
15 Tunea Tu Sonido			X	X		X			X											X		X	X		
16 WiFiAudit Pro - WiFi Passwords		X		X				X	X											X		X	X		
17 Trafico NO! Pro, info gasolina y avisador de radares			X		X	X			X											X		X	X		
18 Contraseña para WhatsApp			X	X		X			X											X					
19 Badoo Premium - Haz contactos nuevos. Chat...		X			X		X		X											X		X	X		
20 La Patrulla Canina - Al rescate		X		X		X			X											X		X	X		
21 Plague Inc.		X		X				X	X											X		X	X		
22 Grindr Xtra - red social gay, homo, bi para chat...		X			X		X		X											X					
23 Emoji.)		X		X				X	X											X					
24 Tunea Tu Pantalla - Temas y Fondos de Pantalla perso...			X		X	X				X				X				X		X		X	X		
25 iPlanner España		X		X			X		X											X		X	X		
26 Photo Lab PRO HD: foto montaje...		X			X		X				X		X				X			X			X		
27 Camara+		X		X		X			X											X			X		
28 TomTom Iberia		X		X			X		X											X		X			
29 Grand Theft Auto: San Andreas		X		X			X		X											X		X	X		
30 Akinator the Genie		X		X				X	X											X		X	X		
31 Turbo Downloader			X		X			X	X											X		X	X		
32 Scanner Pro 6 by Raddle		X		X				X				X		X				X		X		X	X		
33 Swype		X		X				X	X											X		X	X		

	Descripción	Categorías																	
		Idioma		Foto y video	Redes Sociales	Navegación	Juegos												
		Inglés	Español + Inglés				Estrategia	Simulación	Acción	Aventura	Arcade	Música	Familiar	Juegos de mesa	Juegos de rol	Carreras	Cartas	Casino	Dados
1	Afterlight	X		X															
2	Geometry Dash	X									X	X							
3	Radar Nomad (antes Avisador de Radares)					X													
4	Teclado Emoji para Mi - Temas para el teclado,																		
5	Runtastic PRO GPS Entrenador de Running, ...																		
6	Tabla de 7 minutos - 7 Minute Workout - Ejerci...																		
7	Pou							X				X							
8	Facetune			X															
9	FACIE			X															
10	Minecraft: Pocket Edition							X		X									
11	Flightradar24 - Flight Tracker																		
12	Tiempo en Vivo																		
13	iParadox - Alarm System Control	X																	
14	Hablar y Traducir - Traductor Profesional de...																		
15	Tunea Tu Sonido																		
16	WiFiAudit Pro - WiFi Passwords																		
17	Trafico NO! Pro, info gasolina y avisador de radares					X													
18	Contraseña para WhatsApp		X		X														
19	Badoo Premium - Haz contactos nuevos. Chat...				X														
20	La Patrulla Canina - Al rescate																		
21	Plague Inc.						X	X											
22	Grindr Xtra - red social gay, homo, bi para chat...	X			X														
23	Emoji;) )		X																
24	Tunea Tu Pantalla - Temas y Fondos de Pantalla perso...																		
25	iPlanner España																		
26	Photo Lab PRO HD: foto montaje...			X															
27	Camara+			X															
28	TomTom Iberia	X																	
29	Grand Theft Auto: San Andreas									X	X								
30	Akinator the Genie																		
31	Turbo Downloader	X																	
32	Scanner Pro 6 by Raddle																		
33	Swype																		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		Categorías																	
		Juegos			Compras	Música	Libros	Medicina	Niños	Revistas y periódicos	Catálogos	Entretenimiento	Educación	Noticias	Tiempo	Navegación	Productividad	Estilo de vida	Salud y forma física
		Palabras	Puzzle	Trivia															
1	Afterlight																		
2	Geometry Dash																		
3	Radar Nomad (antes Avisador de Radares)																		
4	Teclado Emoji para Mi - Temas para el teclado,																		
5	Runtastic PRO GPS Entrenador de Running, ...																	X	
6	Tabla de 7 minutos - 7 Minute Workout - Ejerci...																	X	
7	Pou																		
8	Facetune																		
9	FACIE																		
10	Minecraft: Pocket Edition																		
11	Flightradar24 - Flight Tracker																		
12	Tiempo en Vivo												X						
13	iParadox - Alarm System Control																		
14	Hablar y Traducir - Traductor Profesional de...																		X
15	Tunea Tu Sonido					X													
16	WiFiAudit Pro - WiFi Passwords																		
17	Trafico NO! Pro, info gasolina y avisador de radares																		
18	Contraseña para WhatsApp																		
19	Badoo Premium - Haz contactos nuevos. Chat...																		
20	La Patrulla Canina - Al rescate										X								
21	Plague Inc.																		
22	Grindr Xtra - red social gay, homo, bi para chat...																		
23	Emoji;																		
24	Tunea Tu Pantalla - Temas y Fondos de Pantalla perso...																X		
25	iPlanner España															X			
26	Photo Lab PRO HD: foto montaje...																		
27	Camara+																		
28	TomTom Iberia													X					
29	Grand Theft Auto: San Andreas																		
30	Akinator the Genie									X									
31	Turbo Downloader															X			
32	Scanner Pro 6 by Raddle																		
33	Swype																		



FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Capturas de pantalla									Video demostrativo			Valoraciones			Comentarios			Idiomas	
	Entrelazadas		Orientación			Imagen	Imagen + Texto			Sí		No	Negativa	Buena	Excelente	Más positivos que negativos	Más negativos que positivos	Neutros	1	
	Sí	No	Vertical	Horizontal	Vertical + Horizontal		Español	Inglés	Español + Inglés	Vertical	Horizontal								Español	Inglés
1 Afterlight	X	X	X			X					X		X		X				X	
2 Geometry Dash	X			X		X				X			X		X				X	
3 Radar Nomad (antes Avisador de Radares)	X	X				X			X				X		X			X		
4 Teclado Emoji para Mi - Temas para el teclado,	X	X				X					X		X		X					
5 Runtastic PRO GPS Entrenador de Running, ...	X	X				X			X				X		X					
6 Tabla de 7 minutos - 7 Minute Workout - Ejerci...	X	X				X					X		X		X					
7 Pou	X	X				X					X		X		X					
8 Facetune	X	X			X				X				X		X					
9 FACIE	X	X				X					X		X		X					
10 Minecraft: Pocket Edition	X			X		X				X			X		X					
11 Flightradar24 - Flight Tracker	X	X						X				X	X		X				X	
12 Tiempo en Vivo	X	X			X							X	X		X					
13 iParadox - Alarm System Control	X	X			X							X	X		X					
14 Hablar y Traducir - Traductor Profesional de...	X	X				X						X	X		X					
15 Tunea Tu Sonido	X	X				X						X	X		X					
16 WiFiAudit Pro - WiFi Passwords	X	X			X							X	X		X					
17 Trafico NO! Pro, info gasolina y avisador de radares	X	X				X			X				X		X					
18 Contraseña para WhatsApp	X	X				X						X	X		X					
19 Badoo Premium - Haz contactos nuevos. Chat...	X	X			X				X				X		X					
20 La Patrulla Canina - Al rescate	X			X		X						X	X		X				X	
21 Plague Inc.	X	X			X							X	X		X					
22 Grindr Xtra - red social gay, homo, bi para chat...	X	X						X				X	X		X				X	
23 Emoji;) )	X	X				X						X	X		X					
24 Tunea Tu Pantalla - Temas y Fondos de Pantalla perso...	X	X				X						X	X		X					
25 iPlanner España	X	X			X							X	X		X					
26 Photo Lab PRO HD: foto montaje...	X	X			X							X	X		X					
27 Camara+	X	X				X						X	X		X					
28 TomTom Iberia	X	X			X							X	X		X					
29 Grand Theft Auto: San Andreas	X			X		X						X	X		X					
30 Akinator the Genie	X	X			X				X				X		X					
31 Turbo Downloader	X	X				X						X	X		X					
32 Scanner Pro 6 by Raddle	X	X				X			X				X		X					
33 Swype	X	X				X			X				X		X					





FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Precio										Ficha Store			Permite compras		Actualizaciones											Sigue vigente		
	Cambia el precio					Modifica el posicionamiento					Ficha Store			Permite compras		Actualizaciones											Sigue vigente		
	No	Si				No	Si				Imagen Destacada/ Fondo	Presencia marca	No	Sí	No	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	>10	Sí	No
		1	2	3	4		>4	*	**	***																			
1	X											X	X			X												X	
2	X												X	X	X													X	
3	X											X	X								X							X	
4				X		X	X	X	X			X	X							X								X	
5		X				X						X	X								X							X	
6					X		X	X				X	X									X						X	
7												X	X															X	
8	X											X	X	X														X	
9		X					X		X			X	X					X										X	
10	X									X	X		X							X								X	
11	X											X	X					X										X	
12			X			X			X			X	X						X									X	
13	X											X	X	X														X	
14				X			X		X			X	X								X							X	
15	X											X	X				X											X	
16	X											X	X	X														X	
17	X											X	X			X												X	
18	X											X	X													X		X	
19	X											X	X						X									X	
20	X											X	X	X														X	
21	X									X	X		X		X													X	
22	X											X	X					X										X	
23	X											X	X			X												X	
24				X			X		X			X	X	X						X								X	
25	X											X	X								X							X	
26		X					X	X				X	X							X								X	
27	X											X	X					X										X	
28			X				X	X	X			X	X							X								X	
29		X					X		X	X	X	X		X				X										X	
30	X											X	X			X												X	
31			X						X			X	X					X										X	
32		X					X					X	X							X								X	
33	X											X	X			X												X	

c.3) Aplicaciones gratuitas en Play Store

	Título	Descripción																						
		Marca	Marca + Descriptivo	Descriptivo	Visualización			Idioma			Cambio de título				El cambio afecta al posicionamiento			Descripción			Descripción			
					Se visualiza entero	No se visualiza entero	Español	Español + Inglés	Inglés	No	Sí				No	Sí			Informativa/ Descriptiva	Emocional	Técnica	Idioma		
											1	2	3	4		>4	Sube	Baja				Sube + Baja	Español	Inglés
1	WhatsApp Messenger	X		X				X	X									X		X	X			
2	360 Security - Antivirus Boost	X			X				X	X								X		X	X			
3	Facebook	X		X				X	X									X			X			
4	Messenger	X		X				X	X									X	X	X	X			
5	Google Fotos	X		X			X		X									X		X	X			
6	Instagram	X		X				X	X									X			X			
7	Clean Master (Optimizador)	X		X			X		X									X	X	X	X			
8	Spotify Music	X		X				X	X									X			X			
9	Geometry Dash Lite	X		X				X	X									X	X		X			
10	AliExpress Shopping App	X		X				X	X									X	X		X			
11	Agar.io	X		X				X	X										X		X			
12	Linterna LED Súper-Brillante	X		X		X			X									X	X		X			
13	GRU. Mi villano favorito	X		X		X			X									X	X	X	X			
14	Layout from Instagram	X		X				X	X									X			X			
15	Subway Surfers	X		X				X	X										X		X			
16	Skype	X		X				X	X									X		X	X			
17	Wallapop	X		X				X	X									X		X	X			
18	CM Security AppLock AntiVirus	X			X			X	X									X		X	X			
19	Piano Tiles 2™	X		X				X	X									X	X		X			
20	Pou	X		X				X	X										X		X			
21	Shazam	X		X				X	X									X		X	X			
22	Snapchat	X		X				X	X										X		X			
23	Candy Crush Saga	X		X				X	X									X	X	X	X			
24	Clash of Clans	X		X				X	X									X		X	X			
25	La Liga - App Oficial	X		X		X			X									X			X			
26	Extreme Car Driving Simulator		X		X			X	X									X				X		
27	AVG AntiVirus gratis	X		X		X			X									X		X	X			
28	ZEDGE™ Tonos, Fondos y...	X			X		X		X									X			X			
29	Milanuncios	X		X		X			X									X		X	X			
30	Twitter	X		X				X	X									X				X		
31	Juasapp - Bromas telefónicas	X		X			X		X									X		X	X			
32	Candy Crush Soda Saga	X		X				X	X									X		X	X			
33	VivaVideo: Editor de vídeo	X		X		X			X									X	X		X			
34	Google Play Juegos	X		X			X		X									X		X	X			
35	Zombie Tsunami	X		X				X	X									X				X		
36	BURGER KING® España	X		X			X		X										X		X			
37	Microsoft Outlook	X		X				X	X									X			X			
38	Retrica	X		X				X	X									X		X	X			

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Marca	Marca + Descriptivo	Descriptivo	Título													Descripción			Descripción			
				Visualización		Idioma			Cambio de título					El cambio afecta al posicionamiento			Informativa/ Descriptiva	Emocional	Técnica	Idioma			
				Se visualiza entero	No se visualiza entero	Español	Español + Inglés	Inglés	No	Sí				No	Sí					Español	Inglés	Español + Inglés	
										1	2	3	4		>4	Sube	Baja	Sube + Baja					
39	Vibbo	X		X				X	X									X			X		
40	Marca - Diario Líder Deportivo	X			X													X	X		X		
41	Badoo - Haz contactos nuevos	X		X			X		X									X			X		
42	Amazon compras	X		X			X		X									X		X	X		
43	My Talking Tom	X		X				X	X									X		X	X		
44	Teclado Emoji Emoticonos Lindo		X		X		X		X									X			X		
45	Photo Collage Editor		X	X				X	X									X					X
46	Los Sims™ FreePlay	X		X				X	X									X	X	X	X		
47	PicArts Estudio de Fotografía	X		X			X		X									X			X		
48	Criminal Case	X		X				X	X									X		X	X		
49	Clan RTVE	X		X		X			X									X					X
50	Hill Climb Racing	X		X				X	X									X			X		
51	Preguntados	X		X		X			X										X		X		
52	Hungry Shark Evolution	X		X				X	X									X		X	X		
53	My Talking Angela	X		X				X	X									X	X	X	X		
54	CM Locker Aumentar 100%	X		X			X		X									X		X	X		
55	Youtube	X		X				X	X										X		X		
56	Mobile Security & Antivirus		X	X				X	X									X		X	X		
57	Wish - Comprar es divertido	X		X			X		X										X		X		
58	MEGA superceded	X		X				X	X									X		X	X		
59	Temple Run 2	X		X				X	X									X			X		
60	8 Ball Pool	X		X				X	X									X			X		
61	Music Player para Android		X	X			X		X									X			X		
62	Traductor de Google	X		X			X		X									X			X		
63	DU Batería saver & de batería	X		X			X		X									X			X		
64	Farm Heroes Saga	X		X				X	X									X			X		
65	Exploration Lite	X		X				X	X									X			X		
66	Cerradura(AppLock)		X	X			X		X									X		X	X		
67	Adobe Acrobat Reader	X		X				X	X									X		X	X		
68	LOVOO - Chat, Ligue y Solteros	X			X			X		X								X			X		
69	Tiempo y Radar - MORECAST	X		X			X		X									X			X		
70	Google Earth	X		X				X	X									X	X		X		
71	VLC para Android	X		X				X	X									X		X	X		
72	imo videollamadas y mensajería	X			X			X	X									X	X		X		
73	Avast Cleanup	X		X				X	X									X			X		
74	Mitele - TV a la carta	X		X			X		X									X			X		
75	Real Racing 3		X	X				X	X									X		X	X		
76	CaixaBank	X		X			X		X									X			X		

		Título													Descripción							
	Marca	Marca + Descriptivo	Descriptivo	Visualización		Idioma			Cambio de título					El cambio afecta al posicionamiento			Descripción					
				Se visualiza entero	No se visualiza entero	Español	Español + Inglés	Inglés	No	Sí				No	Sí		Informativa/ Descriptiva	Emocional	Técnica	Idioma		
										1	2	3	4		>4	Sube				Baja	Sube + Baja	Español
77	Akinator the Genie FREE	X		X				X	X								X		X	X		
78	Sonic Dash	X		X				X	X								X	X	X		X	
79	DU Speed Booster & Optimizador	X			X			X	X								X				X	
80	Slice the pie		X	X				X	X								X				X	
81	YouCam Makeup-Salón de...	X			X			X									X				X	
82	Head Soccer La Liga 2016	X		X				X									X	X			X	
83	El Tiempo 14 días	X		X				X									X				X	
84	Privalia, outlet moda online	X		X				X									X					
85	infojobs -Trabajo	X		X				X									X				X	
86	Dubsmash	X		X				X	X								X				X	
87	Dropbox	X		X				X	X								X				X	
88	AtresPlayer	X		X				X	X								X				X	
89	Microsoft Word	X		X				X	X								X		X		X	
90	Duolingo - idiomas gratis	X		X				X									X				X	
91	Zalando - Compras de moda	X		X				X									X		X		X	
92	LINE: Llama y mensajea gratis	X			X			X									X		X		X	
93	Viber	X		X				X	X								X				X	
94	Documentos de Google	X		X				X	X								X				X	
95	Pinterest	X		X				X	X								X				X	
96	Wazypark. La app del conductor	X			X			X									X				X	
97	BBVA   España	X		X				X									X		X		X	
98	Facebook Lite	X		X				X	X								X		X		X	
99	McDonald's España	X		X				X	X								X				X	
100	Boom Beach	X		X				X	X								X		X		X	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		Categorías																					
		Aplicaciones																					
		Arte y diseño	Automoción	Belleza	Bibliotecas y demos	Casa y hogar	Citas	Comer y beber	Cómics	Compras	Comunicación	Deportes	Educación	Empresa	Entradas a eventos	Entretenimeinto	Estilo de vida	Finanzas	Fotografía	Herramientas	Libros y obras de consulta	Mapas y navegación	Medicina
1	WhatsApp Messenger									X													
2	360 Security - Antivirus Boost																			X			
3	Facebook																						
4	Messenger									X													
5	Google Fotos																		X				
6	Instagram																						
7	Clean Master (Optimizador)																			X			
8	Spotify Music																						
9	Geometry Dash Lite																						
10	AliExpress Shopping App									X													
11	Agar.io																						
12	Linterna LED Súper-Brillante																						
13	GRU. Mi villano favorito																						
14	Layout from Instagram																		X				
15	Subway Surfers																						
16	Skype										X												
17	Wallapop									X													
18	CM Security AppLock AntiVirus																			X			
19	Piano Tiles 2 ™																						
20	Pou																						
21	Shazam																						
22	Snapchat																						
23	Candy Crush Saga																						
24	Clash of Clans																						
25	La Liga - App Oficial											X											
26	Extreme Car Driving Simulator																						
27	AVG AntiVirus gratis										X												
28	ZEDGE ™ Tonos, Fondos y Iconos																						
29	Milanuncios									X													
30	Twitter																						
31	Juasapp - Bromas telefónicas															X							
32	Candy Crush Soda Saga																						
33	VivaVideo: Editor de video																						
34	Google Play Juegos															X							
35	Zombie Tsunami																						
36	BURGER KING® España																X						
37	Microsoft Outlook																						
38	Retrica																		X				

Categorías																						
Aplicaciones																						
	Arte y diseño	Automoción	Belleza	Bibliotecas y demos	Casa y hogar	Citas	Comer y beber	Cómics	Compras	Comunicación	Deportes	Educación	Empresa	Entradas a eventos	Entretenimeinto	Estilo de vida	Finanzas	Fotografía	Herramientas	Libros y obras de consulta	Mapas y navegación	Medicina
39	Víbo								X													
40	Marca - Diario Líder Deportivo S.A.										X											
41	Badoo - Haz contactos nuevos																					
42	Amazon compras								X													
43	My Talking Tom																					
44	Teclado Emoji Emoticonos Lindo																		X			
45	Photo Collage Editor																	X				
46	Los Sims™ FreePlay																					
47	PicArts Estudio de Fotografía																	X				
48	Criminal Case																					
49	Clan RTVE										X											
50	Hill Climb Racing																					
51	Preguntados																					
52	Hungry Shark Evolution																					
53	My Talking Angela																					
54	CM Locker Aumentar 100%																		X			
55	Youtube																					
56	Mobile Security & Antivirus																					
57	Wish - Comprar es divertido								X													
58	MEGA superceded																					
59	Temple Run 2																					
60	8 Ball Pool																					
61	Music Player para Android																					
62	Traductor de Google																		X			
63	DU Batería saver & de batería																		X			
64	Farm Heroes Saga																					
65	Exploration Lite																					
66	Cerradura(AppLock)																		X			
67	Adobe Acrobat Reader																					
68	LOVOO - Chat, Ligue y Solteros					X																
69	Tiempo y Radar - MORECAST																					
70	Google Earth																					
71	VLC para Android																					
72	imo videollamadas y mensajería									X												
73	Avast Cleanup																		X			
74	Mitele - TV a la carta													X								
75	Real Racing 3																					
76	CaixaBank																X					

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

Categorías																								
Aplicaciones																								
		Arte y diseño	Automoción	Belleza	Bibliotecas y demos	Casa y hogar	Citas	Comer y beber	Cómics	Compras	Comunicación	Deportes	Educación	Empresa	Entradas a eventos	Entretenimeinto	Estilo de vida	Finanzas	Fotografía	Herramientas	Libros y obras de consulta	Mapas y navegación	Medicina	
77	Akinator the Genie FREE															X								
78	Sonic Dash																							
79	DU Speed Booster & Optimizador																				X			
80	Slice the pie																							
81	YouCam Makeup-Salón de Be...																		X					
82	Head Soccer La Liga 2016										X													
83	El Tiempo 14 días																							
84	Privalia, outlet moda online								X															
85	infojobs -Trabajo													X										
86	Dubsmash																							
87	Dropbox																							
88	AtresPlayer																							
89	Microsoft Word																							
90	Duolingo - idiomas gratis											X												
91	Zalando - Compras de moda								X															
92	LINE: Llama y mensajea gratis									X														
93	Viber									X														
94	Documentos de Google																							
95	Pinterest																							
96	Wazypark. La app del conductor																					X		
97	BBVA   España																	X						
98	Facebook Lite																							
99	McDonald's España																X							
100	Boom Beach																							



		Categorías																							
												Juegos													
		Música y audio	Noticias y revistas	Personalización	Productividad	Reproductores y editores de video	Salud y fitness	Ser padres	Social	Tiempo	Viajes y guías	Arcade	Acción	Casual	Carreras	Cartas	Casino	Deportes	Educativos	Estrategia	Juegos de mesa	Juegos de rol	Música	Simulación	
1	WhatsApp Messenger																								
2	360 Security - Antivirus Boost																								
3	Facebook								X																
4	Messenger																								
5	Google Fotos																								
6	Instagram								X																
7	Clean Master (Optimizador)																								
8	Spotify Music	X																							
9	Geometry Dash Lite											X													
10	AliExpress Shopping App																								
11	Agar.io												X												
12	Linterna LED Súper-Brillante				X																				
13	GRU. Mi villano favorito													X											
14	Layout from Instagram																								
15	Subway Surfers											X													
16	Skype																								
17	Wallpop																								
18	CM Security AppLock AntiVirus																								
19	Piano Tiles 2™											X													
20	Pou													X											
21	Shazam	X																							
22	Snapchat								X																
23	Candy Crush Saga													X											
24	Clash of Clans																			X					
25	La Liga - App Oficial																								
26	Extreme Car Driving Simulator														X										
27	AVG AntiVirus gratis																								
28	ZEDGE™ Tonos, Fondos y...			X																					
29	Milanuncios																								
30	Twitter		X																						
31	Juasapp - Bromas telefónicas																								
32	Candy Crush Soda Saga													X											
33	VivaVideo: Editor de video					X																			
34	Google Play Juegos																								
35	Zombie Tsunami											X													
36	BURGER KING® España																								
37	Microsoft Outlook				X																				
38	Retrica																								

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		Categorías																						
												Juegos												
		Música y audio	Noticias y revistas	Personalización	Productividad	Reproductores y editores de video	Salud y fitness	Ser padres	Social	Tiempo	Viajes y guías	Arcade	Acción	Casual	Carreras	Cartas	Casino	Deportes	Educativos	Estrategia	Juegos de mesa	Juegos de rol	Música	Simulación
39	Vibbo																							
40	Marca - Diario Líder Deportivo S.A.																							
41	Badoo - Haz contactos nuevos							X																
42	Amazon compras																							
43	My Talking Tom												X											
44	Teclado Emoji Emoticonos Lindo													X										
45	Photo Collage Editor																							
46	Los Sims™ FreePlay																						X	
47	PicArts Estudio de Fotografía																							
48	Criminal Case																							
49	Clan RTVE																							
50	Hill Climb Racing														X									
51	Preguntados																							
52	Hungry Shark Evolution										X													
53	My Talking Angela												X											
54	CM Locker Aumentar 100%													X										
55	YouTube					X																		
56	Mobile Security & Antivirus			X																				
57	Wish - Comprar es divertido																							
58	MEGA superceded			X																				
59	Temple Run 2										X													
60	8 Ball Pool																	X						
61	Music Player para Android	X																						
62	Traductor de Google																							
63	DU Batería saver & de batería																							
64	Farm Heroes Saga												X											
65	Exploration Lite													X										
66	Cerradura(AppLock)																							
67	Adobe Acrobat Reader			X																				
68	LOVOO - Chat, Ligue y Solteros																							
69	Tiempo y Radar - MORECAST								X															
70	Google Earth									X														
71	VLC para Android				X																			
72	imo videollamadas y mensajería																							
73	Avast Cleanup																							
74	Mitele - TV a la carta																							
75	Real Racing 3													X										
76	CaixaBank																							

		Categorías											Juegos												
		Música y audio	Noticias y revistas	Personalización	Productividad	Reproductores y editores de video	Salud y fitness	Ser padres	Social	Tiempo	Viajes y guías	Arcade	Acción	Casual	Carreras	Cartas	Casino	Deportes	Educativos	Estrategia	Juegos de mesa	Juegos de rol	Música	Simulación	
77	Akinator the Genie FREE																								
78	Sonic Dash											X													
79	DU Speed Booster & Optimizador																								
80	Slice the pie																								
81	YouCam Makeup-Salón de...																								
82	Head Soccer La Liga 2016																								
83	El Tiempo 14 días									X															
84	Privalia, outlet moda online																								
85	infojobs -Trabajo																								
86	Dubsmash					X																			
87	Dropbox				X																				
88	AtresPlayer					X																			
89	Microsoft Word				X																				
90	Duolingo - idiomas gratis																								
91	Zalando - Compras de moda																								
92	LINE: Llama y mensajea gratis																								
93	Viber																								
94	Documentos de Google				X																				
95	Pinterest								X																
96	Wazypark. La app del conductor																								
97	BBVA   España																								
98	Facebook Lite								X																
99	McDonald's España																								
100	Boom Beach																			X					

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Categorías													Nº Apps Desarrollador										Icono								
					En familia									Nº Categorías																		
	Palabras	Puzles	Preguntas y respuestas	Aventura	Hasta 5 años	Entre 6 y 8 años	Para más de 9 años	Acción y Aventura	Creatividad	Educación	Juegos mentales	Juegos simulados	Música y vídeo	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	>10	Logotipo	Imagotipo	Isologo	Isotipo	Cambio de icono
																	Sí	No														
1	WhatsApp Messenger												X				X													X		X
2	360 Security - Antivirus Boost												X					X											X		X	
3	Facebook												X												X				X		X	
4	Messenger												X												X				X		X	
5	Google Fotos												X												X				X		X	
6	Instagram												X				X												X		X	
7	Clean Master (Optimizador)												X										X						X		X	
8	Spotify Music												X		X														X		X	
9	Geometry Dash Lite												X						X										X		X	
10	AliExpress Shopping App												X						X									X		X		
11	Agar.io												X												X			X		X		
12	Linterna LED Súper-Brillante												X		X													X		X		
13	GRU. Mi villano favorito					X	X						X												X			X		X		
14	Layout from Instagram												X				X											X		X		
15	Subway Surfers												X				X											X		X		
16	Skype												X				X										X		X		X	
17	Wallapop												X		X													X		X		
18	CM Security AppLock AntiVirus												X												X			X		X		
19	Piano Tiles 2™												X				X										X		X		X	
20	Pou												X		X													X		X		
21	Shazam												X				X											X		X		
22	Snapchat												X		X													X		X		
23	Candy Crush Saga												X												X		X		X		X	
24	Clash of Clans												X				X											X		X		
25	La Liga - App Oficial												X										X			X		X		X		
26	Extreme Car Driving Simulator												X												X			X		X		
27	AVG AntiVirus gratis												X						X								X		X		X	
28	ZEDGE™ Tonos, Fondos y...												X		X												X		X		X	
29	Milanuncios												X						X								X		X		X	
30	Twitter												X				X											X		X		
31	Juasapp - Bromas telefónicas												X		X													X		X		
32	Candy Crush Soda Saga												X												X		X		X		X	
33	VivaVideo: Editor de vídeo												X						X									X		X		
34	Google Play Juegos												X												X		X		X		X	
35	Zombie Tsunami												X		X													X		X		
36	BURGER KING® España												X		X												X		X		X	
37	Microsoft Outlook												X												X		X		X		X	
38	Retrica												X		X													X		X		





	Capturas de pantalla														Video demostrativo			Valoraciones						
	Sí								No	Entrelazadas		Orientación			Imagen	Imagen + Texto			Sí		No	Negativa	Buena	Excelente
	0	1	2	3	4	5	6	7		8	Sí	No	Vertical	Horizontal		Vertical + Horizontal	Español + Inglés	Español	Inglés	Vertical				
1					X					X	X					X			X					
2							X			X	X					X			X					
3					X					X	X			X					X		X			
4					X					X	X						X		X		X			
5					X					X	X					X			X		X			
6					X					X	X			X					X		X			
7						X				X	X					X			X		X			
8				X						X	X			X					X		X			
9							X			X		X					X		X		X			
10								X		X	X					X			X		X			
11						X				X		X				X			X		X			
12				X						X	X					X		X	X		X			
13						X				X	X					X			X		X			
14						X				X	X			X					X		X			
15					X					X	X			X					X		X			
16					X					X	X					X			X		X			
17						X				X	X					X			X		X			
18						X				X			X			X			X		X			
19							X			X	X					X			X		X			
20					X					X	X					X			X		X			
21							X			X	X					X			X		X			
22						X				X	X					X			X		X			
23						X				X	X			X					X		X			
24							X			X		X				X			X		X			
25					X					X	X					X			X		X			
26					X					X		X					X		X		X			
27								X		X	X			X					X		X			
28								X		X	X			X					X		X			
29								X		X	X			X					X		X			
30							X			X	X						X		X		X			
31				X						X	X					X			X		X			
32						X				X	X					X			X		X			
33					X					X	X					X			X		X			
34							X			X		X					X		X		X			
35					X					X		X					X		X		X			
36					X					X	X					X			X		X			
37								X		X	X					X			X		X			
38					X					X	X					X			X		X			

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Capturas de pantalla														Video demostrativo			Valoraciones						
	Sí								No	Entrelazadas		Orientación			Imagen	Imagen + Texto			Sí		No	Negativa	Buena	Excelente
	0	1	2	3	4	5	6	7		8	Sí	No	Vertical	Horizontal		Vertical + Horizontal	Español + Inglés	Español	Inglés	Vertical				
39	Vibbo							X		X	X				X						X		X	
40	Marca - Diario Líder Deportivo S.A.							X		X	X						X				X		X	
41	Badoo - Haz contactos nuevos				X					X	X				X						X		X	
42	Amazon compras							X		X	X				X						X		X	
43	My Talking Tom				X					X	X				X						X		X	
44	Teclado Emoji Emoticonos Lindo							X		X	X						X				X		X	
45	Photo Collage Editor							X		X	X						X				X		X	
46	Los Sims™ FreePlay				X					X			X			X					X		X	
47	PicArts Estudio de Fotografía				X					X	X						X				X		X	
48	Criminal Case				X					X	X					X					X		X	
49	Clan RTVE							X		X	X				X						X		X	
50	Hill Climb Racing					X				X		X					X				X		X	
51	Preguntados							X		X	X					X					X		X	
52	Hungry Shark Evolution							X		X		X				X					X		X	
53	My Talking Angela				X					X	X				X						X		X	
54	CM Locker Aumentar 100%							X		X	X					X					X		X	
55	YouTube					X				X	X				X						X		X	
56	Mobile Security & Antivirus							X		X	X						X				X		X	
57	Wish - Comprar es divertido				X					X	X				X						X		X	
58	MEGA superceded				X					X	X					X					X		X	
59	Temple Run 2							X		X	X						X				X		X	
60	8 Ball Pool				X					X	X					X					X		X	
61	Music Player para Android					X				X	X						X				X		X	
62	Traductor de Google				X					X	X					X					X		X	
63	DU Batería saver & de batería							X		X	X					X					X		X	
64	Farm Heroes Saga					X				X	X					X					X		X	
65	Exploration Lite							X		X		X			X						X		X	
66	Cerradura(AppLock)							X		X	X				X						X		X	
67	Adobe Acrobat Reader					X				X			X			X					X		X	
68	LOVOO - Chat, Ligue y Solteros				X					X	X					X					X		X	
69	Tiempo y Radar - MORECAST							X		X	X					X					X		X	
70	Google Earth				X					X	X				X						X		X	
71	VLC para Android							X		X			X								X		X	
72	imo videollamadas y mensajería		X							X	X						X				X		X	
73	Avast Cleanup					X				X	X				X						X		X	
74	Mitele - TV a la carta				X					X	X				X						X		X	
75	Real Racing 3							X		X		X				X					X		X	
76	CaixaBank							X	X		X					X					X		X	



		Capturas de pantalla													Video demostrativo			Valoraciones								
		Sí								No	Entrelazadas		Orientación			Imagen	Imagen + Texto			Sí		No	Negativa	Buena	Excelente	
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	Sí	No	Vertical	Horizontal	Vertical + Horizontal		Español + Inglés	Español	Inglés	Vertical	Horizontal					
77	Akinator the Genie FREE									X		X	X				X						X		X	
78	Sonic Dash				X							X	X						X				X		X	
79	DU Speed Booster & Optimizador									X		X			X				X			X		X		
80	Slice the pie		X									X	X				X						X		X	
81	YouCam Makeup-Salón de...									X		X	X					X					X		X	
82	Head Soccer La Liga 2016				X							X	X						X				X		X	
83	El Tiempo 14 días					X						X	X				X						X		X	
84	Privalia, outlet moda online				X							X	X						X				X		X	
85	infojobs -Trabajo									X		X	X						X				X		X	
86	Dubsmash		X									X	X				X						X		X	
87	Dropbox					X						X	X						X				X		X	
88	AtresPlayer			X								X			X		X						X		X	
89	Microsoft Word			X								X	X				X		X				X		X	
90	Duolingo - idiomas gratis				X							X	X						X				X		X	
91	Zalando - Compras de moda									X		X	X						X				X		X	
92	LINE: Llama y mensajea gratis					X						X	X						X				X		X	
93	Viber					X						X	X						X				X		X	
94	Documentos de Google						X					X	X				X						X		X	
95	Pinterest				X							X	X						X				X		X	
96	Wazypark. La app del conductor				X							X	X					X					X		X	
97	BBVA   España									X		X	X						X				X		X	
98	Facebook Lite			X								X	X				X						X		X	
99	McDonald's España				X							X	X						X				X		X	
100	Boom Beach					X						X		X				X					X		X	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Comentarios			Idiomas								Valoración de edad						Tamaño				
	Más positivos que negativos	Más negativos que positivos	Predominan neutros	1		2 - 10	11 - 20	21 - 30	31 - 40	40 - 50	>50	Sin información	PEGI 3	PEGI 7	PEGI 12	PEGI 16	PEGI 18	Control Parental	0 - 10 MB	11 - 20 MB	21 - 30 MB	31 - 40 MB
				Español	Inglés																	
1 WhatsApp Messenger	X										X	X						X				
2 360 Security - Antivirus Boost	X										X	X							X			
3 Facebook	X										X						X					
4 Messenger	X										X	X										
5 Google Fotos	X										X	X							X			
6 Instagram	X										X						X		X			
7 Clean Master (Optimizador)	X										X	X							X			
8 Spotify Music	X										X						X			X		
9 Geometry Dash Lite	X										X	X										
10 AliExpress Shopping App	X						X										X		X			
11 Agar.io	X										X	X									X	
12 Linterna LED Súper-Brillante	X										X	X						X				
13 GRU. Mi villano favorito	X						X						X									
14 Layout from Instagram	X										X	X						X				
15 Subway Surfers	X										X	X										
16 Skype	X										X	X										X
17 Wallapop	X										X						X		X			
18 CM Security AppLock AntiVirus	X										X	X						X				
19 Piano Tiles 2™	X										X	X								X		
20 Pou	X										X	X							X			
21 Shazam	X										X						X			X		
22 Snapchat	X										X						X					
23 Candy Crush Saga	X										X	X										
24 Clash of Clans	X										X		X									
25 La Liga - App Oficial	X										X	X								X		
26 Extreme Car Driving Simulator	X										X	X										
27 AVG AntiVirus gratis	X										X	X							X			
28 ZEDGE™ Tonos, Fondos y Ico...	X										X						X		X			
29 Milanuncios	X										X	X						X				
30 Twitter	X										X						X		X			
31 Juasapp - Bromas telefónicas	X										X			X				X				
32 Candy Crush Soda Saga	X										X	X										
33 VivaVideo: Editor de video	X										X						X					X
34 Google Play Juegos	X										X						X		X			
35 Zombie Tsunami	X										X		X									
36 BURGER KING® España	X										X	X							X			
37 Microsoft Outlook	X											X								X		
38 Retrica	X										X	X										X

	Comentarios	Idiomas										Valoración de edad						Tamaño					
		Más positivos que negativos	Más negativos que positivos	Predominan neutros	1		2 - 10	11 - 20	21 - 30	31 - 40	40 - 50	>50	Sin información	PEGI 3	PEGI 7	PEGI 12	PEGI 16	PEGI 18	Control Parental	0 - 10 MB	11 - 20 MB	21 - 30 MB	31 - 40 MB
					Español	Inglés																	
39	Víbo	X									X	X							X				
40	Marca - Diario Líder Deportivo S.A.	X									X	X						X					
41	Badoo - Haz contactos nuevos	X									X					X							
42	Amazon compras	X									X						X						
43	My Talking Tom	X									X	X											
44	Teclado Emoji Emoticonos Lindo	X									X	X								X			
45	Photo Collage Editor	X									X	X							X				
46	Los Sims™ FreePlay	X									X			X						X			
47	PicArts Estudio de Fotografía	X									X						X					X	
48	Criminal Case	X									X			X									
49	Clan RTVE	X									X	X							X				
50	Hill Climb Racing	X									X	X									X		
51	Preguntados	X									X	X											
52	Hungry Shark Evolution	X									X			X									
53	My Talking Angela	X									X	X											
54	CM Locker Aumentar 100%	X									X	X						X					
55	YouTube	X									X						X		X				
56	Mobile Security & Antivirus	X									X	X						X					
57	Wish - Comprar es divertido	X									X	X						X					
58	MEGA superceded	X									X	X							X				
59	Temple Run 2	X									X	X								X			
60	8 Ball Pool	X									X	X									X		
61	Music Player para Android	X									X	X						X					
62	Traductor de Google	X									X	X						X					
63	DU Batería saver & de batería	X									X	X						X					
64	Farm Heroes Saga	X									X	X											
65	Exploration Lite	X									X	X						X					
66	Cerradura(AppLock)	X									X	X						X					
67	Adobe Acrobat Reader	X					X					X							X				
68	LOVOO - Chat, Ligue y Solteros	X									X				X				X				
69	Tiempo y Radar - MORECAST	X									X	X								X			
70	Google Earth	X									X	X						X					
71	VLC para Android	X									X	X							X				
72	imo videollamadas y mensajería	X									X	X						X					
73	Avast Cleanup	X									X	X						X					
74	Mitele - TV a la carta	X									X						X		X				
75	Real Racing 3	X									X	X											
76	CaixaBank	X									X	X						X					

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Comentarios	Idiomas										Valoración de edad						Tamaño					
		Más positivos que negativos	Más negativos que positivos	Predominan neutros	1		2 - 10	11 - 20	21 - 30	31 - 40	40 - 50	>50	Sin información	PEGI 3	PEGI 7	PEGI 12	PEGI 16	PEGI 18	Control Parental	0 - 10 MB	11 - 20 MB	21 - 30 MB	31 - 40 MB
					Español	Inglés																	
77	Akinator the Genie FREE	X					X							X									
78	Sonic Dash	X										X											
79	DU Speed Booster & Optimizador	X									X	X							X				
80	Slice the pie	X				X						X									X		
81	YouCam Makeup-Salón de Be...	X						X				X										X	
82	Head Soccer La Liga 2016	X										X											
83	El Tiempo 14 días	X									X	X						X					
84	Privalia, outlet moda online	X									X	X						X					
85	infojobs -Trabajo	X									X	X						X					
86	Dubsmash	X									X							X			X		
87	Dropbox	X									X	X										X	
88	AtresPlayer	X									X	X								X			
89	Microsoft Word	X									X	X									X		
90	Duolingo - idiomas gratis	X									X	X						X					
91	Zalando - Compras de moda	X									X	X									X		
92	LINE: Llama y mensajea gratis	X									X	X										X	
93	Viber	X							X			X									X		
94	Documentos de Google	X									X	X									X		
95	Pinterest	X									X						X		X				
96	Wazypark. La app del conductor	X									X	X							X				
97	BBVA   España	X									X	X								X			
98	Facebook Lite	X									X						X	X					
99	McDonald's España	X									X	X										X	
100	Boom Beach	X									X		X										

	Tamaño							Precio							Ficha Store			Permite compras		Actualizaciones											Sigue vigente														
	41 - 50 MB	51 - 60 MB	61 - 70 MB	71 - 80 MB	81 - 90 MB	91 - 100 MB	> 100 MB	Gratis	Pagado						Imagen Destacada/Fondo	Sí				No	Sí	No	0	1	2	3	4	5	6	7			8	9	10	>10	Sí	No							
									0 - 0,99	1 - 1,99	2 - 2,99	3 - 3,99	4 - 4,99	> 5		Video superior	Presencia marca																												
									Sí	No																																			
1	WhatsApp Messenger						X							X		X	X		X	X														X											
2	360 Security - Antivirus Boost						X								X		X		X															X											
3	Facebook	X					X							X		X	X		X	X															X										
4	Messenger	X					X							X		X	X		X	X															X										
5	Google Fotos						X							X		X			X	X																X									
6	Instagram						X									X	X		X															X		X									
7	Clean Master (Optimizador)						X								X		X		X	X																X									
8	Spotify Music						X							X		X	X		X	X																	X								
9	Geometry Dash Lite	X					X								X		X		X																		X								
10	AliExpress Shopping App						X							X		X	X		X																		X								
11	Agar.io						X							X		X	X		X																			X							
12	Linterna LED Súper-Brillante						X								X		X		X	X																		X							
13	GRU. Mi villano favorito					X	X								X		X		X	X																		X							
14	Layout from Instagram						X							X		X	X		X	X																			X						
15	Subway Surfers		X				X									X	X		X																				X						
16	Skype						X									X	X		X	X																				X					
17	Wallapop						X									X	X		X																					X					
18	CM Security AppLock AntiVirus						X								X		X		X	X																				X					
19	Piano Tiles 2™						X									X	X		X																				X		X				
20	Pou						X									X	X		X	X																				X					
21	Shazam						X							X		X	X		X	X																					X				
22	Snapchat					X	X							X		X	X		X																					X		X			
23	Candy Crush Saga				X		X								X		X		X																					X		X			
24	Clash of Clans		X				X									X	X		X																						X				
25	La Liga - App Oficial						X							X		X	X		X																						X				
26	Extreme Car Driving Simulator		X				X							X		X		X	X																						X				
27	AVG AntiVirus gratis						X							X		X		X	X																						X				
28	ZEDGE™ Tonos, Fondos y Ico...						X							X		X		X	X																						X				
29	Milanuncios						X								X			X	X																							X			
30	Twitter						X								X		X		X	X																						X			
31	Juasapp - Bromas telefónicas						X								X		X		X																							X			
32	Candy Crush Soda Saga					X	X								X		X		X																							X			
33	VivaVideo: Editor de video						X								X		X		X																							X			
34	Google Play Juegos						X								X		X		X	X																						X			
35	Zombie Tsunami		X				X								X		X		X	X																							X		
36	BURGER KING® España						X							X		X		X																									X		
37	Microsoft Outlook						X									X			X																							X		X	
38	Retrica						X									X	X		X	X																								X	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		Tamaño							Precio							Ficha Store			Permite compras		Actualizaciones											Sigue vigente							
		41 - 50 MB	51 - 60 MB	61 - 70 MB	71 - 80 MB	81 - 90 MB	91 - 100 MB	> 100 MB	Gratis	Pagado						Imagen Destacada/Fondo	Video superior		Presencia marca	No	Sí	No	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	>10	Sí	No			
										0 - 0,99	1 - 1,99	2 - 2,99	3 - 3,99	4 - 4,99	> 5		Sí	No																					
										Sí		No																											
39	Vibbo							X							X				X	X															X				
40	Marca - Diario Líder Deportivo S.A.							X						X		X			X																	X			
41	Badoo - Haz contactos nuevos	X						X							X		X		X	X																X			
42	Amazon compras							X						X		X			X	X																X			
43	My Talking Tom			X				X							X		X		X	X																	X		
44	Teclado Emoji Emoticonos Lindo							X							X		X		X	X																	X		
45	Photo Collage Editor							X						X		X			X	X																X	X		
46	Los Sims™ FreePlay							X							X		X		X	X																	X	X	
47	PicArts Estudio de Fotografía							X							X		X		X	X																	X	X	
48	Criminal Case	X						X							X		X	X	X	X																	X	X	
49	Clan RTVE							X							X		X	X	X	X																	X	X	
50	Hill Climb Racing							X							X		X		X	X																	X	X	
51	Preguntados		X					X							X		X	X	X	X																		X	X
52	Hungry Shark Evolution					X		X							X		X		X	X																		X	X
53	My Talking Angela					X		X							X		X	X	X	X																		X	X
54	CM Locker Aumentar 100%							X							X		X		X	X																		X	X
55	YouTube							X							X		X	X	X	X																		X	X
56	Mobile Security & Antivirus							X							X		X	X	X	X																		X	X
57	Wish - Comprar es divertido							X							X		X	X	X	X																		X	X
58	MEGA superceded							X							X		X	X	X	X																		X	X
59	Temple Run 2							X							X		X	X	X	X																		X	X
60	8 Ball Pool							X							X		X		X	X																		X	X
61	Music Player para Android							X							X		X		X	X																		X	X
62	Traductor de Google							X							X		X		X	X																		X	X
63	DU Batería saver & de batería							X							X		X		X	X																		X	X
64	Farm Heroes Saga		X					X							X		X		X	X																		X	X
65	Exploration Lite							X							X		X		X	X																		X	X
66	Cerradura(AppLock)							X							X		X		X	X																		X	X
67	Adobe Acrobat Reader							X							X		X	X	X	X																		X	X
68	LOVOO - Chat, Ligue y Solteros							X							X		X		X	X																		X	X
69	Tiempo y Radar - MORECAST							X							X		X		X	X																		X	X
70	Google Earth							X							X		X	X	X	X																		X	X
71	VLC para Android							X							X		X	X	X	X																		X	X
72	imo videollamadas y mensajería							X							X		X	X	X	X																		X	X
73	Avast Cleanup							X							X		X		X	X																		X	X
74	Mitele - TV a la carta							X							X		X		X	X																		X	X
75	Real Racing 3		X					X							X		X		X	X																		X	X
76	CaixaBank							X							X		X		X	X																		X	X

		Tamaño							Precio							Ficha Store				Permite compras		Actualizaciones											Sigue vigente					
		41 - 50 MB	51 - 60 MB	61 - 70 MB	71 - 80 MB	81 - 90 MB	91 - 100 MB	> 100 MB	Gratis	Pagado						Imagen Destacada/Fondo	Sí		Presencia marca			No	Sí	No	0	1	2	3	4	5	6	7			8	9	10	>10
										0 - 0,99	1 - 1,99	2 - 2,99	3 - 3,99	4 - 4,99	> 5		Sí	No																				
										Video superior																												
77	Akinator the Genie FREE	X						X							X	X	X		X	X															X			
78	Sonic Dash	X						X							X				X																X			
79	DU Speed Booster & Optimizador							X								X	X			X	X															X		
80	Slice the pie							X							X		X			X	X															X		
81	YouCam Makeup-Salón de...							X							X		X	X		X														X	X			
82	Head Soccer La Liga 2016				X			X							X		X			X	X															X		
83	El Tiempo 14 días							X							X		X			X	X															X		
84	Privalia, outlet moda online							X								X	X			X	X																X	
85	infojobs -Trabajo							X								X	X			X														X			X	
86	Dubsmash							X							X		X	X		X														X	X			
87	Dropbox							X								X	X			X					X											X		
88	AtresPlayer							X							X		X	X		X			X														X	
89	Microsoft Word			X				X								X	X	X		X	X																X	
90	Duolingo - idiomas gratis							X								X	X			X	X																X	
91	Zalando - Compras de moda							X							X		X	X		X	X																X	
92	LINE: Llama y mensajea gratis							X								X	X			X	X																X	
93	Viber							X							X		X	X		X			X														X	
94	Documentos de Google							X							X		X			X	X																X	
95	Pinterest							X								X				X	X																X	
96	Wazypark. La app del conductor							X							X		X	X		X																	X	
97	BBVA   España							X							X		X	X		X					X												X	
98	Facebook Lite							X							X		X	X		X							X										X	
99	McDonald's España							X							X		X	X		X			X														X	
100	Boom Beach				X			X								X		X		X																	X	

c.4) Aplicaciones de pago en Play Store

	Titulo																Descripción								
	Marca	Marca + Descriptivo	Descriptivo	Visualización		Idioma			Cambio de título						El cambio afecta al posicionamiento			Informativa/ Descriptiva	Emocional	Técnica	Idioma				
				Se visualiza entero	No se visualiza entero	Español	Español + Inglés	Inglés	No	Sí				Se alarga	Se acorta	No	Sí				Español	Inglés	Español + Inglés		
										1	2	3	4				>4							Sube	Baja
1		X		X				X	X										X			X			
2	X			X				X	X										X				X		
3		X			X			X	X										X	X		X			
4		X		X				X	X										X		X	X			
5		X		X				X	X										X			X			
6		X		X				X	X										X			X			
7	X			X				X	X										X				X		
8	X			X				X	X										X		X	X			
9	X			X				X	X										X			X			
10	X			X				X	X										X	X		X			
11	X			X				X	X										X		X	X			
12		X		X				X	X										X		X	X			
13		X		X				X	X										X				X		
14	X			X				X	X										X		X	X			
15	X			X				X	X										X			X			
16			X	X		X			X										X			X			
17		X		X				X	X										X			X			
18	X				X			X	X										X				X		
19			X		X	X			X										X			X			
20		X		X			X		X										X			X			
21	X			X				X	X										X				X		
22		X		X				X	X										X			X			
23		X		X				X	X										X				X		
24		X			X			X	X										X		X	X			
25		X		X				X	X										X			X			
26	X			X				X	X										X		X	X			
27		X		X				X	X										X					X	
28	X			X				X	X										X			X			
29		X			X			X	X										X			X			
30		X			X		X		X										X		X	X			
31		X		X			X		X										X		X	X			
32		X		X				X	X										X		X	X			
33	X			X				X	X										X			X			



		Título														Descripción								
	Marca	Marca + Descriptivo	Descriptivo	Visualización		Idioma			Cambio de título						El cambio afecta al posicionamiento			Informativa/ Descriptiva	Emocional	Técnica	Idioma			
				Se visualiza entero	No se visualiza entero	Español	Español + Inglés	Inglés	No	Sí				No	Sí						Español	Inglés	Español + Inglés	
										1	2	3	4		>4	Se alarga	Se acorta							Sube
34		X		X				X	X										X			X		
35		X		X				X	X										X		X	X		
36			X	X				X	X										X		X	X		
37		X		X				X	X										X				X	
38			X	X				X	X										X			X		
39		X		X				X	X										X		X	X		
40		X		X			X		X										X	X	X	X		
41			X	X		X			X										X			X		
42	X			X				X	X										X				X	
43			X	X			X		X										X			X		
44		X		X				X	X										X		X	X		
45		X		X				X	X										X				X	
46		X			X			X	X										X		X	X		
47		X		X				X	X										X			X		
48			X	X		X			X										X			X		
49		X		X				X	X										X		X	X		
50			X	X		X			X										X		X	X		
51		X		X				X	X										X				X	
52	X			X				X	X										X		X	X		
53			X	X				X	X										X			X		
54		X			X			X	X										X				X	
55		X		X				X	X										X			X		
56	X			X				X	X										X					X
57		X			X	X			X										X			X		
58		X		X				X	X										X		X	X		
59		X			X			X	X										X		X	X		
60			X	X				X	X										X		X	X		
61		X		X				X	X										X				X	
62		X		X				X	X										X		X	X		
63		X		X				X	X										X				X	
64			X	X				X	X										X			X		
65			X	X				X	X										X		X	X		
66			X	X				X	X										X		X	X		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		Título														Descripción									
	ID	Marca	Marca + Descriptivo	Descriptivo	Visualización		Idioma			Cambio de título						El cambio afecta al posicionamiento			Informativa/ Descriptiva	Emocional	Técnica	Idioma			
					Se visualiza entero	No se visualiza entero	Español	Español + Inglés	Inglés	No	Sí					No	Sí					Español	Inglés	Español + Inglés	
											1	2	3	4	>4		Se alarga	Se acorta							Sube
67			X		X			X	X										X						X
68				X	X			X	X										X			X			
69			X		X				X	X									X				X		
70			X		X				X	X									X			X			
71			X		X				X	X									X			X			
72		X			X				X	X									X		X			X	
73		X			X				X	X									X	X			X		
74		X			X				X	X									X			X			
75			X		X				X	X									X		X	X			
76				X	X		X		X	X									X		X	X			
77			X		X				X	X									X		X	X			
78			X		X				X	X									X		X	X			
79		X			X				X	X									X		X		X		
80			X		X				X	X									X	X		X			
81			X		X				X	X									X				X		
82				X	X				X	X									X		X		X		
83		X			X				X	X									X		X		X		
84			X		X		X		X	X									X	X		X			
85		X			X		X		X	X									X		X		X		
86		X			X				X	X									X				X		
87			X			X			X	X									X		X	X			
88			X		X			X	X	X									X		X	X			
89		X			X				X	X									X		X	X			
90		X			X				X	X									X		X	X			
91			X			X			X	X									X		X		X		
92			X			X			X	X									X			X			
93			X		X				X	X									X		X		X		
94			X		X				X	X									X				X		

Categorías																					
Aplicaciones																					
		Arte y diseño	Automoción	Belleza	Bibliotecas y demos	Casa y hogar	Citas	Comer y beber	Cómics	Compras	Comunicación	Deportes	Educación	Empresa	Entradas a eventos	Entretenimeinto	Estilo de vida	Finanzas	Fotografía	Herramientas	
1	Minecraft: Pocket edition																				
2	Geometry Dash																				
3	Runtastic PRO Running, Fitness																				
4	Flightradar24 PRO																				
5	Hitman GO																				
6	Farming Simulator 16																				
7	Afterlight																		X		
8	Bridge Constructor																				
9	Monument Valley																				
10	Facetune																		X		
11	Radardroid PRO																				
12	Camera FV-5																		X		
13	Scribblenauts Remix																				
14	MONOPOLY																				
15	EvoCreo																				
16	Tabla de 7 minutos																				
17	VivaVideo Pro: Video Editor																				
18	Package Disabler PRO (Samsung)													X							
19	Simulador de Construcción 2014																				
20	SD Maid PRO - Desbloqueador																				X
21	True Skate																				
22	Swype Keyboard																				
23	Nova Launcher Prime																				
24	Poweramp Full Version Unlocker																				
25	Badoo Premium																				
26	Colin McRae Rally																				
27	Moon+ Reader Pro																				
28	The Room																				
29	Grand Theft Auto: San Andreas																				
30	Avisador de Radares - CamSam PLUS																				
31	Torque Pro (OBD2 & Coche)									X											
32	Link2SD Plus (NEW)																				X
33	League of Stickman																				

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES SMÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

Categorías																					
Aplicaciones																					
		Arte y diseño	Automoción	Belleza	Bibliotecas y demos	Casa y hogar	Citas	Comer y beber	Cómics	Compras	Comunicación	Deportes	Educación	Empresa	Entradas a eventos	Entretenimeinto	Estilo de vida	Finanzas	Fotografía	Herramientas	
34	Backflip Madness																				
35	Tomb Raider I																				
36	Tools & Mi Band																				
37	Runtastic Mountain Bike Pro																				
38	MarineTraffic																				
39	ePSXe for Android																				
40	Los Sims™ 3																				
41	Guerra de cartas																				
42	Lifeline																				
43	Detector de radares PRO																				
44	CQPolicia 2																			X	
45	SuperSU Pro																			X	
46	Need for Speed™ Most Wanted																				
47	Worms 3																				
48	Gastos Diarios Licencia																	X			
49	CamScanner (License)																				
50	Tiempo En Vivo																				
51	TeamSpeak 3									X											
52	Tasker																			X	
53	Infinite Flight Simulator																				
54	Titanium Backup PRO Key * root																			X	
55	Ingo: Frozen Karaoke																X				
56	Catán																				
57	LEGO® Marvel™ Super Heroes																				
58	BringGo Western Europe																				
59	WatchMaker Premium Watch Face																				
60	Root Explorer																				
61	Five Nights at Freddy's 2																				
62	Grand Theft Auto: Vice City																				
63	Five Nights at Freddy's																				
64	Photo Studio PRO																		X		
65	Licencia ACR																				
66	Real Drift Car Racing																				

Categorías																					
Aplicaciones																					
		Arte y diseño	Automoción	Belleza	Bibliotecas y demos	Casa y hogar	Citas	Comer y beber	Cómics	Compras	Comunicación	Deportes	Educación	Empresa	Entradas a eventos	Entretenimeinto	Estilo de vida	Finanzas	Fotografía	Herramientas	
67	Kingdom Rush Origins																				
68	Stellarium Mobile Planetario												X								
69	Greenify (Donation Package)																			X	
70	Cinema FV-5																		X		
71	The Room Two																				
72	Goat Simulator																				
73	Exploration																				
74	Machinarium																				
75	Lego® Star Wars™: TCS																				
76	Grabadora de llamadas Pro																			X	
77	Akinator the Genie															X					
78	iParadox - Alarm Control									X											
79	Pocket Casts																				
80	Vector Full																				
81	Weather Timeline - Forecast																				
82	Sleep Cycle alam clock																				
83	ownCloud																				
84	Apalabrados (sin publicidad)																				
85	Mi Despertador																			X	
86	WolframAlpha																				
87	Ireal Pro MusicBook-PlayAlong																				
88	La Cuerda [PRO]															X					
89	Age of Civilizations																				
90	Plants vs. Zombies™																				
91	Facer Watch Faces Android Wear																				
92	Motosport Manager Handheld																				
93	Sixaxis Controller																				X
94	Skymaster Pilot Watch Face																				

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES SMÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

Categorías

		Aplicaciones												Juegos							
		Libros y obras de consulta	Mapas y navegación	Medicina	Música y audio	Noticias y revistas	Personalización	Productividad	Multimedia y Video	Salud y bienestar	Ser padres	Social	Tiempo	Viajes y guías	Arcade	Acción	Casual	Carreras	Cartas	Casino	Deportes
1	Minecraft: Pocket edition														X						
2	Geometry Dash														X						
3	Runtastic PRO Running, Fitness								X												
4	Flightradar24 PRO												X								
5	Hitman GO																				
6	Farming Simulator 16																				
7	Afterlight																				
8	Bridge Constructor																				
9	Monument Valley																				
10	Facetune																				
11	Radardroid PRO												X								
12	Camera FV-5																				
13	Scribblenauts Remix																				
14	MONOPOLY																				
15	EvoCreo																				
16	Tabla de 7 minutos								X												
17	VivaVideo Pro: Video Editor							X													
18	Package Disabler PRO (Samsung)																				
19	Simulador de Construcción 2014																				
20	SD Maid PRO - Desbloqueador																				
21	True Skate																				X
22	Swype Keyboard							X													
23	Nova Launcher Prime					X															
24	Poweramp Full Version Unlocker				X																
25	Badoo Premium										X										
26	Colin McRae Rally																X				
27	Moon+ Reader Pro	X																			
28	The Room																				
29	Grand Theft Auto: San Andreas															X					
30	Avisador de Radares - CamSam PLUS		X																		
31	Torque Pro (OBD2 & Coche)																				
32	Link2SD Plus (NEW)																				
33	League of Stickman															X					

Categorías

		Aplicaciones											Juegos									
		Libros y obras de consulta	Mapas y navegación	Medicina	Música y audio	Noticias y revistas	Personalización	Productividad	Multimedia y Video	Salud y bienestar	Ser padres	Social	Tiempo	Viajes y guías	Arcade	Acción	Casual	Carreras	Cartas	Casino	Deportes	
34	Backflip Madness														X							
35	Tomb Raider I															X						
36	Tools & Mi Band								X													
37	Runtastic Mountain Bike Pro								X													
38	MarineTraffic	X																				
39	ePSXe for Android														X							
40	Los Sims™ 3																					
41	Guerra de cartas																		X			
42	Lifeline																					
43	Detector de radares PRO												X									
44	CQPolicia 2																					
45	SuperSU Pro																					
46	Need for Speed™ Most Wanted																	X				
47	Worms 3														X							
48	Gastos Diarios Licencia																					
49	CamScanner (License)							X														
50	Tiempo En Vivo					X						X										
51	TeamSpeak 3																					
52	Tasker																					
53	Infinite Flight Simulator																					
54	Titanium Backup PRO Key * root																					
55	Ingo: Frozen Karaoke																					
56	Catán																					
57	LEGO® Marvel™ Super Heroes															X						
58	BringGo Western Europe		X																			
59	WatchMaker Premium Watch Face					X																
60	Root Explorer							X														
61	Five Nights at Freddy's 2																					
62	Grand Theft Auto: Vice City														X							
63	Five Nights at Freddy's															X						
64	Photo Studio PRO																					
65	Licencia ACR							X														
66	Real Drift Car Racing																	X				

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES SMÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		Categorías																				
		Aplicaciones												Juegos								
		Libros y obras de consulta	Mapas y navegación	Medicina	Música y audio	Noticias y revistas	Personalización	Productividad	Multimedia y Video	Salud y bienestar	Ser padres	Social	Tiempo	Viajes y guías	Arcade	Acción	Casual	Carreras	Cartas	Casino	Deportes	
67	Kingdom Rush Origins																					
68	Stellarium Mobile Planetario																					
69	Greenify (Donation Package)																					
70	Cinema FV-5																					
71	The Room Two																					
72	Goat Simulator																					
73	Exploration																					
74	Machinarium																					
75	Lego® Star Wars™: TCS														X							
76	Grabadora de llamadas Pro																					
77	Akinator the Genie																					
78	iParadox - Alarm Control																					
79	Pocket Casts				X																	
80	Vector Full													X								
81	Weather Timeline - Forecast										X											
82	Sleep Cycle alarm clock							X														
83	ownCloud						X															
84	Apalabrados (sin publicidad)																					
85	Mi Despertador																					
86	WolframAlpha	X																				
87	Ireal Pro MusicBook-PlayAlong			X																		
88	La Cuerda [PRO]																					
89	Age of Civilizations																					
90	Plants vs. Zombies™														X							
91	Facer Watch Faces Android Wear					X																
92	Motosport Manager Handheld															X						
93	Sixaxis Controller																					
94	Skymaster Pilot Watch Face					X																



Categorías																						
Juegos										En familia									Nº Categorías			
Educativos	Estrategia	Juegos de mesa	Juegos de rol	Música	Simulación	Palabras	Puzles	Preguntas y respuestas	Aventura	Hasta 5 años	Entre 6 y 8 años	Para más de 9 años	Acción y Aventura	Creatividad	Educación	Juegos mentales	Juegos simulados	Música y vídeo	1	2	3	
1	Minecraft: Pocket edition											X	X									X
2	Geometry Dash																			X		
3	Runtastic PRO Running, Fitness																			X		
4	Flightradar24 PRO																			X		
5	Hitman GO						X													X		
6	Farming Simulator 16				X							X			X							X
7	Afterlight																			X		
8	Bridge Constructor				X															X		
9	Monument Valley						X													X		
10	Facetune																			X		
11	Radardroid PRO																			X		
12	Camera FV-5																			X		
13	Scribblenauts Remix						X					X		X								X
14	MONOPOLY		X									X				X					X	
15	EvoCreo			X																X		
16	Tabla de 7 minutos																			X		
17	VivaVideo Pro: Video Editor																			X		
18	Package Disabler PRO (Samsung)																			X		
19	Simulador de Construcción 2014				X							X	X									X
20	SD Maid PRO - Desbloqueador																			X		
21	True Skate																			X		
22	Swype Keyboard																			X		
23	Nova Launcher Prime																			X		
24	Poweramp Full Version Unlocker																			X		
25	Badoo Premium																			X		
26	Colin McRae Rally																			X		
27	Moon+ Reader Pro																			X		
28	The Room						X													X		
29	Grand Theft Auto: San Andreas																			X		
30	Avisador de Radares - CamSam PLUS																			X		
31	Torque Pro (OBD2 & Coche)																			X		
32	Link2SD Plus (NEW)																			X		
33	League of Stickman																			X		

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES SMÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

		Categorías																			Nº Categorías			
		Juegos										En familia									1	2	3	
		Educativos	Estrategia	Juegos de mesa	Juegos de rol	Música	Simulación	Palabras	Puzles	Preguntas y respuestas	Aventura	Hasta 5 años	Entre 6 y 8 años	Para más de 9 años	Acción y Aventura	Creatividad	Educación	Juegos mentales	Juegos simulados	Música y vídeo				
34	Backflip Madness																				X			
35	Tomb Raider I																					X		
36	Tools & Mi Band																					X		
37	Runtastic Mountain Bike Pro																					X		
38	MarineTraffic																					X		
39	ePSXe for Android																					X		
40	Los Sims™ 3				X																	X		
41	Guerra de cartas											X					X						X	
42	Lifeline								X													X		
43	Detector de radares PRO																					X		
44	CQPolicial 2																					X		
45	SuperSU Pro																					X		
46	Need for Speed™ Most Wanted											X	X											X
47	Worms 3																					X		
48	Gastos Diarios Licencia																					X		
49	CamScanner (License)																					X		
50	Tiempo En Vivo																						X	
51	TeamSpeak 3																					X		
52	Tasker																					X		
53	Infinite Flight Simulator				X																	X		
54	Titanium Backup PRO Key ★ root																					X		
55	Ingo: Frozen Karaoke																					X		
56	Catán		X									X	X										X	
57	LEGO® Marvel™ Super Heroes																					X		
58	BringGo Western Europe																					X		
59	WatchMaker Premium Watch Face																					X		
60	Root Explorer																					X		
61	Five Nights at Freddy's 2		X																			X		
62	Grand Theft Auto: Vice City																					X		
63	Five Nights at Freddy's																					X		
64	Photo Studio PRO																					X		
65	Licencia ACR																					X		
66	Real Drift Car Racing																					X		

Categorías																						
Juegos										En familia								Nº Categorías				
Educativos	Estrategia	Juegos de mesa	Juegos de rol	Música	Simulación	Palabras	Puzles	Preguntas y respuestas	Aventura	Hasta 5 años	Entre 6 y 8 años	Para más de 9 años	Acción y Aventura	Creatividad	Educación	Juegos mentales	Juegos simulados	Música y vídeo	1	2	3	
67	Kingdom Rush Origins	X																		X		
68	Stellarium Mobile Planetario																			X		
69	Greenify (Donation Package)																			X		
70	Cinema FV-5																			X		
71	The Room Two						X													X		
72	Goat Simulator				X															X		
73	Exploration								X			X		X								X
74	Machinarium								X											X		
75	Lego® Star Wars™: TCS											X	X									X
76	Grabadora de llamadas Pro																			X		
77	Akinator the Genie																			X		
78	iParadox - Alarm Control																			X		
79	Pocket Casts																			X		
80	Vector Full																			X		
81	Weather Timeline - Forecast																			X		
82	Sleep Cycle alarm clock																			X		
83	ownCloud																			X		
84	Apalabrados (sin publicidad)								X											X		
85	Mi Despertador																			X		
86	WolframAlpha																			X		
87	Ireal Pro MusicBook-PlayAlong																			X		
88	La CuerdA [PRO]																			X		
89	Age of Civilizations	X																		X		
90	Plants vs. Zombies™																			X		
91	Facer Watch Faces Android Wear																			X		
92	Motosport Manager Handheld																			X		
93	Sixaxis Controller																			X		
94	Skymaster Pilot Watch Face																			X		







	Video demostrativo	Valoraciones				Comentarios			Idiomas							Valoración de edad									
		Sí		No	Negativa	Buena	Excelente	Más positivos que negativos	Más negativos que positivos	Predominan neutros	1		2 - 10	11 - 20	21 - 30	31 - 40	40 - 50	>50	Sin información	PEGI 3	PEGI 7	PEGI 12	PEGI 16	PEGI 18	Control Parental
		Vertical	Horizontal								Español	Inglés													
1	Minecraft: Pocket edition		X														X		X						
2	Geometry Dash		X							X									X						
3	Runtastic PRO Running, Fitness		X														X		X						
4	Flightradar24 PRO		X							X									X						
5	Hitman GO		X														X		X						
6	Farming Simulator 16		X														X		X						
7	Afterlight		X							X									X						
8	Bridge Constructor		X														X		X						
9	Monument Valley		X														X		X						
10	Facetune		X														X		X						
11	Radardroid PRO		X														X		X						
12	Camera FV-5		X														X		X						
13	Scribblenauts Remix		X														X		X						
14	MONOPOLY		X														X		X						
15	EvoCreo		X														X		X						
16	Tabla de 7 minutos		X														X		X						
17	VivaVideo Pro: Video Editor		X														X		X						
18	Package Disabler PRO (Samsung)		X														X		X						
19	Simulador de Construcción 2014		X														X		X						
20	SD Maid PRO - Desbloqueador		X														X		X						
21	True Skate		X														X		X						
22	Swype Keyboard		X														X		X						
23	Nova Launcher Prime		X														X		X						
24	Poweramp Full Version Unlocker		X														X		X						
25	Badoo Premium		X														X						X		
26	Colin McRae Rally		X														X		X						
27	Moon+ Reader Pro		X														X		X						
28	The Room		X														X		X						
29	Grand Theft Auto: San Andreas		X														X						X		
30	Avisador de Radares - CamSam PLUS		X														X		X						
31	Torque Pro (OBD2 & Coche)		X														X		X						
32	Link2SD Plus (NEW)		X														X		X						
33	League of Stickman		X														X		X						

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES SMÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Video demostrativo	Valoraciones				Comentarios			Idiomas								Valoración de edad								
		SI		No	Negativa	Buena	Excelente	Más positivos que negativos	Más negativos que positivos	Predominan neutros	1		2 - 10	11 - 20	21 - 30	31 - 40	40 - 50	>50	Sin información	PEGI 3	PEGI 7	PEGI 12	PEGI 16	PEGI 18	Control Parental
		Vertical	Horizontal								Español	Inglés													
34	Backflip Madness			X														X	X						
35	Tomb Raider I			X														X			X				
36	Tools & Mi Band			X														X	X						
37	Runtastic Mountain Bike Pro			X														X	X						
38	MarineTraffic			X														X	X						
39	ePSXe for Android			X														X	X						
40	Los Sims™ 3			X														X		X					
41	Guerra de cartas			X														X	X						
42	Lifeline			X														X	X						
43	Detector de radares PRO			X														X	X						
44	CQPolicia 2			X														X	X						
45	SuperSU Pro			X														X	X						
46	Need for Speed™ Most Wanted			X														X	X		X				
47	Worms 3			X														X	X		X				
48	Gastos Diarios Licencia			X														X	X						
49	CamScanner (License)			X														X	X						
50	Tiempo En Vivo			X														X	X						
51	TeamSpeak 3			X														X						X	
52	Tasker			X														X	X						
53	Infinite Flight Simulator			X														X	X						
54	Titanium Backup PRO Key * root			X														X	X						
55	Ingo: Frozen Karaoke			X														X	X						
56	Catán			X							X								X						
57	LEGO® Marvel™ Super Heroes			X														X	X		X				
58	BringGo Western Europe			X														X	X						
59	WatchMaker Premium Watch Face			X														X	X						
60	Root Explorer			X														X	X						
61	Five Nights at Freddy's 2			X														X			X				
62	Grand Theft Auto: Vice City			X														X					X		
63	Five Nights at Freddy's			X														X			X				
64	Photo Studio PRO			X														X	X						
65	Licencia ACR			X														X	X						
66	Real Drift Car Racing			X														X	X						



	Video demostrativo	Valoraciones				Comentarios			Idiomas							Valoración de edad									
		Sí		No	Negativa	Buena	Excelente	Más positivos que negativos	Más negativos que positivos	Predominan neutros	1		2 - 10	11 - 20	21 - 30	31 - 40	40 - 50	>50	Sin información	PEGI 3	PEGI 7	PEGI 12	PEGI 16	PEGI 18	Control Parental
		Vertical	Horizontal								Español	Inglés													
67	Kingdom Rush Origins		X														X	X							
68	Stellarium Mobile Planetario		X														X								
69	Greenify (Donation Package)		X														X	X							
70	Cinema FV-5		X														X	X							
71	The Room Two		X								X								X						
72	Goat Simulator		X														X	X							
73	Exploration		X														X	X							
74	Machinarium		X														X	X							
75	Lego® Star Wars™: TCS		X														X	X							
76	Grabadora de llamadas Pro		X														X	X							
77	Akinator the Genie		X									X								X					
78	iParadox - Alarm Control		X														X	X							
79	Pocket Casts		X														X	X							
80	Vector Full		X														X	X		X					
81	Weather Timeline - Forecast		X														X	X							
82	Sleep Cycle alarm clock		X														X	X							
83	ownCloud		X														X	X							
84	Apalabrados (sin publicidad)		X									X							X						
85	Mi Despertador		X														X	X							
86	WolframAlpha		X														X	X							
87	Ireal Pro MusicBook-PlayAlong		X														X	X							
88	La CuerdA [PRO]		X														X	X							
89	Age of Civilizations		X									X							X						
90	Plants vs. Zombies™		X														X	X							
91	Facer Watch Faces Android Wear		X														X	X							
92	Motosport Manager Handheld		X														X			X					
93	Sixaxis Controller		X														X	X							
94	Skymaster Pilot Watch Face		X														X	X							

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES SMÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Tamaño											Precio																
	0 - 10 MB	11 - 20 MB	21 - 30 MB	31 - 40 MB	41 - 50 MB	51 - 60 MB	61 - 70 MB	71 - 80 MB	81 - 90 MB	91 - 100 MB	> 100 MB	Gratis	Pagado										Cambia el precio					
																							No	Sí				
													0 - 0,99	1 - 1,99	2 - 2,99	3 - 3,99	4 - 4,99	5 - 5,99	6 - 6,99	7 - 7,99	8 - 8,99	9 - 9,99		> 10	1	2	3	4 >4
1					X											X						X						
2					X										X								X					
3				X																			X					
4				X											X								X					
5											X				X											X		
6											X				X								X					
7				X								X											X					
8					X									X									X					
9											X				X											X		
10					X										X								X					
11	X															X							X					
12	X														X								X					
13											X		X										X					
14											X			X										X				
15				X										X									X					
16					X											X							X					
17			X												X									X				
18	X											X											X					
19										X			X										X					
20	X													X									X					
21			X											X												X		
22		X												X									X					
23	X															X								X				
24	X														X									X				
25				X											X								X					
26										X				X									X					
27	X															X										X		
28										X		X											X					
29										X							X							X				
30		X										X											X					
31	X														X								X					
32	X												X										X					
33						X						X												X				

		Tamaño											Precio																
		0 - 10 MB	11 - 20 MB	21 - 30 MB	31 - 40 MB	41 - 50 MB	51 - 60 MB	61 - 70 MB	71 - 80 MB	81 - 90 MB	91 - 100 MB	> 100 MB	Gratis	Pagado											Cambia el precio				
																									No	Sí			
														0 - 0,99	1 - 1,99	2 - 2,99	3 - 3,99	4 - 4,99	5 - 5,99	6 - 6,99	7 - 7,99	8 - 8,99	9 - 9,99	> 10		1	2	3	4 >4
34	Backflip Madness	X										X											X						
35	Tomb Raider I									X		X											X						
36	Tools & Mi Band	X											X										X						
37	Runtastic Mountain Bike Pro			X											X								X						
38	MarineTraffic				X										X								X						
39	ePSXe for Android	X												X									X						
40	Los Sims™ 3									X						X							X						
41	Guerra de cartas									X				X										X					
42	Lifeline		X										X													X			
43	Detector de radares PRO	X														X							X						
44	CQPolicia 2		X												X								X						
45	SuperSU Pro	X													X								X						
46	Need for Speed™ Most Wanted		X													X								X					
47	Worms 3									X					X											X			
48	Gastos Diarios Licencia	X													X								X						
49	CamScanner (License)	X											X										X						
50	Tiempo En Vivo			X								X											X						
51	TeamSpeak 3		X										X										X						
52	Tasker	X												X									X						
53	Infinite Flight Simulator				X											X							X						
54	Titanium Backup PRO Key * root	X													X								X						
55	Ingo: Frozen Karaoke									X				X									X						
56	Catán		X									X			X									X					
57	LEGO® Marvel™ Super Heroes									X						X							X						
58	BringGo Western Europe			X									X											X					
59	WatchMaker Premium Watch Face		X												X									X					
60	Root Explorer	X													X								X						
61	Five Nights at Freddy's 2			X											X								X						
62	Grand Theft Auto: Vice City									X				X										X					
63	Five Nights at Freddy's				X									X									X						
64	Photo Studio PRO				X									X												X			
65	Licencia ACR	X											X										X						
66	Real Drift Car Racing									X		X											X						



	Precio	Ficha Store							Permite compras dentro de la app		Actualizaciones											Siguió vigente					
		Modifica el posicionamiento				Sí					No																
		No	Sí				Imagen Destacada/ Fondo	Video superior		Presencia marca																	
			*	**	***	****		Sí	No		Sí	No	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	>10	Sí	No	
1	Minecraft: Pocket edition						X	X		X	X														X		
2	Geometry Dash						X	X		X		X														X	
3	Runtastic PRO Running, Fitness						X	X		X	X															X	
4	Flightradar24 PRO						X	X		X	X															X	
5	Hitman GO	X			X		X	X		X				X												X	
6	Farming Simulator 16						X	X		X														X	X		
7	Afterlight					X		X	X	X	X															X	
8	Bridge Constructor					X		X	X	X			X													X	
9	Monument Valley		X	X			X	X		X					X											X	
10	Facetune						X	X		X	X		X													X	
11	Radardroid PRO					X		X	X		X	X														X	
12	Camera FV-5						X	X		X	X															X	
13	Scribblenauts Remix					X		X	X	X	X															X	
14	MONOPOLY	X				X		X		X			X													X	
15	EvoCreo						X			X				X												X	
16	Tabla de 7 minutos						X	X		X	X															X	
17	VivaVideo Pro: Video Editor	X			X	X		X	X	X													X			X	
18	Package Disabler PRO (Samsung)						X	X		X					X											X	
19	Simulador de Construcción 2014						X	X		X	X															X	
20	SD Maid PRO - Desbloqueador					X		X	X	X	X															X	
21	True Skate	X	X	X	X		X	X		X							X									X	
22	Swype Keyboard					X		X	X	X	X															X	
23	Nova Launcher Prime	X	X			X		X	X	X			X													X	
24	Poweramp Full Version Unlocker	X	X				X	X		X		X														X	
25	Badoo Premium						X	X		X	X															X	
26	Colin McRae Rally						X	X		X	X															X	
27	Moon+ Reader Pro	X			X	X		X	X	X											X					X	
28	The Room						X	X		X	X															X	
29	Grand Theft Auto: San Andreas	X	X			X		X	X	X		X		X												X	
30	Avisador de Radares - CamSam PLUS					X		X	X	X	X															X	
31	Torque Pro (OBD2 & Coche)						X	X		X											X					X	
32	Link2SD Plus (NEW)					X		X	X	X	X															X	
33	League of Stickman	X			X	X		X	X	X							X								X	X	

FACTORES DE ÉXITO EN LA ESTRATEGIA DE OPTIMIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LAS APLICACIONES MÓVILES. ANÁLISIS COMPARADO ENTRE APP STORE (iOS) Y PLAY STORE (ANDROID)

	Precio	Ficha Store							Permite compras dentro de la app		Actualizaciones											Siguió vigente						
		Modifica el posicionamiento					Sí				No																	
		No	Sí				Imagen Destacada/ Fondo	Video superior		Presencia marca																		
			*	**	***	****		Sí	No		Sí	No	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	>10	Sí	No		
34	Backflip Madness						X		X		X	X														X		
35	Tomb Raider I					X		X	X		X	X															X	
36	Tools & Mi Band	X				X		X	X		X														X	X		
37	Runtastic Mountain Bike Pro						X		X		X	X															X	
38	MarineTraffic						X				X	X															X	
39	ePSXe for Android						X		X		X					X											X	
40	Los Sims™ 3					X		X	X		X	X															X	
41	Guerra de cartas		X	X		X		X	X		X					X											X	
42	Lifeline	X	X	X	X	X		X			X						X										X	
43	Detector de radares PRO					X		X	X		X	X															X	
44	CQPolicia 2					X		X	X		X														X	X		
45	SuperSU Pro					X		X	X		X	X															X	
46	Need for Speed™ Most Wanted	X	X				X		X		X			X													X	
47	Worms 3	X	X	X	X	X		X	X		X					X											X	
48	Gastos Diarios Licencia						X		X		X				X												X	
49	CamScanner (License)					X		X	X		X	X															X	
50	Tiempo En Vivo						X		X		X		X														X	
51	TeamSpeak 3					X		X	X		X					X											X	
52	Tasker					X		X	X		X	X															X	
53	Infinite Flight Simulator					X			X		X					X											X	
54	Titanium Backup PRO Key * root						X		X		X	X															X	
55	Ingo: Frozen Karaoke					X		X	X		X	X															X	
56	Catán		X		X		X		X		X			X													X	
57	LEGO® Marvel™ Super Heroes					X		X	X		X	X															X	
58	BringGo Western Europe	X	X			X		X	X		X			X													X	
59	WatchMaker Premium Watch Face				X	X		X	X		X				X												X	
60	Root Explorer					X		X	X		X	X															X	
61	Five Nights at Freddy's 2					X		X	X		X	X															X	
62	Grand Theft Auto: Vice City	X			X		X		X		X		X														X	
63	Five Nights at Freddy's					X		X	X		X	X															X	
64	Photo Studio PRO	X	X	X	X	X		X	X		X															X	X	
65	Licencia ACR					X		X	X		X	X															X	
66	Real Drift Car Racing						X		X		X	X															X	

		Precio				Ficha Store				Permite compras dentro de la app		Actualizaciones											Siguió vigente		
		Modifica el posicionamiento				Sí																			No
		No	Sí				Imagen Destacada/ Fondo	Video superior		Presencia marca															
			*	**	***	****		Sí	No																
									Sí	No	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	>10	Sí	No	
67	Kingdom Rush Origins		X		X		X		X		X					X								X	
68	Stellarium Mobile Planetario					X		X	X		X	X												X	
69	Greenify (Donation Package)						X	X			X	X												X	
70	Cinema FV-5						X	X			X		X											X	
71	The Room Two						X	X			X	X												X	
72	Goat Simulator	X	X		X		X	X			X					X								X	
73	Exploration					X					X	X												X	
74	Machinarium	X					X	X			X				X									X	
75	Lego® Star Wars™: TCS	X				X		X	X		X	X												X	
76	Grabadora de llamadas Pro					X		X	X		X			X										X	
77	Akinator the Genie						X	X			X	X												X	
78	iParadox - Alarm Control					X		X	X		X	X												X	
79	Pocket Casts						X	X			X	X												X	
80	Vector Full						X	X			X	X												X	
81	Weather Timeline - Forecast						X	X			X											X		X	
82	Sleep Cycle alarm clock		X			X					X			X										X	
83	ownCloud						X	X			X		X											X	
84	Apalabrados (sin publicidad)	X	X		X		X	X			X			X										X	
85	Mi Despertador	X		X	X		X	X			X					X								X	
86	WolframAlpha					X		X	X		X	X												X	
87	Ireal Pro MusicBook-PlayAlong						X	X			X	X												X	
88	La Cuerda [PRO]					X					X	X												X	
89	Age of Civilizations					X					X	X												X	
90	Plants vs. Zombies™						X	X			X	X												X	
91	Facer Watch Faces Android Wear						X	X			X	X												X	
92	Motosport Manager Handheld		X	X			X	X			X		X											X	
93	Sixaxis Controller						X	X			X	X												X	
94	Skymaster Pilot Watch Face					X		X	X		X	X												X	

### d) Aplicaciones que coinciden

<b>Aplicaciones gratuitas</b>	
<i>App Store</i>	<i>Play Store</i>
WhatsApp Messenger	WhatsApp Messenger
Instagram	Instagram
Layout from Instagram	Layout from Instagram
Facebook	Facebook
Youtube	Youtube
Spotify Music	Spotify Music
Wallapop	Wallapop
Snapchat	Snapchat
Shazam – Descubre música, vídeos...	Shazam
Skype para iPhone	Skype
Agar.io	Agar.io
AliExpress Shopping App	AliExpress Shopping App
Juasap – Bromas telefónicas	Juasap – Bromas telefónicas
Twitter	Twitter
Milanuncios . Outlet online con...	Milanuncios
Dropbox	Dropbox
Traductor de Google	Traductor de Google
Privalia – Outlet online con primeras...	Privalia, outlet moda online



Burger King España	Burger King España
Dubsmash	Dubsmash
Microsoft Outlook	Microsoft Outlook
VivaVideo: App gratuita de video y ed...	VivaVideo: Editor de video
Geomatry Dash Lite	Geomatry Dash Lite
Segundamano.es	Segundamano.es
Retrica	Retrica
InfoJobs Trabajo Empleo	Infojobs – Trabajo
Marca - Diario líder deportivo. Noticias, retra...	Marca - Diario Líder Deportivo S.A.
Amazon Móvil	Amazon Compras
Pinterest	Pinterest
Candy Crush Saga	Candy Crush Saga
BBVA   España	BBVA   España
Piano Tiles 2™ (Don't Tap The White Tile 2)	Piano Tiles 2™
Candy Crush Soda Saga	Candy Crush Soda Saga
Google Earth	Google Earth
Duolingo - Curso gratis de inglés y más idiomas	Duolingo - idiomas gratis
YouCam Makeup - Virtual Makeover...	YouCam Makeup-Salón de Belleza
8 Ball Poll™	8 Ball Poll™
McDonald's España - ofertas cerca de ti	McDonald's España
Zalando – moda y zapatos	Zalando - Compras de moda
Microsoft Word	Microsoft Word

LOVOO - Chat, Ligue y Solteros	LOVOO - Chat, Ligue y Solteros
Wish - Comprar es divertido	Wish - Comprar es divertido
Adobe Acrobat Reader	Adobe Acrobat Reader

<b>Aplicaciones de pago</b>	
<i>App Store</i>	<i>Play Store</i>
Afterlight	Afterlight
Geometry Dash	Geometry Dash
Runtastic PRO GPS Entrenador de...	Runtastic PRO Running, Fitness
Tabla de 7 minutos – 7 Minute Workout...	Tabla de 7 minutos
Facetune	Facetune
Minecraft: Pocket Edition	Minecraft: Pocket Edition
Flightradar24 - Flight Tracker	Flightradar24 - Flight Tracker
Tiempo en Vivo	Tiempo en Vivo
iParadox - Alarm System Control	iParadox – Alarm Control
Badoo Premium – Haz contactos nuevos, Chatea,...	Badoo Premium
Grand Theft Auto: San Andreas	Grand Theft Auto: San Andreas
Akinator the Genie	Akinator the Genie
Swype	Swype Keyboard

## Índice de tablas

Tabla 1. Síntesis conceptual de la tesis	6
Tabla 2. Cuota de mercado sistemas operativos móviles 2012	9
Tabla 3. Cuota de mercado sistemas operativos móviles 2013	10
Tabla 4. Cuota de mercado sistemas operativos móviles 2014	10
Tabla 5. Cuota de mercado sistemas operativos móviles 2015	11
Tabla 6. Cuota de mercado sistemas operativos móviles 2016	11
Tabla 7. Comparación entre investigaciones cualitativas y cuantitativas	20
Tabla 8. Métodos y técnicas utilizadas en la tesis	21
Tabla 9: Dimensiones de la movilidad y entes móviles	30
Tabla 10. Dimensiones de la movilidad extendidas por Castellet	31
Tabla 11. Dimensiones de la movilidad ampliada	32
Tabla 12. Bandas de frecuencia utilizadas por los principales sistemas analógicos	37
Tabla 13. Evolución bandas de frecuencia GSM	42
Tabla 14. Organización del ecosistema móvil	52
Tabla 15. Operadores móviles en España	55
Tabla 16. Características tarjetas SIM	57
Tabla 17. Marcas dispositivos móviles	61
Tabla 18. Ejemplo de categorías y acciones en eventos	120
Tabla 19. Resumen de los factores <i>on-metadata</i> en App Store y Play Store	149

Tabla 20. Resumen de los factores <i>off-metada</i> en App Store y Play Store	149
Tabla 21. Factores que afectan en las búsquedas	151
Tabla 22. Factores que afectan en las listas de éxitos (Top Charts)	151
Tabla 23. Factores que afectan en destacados	151
Tabla 24. Factores que afectan en la conversión	152
Tabla 25. Ámbito, estudio de interés y perfil del entrevistado	171
Tabla 26. Preguntas y valoraciones previas a las entrevistas en profundidad	180
Tabla 27. Percepción del usuario móvil	185
Tabla 28. Actores del ecosistema móvil	187
Tabla 29. Ventajas de los dispositivos móviles frente al resto de medios	189
Tabla 30. Tendencias en marketing móvil	190
Tabla 31 - A. Las aplicaciones móviles	192
Tabla 31 - B. Las aplicaciones móviles	193
Tabla 32 - A. Posicionamiento Orgánico de las Aplicaciones Móviles	196
Tabla 32 - B. Posicionamiento Orgánico de las Aplicaciones Móviles	197
Tabla 33 - A. Big Data y marketing móvil	198
Tabla 33 - B. Big Data y marketing móvil	199
Tabla 34. Relación entre los perfiles a estudiar	200
Tabla 35. Factores del ASO según revisión bibliográfica	211

Tabla 36. Factores ASO mencionados en las entrevistas en profundidad	212
Tabla 37. Valoración de edad en Play Store	215
Tabla 38. Valoración de edad en App Store	216
Tabla 39. Resumen de los resultados del análisis del título	237
Tabla 40. Resumen de los resultados del análisis de la descripción	244
Tabla 41. Resumen de los resultados del análisis del historial del desarrollador	249
Tabla 42. Resumen de los resultados del análisis del icono	251
Tabla 43. Resumen de las categorías de las aplicaciones en App Store	254
Tabla 44 - A. Resumen de las categorías de las aplicaciones en App Store	257
Tabla 44 - B. Resumen de las categorías de las aplicaciones en App Store	258
Tabla 45. Resumen de las capturas de pantalla de las aplicaciones	267
Tabla 46. Resumen de las valoraciones de las aplicaciones	269
Tabla 47. Resumen de los comentarios de las aplicaciones	269
Tabla 48. Resumen de los idiomas de las aplicaciones analizadas	273
Tabla 49. Resumen del tamaño de las aplicaciones	280
Tabla 50. Resumen sobre las compras integradas en las aplicaciones	282
Tabla 51. Resumen del precio de las aplicaciones de pago	287
Tabla 52. Resumen sobre diseño de la ficha de las aplicaciones	289
Tabla 53. Resumen de los resultados del número de actualizaciones de las aplicaciones	293

Tabla 54. Resumen sobre la vigencia de las aplicaciones

294

## Índice de gráficos

Gráfico 1. Esquema del ecosistema móvil	5
Gráfico 2. Áreas de conocimiento de la investigación	7
Gráfico 3. Relación entre los objetivos y las preguntas de la investigación	15
Gráfico 4. Estructura metodológica	25
Gráfico 5. Penetración de la telefonía fija y móvil en España	34
Gráfico 6. Evolución del SMS en Europa	39
Gráfico 7. Previsión del tráfico de SMS en España (1999 – 2005)	39
Gráfico 8. Evolución de las tecnologías móviles	49
Gráfico 9. Cuota de mercado Marzo'16 en España	54
Gráfico 10. Evolución del saldo neto de portabilidad por operador (en miles)	58
Gráfico 11. Fases de un proyecto con el método <i>waterfall</i>	88
Gráfico 12. Ciclo de desarrollo en <i>Mobile-D</i>	90
Gráfico 13. Tipos de actividades realizadas en <i>smartphones</i>	94
Gráfico 14. Porcentaje de aplicaciones instaladas en <i>smartphones</i>	96
Gráfico 15. Canales para conocer nuevas aplicaciones según encuesta de IAB	97
Gráfico 16. Ratio de aplicaciones <i>zombie</i> en App Store en 2014	126
Gráfico 17. Proceso en el desarrollo de los textos de las aplicaciones móviles	130
Gráfico 18. <i>Total number of apps by App Store</i>	209
Gráfico 19. Tipología del título en App Store	229

Gráfico 20. Tipología del título en Play Store	230
Gráfico 21. Visualización del título en App Store	231
Gráfico 22. Visualización del título en Play Store	232
Gráfico 23. Idioma del título en App Store	233
Gráfico 24. Idioma del título en Play Store	234
Gráfico 25. Cambios en el título de las aplicaciones en App Store	235
Gráfica 26. Cómo varía el posicionamiento tras cambios en el título de las aplicaciones en App Store	236
Gráfico 27. Composición de la descripción de las aplicaciones en App Store	239
Gráfico 28. Composición de la descripción en las aplicaciones de Play Store	241
Gráfico 29. Idioma utilizado en las descripciones de las aplicaciones de App Store	242
Gráfico 30. Idioma utilizado en las descripciones de las aplicaciones de Play Store	243
Gráfico 31. Historial del desarrollador de las aplicaciones en App Store	246
Gráfico 32. Historial del desarrollador de las aplicaciones en Play Store	248
Gráfico 33. Formato del icono en las aplicaciones de App Store	250
Gráfico 34. Formato del icono en las aplicaciones de Play Store	251
Gráfico 35. Número de categorías en App Store	259
Gráfico 36. Número de categorías en Play Store	260
Gráfico 37. Las capturas de pantalla de las aplicaciones de App Store	261



Gráfico 38. Las capturas de pantalla de las aplicaciones de Play Store	262
Gráfico 39. Formato de las capturas de pantalla en las aplicaciones de App Store	263
Gráfico 40. Formato de las capturas de pantalla en las aplicaciones de Play Store	264
Gráfico 41. Tipos de captura de pantalla de las aplicaciones en App Store	265
Gráfico 42. Tipos de captura de pantalla de las aplicaciones en Play Store	266
Gráfico 43. Presencia de video demostrativo en App Store	268
Gráfico 44. Los idiomas en App Store	271
Gráfico 45. Los idiomas en Play Store	272
Gráfico 46. Valoración de edad en App Store	274
Gráfico 47. Valoración de edad en Play Store	275
Gráfico 48. Tamaño de las aplicaciones en App Store	277
Gráfico 49. Tamaño de las aplicaciones en Play Store	279
Gráfico 50. Compras integradas en las aplicaciones de App Store	281
Gráfico 51. Compras integradas en las aplicaciones de Play Store	281
Gráfico 52. Cambios en el precio de las aplicaciones de pago en App Store	284
Gráfico 53. Cambios en el precio de las aplicaciones de pago en Play Store	285
Gráfico 54. Número de actualizaciones en App Store	291
Gráfico 55. Número de actualizaciones en Play Store	293
Gráfico 56. Ecosistema móvil	324

Gráfico 57. Modelo de ASO

345

## Índice de imágenes

Imagen 1. Tipología de tarjeta SIM	56
Imagen 2. Niveles del sistema operativo	63
Imagen 3. Ejemplo de advertencia sobre el uso de <i>cookies</i>	73
Imagen 4. Las 4 “I” propuestas por Kaplan	75
Imagen 5. Ejemplo de indexación de WhatsApp	101
Imagen 6. Ejemplo de formato carrusel	102
Imagen 7. Ejemplo de indexación de contenido	103
Imagen 8. Ejemplo del uso de canales propios ( <i>landing page</i> de Tinder)	105
Imagen 9. Ejemplo de apadrinamiento en Farm Heroes Saga	105
Imagen 10. Ejemplo de landing page con el kit de prensa	107
Imagen 11. Anuncio de Google Adwords de la aplicación Fotocasa	108
Imagen 12. Ejemplo de código de seguimiento del SDK de Google Analytics para iOS	121
Imagen 13. Ejemplo de código de seguimiento del SDK de Google Analytics para Android	121
Imagen 14. Ejemplo del recorrido visual en Whatsapp	128
Imagen 15. Short Tail y Long Tail	133
Imagen 16. Ejemplo de descripción breve	135
Imagen 17. Ejemplo de visualización del campo desarrollador en la aplicación Messenger en Play Store y App Store	136
Imagen 18. Ejemplos de icono en App Store	141
Imagen 19. Ejemplo de la previsualización de las capturas de pantalla en las búsquedas por palabras clave	142

Imagen 20. Ejemplo de capturas de pantalla entrelazadas	143
Imagen 21. Ejemplo de video en App Store y en Play Store	144
Imagen 22. Ejemplo de imágenes destacadas en Play Store y App Store	145
Imagen 23. Ejemplo de visualización de volumen de instalaciones	146
Imagen 24. Ejemplos de rating en App Store y Play Store	147
Imagen 25. Los cuatro pilares del ASO	150
Imagen 26. Fases del ASO	154
Imagen 27. Modelo contextual de la entrevista de investigación	177
Imagen 28. Dimensiones empíricas y estrategias de investigación de Bartolini	298

## Índice de matrices

Matriz 1. Matriz de Bartolini	295
Matriz 2 - A. Matriz de Bartolini para el análisis del título	302
Matriz 2 - B. Matriz de Bartolini para el análisis del título	303
Matriz 3. Matriz de Bartolini para el análisis de la descripción	304
Matriz 4. Matriz de Bartolini para el análisis del historial del desarrollador	306
Matriz 5. Matriz de Bartolini para el análisis del historial del desarrollador	307
Matriz 6 - A. Matriz de Bartolini para el análisis de las capturas de pantalla en aplicaciones gratuitas	308
Matriz 6 - B. Matriz de Bartolini para el análisis de las capturas de pantalla en aplicaciones de pago	309
Matriz 7. Matriz de Bartolini para el análisis de la presencia del video demostrativo	310
Matriz 8. Matriz de Bartolini para el análisis de las valoraciones	311
Matriz 9. Matriz de Bartolini para el análisis de los comentarios	312
Matriz 10. Matriz de Bartolini para el análisis de los idiomas	313
Matriz 11. Matriz de Bartolini para el análisis del tamaño de las aplicaciones	314
Matriz 12. Matriz de Bartolini para el análisis de las compras <i>in-app</i>	315
Matriz 13. Matriz de Bartolini para el análisis del precio en aplicaciones de pago	316
Matriz 14. Matriz de Bartolini para el análisis del diseño de la ficha de las aplicaciones	318
Matriz 15. Matriz de Bartolini para el análisis de las actualizaciones	319